

Financiación Participativa (Crowdfunding) en España 2022

**Un Mercado cada vez más sólido y
profesionalizado**

Informe Anual

Gracias al apoyo de:



 **Universidad
Camilo José Cela**

1. Promotores y colaboradores

Autores

Ángel González-Universo Crowdfunding

angel@universocrowdfunding.com

Javier Ramos- Profesor en los grados de Emprendimiento en la Universidad Camilo José Cela

luisjavier.ramos@ucjc.edu

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.



La Facultad de Ciencia y Tecnología y los grados de “Emprendimiento y Tecnología” y “Emprendimiento y Gestión de Empresas” apoyan activamente la elaboración de este informe, dada la importancia que esta forma de financiación tiene para el emprendimiento en general, especialmente en sus primeras etapas. Más información en:

[Universidad Camilo José Cela | Universidad privada en Madrid \(ucjc.edu\)](http://www.ucjc.edu)

[Estudiar Grado Empresa y Tecnología en Madrid | UCJC](#)

[Grado Emprendimiento y Gestión de Empresas en Madrid | UCJC](#)

2. Objetivo del Informe

El presente trabajo, promovido y coordinado por la consultora Universo Crowdfunding, y la Universidad Camilo José Cela, 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 2022

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 2022.

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,.

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
- Inmobiliario

3. Introducción

El año 2022 marca un hito significativo en el ámbito de la Financiación Participativa en España, impulsado por varios factores de relevancia. Destacando entre ellos, el aumento de la recaudación en comparación con años anteriores que ha establecido un nuevo récord en toda la serie histórica de análisis. Aunque ya se observaba un aumento continuo en la recaudación desde 2017, con la excepción de 2020, el crecimiento de este año es especialmente notable, superando los 80 millones de euros.

Este aumento sustancial confirma la idea de que la caída en la recaudación durante 2020 fue más un resultado de la coyuntura creada por la pandemia de la Covid-19 que una señal de declive estructural en el sector español. La continuación del aumento en la recaudación durante 2021 y 2022 subraya la tendencia positiva que se traduce en el título de este informe: "Un mercado cada vez más sólido y profesionalizado".

Estas afirmaciones están respaldadas por datos concretos que señalan una creciente consolidación y profesionalización en el sector. El récord de recaudación sugiere un creciente interés tanto de emprendedores como de inversores, lo que fortalece su profesionalización. Esta tendencia se ve reforzada por la convergencia entre el número de campañas financiadas y el promedio de recaudación por campaña, indicando una mayor selectividad por parte de las plataformas y una mayor confianza por parte de los inversores.

Si bien estos resultados son alentadores, es importante señalar que una parte sustancial del crecimiento proviene de las plataformas inmobiliarias, que representaron cerca de la mitad de la recaudación total en 2022. A pesar de ello, estas plataformas han demostrado una creciente competitividad al ofrecer oportunidades de negocio más atractivas y diversas, combinando inversiones y préstamos para aumentar las opciones disponibles para los inversores.

Estos acontecimientos permiten adoptar una perspectiva optimista hacia el futuro de este sector en España. Su evolución se perfila como un mercado en constante crecimiento, con un amplio potencial para continuar expandiéndose y consolidándose. Sin embargo, es crucial reconocer que, a pesar de estas perspectivas positivas, España aún se encuentra por debajo de su potencial en relación con su tamaño económico. Con una recaudación ligeramente superior a los 300 millones de euros en 2022, el país sigue rezagado en comparación con economías similares como las de Francia, Alemania e Italia.

Este retraso puede explicarse en parte por la necesidad de mejorar la educación financiera y empresarial en la población. El cambio de mentalidad hacia formas de financiamiento más innovadoras también debe ser fomentado, ya que la tendencia a buscar financiamiento de manera tradicional sigue siendo prevalente. Además, a pesar del creciente conocimiento sobre la financiación participativa, su adopción activa y recurrente aún es limitada.

Desde el año 2020, España ha adoptado una legislación europea compartida con otras potencias económicas, impulsando una mayor convergencia normativa. Después de dos años de implementación, es posible ofrecer una evaluación preliminar, aunque aún de carácter general. Para obtener una comprensión más significativa de los efectos específicos, será necesario esperar a la consolidación de su aplicación. Desde esta perspectiva general, es posible identificar aspectos positivos y negativos, analizados con mayor énfasis en el contexto español.

Entre los aspectos positivos de esta normativa se destacan: i) La protección del inversor minorista, ii) la ampliación de la transparencia y la especificación de reglas de conducta claras, iii) la creación de un marco único y uniforme en todo el espacio de la Unión Europea.

No obstante, también se pueden identificar elementos potencialmente negativos, como: i) La presencia de una burocracia excesiva y una tendencia a la burocratización, ii) el impacto desigual de la financiación en diversos sectores empresariales, especialmente en las startups, iii) la limitada flexibilidad de la normativa para adaptarse a cambios actuales y futuros, iv) los desafíos en la adaptación a las realidades nacionales de cada economía.

Un aspecto clave para el desarrollo es la cuestión del patrocinio, donde el respaldo de entidades tanto privadas como públicas se vuelve cada vez más imperativo. Desde los gobiernos municipales hasta la Comisión Europea, pasando por los gobiernos autonómicos y nacionales, su participación en la financiación de campañas consideradas valiosas en sus respectivos ámbitos de actuación sigue siendo de vital importancia para impulsar el avance del sector

El sector aún tiene margen para consolidar factores que impulsen su madurez y profesionalización. Superar la barrera de los 1000 millones de euros es un objetivo factible y clave, pero también lo es fortalecer la evaluación de proyectos, la calidad y viabilidad de estos, y su rentabilidad potencial. Aunque variables como la regulación, la penetración digital y el tamaño del mercado no parecen ser un obstáculo en España, seguir fortaleciendo estos aspectos contribuirá a normalizar aún más el uso de la financiación participativa.

En resumen, el año 2022 se destaca como un período crucial para la Financiación Participativa en España, con un aumento récord en la recaudación que señala una mayor consolidación y profesionalización del sector. Aunque existen desafíos por abordar, el panorama se presenta optimista y con el potencial de seguir creciendo y consolidándose en el futuro. Un elemento esencial de esta consolidación tendrá que ver con factores como la promoción y la participación activa de instituciones públicas y privadas, si bien, el factor decisivo seguirá siendo el impulso emprendedor y la capacidad de nuestros inversores para seguir apoyando proyectos empresariales.

En lo que sigue, desarrollamos estos puntos en profundidad y aportamos toda la evidencia empírica que hemos ido recopilando. Dado que este informe se publica de manera anual desde el año 2016, tenemos suficientes datos para identificar aquellos patrones que van configurando la realidad de este sector en España.

4. Resumen Ejecutivo

El año pasado, el sector de Financiación Participativa en España logró una recaudación de **300.966.947 €**, mostrando un incremento del **34,37%** en comparación con el año 2021, cuando se alcanzaron 219.132.820 €. Este aumento de **81.834.127 €** representa la mayor subida anual desde 2015 y consolida la recuperación tras la disminución de la recaudación en 2020.

