

Financiación Participativa (Crowdfunding) en España 2020

El Año de la Gran Prueba

Informe Anual

Gracias al apoyo de:



UNIVERSO
CROWDFUNDING

crowdants®
CREA TU PROPIA PLATAFORMA DE CROWDFUNDING



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

UJa Universidad
de Jaén

Índice de contenidos:

1.	Promotores y colaboradores.....	3
2.	Objetivo del Informe.....	4
2.1.	Técnica utilizada	4
2.2.	Datos solicitados	4
2.3.	Origen de los datos	4
2.4.	Universo.....	4
2.5.	Tipos de plataformas incluidas	4
3.	Resumen ejecutivo.....	5
4.	Financiación Participativa en España	9
4.1.	Recaudación.....	9
4.2.	Plataformas Activas en España	13
4.3.	Puestos de trabajo generados	15
4.4.	La Financiación Participativa en España desde una perspectiva comparada	17
5.	Conclusiones.....	21
6.	Apéndice: Conceptos Básicos	26
6.1.	¿Qué es la Financiación Participativa?	26
6.2.	Tipos de Plataformas.....	28
a)	Recompensas	28
b)	Préstamos	28
c)	Donaciones	28
d)	Inversión.....	29
e)	Inmobiliario	29
7.	Notas de interés.....	31
8.	Autores.....	32

1. Promotores y colaboradores

Autores

Ángel González-Universo Crowdfunding

Javier Ramos- (ICEI) Universidad Complutense de Madrid & UDELAR- Montevideo

Promueve y coordina

Ángel González – Universo Crowdfunding

Colaboran

Ángel González. Universo Crowdfunding

Javier Ramos Universidad de la República (UDELAR)-Montevideo / Master Desarrollo Territorial- Universidad de Jaén.



Patrocinan



Universo Crowdfunding: <http://www.universocrowdfunding.com>

Es el principal portal web del crowdfunding en habla hispana y cuenta con un equipo multidisciplinar, independiente y con gran experiencia en diversos sectores (incluyendo el crowdfunding) que aportará todo lo necesario para que un proyecto se financie vía crowdfunding. Son economistas, informáticos, periodistas, profesionales de la comunicación, el marketing, la emprendeduría... Toda una garantía de éxito.



Crowdants: <http://www.crowdants.com>

Página web generadora de plataformas de crowdfunding de marca blanca, que permite a cualquier promotor individual, asociación, empresa u organismo sin conocimientos técnicos crear su propia plataforma de crowdfunding y albergar campañas de crowdfunding, con el apoyo de consultores en crowdfunding.

2. Objetivo del Informe

El presente trabajo, promovido y coordinado por la consultora [Universo Crowdfunding](#) y la Universidad de la República (UDELAR)-Uruguay, trata de ser un espacio objetivo, dinámico y práctico, que permita la recopilación de datos veraces, contrastados y claros sobre la evolución de la financiación participativa en España. A nuestro entender, basándonos en nuestra experiencia en el campo, hay una fuerte carencia en lo que a análisis e información recopilada se refiere, lo que tratamos de mejorar con el presente estudio. La búsqueda de la transparencia es un elemento que cada día más plataformas buscan, lo que facilita la obtención de datos.

2.1. Técnica utilizada

Encuesta y entrevistas vía mail o teléfono.

2.2. Datos solicitados

Total de dinero ejecutado finalmente o recaudado en su plataforma en el año 2017/8

2.3. Origen de los datos

- Aportados directamente por las plataformas.
- Información pública sobre la plataforma. Normalmente visible en la propia plataforma.
- Estimaciones basadas en las evidencias anteriores

2.4. Universo

La presente investigación se centra en las plataformas que operan en España, con proyectos de promotores con origen en España. Para ser incluidas en el informe, las plataformas deben estar registradas como Plataformas de financiación participativa en la CNMV, en base a lo dispuesto en la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Se han contactado con plataformas que, al menos, hayan financiado más de 3 proyectos en 2020.

Sin estas limitaciones a la hora de contabilizar la recaudación total, y siendo menos restrictivos a la hora de considerar la actividad real de la Financiación Participativa, la cifra total podría ser entre tres y cuatro veces mayor que la que mostramos, entre 400 y 500 millones de euros.

2.5. Tipos de plataformas incluidas

Basándonos en diversos estudios promovidos por la Comisión Europea, hemos centrado la atención en los siguientes tipos de crowdfunding; recompensas-pre-ventas, donaciones, inversión, préstamos e inmobiliario.

3. Resumen ejecutivo

- El gran titular del pasado informe sobre la realidad de la Financiación Participativa en 2019 fue que pasamos la barrera de los 200 millones de Euros recaudados, consolidando así ocho años de crecimientos consecutivos. El gran titular de este año es que, por primera vez, y como resultado de la pandemia que nos aflige, la recaudación ha descendido significativamente en 2020.
- Este es el gran interrogante. Si ya en informes anteriores indicábamos que el crecimiento del sector era bueno, pero que la recaudación total (200 millones de euros) estaba aún por debajo de las potencialidades de la economía española, insuficiente aún para poder garantizar la sostenibilidad de muchas plataformas y proyectos, la caída actual introduce más incertidumbre en el sector.
- Si el año 2019 se recaudaron en España **200.827.059 €**, con crecimientos anuales de en torno a 50 millones de euros, en 2020 se han recaudado **167.029.927 €**, lo que significa una caída de la recaudación del **-16.85%**, una cifra que abre algunos interrogantes sobre la viabilidad del sector en su conjunto.
- Las principales caídas en la recaudación se dan en las plataformas de préstamos que caen un -40.40%, (de 82.480.570 € en 2019 a 49.158.300 € en 2020) seguidas de las plataformas inmobiliarias que caen un -26.31% (de 39.788.885 a € 29.319.570 €) y de inversión que caen un -6.29% (de 47.538.500 € a 44.548.631 €).
- La fuerte y generalizada caída de la actividad económica motivada por el confinamiento prolongado, ha hecho que más emprendedores requieran financiación para lanzar o preservar sus emprendimientos, a la vez que menos inversionistas/prestamistas están dispuestos a financiarlos.
- La pandemia también ha afectado negativamente la creciente tendencia a la profesionalización del sector. El número de campañas vuelve a ascender mientras la recaudación cae tras un periodo de descensos y rompe así una tendencia que habíamos interpretado como un signo de profesionalización del sector, esto es, el descenso del número de campañas y el aumento de la recaudación promedio de las mismas.
- Cada vez más plataformas, promotores e inversores de distinto tipo apuestan por validaciones más realistas respecto a la factibilidad de cada proyecto y a los objetivos de recaudación en cada campaña. Efectivamente, desde 2017 el número de campañas (21.534) caían hasta alcanzar las 18.715 del año 2019, pero la recaudación promedio aumentaba (de los 4.574€ de 2017 a los 10.731€ de 2019).

Sin embargo, esta tendencia se rompió el año pasado como consecuencia de la pandemia. El número de campañas volvió a subir (21 329) mientras que el número de recaudación promedio descendió significativamente (7 831 €), lo que revierte parcialmente ese proceso de profesionalización que se iba consolidando en España durante los últimos años.

- Esta caída en la recaudación promedio es muy significativa pasando de los 10.731€, de 2019 a los 7 831 € de 2020, lo que nos retrotrae a los niveles promedio de 2018, reforzando así el mensaje de que la pandemia nos ha hecho perder dos años en el proceso de consolidación y profesionalización del sector en nuestro país.
- En definitiva, lo que ha ocurrido el año 2020 es una vuelta a estos modelos de crecimiento iniciales donde las plataformas de donación y recompensa vuelven a liderar el crecimiento mientras que el resto de plataformas, donde se requiere de fundamentos financieros más profesionales y, por tanto, sometidos a mayor riesgo, lideran la caída de recaudación.