Dentro de las categorías, las *plataformas inmobiliarias* lideraron la recaudación con **136.573.394 €**, representando un incremento notable del **113,03%** respecto al año previo y constituyendo el 45,38% del total recaudado. Esto resalta la creciente fortaleza de estas plataformas, que han asumido la vanguardia en términos de recaudación en España.

Las *plataformas de inversión* siguen fuertes, logrando una recaudación de 77 millones de euros, equivalente al 28,3% del total recaudado y un incremento del 24,38% en comparación con 2021. Les siguieron las plataformas de donación (33M), préstamo (28M) y recompensa (24M).

Cabe señalar que las *plataformas de préstamo* (-19,72%) y *recompensa* (-3,51%) experimentaron una disminución en su recaudación respecto al año anterior. Esto destaca las dificultades que enfrentan estas plataformas para establecerse y mantener un crecimiento sólido.

Esta reducción no debe subestimarse, ya que, en el caso de los préstamos, las condiciones económicas globales, marcadas por presiones inflacionarias y aumentos en las tasas de interés para controlar la inflación, están actuando en contra de este tipo de préstamos.

En relación con las plataformas de recompensa, su notable disminución en la recaudación, a pesar del crecimiento general en el sector, subraya la necesidad de reevaluar el modelo de negocio y funcionamiento de algunas de estas plataformas.

No sorprende que la plataforma inmobiliaria Urbanitae lidere la recaudación en España con **80M€**, seguida por plataformas de inversión como Crowdcube (**20,5M**) y Segoventure (**17,9M**). Estas tres plataformas concentran 119M de los 300M recaudados, lo que subraya su importancia.

Sin embargo, esta creciente concentración en la recaudación plantea un problema importante en el sector. Si tan solo tres de las cuarenta y tres plataformas existentes acumulan el 40% de la recaudación, es posible que el resto enfrente desafíos de sostenibilidad a corto y mediano plazo.

La cantidad de plataformas no es un dato independiente de la recaudación. Dada la situación actual, podríamos inferir que si los fondos se distribuyeran equitativamente entre todas las plataformas activas (aunque esto no sea el caso), cada una recaudaría alrededor de 6,5 millones de euros. Dado que las plataformas retienen aproximadamente un 5% de comisión, la cantidad neta sería de 348.838 € por plataforma, lo cual no sería suficiente para su sostenibilidad.

La realidad es diferente, ya que tres plataformas recaudan una parte significativa, lo que les permite ser rentables. Sin embargo, esta situación sugiere que muchas de las demás luchan por sobrevivir.

En términos de empleo, en 2022, la financiación participativa creó más puestos de trabajo que en el año anterior, tanto directos como indirectos. Calculamos un rango de entre 6000 y 30.000 empleos en función del umbral de medición utilizado. Además, se

estima que cada plataforma tiene alrededor de 6 empleados, lo que implica que unas 300 personas trabajan en las plataformas en la actualidad.

En este contexto, esta noticia debería ser un argumento clave para promover el sector, especialmente entre personas e instituciones que aún dudan sobre su potencial. Es un momento propicio para reconsiderar las posibilidades y limitaciones actuales y diseñar un plan de reactivación que sitúe a esta modalidad en el centro de la recuperación económica, buscando niveles de recaudación comparables a las economías líderes a nivel mundial.

Adicionalmente, este año se sigue reforzando la profesionalización, evidenciado por la reducción en el número de campañas y el aumento en la recaudación promedio por campaña. En concreto, se lanzaron 9.089 campañas este año, disminuyendo un 26,42% en comparación con las 12.352 campañas de 2021. Sin embargo, la recaudación promedio por campaña casi duplicó su valor, pasando de 17.741 € en 2021 a 33.113 €.

El sector sigue influenciado por el Código de Buenas Prácticas, que está ganando terreno y aceptación entre emprendedores, inversores y ahorradores en el ámbito de la financiación participativa española. Aunque no está exento de problemas como morosidad, fraudes y incumplimientos, estos no son preponderantes en el panorama general según los alcances de este informe.

Todos estos datos ponen de manifiesto que el año 2022 ha significado un gran reto para la Financiación Participativa y que esa prueba se está superando positivamente, lo que condicionará 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.

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 <https://crowdfunding.fundaciontriodos.es/>, promovida por la Fundación Triodos, en donde las personas, asociaciones o clientes en general de Triodos bank pueden lanzar campañas y ser asesoradas para alcanzar sus objetivos. La tendencia a la generación de plataformas verticales, temáticas, sectoriales, de grandes comunidades, es significativa. Herramientas como [Crowdants.com](https://crowdants.com/), una startup española que permite crear tu propia plataforma en pocos minutos, representan un nuevo espacio de diversificación e innovación en la Financiación Participativa.

5. Financiación Participativa en España

5.1. Recaudación

Las plataformas de Financiación Participativa han recaudado **300.966.947€** en España en 2022. Esta cifra representa un aumento del **34,37%** respecto a los de 2021, lo que significa **81.834.127€** millones de euros más que el año anterior. Es la mayor subida desde 2016.

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 800 millones de euros, una cifra muy destacable y significativa que nos situaría en una posición más acorde con el desarrollo económico de nuestro país.