Motivos para el optimismo

- A pesar de la caída de la recaudación, tanto la inversión, como el préstamo siguen siendo sectores líderes. Esto es importante porque tras varios años de crecimiento y consolidación de estos sub-sectores, la caída del año 2020 no ha conseguido arrebatarse su liderazgo.
- Tanto las plataformas de donación como las de recompensa crecen, la primera un sorprendente 78.30% (de 15.119.265€ en 2019 a 26.957.162€ en 2020) y la segunda un 7.21% (de 15.899.839€ a 17.046.264€). Sin duda, la pandemia ha generado muchas aportaciones hacia la donación que vuelven a activar un sector que había perdido importancia en los últimos cinco años. Y lo mismo ocurre con la recompensa.
- La propia crisis ha aumentado la situación de precariedad y pobreza de muchas personas y colectivos vulnerables y con ellos la demanda de programas de apoyo social y otras formas de solidaridad, lo que explica que las plataformas de donación crezcan significativamente.
- En este sentido, el propio confinamiento ha aumentado la necesidad de realizar compras en línea, lo que sin duda ha servido para que muchas campañas en plataformas de recompensa se hayan visto beneficiadas en su versión preventas.

- Otro factor que aporta cierto optimismo es que crece significativamente el número de plataformas a 59, nueve más que en el año anterior, lo que matiza también la profundidad de la crisis. A pesar de la caída de la recaudación, siguen existiendo incentivos para que nuevas plataformas sean lanzadas durante un periodo tan complicado como el vivido en el año 2020. El crecimiento de plataformas muestra también que el sector tiene sólidos fundamentos para superar la crisis con éxito para muchos creadores e inversores.
- Otro dato fundamental es que se sigue creando empleo. En un momento como el actual, esta noticia debería ser un elemento central en la promoción de este sector y una forma de convencer a muchas personas, y especialmente instituciones públicas y privadas, aún indecisas sobre las potencialidades de esta forma de financiación.
- En función del umbral de medición utilizado, en el año 2020 se crearon entre 3.500 y 18.500 empleos directos (según la ratio empleo/inversión¹ utilizada), más otros miles indirectos que no consideramos en este cómputo. Además, estimamos que cada plataforma tiene en torno a 6 trabajadores, lo que significa que unas 400 personas trabajan actualmente en las plataformas españolas.
- Todos estos datos ponen de manifiesto que el año 2020 ha significado una gran prueba para la Financiación Participativa y que esa prueba condicionará, para bien o para mal, el futuro de este sector en nuestro país. Sería un momento importante para repensar las potencialidades y limitaciones actuales y consensuar un plan de reactivación que ponga a esta modalidad de financiación en el centro de la recuperación económica hasta alcanzar niveles de recaudación comparables a las economías punteras en el mundo.
- A pesar de las fuertes caídas, las plataformas de inversión, préstamo e inmobiliario siguen liderando los niveles de recaudación en España. Esto matiza la hipótesis del retroceso en la profesionalización del sector y sugiere que, aunque estos tres tipos de plataforma son las que más caen, lo recaudado sigue

¹ En algunos proyectos se justifica un umbral de 50.000€ por cada puesto de trabajo creado, mientras que en otros los umbrales son claramente menores y van de los 20.000 a los 9.000€. La creación de un bar de tapas que demanda varios cientos de miles de euros en una campaña de crowdfunding que creará 5 puestos de trabajos, no es lo mismo que una campaña para financiar un libro o un disco, o una campaña de préstamo que permitirá el mantenimiento y aumento de una actividad productiva y los empleos requeridos para tal objeto. Por eso los umbrales son distintos y la cantidad de empleo creado tan dispares.

situándolas como sectores líderes. Así, las plataformas de préstamo recaudan el 29.43% del total, las de inversión el 26% y la inmobiliaria el 17.55%.

- En cambio, los sectores que más crecen, la donación y la recompensa, siguen recaudando menos que los sectores anteriores. La primera recauda el 10.21% y la recompensa el 16.14%, es decir, menos del 30% entre ambas, lo que aporta más matices a la hipótesis del retroceso.
- Otro dato que matiza las consecuencias de la crisis es que el Código de buenas prácticas está cada vez más extendido y consolidado entre emprendedores, inversores y ahorradores del mundo de la Financiación Participativa española. Esto no quiere decir que este sector esté libre de problemas vinculados a la morosidad, los timos y los incumplimientos, pero de manera marginal.
- Las plataformas de inversión y préstamos certificadas son las que ofrecen mayores garantías contra problemas de morosidad e incumplimientos. En la actualidad no hay una legislación europea. La Comisión Europea ha decidido, por el momento y ante las diversas legislaciones nacionales, proponer la creación de un pasaporte europeo para plataformas de crowdfunding que posibilite prestar servicios en toda la Unión Europea. Es indispensable un mercado único europeo en relación con este tipo de financiación. Este pasaporte es un paso, pero si queremos competir con EEUU y Asia, es preciso romper barreras y facilitar todos los procesos dentro de la Unión Europea.
- En los últimos años, las plataformas verticales (o plataforma de marca blanca) continúan consolidándose como una nueva forma de financiación participativa con mucho potencial. Las plataformas verticales son aquellas plataformas de utilización personalizada que centran su actuación en un sector o se encuentran muy localizadas, pueden ser solo para proyectos sobre el sector musical, comics, libros o incluso para pequeños negocios, micropymes o autónomos. Cuanto más cerca esté la plataforma de su comunidad, más opciones de financiar proyectos tendrán los promotores. Un ejemplo es la plataforma <http://crowdfunding.huertoseducativos.org>, promovida por la Fundación Triodos, en donde colegios de toda España recaudan fondos para sus huertos educativos. La tendencia a la generación de plataformas verticales, temáticas, sectoriales, de grandes comunidades, es significativa. Herramientas como Crowdants.com, con un crecimiento en 2020 en la recaudación de varias de sus plataformas, superior al 120%, permiten crear tu propia plataforma de recaudación de fondos en pocos minutos, representan un nuevo espacio de diversificación e innovación en la Financiación Participativa.

4. Financiación Participativa en España

4.1. Recaudación

La Financiación Participativa recaudó en España **167.029.927 €** en 2020. Esta cifra representa un descenso del **-16,83%** respecto a los 200.827.059 € de 2019, 35 millones de euros menos, próximo a los niveles de 2018 (159 691 767 €) lo que da idea del retroceso que la pandemia ha impuesto. A modo de lema podríamos afirmar que la actual pandemia nos ha hecho retroceder dos años en el crecimiento constante y profesionalizado que experimentaba el sector en los últimos cinco años.

Las plataformas de préstamo e inversión se consolidan como las que más recaudan muy por encima del resto. Entre ambas – incluyendo el sector inmobiliario en el de inversión– recaudan el 84.48% del total, lo que pone de manifiesto hacia donde evoluciona la financiación participativa en España.

Si contabilizásemos el mercado secundario, que en la actualidad no es considerado una forma de financiación participativa por la CNMV, la cifra se aproximaría a los 450 millones de euros, una cifra muy destacable y significativa que nos situaría en una posición más acorde con el desarrollo económico de nuestro país.

Tabla 1 Recaudación Total en el periodo 2016-2020



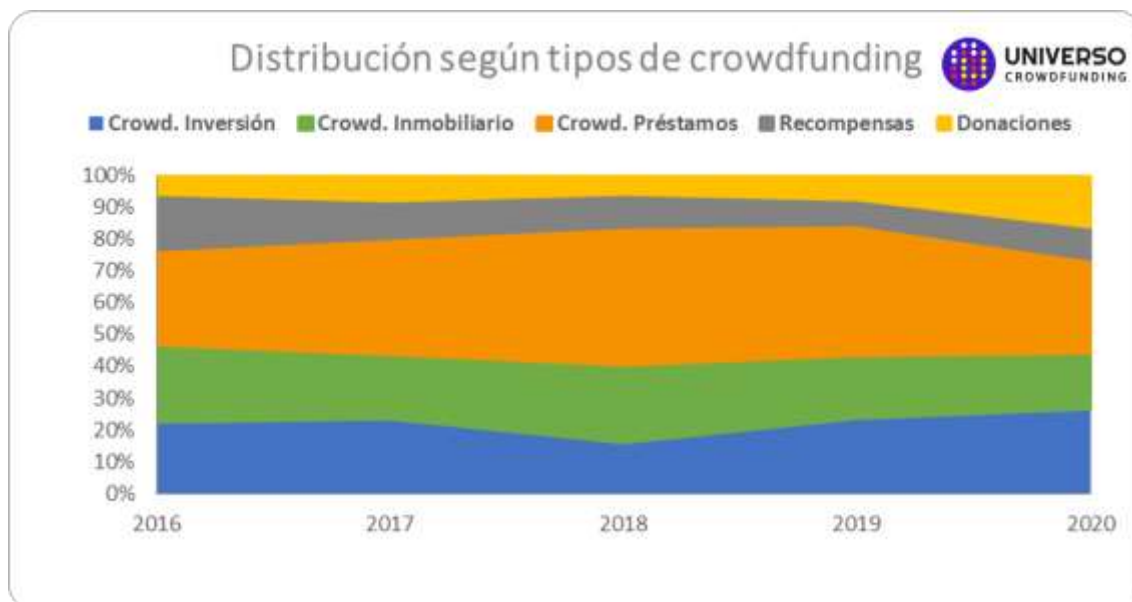
Fuente: elaboración propia con datos propios

Tabla 2: Distribución de la recaudación por Tipos de Plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Tabla 3: Distribución acumulada por Tipos de Plataforma, año 2020



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Todos los tipos de plataformas disminuyen su recaudación salvo Recompensa y Donación.