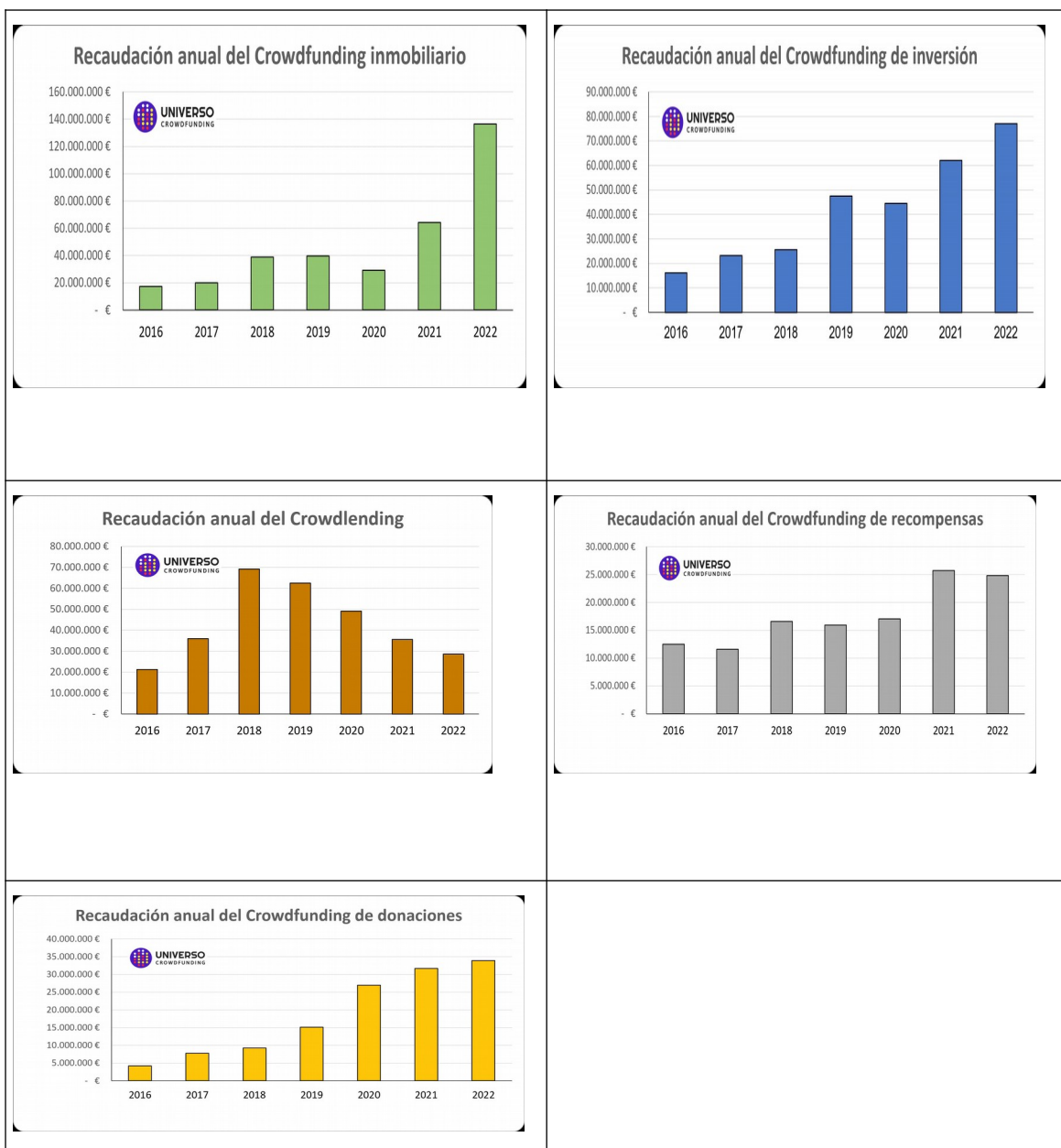
Las *plataformas inmobiliarias y de inversión* se consolidan como las que más recaudan, muy por encima del resto. Entre ambas recaudaron **213.707.569€** (136.573.394€ inmobiliaria y 77.134.175€ inversión) el 60% del total recaudado, lo que pone de manifiesto hacia donde evoluciona la financiación participativa en España.

Estos resultados rompen algunas tendencias. Por primera vez, las *plataformas inmobiliarias* obtienen mayor recaudación que el resto de las plataformas y dan un impulso decisivo a la recaudación en España. La recaudación en inversión sigue creciendo de forma sólida y se afianza como el otro vector sólido de crecimiento del sector.

Tabla 1 Recaudación Total en el periodo 2017-2022



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding



Como podemos observar en la tabla 2, la recaudación de las plataformas de préstamo desciende de forma significativa y continuada desde el año 2018. El pasado año 2022, la recaudación alcanzó los **28.564.177€**, un **-19.72%** menos que el año anterior, lo que marca cuatro años consecutivos de caídas.

Tabla 2. Recaudación Anual por Tipo de Plataforma

¿Por qué y a qué se debe esta caída? La respuesta a esta pregunta no es fácil ya que puede haber más de una única. De hecho, sospechamos que esa caída se debe a un cúmulo de factores, principalmente, cambios en la demanda, cambios en las percepciones de riesgo, cambios en preferencias del consumidor y la propia calidad de los proyectos de préstamos presentados. Mientras tanto, el aumento en la recaudación en otras categorías podría estar influenciado por tendencias y cambios socioeconómicos que favorecen esas categorías en detrimento de otras áreas específicas.

Es evidente que los datos sugieren estos cambios de tendencias. El hecho de que la caída en el préstamo coincida con un aumento muy significativo de la recaudación en inmobiliario tiene que ver con esos cambios en la percepción de riesgos y cambios en la demanda.

Durante los años analizados en este informe, los datos apoyan estas hipótesis de cambios en la percepción del riesgo entre los inversores. Las categorías que experimentaron crecimiento, principalmente el inmobiliario y en menor medida la inversión, podrían haber ofrecido una mayor percepción de seguridad o mejores oportunidades de retorno en relación con las categorías que disminuyeron, principalmente el préstamo.

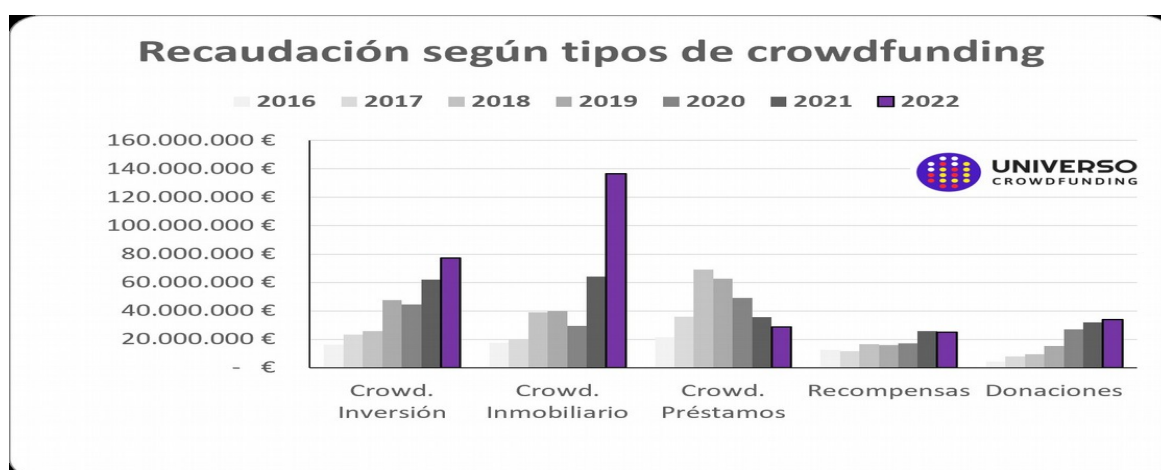
No podemos olvidar el entorno socioeconómico en el que la Financiación Participativa tiene lugar. La guerra de Ucrania y los aumentos generalizados de los precios, principalmente los alimentos y la energía, obligan a los prestatarios a ofertar intereses cada vez más altos para conseguir sus objetivos de recaudación. Esto podría indicar un cambio en la demanda o en las tasas de interés prevalecientes.

Por el contrario, en años anteriores, cuando las tasas de interés en los mercados convencionales eran más bajas, se atrajo un número creciente de préstamos. Los inversores podrían haberse vuelto más cautelosos hacia esta categoría debido a la incertidumbre económica causada por eventos como la pandemia de COVID-19. Esto, unido a la creciente inflación y tipos de interés podría estar jugando contra esta modalidad de financiación y animar a los inversores hacia otras modalidades.

Por primera vez, la recaudación en *plataformas de recompensa* cae ligeramente respecto al año anterior, de los **24.801.080€** recaudados en 2022 a **25.703.801 €** recaudados en 2021 (una caída del **-3.51%**).

Por eso podemos afirmar que esta categoría ha evolucionado de forma distinta al préstamo y por tanto, las incertidumbres a las que se enfrentan son sustancialmente distintas. Desde el año 2016 la recompensa ha mantenido ligeros crecimientos y alguna caída hasta el año 2022. Esto podría sugerir que esta categoría se enfrenta a un reto importante que podría conducir a cambios profundos en sus expectativas de crecimiento y en el modelo de negocio futuros

Tabla 3: Recaudación según tipo de plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Hasta el momento, la mayoría de los usuarios de plataformas de recompensa suelen ser pequeños proyectos, principalmente en el sector artístico cultural. Pero sus potencialidades no se acaban ahí. Como hemos comentado en otros informes

anteriores, cada vez hay más pequeñas empresas que utilizan estas plataformas para probar la aceptación de sus productos o para publicitar sus productos o servicios.

Este será sin duda una fuente de crecimiento de esta categoría que, aunque con modestas recaudaciones aún, puede evolucionar fácilmente hacia modelos más profesionalizados y exitosos. El hecho de que las empresas vean en estas plataformas algo más que una forma de recaudación de fondos, incorporando modelos de preventa y test de aceptación es un pilar fundamental para asegurar la supervivencia exitosa de estas plataformas.

La categoría de donación ha experimentado un crecimiento constante desde el año 2016. Este crecimiento podría ser indicativo de varios factores que han influido en la mayor disposición de las personas a donar a lo largo del tiempo. Algunos de estos factores podrían incluir cambios en la percepción de la caridad y la filantropía, así como eventos significativos que han impulsado la solidaridad y la recaudación de fondos.

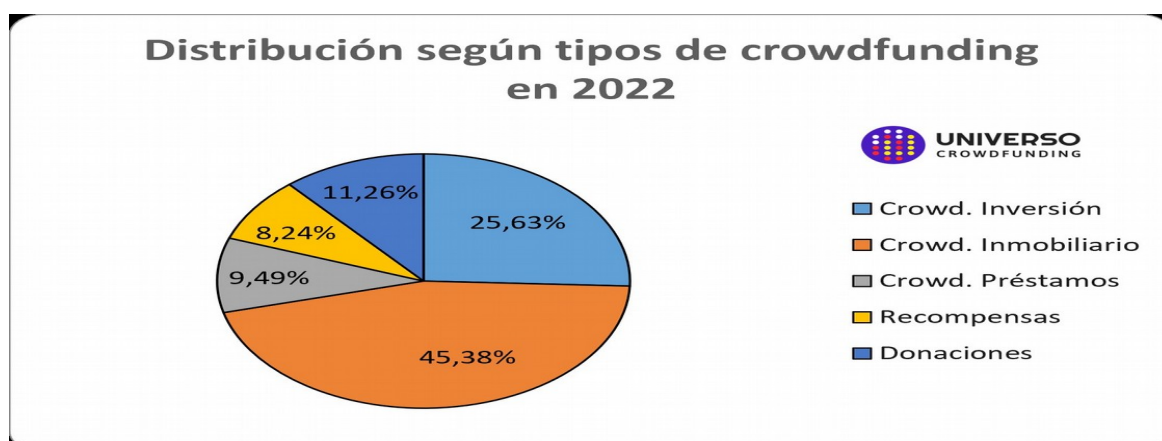
El fuerte efecto de la crisis pandémica global, desencadenada por la propagación del COVID-19, y la crisis en Ucrania en el año 2021, son eventos que pueden haber influido en el aumento de campañas de apoyo y solidaridad. En situaciones de crisis, la necesidad de recursos y apoyo para aquellos que enfrentan dificultades puede aumentar significativamente. Esto podría haber llevado a la creación de un mayor número de campañas de donación para ayudar a individuos, comunidades y regiones afectadas.

Las personas desarrollan una mayor sensibilidad y solidaridad ante hechos como los mencionados. La conciencia de la necesidad de apoyo puede movilizar a las personas a contribuir y participar en campañas de donación. La empatía hacia los afectados por estas crisis puede haber llevado a un aumento en las donaciones, ya que más personas se sintieron motivadas a ayudar en momentos de dificultad y adversidad.

Es destacable que, por primera vez, la recaudación en la categoría de donación ha superado a la categoría de recompensas. Este cambio podría reflejar una mayor confianza en las campañas de donación y un cambio en la mentalidad de los donantes. En comparación con las recompensas, que implican la entrega de productos o servicios específicos a cambio de una donación, las campañas de donación suelen estar más centradas en el impacto social y humanitario.

El aumento de la recaudación en donaciones podría indicar una creciente comprensión y valoración de la filantropía pura, donde los donantes contribuyen con el objetivo de brindar apoyo sin la expectativa de obtener recompensas tangibles. Estos eventos y tendencias reflejan una mayor conciencia de la necesidad de apoyo en momentos difíciles y un aumento en la participación y confianza en las campañas de donación como vehículo para generar un impacto positivo en la sociedad.

Tabla 4: Distribución porcentual-anual por tipo de plataforma



5.2. Recaudación Acumulada (2016-2022).

En este apartado se analiza la evolución de la recaudación a través de distintos modelos de crowdfunding en España durante el periodo comprendido entre los años 2016-2022, si bien, utilizaremos información anterior advirtiendo que son datos no elaborados por nosotros, sino recogidos de otras fuentes. La idea es intentar medir el verdadero impacto de la Financiación Participativa en las distintas categorías en las que hemos dividido la recaudación.

Según este análisis, durante los diez años analizados, la industria del crowdfunding en España experimentó una marcada variabilidad en los volúmenes de recaudación en las distintas categorías. El modelo de financiamiento a través de la Inversión e Inmobiliario destacaron por su crecimiento significativo, mientras que Préstamos, Recompensas y Donaciones tuvieron fluctuaciones en sus cifras. El análisis a continuación proporciona una visión detallada de los datos.

Análisis por Categorías:

1. Inversión: Desde 2015, la recaudación creció un 167,14%. Esto indica un crecimiento sostenido y un aumento en la confianza de los inversores en proyectos financiados a través de la inversión participativa.
2. Inmobiliario: Esta categoría experimentó el crecimiento más significativo, con un aumento del 113,03% en 2022 y un 582.81% acumulado. Pero la variación en las cifras puede deberse a la dinámica cambiante del mercado inmobiliario y las oportunidades de inversión en este sector.
3. Préstamos: Aunque hubo fluctuaciones en la recaudación a lo largo de los años, la categoría de Préstamos mostró una tendencia general a la baja desde 2018, a pesar de lo cual, la recaudación en esta categoría experimentó un aumento del 110,57% desde 2015.
4. Recompensas: Esta categoría mostró una variabilidad moderada en su recaudación, con una disminución del 3,51% en 2022, alcanzando un total de 24.801.080 €. Sin embargo, desde 2015, la recaudación creció sólo un 8,10%.
5. Donaciones: La categoría de Donaciones tuvo un crecimiento continuo, con un aumento del 6,84% en 2022, alcanzando una recaudación de 33.894.121 €. Desde 2015, la recaudación en esta categoría experimentó un incremento del 92,73%.

Todos estos datos sugieren que la recaudación acumulada de crowdfunding en España demuestra un crecimiento significativo y muy importante.