Tabla 4: Distribución de la recaudación por Tipos de Plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

La consolidación del préstamo y la inversión es un proceso que se ha ralentizado este año donde la pandemia ha roto un crecimiento continuado de este tipo de plataformas desde 2013. En ese año las plataformas de recompensa y de donación eran las que más recaudaban. Desde entonces, si bien estos sectores han seguido crecimiento, las plataformas de inversión y préstamo crecieron más, ganando porcentajes mayores de recaudación hasta la actualidad.

Tabla 5: Recaudación total y por tipo de plataforma en el periodo 2020-2018

Recaudación	2020	Var %	2019	Var %	2018
Inversión	44.548.631 €	-6,29%	47.538.500 €	85,38%	25.644.370 €
Inmobiliaria	29.319.570 €	-26,31%	39.788.885 €	1,97%	39.018.875 €
Préstamos	49.158.300 €	-40,40%	82.480.570 €	19,22%	69.182.539 €
Recompensa	17.046.264 €	7,21%	15.899.839 €	-4,11%	16.581.702 €
Donaciones	26.957.162 €	78,30%	15.119.265 €	63,20%	9.264.281 €
Total	167.029.927 €	-16,83%	200.827.059 €	25,76%	159.691.767 €

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Tabla 6: Distribución acumulada Total y por Tipos de Plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Desde 2013² se han recaudado en España **786.035.532 €**, una cantidad que no paraba de crecer a ritmos anuales hasta el año pasado. Teniendo en cuenta que no consideramos el mercado secundario a la hora de computar lo recaudado, como sí se hacen otros países de nuestro entorno, las cifras podrían mejorar sustancialmente.

- Número de Campañas y Recaudación promedio por campaña

² Los datos de 2013, 2014 y 2015 no han sido recopilados ni validados por los promotores del presente informe, sino que han sido obtenidos de diferentes fuentes.

Un elemento muy importante para valorar la salud del sector de la Financiación Participativa en España, tiene que ver no solo con la cantidad de campañas sino con la cantidad promedio recaudado y su evolución en los últimos años.

Tabla 7: Campañas lanzadas, recaudación promedio por campaña

	2020	2019	2018	2017
Campañas	21.329	18.715	20.751	21.534
Recaudación	167.029.927 €	200.827.059 €	159.691.767 €	98.503.084
Recaudación promedio por campaña	7.831 €	10.731 €	7.696 €	4.574 €

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

En este sentido, lo que nos dice la tabla anterior es que aumentan las campañas lanzadas en plataformas, pero disminuye la recaudación promedio de cada campaña. Esto rompe la tendencia mostrada en años anteriores donde cada vez se recaudaba más con cada vez menos campañas.

Si esta tendencia previa se interpretó como un signo de profesionalidad, la reversión de esta tendencia sugiere que este proceso de profesionalización se ha ralentizado en 2020. Sin embargo, las circunstancias socio-económicas tan especiales de ese año matizan en parte este cambio de tendencias y deja la puerta a una rápida recuperación de esta senda de profesionalización que veníamos observando en años anteriores.

4.2. Plataformas Activas en España

En los últimos años el número neto de plataformas activas (las que nacen menos la que mueren) rondaba la cincuenta. Como podemos ver en el siguiente gráfico, el número de plataformas ha crecido significativamente el número de plataformas, alcanzado la cifra de 59, nueve más que en años anteriores.

Tabla 8: Número de Plataformas activas

Número de plataformas activas	2020	2019	2018	2017
Crowd. Inversión	13	12	11	10
Crowd. Inmobiliario	10	7	6	8
Crowd. Préstamos	11	10	12	11
Recompensas	14	12	12	13
Donaciones	11	9	9	9
Total	59	50	50	51

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Este crecimiento de plataformas, en un contexto de caída de la recaudación, por un lado, matiza el alcance real de la crisis, pues para muchos gestores de plataforma e inversionista el sector sigue siendo atractivo hasta el punto de que se crean nuevas plataformas. Sin

embargo, la sostenibilidad de las mismas, especialmente de las más pequeñas y con menos experiencia, es dudoso.

Como podemos ver en el siguiente gráfico, las principales plataformas del sector absorben la mayoría de la recaudación por lo que queda muy poco a repartir entre el resto. Si pensamos que cada plataforma se queda con el 5-6% de lo recaudado en cada campaña, los números son aún muy ajustados para que podamos hablar de un sector muy rentable para las plataformas.

La consolidación experimentada en años anteriores, se rompe en 2020 y no sabemos si será una tendencia o una vez superada la crisis, el mercado volverá a ajustarse hasta alcanzar la cifra de equilibrio que veníamos observando en torno a 50 plataformas.

Sin embargo, podría ocurrir que la crisis animase a un número creciente de creadores e inversores a utilizar estas plataformas para sus emprendimientos e inversiones. Este es el gran interrogante al que nos enfrentamos y que resolveremos a medida que la Covid-19 desaparezca y veamos cómo evoluciona la economía en general y el sector de la Financiación Participativa en particular.

Tabla 9: Plataformas con mayor recaudación por tipos y años

Top 3		2020		
Puesto		1	2	3
Equity crowdfunding		capitalcell.net	Socios Inversores	Fellowfunders
Crowdfunding inmobiliario		Housers	Urbanitae	Wecity
Crowdlending		MytripleA	October	Grow.ly
Recompensas		Verkami	Kickstarter	Indiegogo
Donaciones		Stockcrowd	Teaming	MiGranoDeArena
Top 3		2019		
Puesto		1	2	3
Equity crowdfunding		Crowdcube	The Crowd Angel	Fellowfunders
Crowdfunding inmobiliario		Housers	Stockcrowd	Civislend
Crowdlending		MytripleA	October	Grow.ly
Recompensas		Verkami	Kickstarter	Indiegogo
Donaciones		Teaming	Go Fund Me	Stockcrowd
Top 3		2018		
Puesto		1	2	3
Equity crowdfunding		Crowdcube	Socios Inversores	The Crowd Angel
Crowdfunding inmobiliario		Housers	Icrowdhouse	
Crowdlending		MytripleA	October	Grow.ly
Recompensas		Kickstarter	Verkami	Indiegogo
Donaciones		Teaming	Go Fund Me	MiGranoDeArena
Total		Housers	MytripleA	October

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

4.3. Puestos de trabajo generados

Un elemento clave, y más aún en el momento de crisis actual, es el efecto de la financiación participativa en los procesos de activación económica y la creación de empleo.

Los doscientos millones de euros recaudados han permitido que muchos emprendimientos puedan iniciarse o mantenerse en el tiempo, empezando por las propias plataformas.

En España se crearon varios miles de puestos de trabajo gracias al crowdfunding, en función del umbral de medición utilizado. Calcular el empleo generado a través de la financiación participativa es una tarea muy compleja y poco precisa.

No hay datos al respecto, por lo que tenemos que utilizar la poquísima información disponible para poder siquiera hacernos una idea de la actividad laboral vinculada al desarrollo de la financiación participativa.