La recaudación total en el periodo analizado 2016-22 asciende a **1.197.592.272€**. Una cantidad importante y significativa, que sin embargo no debería ser el resultado siete años de recaudación, sino de un solo año. Este es el gran reto de este sector, esto es, multiplicar por diez lo que recaudamos en la actualidad

Esto representa un aumento impresionante del **1662,07%** en una década. Un crecimiento sostenido que refleja la evolución y la aceptación cada vez mayor de las plataformas de crowdfunding en el panorama financiero español, pero de nuevo un crecimiento insuficiente.

Crecimientos acumulados en el periodo 2016-2022

Crowd. Inversión: **1168.57%** (de 6,018,964 € a 77,134,175 €).

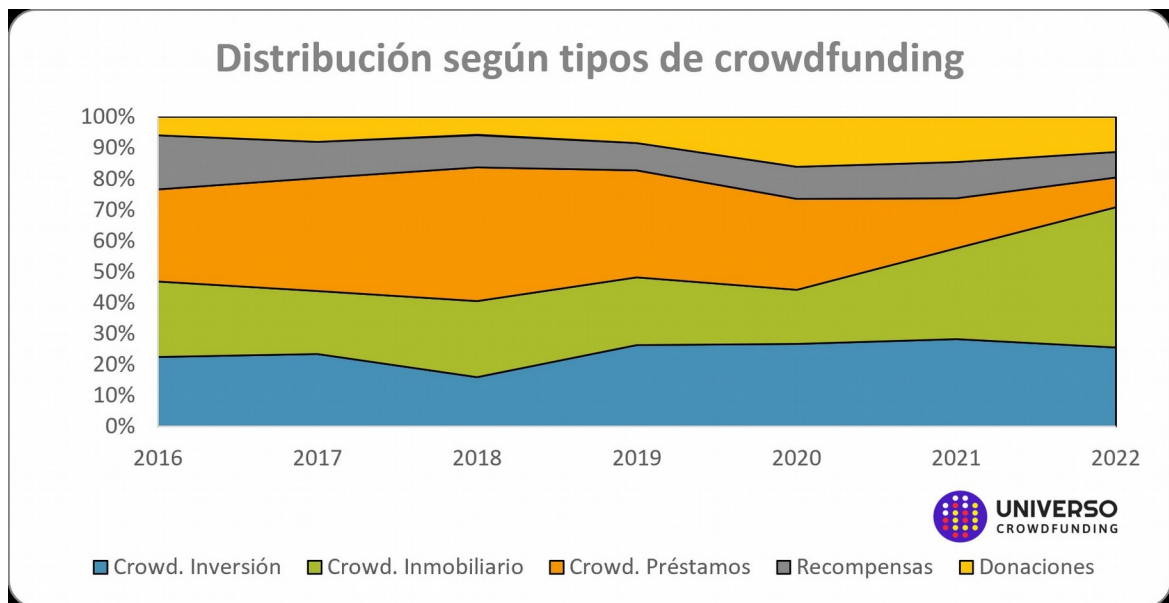
Crowd. Inmobiliario: **582.81%** (de 20,000,000 € a 136,573,394 €)

Crowd. Préstamos: **182.43%** (de 10,101,040 € a 28,564,177 €).

Recompensas: **1178.61%** (de 1,986,967 € a 24,801,080 €).

Donaciones: **1462.34%** (de 2,167,450 € a 33,894,121 €)

Tabla 5: Distribución acumulada por Tipos de Plataforma, año 2016-2021



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

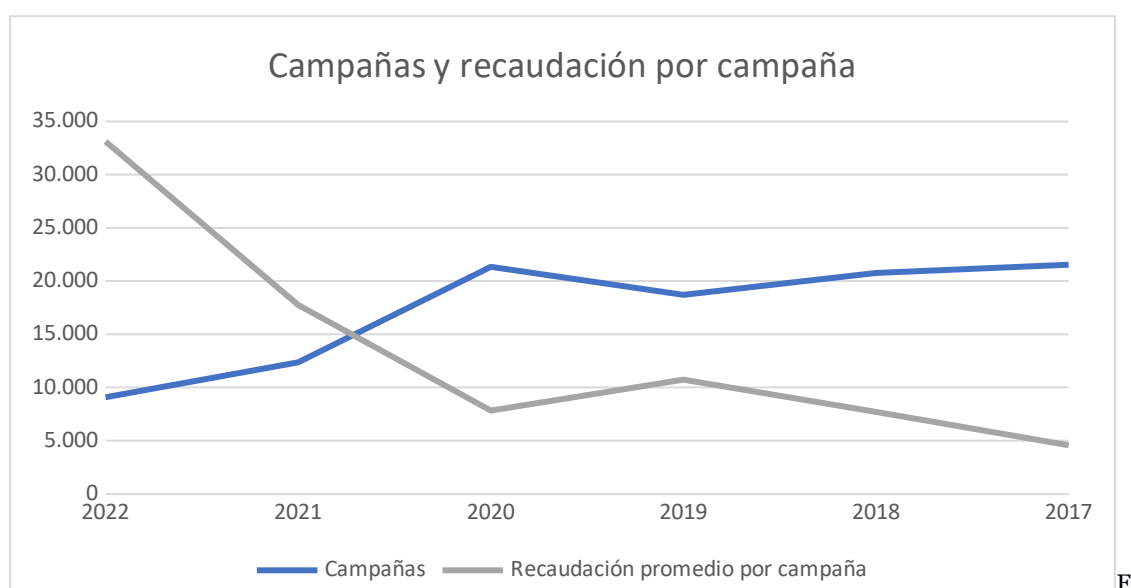
6. Número de Campañas y Recaudación promedio por campaña

Un elemento esencial 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.

Como hemos explicado anteriormente, la combinación de ambos factores da buenas pistas sobre el nivel de profesionalidad del sector. Los datos proporcionados indican un aumento en la recaudación promedio por campaña, una reducción en el número de campañas financiadas y una recaudación total récord en 2022.

Estos factores sugieren una mayor profesionalización en la industria del crowdfunding en España, con una mayor selección y gestión de proyectos, lo que atrae a más y mejores inversores y patrocinadores interesados en apoyar proyectos de calidad.

Tabla 7: Campañas lanzadas, recaudación promedio por campaña



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Entre los factores que explican estas tendencias destacamos los siguientes. El primer factor tiene que ver con el aumento en la recaudación promedio por campaña. En 2022, la recaudación promedio por campaña alcanzó los 33,113 €, lo cual es un aumento significativo en comparación con años anteriores, como 2021 (17,741 €) y 2020 (7,831 €).

Este aumento sugiere que las campañas de crowdfunding están recaudando más dinero en promedio por proyecto, lo que podría indicar una mayor madurez y profesionalización en la forma en que se presentan y se gestionan estas campañas.

A su vez, asistimos a una Reducción en el número de campañas financiadas. A pesar de que el número de campañas financiadas en 2022 (9,089) es menor en comparación con años anteriores como 2021 (12,352) y 2020 (21,329), la recaudación total ha aumentado significativamente. Esto podría sugerir que se están seleccionando proyectos de mayor calidad y potencial, lo que a su vez podría indicar un proceso de evaluación y selección más riguroso, propio de un entorno más profesionalizado.