En algunos casos, los proyectos que buscan financiación explicitan cuantos puestos de trabajo van a crear. Así, por ejemplo, la plataforma de préstamos *October* ofrece posibilidades de inversión en un proyecto para abrir una franquicia de una cadena de restaurantes globales en Valencia. Solicita 1.000.000 de euros y pretende crear entre 50 y 80 puestos de trabajo.

Esto nos da un primer umbral para calcular la cantidad de inversión mínima para crear un empleo. En este caso sería entre 20.000€ (total recaudado entre 20.000€). Con estos umbrales hemos intentando comprobar la verosimilitud de la cifra buscando más proyectos en otras plataformas que den información de los puestos creados. Hemos encontrado algunos casos en la plataforma de inversión *SociosInversores* que se aproximan a estos umbrales planteados.

Así hemos localizado proyectos similares en el sector de hostelería que se mueven en esos umbrales. (Bar en Toledo 25.000 euros y dos puestos de trabajo (12.500 por empleo)). En otros casos, el proyecto cuenta ya con un equipo en marcha y prometen contrataciones de personal adicional. Así proyectos como *SeedBox* solicita 400.000 euros para, entre otras cosas, añadir un comercial al equipo al que dedicarán 35.000 euros. Otros proyectos similares de Bar de Tapas y Pizzerías en Cádiz, Torremolinos o Barcelona se mueven también en estos umbrales.

En otros muchos casos el cálculo del umbral obedece más a prácticas de auto-empleo y tiene que ver con pre-ventas de libros, música o cualquier objeto tangible. En este caso no se está creando un puesto de trabajo en sí, sino que más bien se está financiando un empleo ya creado o se está favoreciendo una actividad económica específica.

En este último caso es ciertamente difícil atribuir un número concreto de empleos, lo que no significa que se ignore el potencial del crowdfunding en favorecer el empleo. Todos los proyectos financiados llevan implícitos puestos de trabajo aunque sea difícil cuantificarlos

Con todas estas limitaciones y cautelas, nos aventuramos a ofrecer tres umbrales distintos que nos pueden dar una idea aproximada de cuánto empleo está generando la Financiación Participativa en España

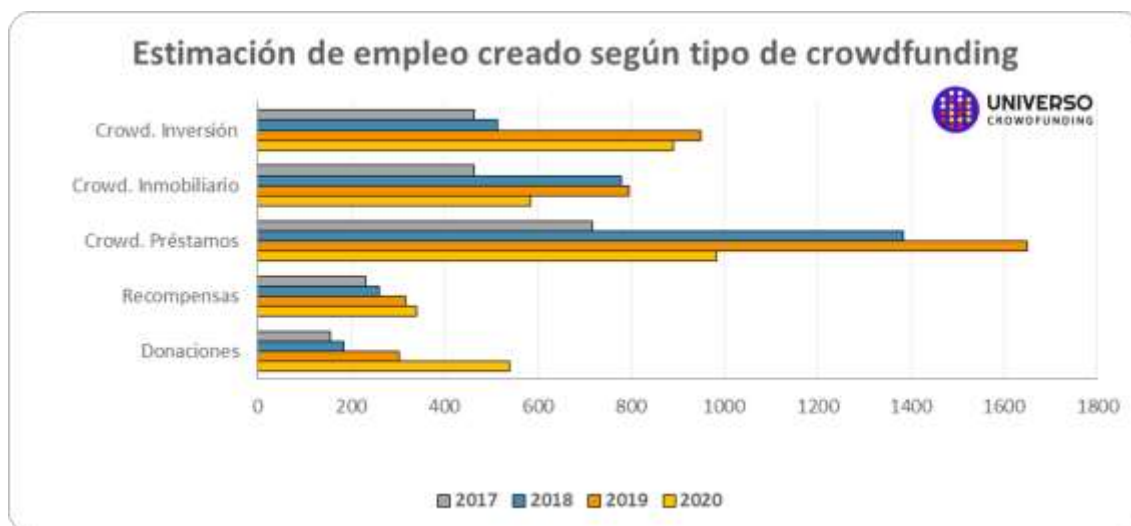
Tabla 10: Empleo creado en función de distintos umbrales

Umbral 50.000€	Umbral 20.000€	Umbral 12.500€	Umbral 9.000€
3.341	8.351	13.363	18.559
Total recaudado /50.000€	Total recaudado /20.000€	Total recaudado /12.500€	Total recaudado /9.000€

Fuente: UniversoCrowdfunding

La mayoría es empleo de calidad, en sectores donde la financiación tradicional es difícil de obtener o abiertamente no llega, como ocurre con algunos sectores sociales y culturales. Esto permite que muchos proyectos y empresas nazcan o sigan adelante en circunstancias poco imaginables si no fuese por la Financiación Participativa.

Tabla 11: Empleo creado por tipo de plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

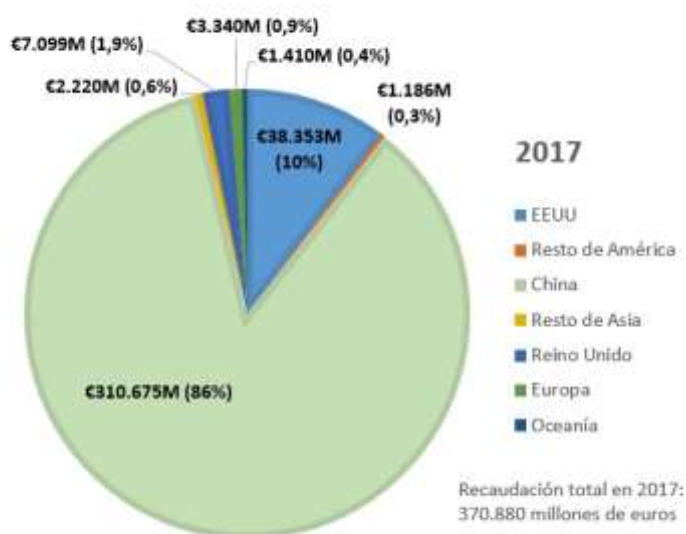
4.4. La Financiación Participativa en España desde una perspectiva comparada

La recaudación a nivel mundial no deja de crecer hasta llegar a los €370.880M, un crecimiento realmente asombroso si tenemos en cuenta que sólo tres años antes, en 2014 se recaudaron €32.770M, con incrementos anuales que triplicaban la recaudación respecto al año anterior.

Los EEUU era el país líder en recaudación en 2014, seguido de Asia y Europa, y a mucha distancia Sudamérica (€85.7M), Oceanía (€68.6M) y África (€24,2M) (Massolution, 2015)³. Estos datos ponían de manifiesto el liderazgo indiscutible de las economías anglosajonas en el sector. Sólo el Reino Unido recaudaba más que el resto de países europeos juntos y Norteamérica recaudaba el doble que toda Europa junta, incluido el Reino Unido.

Hoy la situación ha cambiado significativamente. La recaudación supera los 370.000M€ y aunque EEUU y RU siguen siendo líderes en muchos aspectos, China encabeza el ranking de recaudación. De los 321.000M€ recaudados en Asia, el 99% corresponde a China, lo que a su vez representa el 86% de la recaudación mundial (Ziegler et al, 2019)⁴.

Tabla 13: La Financiación Participativa en el mundo



³ Massolution, (2015) Crowdfunding Industry Report, en [Crowdsourcing.org reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&path=20&product_id=54](https://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&path=20&product_id=54)

⁴ Ziegler, T.; Shneor, R.; Wenzlaff, K.; Odorović, A.; Johanson, D.; Hao, R & Ryll, L. (2019) “4th-European alternative finance benchmarking industry report. Shifting paradigms”. Cambridge Center for Alternative Finance

Estas cifras tan apabullantes nos advierten del peso financiero que China adquiere y que desborda los ámbitos de financiación tradicional para trasladarse también al Crowdfunding. EEU juega ese papel hegemónico en América y Europa. Así de los €40.000M recaudados en América, el 96% es la recaudación de los EEUU, que a su vez representa el 10% de la recaudación mundial, mientras que en Europa, de los €10.400M recaudados, en torno a €7000M corresponden al Reino Unido que recauda el 2% mundial.

Esto significa que sólo estos tres países, China, EEUU y RU controlan el 98% de la recaudación mundial, lo que pone de manifiesto la importancia de los mismos no sólo a nivel económico, sino también estratégico

Esto deja a la EU en una situación bastante secundaria. En el año 2012 se recaudaron en Europa (incluido el Reino Unido) €487M, mientras que en 2017 se recaudaron €10.440M, un crecimiento muy importante y significativo que, no obstante, se queda atrás del experimentado en otras regiones del mundo lo que nos alerta de la necesidad de seguir impulsando este sector financiero cada vez más global.

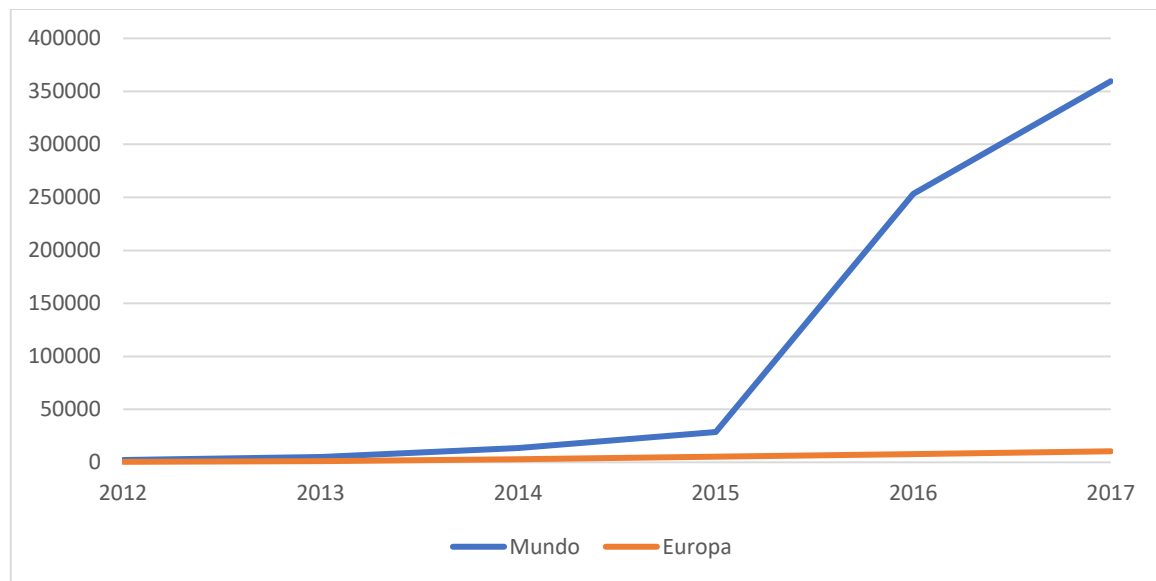
Europa ya ha sido superados por Asia (por China) y los EEUU en recaudación, lo que pone de manifiesto la creciente competencia y la necesidad de mejora en los incentivos a la utilización del crowdfunding en nuestro continente (Ramos y González, 2020)⁵.

No aspirar a liderar este sector sería perder una fuente valiosísima de financiación, crecimiento y creación de empleo de la que no podemos prescindir. Como vemos en el siguiente gráfico, el crecimiento de los EEUU y la irrupción de China desde el año 2015, dan una idea del enorme reto al que nos enfrentamos y el escaso eco que esta pérdida de posición mundial está teniendo tanto en gobiernos nacionales como en la UE.

Si bien es cierto que el tema de la Financiación Participativa es cada vez más popular y goza de un mayor predicamento en estancias tanto públicas como privadas, lo cierto es que no parece que la sociedad europea sea consciente de la importancia capital que tiene favorecer estas nuevas fórmulas de financiación.

5 Ramos, J. & González, A. (2020) La Financiación Participativa en datos, en Cuenca, M. (dir) Aspectos legales de la Financiación Participativa- crowdfunding- Tirant le Blanc, Valencia

Tabla 12: Evolución de la recaudación mundial- Europa versus resto del mundo (2012-2017)



Fuente: Elaboración propia con datos de Ziegler et al. (2019)

Las plataformas de préstamos centrado en el consumo son líderes en el viejo continente, alcanzando los €1,928M en el año 2017, seguido por el Inmobiliario con €259M, llegando en tercer lugar el de inversión con €211M. En cuarta posición encontramos la recompensa con €159M y el de donaciones con €53M.

Es llamativo el crecimiento que desde su comienzo tuvieron el préstamo y el inmobiliario, aunque hemos de remarcar, que, según los datos del informe de la Universidad de Cambridge que hemos tomado para analizar, el crowdfunding de inversión y recompensa han recaudado menos en 2017 que el año anterior. El primero recaudó €219M en el 2016 y €211M en 2017, mientras que el de Recompensa pasó de los €191M a los €159 (Ziegler et al, 2019).

En la actualidad no hay una legislación europea propia para el Crowdfunding. La Comisión Europea ha decidido, por el momento y ante las diversas legislaciones nacionales, proponer la creación de un pasaporte europeo para plataformas de crowdfunding que posibilite prestar servicios en toda la Unión Europea. Es sin duda un paso adelante e indispensable para la consolidación de un mercado único europeo de crowdfunding.

Este espacio único podría suponer el crecimiento de las grandes plataformas internacionales en detrimento de las locales más pequeñas. Esto es sin duda un riesgo que podría favorecer un gran oligopolio. Un solo mercado donde ciudadanos de cualquier parte de la UE puedan lanzar campañas y/o financiar las mismas supone una gran

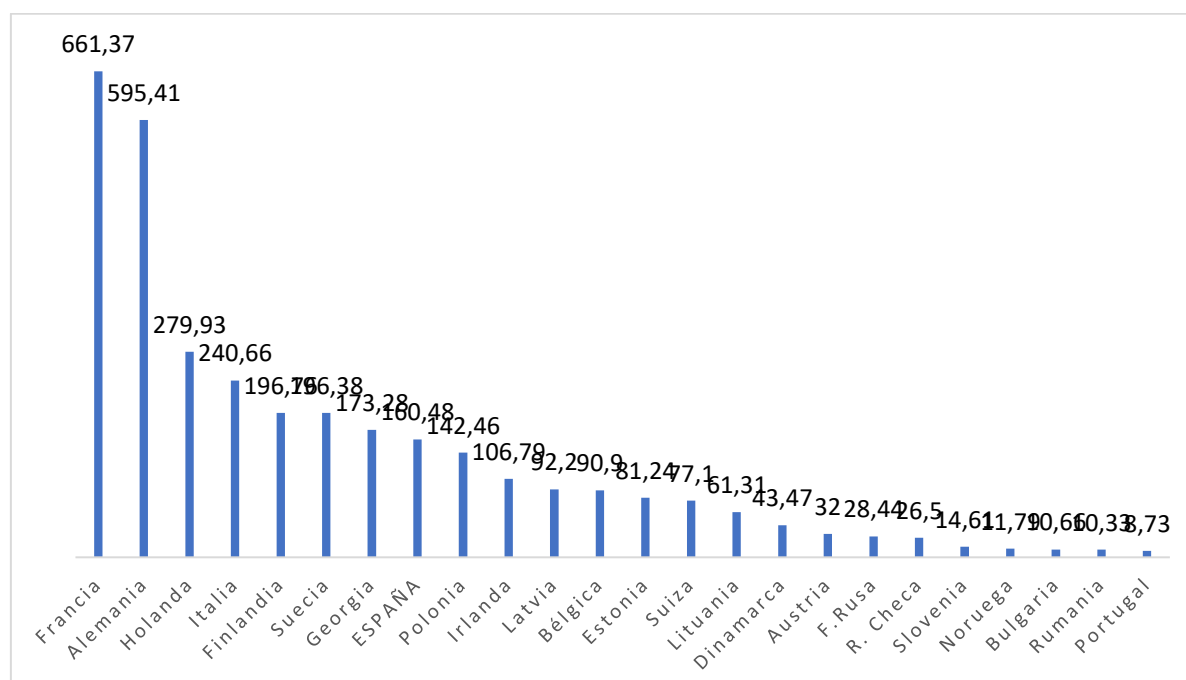
oportunidad para la consolidación de Europa como un actor global líder, pero también es probable que tenga efectos colaterales no queridos.