Estos indicadores, unido al hecho de que la recaudación total de 2022 es histórica, superando con creces los años anteriores, sugiere que esta cifra récord podría atribuirse a una mayor confianza de los inversores o patrocinadores en las campañas de

crowdfunding, lo que a su vez podría estar relacionado con una mayor profesionalización en la gestión de proyectos.

Este proceso de profesionalización refuerza la idea de que el sector de la Financiación Participativa en España goza de buena salud y que su sostenibilidad futura es hoy más sólida que hace unos años. Indica también que las campañas están siendo gestionadas de manera más eficiente y sostenible, lo que a su vez podría estar atrayendo a inversores y patrocinadores en el largo plazo, lo que a su vez podría contribuir a un crecimiento sostenible hasta alcanzar los niveles de recaudación que una economía como la española merece.

El papel de las plataformas es muy importante en este sentido. Cada vez son más estrictas a la hora de aprobar el lanzamiento de una campaña, lo que dice mucho de la propia plataforma y de su apuesta por la profesionalización del sector. Cuando los inversores comprueban que la calidad de las campañas es cada vez mayor y los proyectos que se presentan son cada vez más serios y mejor elaborados, la propensión a financiarlos es cada vez mayor.

Lo que no parece consolidarse en España es la promoción seria de esta forma de financiación. Aunque no existe una encuesta tipo CIS o similares sobre cuantas personas conocen esta financiación, cuántos han participado o cuantos tienen pensado participar. Es verdad que cada vez un número mayor de universidades investigan este fenómeno en nuestro país de forma seria, con publicaciones en revistas de primer nivel.

También es cierto que cada vez más centros de educación y formación utilizan estas plataformas para financiar proyectos propios. Sin embargo, no hay una promoción a nivel de medios de comunicación de masas, informando de las potencialidades de esta forma de financiación.

El papel de las administraciones públicas es también decisivo en esta promoción. No sólo apoyando económicamente proyectos de su interés, ayudando así a consolidar este sector. También pueden promocionar su uso y apoyar legislativamente ventajas para aquellos proyectos que se financien a través de plataformas de Financiación Participativa.

6.1. Plataformas Activas en España

El número de plataformas activas en el sector del crowdfunding es también un factor importante a considerar en la profesionalización de la industria. En 2022, se observa una disminución significativa en el número total de plataformas activas en comparación con 2021, pasando de 50 a 43 plataformas activas.

Esta disminución refuerza la creciente profesionalización del sector y con extensión la sostenibilidad del mismo. Dado el nivel de recaudación de poco más de 300M y dado el porcentaje que comisionan las plataformas de entorno al 6%, la sostenibilidad de muchas de estas plataformas es ciertamente difícil.

Si además, solo tres plataformas recaudan 119M, cabe pensar que muchas de las plataformas activas en la actualidad es altamente probable que cierren. Entre 2016 y 2022, cuando la recaudación era mucho menor que en la actualidad, se ha mantenido un número relativamente estable de plataformas, en torno a 50 plataformas, con fluctuaciones anuales pero sin un crecimiento significativo en términos generales.

Por eso, esta disminución significativa del número de plataformas activas en 2022 podría indicar una consolidación del mercado y una mayor profesionalización del mismo. Es posible que algunas plataformas enfrenten dificultades económicas y tengan que cerrar o fusionarse con otras para sobrevivir. Esta consolidación podría ser un

signo de madurez en la industria, donde las plataformas más fuertes y profesionales prevalecen.

Es importante aclarar algo en este sentido. El cierre de plataformas no es nunca una buena noticia, pero dada la recaudación existente, lo que afirmamos es que el número actual de plataformas es excesivo para garantizar su sostenibilidad. Lo que signifiquemos que abogamos por una limitación oligopólica del sector.

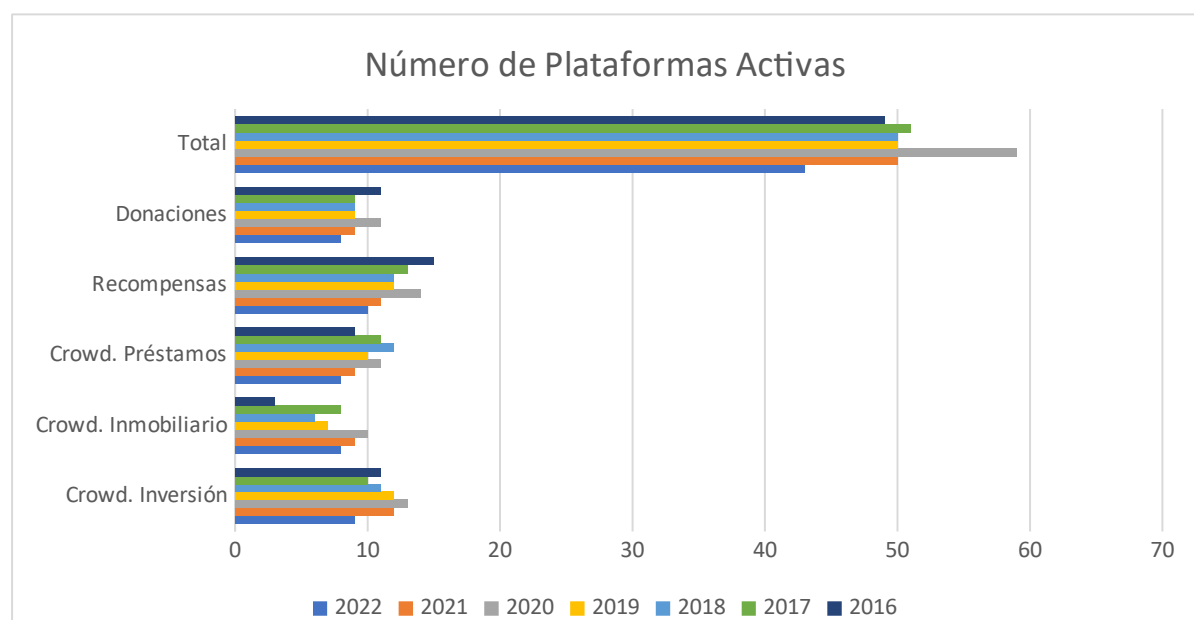
Al contrario, valoramos muy positivamente la competencia en un mercado emergente como el de la Financiación Participativa. Por eso, las 43 plataformas en funcionamiento en España en 2022 sugieren que la competencia en el mercado sigue siendo relevante, lo que podría ser beneficioso para los inversores y los emprendedores, ya que tendrían opciones para elegir.

Por todas estas razones pensamos que la disminución en el número de plataformas activas también podría ser un indicador de la necesidad de una mayor profesionalización en la industria del crowdfunding en España. Las plataformas que sobreviven podrían estar orientadas hacia la excelencia en términos de selección de proyectos, transparencia y gestión de riesgos para atraer a inversores y emprendedores.

Por todo lo dicho anteriormente, la disminución en el número de plataformas activas en 2022 podría ser indicativa de una consolidación y profesionalización en la industria del crowdfunding en España. Sin embargo, también plantea desafíos económicos y competitivos para las plataformas existentes. La supervivencia a largo plazo de estas plataformas dependerá de su capacidad para adaptarse a las condiciones cambiantes del mercado y mantener altos estándares de calidad y transparencia.