Sin embargo, veintisiete legislaciones distintas como ocurre en la actualidad, no son tampoco una solución para que los recursos financieros lleguen a los proyectos más profesionales y exitosos, y por tanto aumente la eficacia y eficiencia de este sector tan necesario en Europa (Ramos y González, 2020)

- España en el contexto europeo

Los datos aquí aportados pertenecen al año 2018, que es cuando aparece el informe internacional sobre el que basamos nuestro análisis. Como podemos ver en la siguiente tabla la posición de España no corresponde al peso económico de nuestro país.

Tabla 12: Recaudación en la UE



Fuente: Elaboración propia con datos de Ziegler et al. (2019) (Datos referidos al año 2018)

Dentro de Europa, las cuatro grandes economías muestran distintas trayectorias. Alemania y Francia ocupan posiciones de liderazgo, mientras que Italia y España, si bien se posicionan entre las 10 con mayor recaudación, siguen por debajo de lo que por su PIB se podría esperar.

Como podemos ver en el siguiente gráfico, economías más pequeñas en PIB, como Holanda y Suecia, recaudan más que otras grandes economías como España, Italia o Polonia. De nuevo esta evidencia sugiere un mayor esfuerzo coordinado entre los actores involucrados en este sector tal y como proponemos en las conclusiones de este informe.

5. Conclusiones

Hemos titulado este informe *“El año de la Gran Prueba”* porque pensamos que el año 2020 supone todo un reto para la Financiación Participativa en España, por los efectos que la pandemia ha tenido sobre el sector. Es una prueba porque la caída en la recaudación que sufrió este tipo de financiación en el año 2020 está llena de matices y contra-tendencias que podrían matizar el alcance de la crisis y ser aprovechados para consolidar aún más el sector.

La fuerte caída de -16.8% sufrida en 2020, que rompe un ciclo de 8 años de crecimiento ininterrumpido, podría ser menos nociva si consideramos al menos tres indicadores:

- La recaudación en recompensa y en donación siguen creciendo
- A pesar de ese crecimiento, tanto inversión como préstamo, los sectores más punteros y profesionalizados, siguen siendo líderes, a pesar de la fuerte caída de ambos, especialmente el préstamo.
- Crece significativamente el número de plataformas en un año tan complicado por la pandemia y las restricciones vinculadas a ella.

Esta crisis podría servir para repensar la situación actual del sector y dotarlo de nuevos instrumentos para un posterior crecimiento sostenido. Entre las medidas más urgentes proponemos dotar a todas las plataformas de servicios adicionales de apoyo, tanto a creadores como a inversores, para garantizar un mayor éxito de las campañas.

Difundir de manera creciente esta forma de financiación entre un público cada vez más amplio, especialmente entre creadores e inversores, que vean en las plataformas un instrumento financiero para sus proyectos, especialmente en las primeras etapas de los mismos. La universidad puede ser un primer paso, pero no el único, ya que la difusión debe abarcar también ámbitos más amplios donde se den a conocer principios básicos de finanzas y creación de emprendimientos, gestión de plataformas y campañas,

Sería muy importante vincular también a las administraciones públicas en este empeño, especialmente en el ámbito local, para que participen en el desarrollo y consolidación del sector de al menos tres formas: involucrándose en la financiación de campañas que benefician a su territorio, ofreciendo ventajas fiscales tanto a plataformas como a inversores y consumiendo los bienes y servicios de los proyectos que financian.

Cada vez más instituciones públicas en distintas comunidades autónomas participan en proyecto de co-financiación (matching) apoyando económicamente aquellas campañas que ya han sido financiadas con fondos privados o financiando a las que ya han alcanzado el 90%.

Podría añadirse a forma de complemento, la posibilidad de que estas administraciones, especialmente los ayuntamientos, creasen sus propias campañas en plataformas verticales para desarrollar planes que la actual crisis ha dejado sin financiación y que sean vitales para el desarrollo de estos pueblos.

El carácter transparente que ofrece la Financiación Participativa, en tanto que los participantes en una campaña saben en todo momento cuanto se ha recaudado, en cuanto tiempo, por cuantos participantes, hace muy transparente esta forma de financiación y ayudaría a hacer más transparente el gasto público.

Otro elemento de consolidación tiene que ver con la capacidad de las plataformas de atraer nuevos perfiles de creadores e inversores, no únicamente en su primera etapa de crecimiento, sino empresas con mayor envergadura y objetivos más ambiciones. Lo que más valoran estos creadores es la relación directa con creadores e inversores, la rapidez de la inversión, las atractivas rentabilidades, la posibilidad de decidir directamente dónde invertir, compartir valores con los proyectos financiados, el asesoramiento que reciben por parte de la plataforma y la distribución y disminución de riesgos, entre otros.

La Financiación participativa sigue siendo un instrumento muy útil en momentos de crisis, derivando ahorro e inversión a sectores que pueden ser decisivos en un futuro cercano. Sin bien la crisis es ya un obstáculo para futuros aumentos de la recaudación también podría suponer un revulsivo. Especialmente, si es capaz de financiar nuevos emprendimientos que den una respuesta eficiente a los retos económicos, sociales y ambientales a los que nos enfrentamos.

En 2019 había 50 plataformas activas, igual que en los últimos cinco años, lo que nos sugería que se había alcanzado de un cierto nivel de equilibrio en este sector financiero, en tanto que lo recaudado no permitía al sector contar con más de 50 plataformas. Sin embargo, a pesar de la caída de la recaudación, en 2020 hubo un crecimiento muy significativo de plataformas hasta alcanzar las 59. Este es el mayor número nunca antes alcanzado y vuelve a matizar la verdadera dimensión de la crisis.

La experiencia de los últimos años sugiere que la creación de plataformas ha seguido más bien un proceso de consolidación, en torno a las 50 plataformas a lo largo del periodo analizado, que de crecimiento de las mismas. El año 2020 abre un importante interrogante respecto a la posibilidad de una nueva etapa donde las plataformas activas podrían incrementarse, pero no está muy claro si podrán consolidarse con este nivel de recaudación.

La consolidación de un número creciente de plataformas depende en gran medida de la recaudación obtenida, y la caída en la recaudación del pasado año dibuja una situación

complicada para el sector. Si pensamos que una plataforma se lleva el 5% de lo recaudado en cada campaña, y que las plataformas más consolidadas absorben más del 60% de la recaudación en su ámbito, esto significa que hay muy poco a repartir entre el resto y que su supervivencia podría peligrar.

Por último, los tipos de plataforma en ocasiones se fusionan entre sí combinando las características de cada uno. Este proceso es muy interesante porque nos da idea de cómo podrían evolucionar las plataformas en el futuro. Este motivo explica la existencia de nuevas plataformas de préstamo, inmobiliario o la potencial aparición de otras plataformas que combinen el resto de tipos de crowdfunding en el futuro. Un ejemplo de ello, ha sido la funcionalidad de algunas plataformas de recompensas de permitir las donaciones de sus mecenas, combinando así recompensas y donaciones en una misma plataforma. En este informe, se identifica cada plataforma con un único tipo, de cara a simplificar la explotación de los datos recabados.

Apuntes Finales

A pesar de la crisis, las principales virtudes y potencialidades de la Financiación Participativa se siguen manteniendo:

- Permite invertir directamente en proyectos de nuestro interés.
- Es una forma rápida, fácil y segura de invertir, prestar, comprar o donar.
- La rentabilidad es superior a otras opciones de inversión.
- Permite Invertir acorde con los valores de los aportantes.
- Garantiza asesoramiento por parte de expertos cada vez mayor.
- Cada vez existe mayor conocimiento de esta opción por parte de profesionales de las finanzas en general.
- Se empieza a ofrecer como producto para los inversores clásicos.
- Bancos, capital riesgo, *business angels* e inversores particulares comienzan a apostar por estas opciones.
- Permite fácilmente, distribuir el riesgo del dinero invertido.

Aunque sigue habiendo una alta rotación, el número de plataformas activas se mantiene en torno a 50 en los últimos años lo que da idea de un cierto límite que no cambiará sustancialmente hasta que el volumen de recaudación crezca exponencialmente durante un periodo prolongado de tiempo. Sólo así será posible consolidar las plataformas actuales y dar cabida a nuevas plataformas con estructuras más eficientes y creativas.

La financiación participativa es un motor de desarrollo económico y social. La mayoría de la recaudación financia empresas locales que favorecen el crecimiento y la riqueza local. El sector empresarial es consciente de la potencialidad y ventajas de esta forma de financiación, especialmente:

- Diversificación de las vías de financiación
- Captación de nuevos clientes
- Empoderamiento de los usuarios
- Rapidez en la recepción de dinero
- Dinero más barato
- Ahorro de tiempo y recursos.

Pero el sector también se enfrenta hoy a una serie de desafíos importantes tales como posibles fraudes vinculados a:

- Los retrasos en el cumplimiento de las obligaciones que establecen emprendedores y financiadores.
- Posible sobrevaloración de algunos proyectos de inversión por la falta de comunicación entre emprendedores e inversores.
- Falta de conocimiento sobre códigos de buenas prácticas.
- Mayor énfasis por parte de todos los actores en mitigar riesgos y posibles conflictos de interés de inversores que utilicen información privada del proyecto en su propio beneficio.
- La limitada capacidad de la plataforma para mediar en los conflictos entre emprendedores y financiadores y otros problemas de comunicación post-recaudación entre las partes interesadas.
- Una legislación menos restrictiva que incentive el desarrollo de este sector con importantes repercusiones en el crecimiento económico y la creación de empleo.
- Mayor seguimiento de los proyectos financiados para comprobar su sostenibilidad.
- La incierta sostenibilidad de las propias plataformas que requiere un mayor esfuerzo por parte de todos los actores involucrados para animar el desarrollo de nuevos modelos de negocio. Este año 2019 vimos como Arboribus y Loanbook cerraban, por diferentes causas. En nuevos mercados, son habituales

adaptaciones, cierres y nuevas aperturas con nuevos modelos de negocios y visiones.

- El crowdfunding de donaciones continúa con un gran crecimiento, seguramente, a raíz del Covid-19 veremos cómo en 2020 este tipo de Crowdfunding es el que más crece, al obligar a muchas entidades sin ánimo de lucro a digitalizar su recaudación de fondos.
- El ámbito universitario sigue avanzando poco a poco hacia la aportación de herramientas (plataformas y conocimiento) para que alumnos, profesores, investigadores, puedan aprovechar el Crowdfunding como opción para financiar y dar a conocer proyectos, un gran ejemplo es la Universidad de Alicante <https://uacrowd.ua.es/>
- La verticalización del Crowdfunding mediante la generación de plataformas cada vez más pequeñas pero sectoriales y especializadas es una tendencia que no dejará de crecer en todos los ámbitos. Un ejemplo es la plataforma de <https://crowdfunding.hispanianostra.org/> especializada exclusivamente en campañas dirigidas a proteger y mantener el patrimonio cultural en España, promovida por la Fundación Hispania Nostra. En apenas un año ha recaudado más de 120.000€ para 7 proyectos centrados en patrimonio (rehabilitación de retablos, tejados de iglesias...) siendo los promotores pequeños pueblos con mucha carga emocional y cultural. Existen miles de fundaciones en nuestro país, así como entidades sin ánimo de lucro en general, que tienen una gran oportunidad en el Crowdfunding.
- Profesionalización. Queda un largo recorrido, pero es imprescindible que el sector en España e Iberoamérica avance en la profesionalización de sus miembros, algo que se complementa con acciones formativa cada vez más completas y habituales, no solo con cursos o formaciones puntuales sino con propuestas dentro del ámbito universitario que conlleven un aumento importante en los conocimientos de los profesionales del sector.
- Pasaporte europeo de las plataformas. Ya se ha implementado el llamado pasaporte europeo, algo similar a lo que se recomendó por parte de los representantes del sector en el grupo de stakeholders que creó la Comisión Europea de 2014 a 2017. Con este “pasaporte” las plataformas de equity y Crowdlending de un país de la Unión Europea podrán operar en otro país de la Unión.

6. Apéndice: Conceptos Básicos

6.1. ¿Qué es la Financiación Participativa?

Una primera aproximación a este fenómeno financiero tiene que ver con su novedad y su vinculación a las TICS que le otorgan una creciente importancia como fórmula de financiación.

Wikipedia la define como “Cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones”.

Una definición más elaborada vendría a decir que la Financiación Participativa es “una forma alternativa de financiación e intercambio, capaz de unir a través de Internet a los que buscan financiación y aquellos que buscan invertir, prestar, comprar o donar. Los creadores y emprendedores pueden hacer uso de las plataformas de financiación para ampliar el número de posibles financiadores de su proyecto, pero también para testar su producto y aprovechar las ventajas de la comunidad y la proximidad” (Ramos & Gonzalez, 2015)⁶

Más allá de especificidades, la mayoría de las definiciones coinciden en los siguientes elementos:

- Es una forma económica y eficiente de acceder al capital, especialmente para aquellos proyectos con problemas de acceso a los canales tradicionales de financiación.
- Reduce el riesgo de inversión y proporciona métodos de financiación adaptados a una amplia variedad de proyectos y emprendimientos, lo que hace a la Financiación Participativa un método de financiamiento cada vez más atractivo en estos momentos de crisis financiera.
- Permite evitar los intermediarios financieros tradicionales y los costes asociados a estas prácticas.
- Explota las ventajas de las redes sociales, las pre-ventas, las investigaciones de mercados y productos, el boca a boca para llegar a un número creciente de potenciales financiadores en poco tiempo.

- Atrae a un nuevo perfil de financiador, poco familiarizado con fórmulas de inversión tradicionales y, a la vez, es cada vez más atractivo para inversores tradicionales.
 - Para los nuevos inversores, la Financiación Participativa va más allá de la rentabilidad, el beneficio o la adquisición de un producto. Atrae también su interés emocional, estableciendo canales de identificación con los valores y propósitos fundamentales de una plataforma o de un proyecto específico.
 - Para ambos, nuevos y tradicionales, la Financiación Participativa fomenta una relación distinta entre promotores y financiadores. En muchos casos los financiadores no se limitan a aportar capital, sino que de forma más proactiva se involucran en el proyecto aportando ideas y experiencias que mejoran la calidad y el atractivo del mismo, se convierten en difusores y comunicadores del proyecto y por supuesto en consumidores del mismo.
 - Esto rompe los roles tradicionales que financiadores, productores, distribuidores y consumidores han jugado hasta la fecha y aparecen nuevas fórmulas mixtas que inciden tanto en la mejora de la eficiencia como en la participación
 - Se trata de activar lo que Surowiecki (2004) denomina la Inteligencia Social (*Wisdom of the Crowd*) quien sugiere que la participación de un número creciente de personas en un proyecto concreto mejora la eficiencia del mismo y su atractivo como proyecto participativo.
 - Esta nueva racionalidad económica está generando una manera particular y muy idiosincrática de gestión y manejo de las plataformas y de las campañas que se lanzan en las mismas. Cada vez hay más consenso respecto a las ventajas de reforzar prácticas de eficiencia económica y participación democrática en lo que se ha dado en llamar “Eficiencracia” (Ramos, 2014, 2017 y 2018)⁷.

7

“Crowdfunding and the Role of Managers in Ensuring the Sustainability of Crowdfunding Companies” (2014). JRC Scientific and Technical Reports. IPTS European Commission.

Ramos, J. (2017) “Innovación Social en la UE” in REUS. Universidad de la Rioja, nº 15, Diciembre 2017

Ramos, J. (2018) “Social Innovation or Social Innovations? Redefining and typifying a catchy concept”. 10th International Social Innovation Research Conference (ISRIC), 5-7 September 2018, Heidelberg- Germany

6.2. Tipos de Plataformas

Hoy en día, la financiación colectiva tiene varias vertientes por lo que es necesaria una aclaración de cuantos tipos de crowdfunding existen. De forma genérica hablaremos de crowdfunding de recompensas, de préstamos, de donaciones y de inversiones.

a) Recompensas

Por el momento es el más conocido, centrado en lo que podríamos considerar la pre-venta de algo, un libro, un casco, un disco, una entrada, un producto, servicio, etc. Un mecenas aporta una cantidad económica y, a cambio, siempre recibe algo, aunque solo sean las gracias, pese a que en la mayor parte de las ocasiones son productos o servicios.