En los últimos años el número neto de plataformas activas (las que nacen menos la que mueren) rondaba la cincuentena. 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.

Tabla 8: Número de Plataformas activas



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

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 abrió 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.

Como podemos ver en el gráfico de la tabla 8, todas las categorías menos la inmobiliaria, tenían más plataformas en 2016 que en 2022. El fuerte crecimiento del sector inmobiliario explicaría que este sea la única categoría donde crecen las plataformas.

El lanzamiento masivo de plataformas podría romper el sector, si esta no va acompañada de aumentos en la recaudación lo suficientemente significativos y distribuidos para que más plataformas sean capaces de sobrevivir con los porcentajes que se manejan.

6.2. Plataformas Activas Líderes en España

La evolución de los distintos subsectores dentro del crowdfunding en España, se corresponde con las plataformas líderes. Como hemos señalado, son las plataformas inmobiliarias y de inversión las que más recaudan y las que más crecen en la recaudación. No es extraño pues que las plataformas líderes en recaudación correspondan a estos sub-sectores.

La plataforma líder en recaudación es inmobiliaria, Urbanitae que recaudó 80M€, seguidas de dos plataformas de inversión, Crowdcube (20.5M€) y SegoVenture (17.9M€). Este predominio de las plataformas inmobiliarias contrasta con años anteriores en los que plataformas de inversión y préstamo solían ocupar los primeros puestos de recaudación.

6.3. 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 trescientos 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 en función del umbral de medición utilizado. Por eso, 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 *Lendix* 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 intentado 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 algún proyecto 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 cuatro umbrales distintos que nos pueden dar una idea aproximada de cuánto empleo está generando la Financiación Participativa en España

Tabla 9: Empleo creado en función de distintos umbrales

Umbral 50.000€	Umbral 20.000€	Umbral 12.500€	Umbral 9.000€
6.011	15.049	24.078	33.441
Total recaudado /50.000€	Total recaudado /20.000€	Total recaudado /12.500€	Total recaudado /9.000€

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Según los datos proporcionados, si utilizamos un umbral de 50,000 € por empleo, se crearían aproximadamente 6,011 empleos con la recaudación total. Esto sugiere un impacto significativo en la generación de empleo.

Distribución de empleos: A medida que se reduce el umbral de inversión por empleo, el número total de empleos creados aumenta. Por ejemplo, si utilizamos un umbral de 9,000€ por empleo, se crearían aproximadamente 33,441 empleos. Esto indica que las campañas de crowdfunding pueden generar una gran cantidad de empleos, pero a menudo en proyectos más pequeños o en empresas emergentes.

Sostenibilidad: Es importante tener en cuenta que la creación de empleo a través del crowdfunding no siempre garantiza la sostenibilidad a largo plazo de esos empleos.

Algunos proyectos pueden ser temporales o estar vinculados a la ejecución de un proyecto específico. La sostenibilidad del empleo dependerá de la viabilidad y el éxito continuo de los proyectos financiados.

Importancia de la diversidad de proyectos: La diversidad de umbrales de empleo destaca la importancia de adaptar las estrategias de financiación colectiva a las necesidades de proyectos específicos. Algunos proyectos pueden requerir más inversión inicial para crear empleos, mientras que otros pueden ser más eficientes en términos de costos laborales.

En resumen, el crowdfunding puede tener un impacto significativo en la creación de empleo, pero este impacto varía según el tipo de proyecto y la cantidad de inversión necesaria. La diversidad de proyectos y umbrales de empleo refleja la naturaleza flexible y adaptable del crowdfunding como fuente de financiamiento para una amplia gama de iniciativas empresariales y creativas. Sin embargo, es importante seguir monitoreando la sostenibilidad de los empleos creados a través de estas campañas.

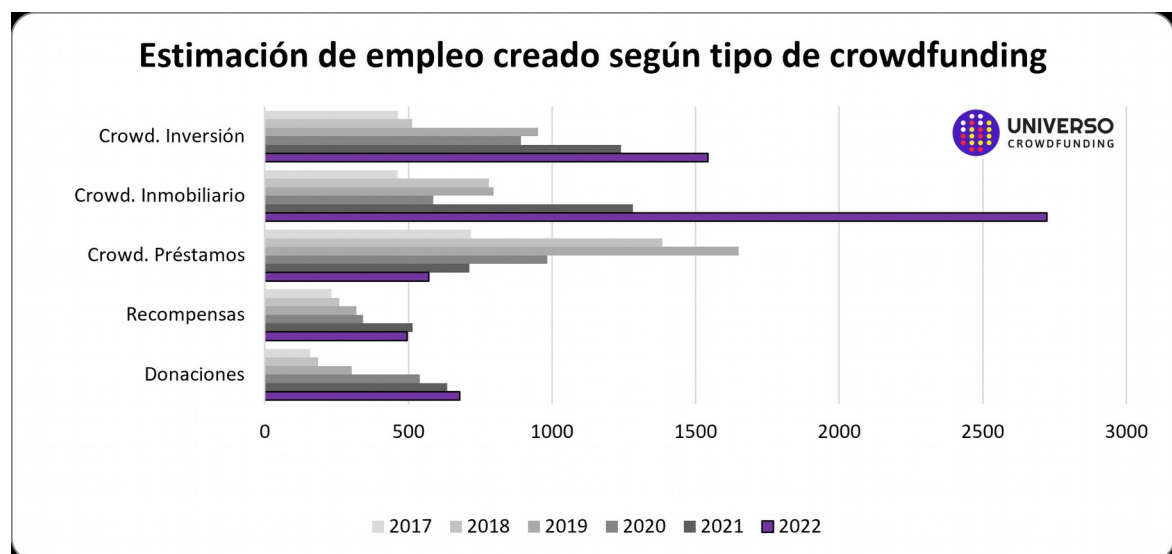
La mayoría es empleo de calidad, en sectores donde la financiación tradicional es difícil de obtener o abiertamente no llega, como ocurre con algunos sectores sociales y culturales. Esto permite que muchos proyectos y empresas nazcan o sigan adelante en circunstancias poco imaginables si no fuese por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

Son los sectores que más recaudan los que más puestos de trabajo crean, principalmente inmobiliario e inversión. Son cálculos aproximados que no tienen en cuenta el número de empleos indirectos vinculados a estos puestos directos.

Lejos de ser irrelevante, este volumen de empleo en un país con serias dificultades de empleo, especialmente entre los estratos más jóvenes de la población, debería ser una gran noticia y una fuente de inspiración para la administración pública para apoyar esta forma de financiación.

Igualmente, este dato debería ser un estímulo para jóvenes emprendedores y aquellos emprendimientos en sus etapas iniciales, para obtener financiación por vías no tradicionales de financiación.

Tabla 10: Estimación de puestos de trabajo por sectores



Fuente: Elaboración propia

7. Retos para el Sector

En la actualidad, el mundo de la Financiación Participativa se enfrenta a varios desafíos en su camino hacia la consolidación y profesionalización del sector, desde la regulación y la confianza del inversor hasta la diversificación de la financiación y la consolidación del mercado. La industria debe abordar estos desafíos de manera estratégica y colaborativa para mantener su crecimiento y su papel como fuente de financiamiento innovadora para emprendedores y proyectos en España.