Es importante tener presente que, como cualquier producto o servicio, está sujeto a impuestos, el más importante es el IVA. Los promotores han de tener muy presente todo lo relativo a impuestos, y como mecenas conocerlo.

Las personas que aportan y reciben algo a cambio son denominados mecenas o micromecenas.

b) Préstamos

Se produce cuando una persona solicita una cantidad económica y remite la información a un portal especializado en préstamos financiados por la multitud, plataforma de [crowdlending](#). Éste portal suele hacer un estudio sobre la viabilidad del usuario y le asigna niveles de riesgo, indicando también el interés que tendrá que pagar por el dinero obtenido si finalmente alcanza el objetivo. En otras ocasiones el propio prestamista determina el interés al que le prestará el dinero. También se conoce como crowdlending.

Posteriormente se cuelga la solicitud en el portal y los prestamistas deciden si prestan dinero (al tipo de interés previamente expuesto por la plataforma o ellos mismos) y qué cantidad. Si el prestatario recibe lo que ha pedido, mensualmente o a la finalización del contrato devolverá el dinero más los intereses, que serán ingresados proporcionalmente en la cuenta de cada uno de los prestamistas.

Las personas que entregan dinero a cambio de un tipo de interés son [prestamistas](#).

c) Donaciones

Utilizado principalmente por organizaciones sin ánimo de lucro, supone la donación que se ha realizado a éste tipo de proyectos desde siempre, pero en éste caso con Internet como base, y con difusión principal por redes sociales. El punto diferencial con respecto

a otros tipos de crowdfunding es que en éste caso el donante no recibe nada material en forma de pre-venta, simplemente la satisfacción de haber apoyado un proyecto que era de su interés, y como mucho información sobre la evolución del proyecto o algún detalle como chapas, camisetas, visitas... que no se venderá posteriormente y/o tiene fin lucrativo como si fuera una venta anticipada de algo (producto o servicio).

Las cuantías donadas las determina directamente el donante en cada caso, pueden ir desde 1€ hasta miles de euros. Algunas plataformas entregan “recompensas” por una aportación concreta de dinero, pero realmente lo que se está haciendo es una donación.

Es interesante saber que si el promotor está catalogado como “Organización de interés general”, ya que en este caso el donante se puede acoger a una desgravación fiscal. Hemos de fijarnos bien si en la plataforma o en el proyecto nos indican esa ventaja.

Las personas que donan las denominamos **donantes**.

d) Inversión

Con un crecimiento imparable en todo el mundo, pero limitado por las diversas legislaciones, se trata de que una persona que necesita financiación para un proyecto, en general emprendedor con un proyecto validado, clientes o facturando, ofrece participaciones a las personas que le quieran apoyar, a cambio de su dinero. Sería como tener acciones de esa empresa (muchas *startups*) desde muy poco dinero (el promotor pone el valor de las participaciones) y de esta forma no solo se puede apoyar un proyecto que nos interesa, sino ganar dinero en el futuro si ese proyecto tiene éxito.

En algunas plataformas ya se pueden adquirir participaciones por 10€. Esta opción de financiación de empresas u organizaciones, desde la propiedad de la misma, supone una democratización de la propiedad, y la posibilidad de apoderar mucho más a los ciudadanos.

También denominado **equity crowdfunding**, las personas que adquieren participaciones se denominan **inversores**.

A grandes rasgos éstos con los cuatro tipos de financiación colectiva más habituales, pese a lo cual, y teniendo en cuenta la rapidez con la que se producen los cambios en la actualidad, seguramente ya se están generando nuevas opciones.

NOTA: El crowdfunding inmobiliario, dependiendo de los estudios, se incluye dentro del crowdfunding de inversión (equity crowdfunding) o de forma independiente.

e) Inmobiliario

Con solo un año realizando operaciones en España, ha conseguido que su plataforma principal sea la líder en recaudación. En otros países como EEUU su crecimiento es

elevado, teniendo en cuenta que se trata de campañas donde los proyectos son de cuantías elevadas. Recordemos que, en España, el límite que puede recaudar un promotor a través de inversores no acreditados es de 2.000.000€ o 5.000.000€ de inversores acreditados. En esta primera etapa del crowdfunding inmobiliario se han lanzado proyectos de adquisición de viviendas o locales, pero ya existen proyectos de promociones enteras que buscan financiación vía crowdfunding, y que superan los límites anteriormente marcados.

La Comisión Nacional del Mercado de Valores y el Banco de España están viendo dificultades para certificar a algunas de estas plataformas a causa de sus especificidades. Sin duda, su crecimiento en un país como España será grande.

7. Notas de interés

Datos

Este estudio y los datos indicados no se consideran cerrados, puesto que puede darse el caso de que determinadas plataformas no hayan aportados datos o no se hayan podido conseguir por ninguna de las vías utilizadas.

Por ello, esta recopilación de datos está abierta a la recepción de nueva información que la complete.

Son datos, en algunos casos, aproximados, que en ningún caso pueden hacer variar tendencias o valoraciones generales.

Si alguna plataforma quiere aportar nuevos datos o modificar los existentes debe contactar con info@universocrowdfunding.com

Descárgate todos los datos en: <http://www.universocrowdfunding.com>

Comisión europea

[Ángel Gonzalez](#) y [Universo Crowdfunding](#), quien participó como miembro activo del grupo de 25 expertos que asesoraron a la Comisión Europea en Crowdfunding durante el periodo 2014-2017, hacen llegar los datos que se recopilen en el presente estudio a la Comisión Europea, con el objetivo de facilitar decisiones que promuevan un sector creciente, fuerte y dinámico en la Unión Europea.

Derechos de propiedad intelectual

La utilización del presente informe de forma total o parcial, así como los datos que se incluyen de forma total o parcial, requiere hacer siempre referencia a [Universo Crowdfunding](#) como entidad promotora (info@universocrowdfunding.com)

8. Autores

Ángel González

Universo Crowdfunding <https://www.linkedin.com/in/angelgonzalezromero/>

Miembro del grupo de 25 expertos de alto nivel seleccionados para asesorar directamente a la Comisión Europea sobre el potencial del Crowdfunding para Europa, con el fin de legislar y promover esta opción de financiación alternativa. Siendo el único español del grupo. Former member of European Crowdfunding Stakeholder Forum (ESCF) at European Commission (2014-2017).

Fundador de [Universo Crowdfunding](#), la consultora especializada íntegramente en crowdfunding, con servicios de asesoramiento, consultoría, formación y portal informativo donde existen más de 400 artículos sobre crowdfunding.

Fundador de [Crowdants.com](#) el generador de plataforma de crowdfunding sin conocimientos técnicos, fáciles y rápidos, para que cada comunidad pueda disponer de su propia plataforma autónoma, flexible e independiente.

Javier Ramos.

Director de Investigación en la Facultad de Económicas y Administración (Universidad de la República- Uruguay) y Profesor Colaborador en Master de Economía Territorial- Facultad de CC Económicas- Universidad de Jaén

<https://www.linkedin.com/in/javier-ramos-diaz-ab8ba919/>

correo: javiflexi@gmail.com; javier.ramos@ccee.edu.uy

Doctor en Ciencias Sociales por el Instituto Universitario Europeo de Florencia. En la actualidad es profesor en la Facultad de Económicas de la Universidad de la República (UDELAR) Uruguay. Ha sido profesor en universidades y centros de investigación españoles y extranjeros como la Universitat Pompeu Fabra, University of Geneva, German Development Institute- Bonn, Universidad Mayor de San Andrés-Bolivia o Universidad Complutense de Madrid

Ha combinado el desarrollo de su actividad académica con una importante experiencia institucional como Consejero Diplomático en el Ministerio de Trabajo e Inmigración (marzo 2009- enero 2011) y como Consejero en la Presidencia del Parlamento Europeo (2005-2007). Sus temas de interés profesional tienen que ver con los nuevos modelos de emprendimiento y las nuevas formas de Financiación, la Innovación Social, la Economía circular y digital, los nuevos espacios de co-creación y co-working, la Política Económica de la Globalización y la UE, las Estrategia Europeas de Competitividad y Crecimiento (Estrategia de Lisboa, Europa-2020).