Analizamos seis elementos que pueden ayudarnos a entender los retos del sector, y sobre todo, como enfrentarlos y solucionarlos: i) Credibilidad y Confianza, ii) Diversificación del sector, iii) Madurez del mercado, consolidación y profesionalización, iv) Educación y conciencia empresarial, v) Innovación, vi) Internacionalización

Credibilidad y confianza: La confianza del inversor es fundamental para el éxito continuo del crowdfunding. Los inversores deben estar seguros de que sus fondos se utilizarán de manera adecuada y de que recibirán un retorno razonable o las recompensas prometidas. Los desafíos incluyen garantizar la veracidad de la información proporcionada por los proyectos, así como abordar la posibilidad de fraudes y proyectos fallidos.

Diversificación de la financiación: Si bien el crowdfunding es una fuente de financiamiento valiosa, no es adecuado para todos los proyectos. Los emprendedores deben aprender a combinar estratégicamente el crowdfunding con otras fuentes de financiamiento, como préstamos bancarios, inversión de capital riesgo o subvenciones gubernamentales, según sus necesidades específicas. La educación sobre las opciones de financiamiento es esencial.

Madurez del mercado y consolidación: A medida que el mercado de crowdfunding madura, es posible que veamos una mayor consolidación de plataformas. Esto puede hacer que sea más difícil para las nuevas plataformas entrar en el mercado y competir con las ya establecidas. Las plataformas existentes deberán seguir innovando y ofreciendo propuestas de valor sólidas para mantener su posición.

Educación y conciencia pública: Tanto los emprendedores como los inversores deben comprender plenamente cómo funciona el crowdfunding y cuáles son sus riesgos y beneficios. La educación pública y la promoción de la cultura del crowdfunding son retos clave para el futuro. Esto implica proporcionar recursos educativos, seminarios web y campañas de concienciación sobre las mejores prácticas y los riesgos involucrados.

Internacionalización: Las plataformas de crowdfunding pueden beneficiarse de una mayor internacionalización, permitiendo que inversores de diferentes países participen en campañas locales. Sin embargo, esto también plantea desafíos relacionados con las diferencias culturales, regulatorias y fiscales. La expansión internacional requiere una comprensión profunda de las regulaciones locales y un enfoque estratégico.

Innovación tecnológica: El crowdfunding se encuentra en constante evolución debido a la innovación tecnológica. Las plataformas deben mantenerse al día con las últimas tendencias tecnológicas, como blockchain y **fintech**, para ofrecer soluciones más eficientes y seguras a sus usuarios.

Sostenibilidad a largo plazo: La sostenibilidad financiera de las plataformas y los proyectos financiados es esencial. Los proyectos deben ser capaces de mantenerse y generar ingresos después de recibir financiamiento a través del crowdfunding. Las plataformas también deben garantizar su propia viabilidad económica para seguir siendo actores confiables en el mercado

8. Reflexiones Tentativas

El buen desempeño en la recaudación de fondos del sector de Crowdfunding en España durante el año 2022 es un claro testimonio de su potencialidad de esta industria. Este logro sobresaliente resalta el potencial del sector como un impulsor dinámico de la actividad económica.

Sin embargo, la cantidad recaudada es aún insuficiente para poder afirmar su consolidación y futuros crecimientos. Para capitalizar este impulso, es crucial que las autoridades implementen medidas destinadas a mejorar el marco regulatorio, fomentar la diversificación y priorizar la educación financiera.

Estas acciones pueden allanar el camino hacia un crecimiento sostenible, una mayor profesionalización y una consolidación más sólida del sector de la financiación participativa en España. Esto, en última instancia, contribuirá a fortalecer la resiliencia económica y el ecosistema de innovación financiera del país.

Este logro récord se sustenta en varios factores clave:

Recuperación pospandemia: Es notable la capacidad del sector para recuperarse de los efectos adversos de la pandemia de COVID-19. Esto subraya la adaptabilidad del sector ante desafíos imprevistos y su potencial para resistir crisis económicas.

Diversificación e innovación: El crecimiento en la recaudación de fondos se ha impulsado gracias a la diversificación dentro del sector, especialmente a través del auge de las plataformas inmobiliarias. Estas plataformas han ampliado estratégicamente sus ofertas, combinando inversiones y préstamos, lo que ha atraído a una base de inversores más variada. Esta estrategia de diversificación ha sido esencial para reducir los riesgos asociados con la concentración en una sola categoría.

Profesionalización y confianza de los inversores: La creciente convergencia entre el número de campañas financiadas y la recaudación de fondos promedio por campaña refleja un aumento en el profesionalismo del sector. Esto, junto con la adhesión del sector al Código de Buenas Prácticas, ha impulsado la confianza de los inversores. Sin embargo, se deben abordar desafíos relacionados con la morosidad, el fraude y el incumplimiento para mantener esta tendencia positiva.

Imperativo educativo: Para mantener y ampliar este crecimiento, es imperativo priorizar la educación financiera y empresarial en la población. Los formuladores de políticas deben considerar iniciativas destinadas a fomentar un cambio de mentalidad hacia métodos de financiamiento innovadores, reduciendo la dependencia de vías de financiamiento tradicionales.

Además, el crecimiento del sector tiene importantes implicaciones en lo que a vinculación público privada se refiere:

Apoyo a la diversificación: Fomentar la diversificación entre las categorías de crowdfunding debe ser una prioridad. Esto se puede lograr mediante incentivos específicos para plataformas enfocadas en sectores y regiones subrepresentados.

Iniciativas de educación financiera: Las instituciones públicas y privadas deben colaborar en el desarrollo de programas integrales de educación financiera que generen conciencia sobre el crowdfunding y capaciten a empresarios e inversores con el conocimiento y las habilidades necesarias para operar efectivamente en el sector.

Promoción de plataformas verticales: Los formuladores de políticas deben respaldar activamente el surgimiento y crecimiento de plataformas de crowdfunding verticales, que se centren en sectores específicos o comunidades locales. Estas plataformas tienen el potencial de fomentar la participación comunitaria y facilitar esfuerzos de recaudación de fondos específicos.

Colaboración internacional: España debe continuar participando en colaboraciones internacionales y compartir información con otras naciones europeas para promover la convergencia y la armonización regulatoria. Esto creará un entorno más favorable para las actividades de financiación colectiva transfronteriza.

9. Apéndice: Conceptos Básicos

9.1. ¿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)¹

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

¹ Ramos, J. & Gonzalez, B. (2015) Crowdfunding and Employment: An analysis of the employment effects of Crowdfunding in Spain in Brüntje, D., & Gajda, O. (Eds.) (2015). Crowdfunding in Europe – State of The Art in Theory and Practice. J. H. Block & A. Kuckertz (Series Eds.), FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship: Vol. 1. Cham: Springer Science & Business media

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)².

9.2. 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

² “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

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.

Encontramos diferentes modelos según las plataformas. Desde las que actúan como intermediarios, creando una Sociedad Limitada por cada operación, hasta las que son promotoras y aportan gran parte del capital requerido en cada campaña.

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.