

Financiación Participativa (Crowdfunding) en España 2019

Informe Anual

Gracias al apoyo de:



Índice de contenidos:

1. Promotores y colaboradores.....	3
2. Objetivo del Informe.....	5
2.1. Técnica utilizada.....	5
2.2. Datos solicitados.....	5
2.3. Origen de los datos.....	5
2.4. Universo.....	5
2.5. Tipos de plataformas incluidas.....	5
3. Resumen ejecutivo.....	7
3.1. Tendencias.....	8
3.2. A modo de conclusión tentativa.....	10
4. Financiación Participativa en España.....	12
4.1. Recaudación.....	12
4.2. Plataformas Activas en España.....	18
4.3. Puestos de trabajo generados.....	19
4.4. La Financiación Participativa en España en comparación.....	22
5. Conclusiones.....	26
6. Apéndice: Conceptos Básicos.....	29
6.1. ¿Qué es la Financiación Participativa?.....	29
6.2. Tipos de Plataformas.....	30
a) Recompensas.....	30
b) Préstamos.....	31
c) Donaciones.....	31
d) Inversión.....	32
e) Inmobiliario.....	32
7. Notas de interés.....	33
8. Autores.....	34

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 (ICEI) Universidad Complutense de Madrid & Universidad de la República (UDELAR)-Montevideo



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>

Portal donde cualquier comunidad puede generar su propia de crowdfunding de marca blanca, sin ningún conocimiento técnico en menos de 10 minutos. Permite a cualquier promotor individual, asociación, fundación, universidad, empresa u organismo crear su propia plataforma de crowdfunding y albergar campañas de crowdfunding, con el apoyo de consultores con más de 400 campañas exitosas en crowdfunding.

2. Objetivo del Informe

El presente trabajo, promovido y coordinado por la consultora Universo Crowdfunding y la Universidad Complutense de Madrid, trata de ser un espacio objetivo, dinámico y práctico, que permita la recopilación de datos veraces, contrastados y claros sobre la evolución del crowdfunding en España.

A nuestro entender, basándonos en nuestra experiencia en el campo de la financiación participativa en España, 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 20178

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 2019.

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
- Inmobiliario

3. Resumen ejecutivo

- El gran titular es que por primera vez pasamos la barrera de los 200 millones de Euros recaudados en proyectos de financiación participativa en España.
- Desde hace cuatro años, somos capaces de aumentar la recaudación anual respecto al año anterior en unos 50m de Euros. Hemos pasado de 98.503.084€ de recaudación en 2017 a €159.691.767 en 2018, (incremento del 62,12%) y a €200.827.059 en 2019 (25.8% incremento). Esto significa que seguimos creciendo, pero el ímpetu del crecimiento es menor.
- No obstante, un 25% es un buen ritmo de crecimiento, si bien, estamos lejos aún de llegar a los niveles de recaudación de Alemania, Francia u Holanda, por encima de los 500m€, por no hablar del Reino Unido, donde se recauda más que en toda la Europa continental.
- Las plataformas de préstamos son las que más recaudan (82.480.570€) seguidas de las de inversión (47.538.500€), inmobiliarias (39.788.885€) recompensa (15.899.839€) y donación (15.119.265€).
- Como en años anteriores, los mayores crecimientos corresponden a las plataformas de inversión (85.4%) y préstamos (19.2%), pero a diferencia de otros años, las donaciones crecen significativamente (63.2%), las plataformas inmobiliarias se mantienen (1,97%) y las de recompensa caen un 4.11%
- El número de campañas desciende, de las 21.534 en 2017 a la 20.751 de 2018 y a las 18.715 del año 2019. Sin embargo, la recaudación promedio por campaña aumenta. El año 2019 el promedio fue de 10.731€, mayor que el promedio de 2018 (7.696€), que a su vez fue mayor que el de 2017 (4.574€). Nuestra interpretación de esta combinación de menos campañas y más recaudación promedio por campaña tiene que ver con la creciente profesionalización del sector. Cada vez más plataformas, promotores e inversores de distinto tipo apuestan por validaciones más realistas respecto a la factibilidad de cada proyecto y de los objetivos de recaudación en cada campaña.
- El promedio por aportante ascendió a los 2.265 €, con fuertes diferencias entre los distintos sub-sectores. El promedio por aportante en préstamo ascendió a 5.300€, y a 3.300€ en inversión e inmobiliaria. Por el contrario, en las plataformas de recompensa y donación, las aportaciones promedio caen significativamente a 40€ y 30€ respectivamente.

- Tan solo un 9% de los inversores están acreditados, esto es, son “grandes inversores” lo que significa que la gran mayoría de las aportaciones provienen de pequeños inversores.
- En España se crearon varios miles de puestos de trabajo vinculados a la Financiación Participativa. En función del umbral de medición utilizado, en el año 2019 se crearon entre 4.000 y 22.000 empleos directos (según la ratio empleo/inversión¹), más otros miles indirectos que no consideramos en este cómputo. Además, estimamos que cada plataforma tiene 9.5 trabajadores, lo que significa que unas 500 personas trabajan actualmente en las plataformas españolas.
- A pesar de estos buenos datos, España tiene un reto muy importante en lo que a crecimiento y consolidación de la Financiación Participativa se refiere hasta alcanzar niveles comparables a las economías de nuestro entorno, que en la actualidad ronda los 600m€.

3.1. Tendencias

Algunas tendencias que se produjeron en 2019 son muy significativas:

1. Ralentización del crowdfunding inmobiliario. A diferencia de otros años donde las plataformas inmobiliarias destacaban por su crecimiento, en 2019 la recaudación (€39.788.885) se ha mantenido prácticamente igual que en 2018 (€39.018.875). Este mantenimiento tanto en la cantidad como en el porcentaje recaudado contrasta con el fuerte crecimiento (95.1%) que esta modalidad tuvo en 2018 respecto a 2017.
2. Consolidación de la inversión y el préstamo como sub-sectores líderes en la financiación participativa. Como ha ocurrido en otras economías, el despegue siempre se produce con el crecimiento de plataformas de donación y recompensa. Pero a medida que un número cada vez mayor de ahorradores, inversores y emprendedores participan en este tipo de financiación, su consolidación coincide con el despegue de las plataformas de inversión y el préstamo.
3. Fuerte crecimiento de la recaudación en donaciones. A diferencia de otros años donde este tipo de plataformas recaudaban no solo menos que el resto, sino que sus crecimientos eran mucho menores que la inversión, préstamo o inmobiliario,

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.

en el año 2019 el crecimiento del 63% es una gran noticia para este tipo de plataformas. Dada la situación económica provocada por la pandemia de 2020, es probable que cada vez más proyectos recurran a este modelo de financiación, lo que podría convertir a las donaciones en una opción cada vez más demandada.

4. 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. 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.
5. 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 como la plataforma Coavanza.com. 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, una startup española que permite crear tu propia plataforma en pocos minutos, representan un nuevo espacio de diversificación e innovación en la Financiación Participativa.

3.2. A modo de conclusión tentativa

Como en años anteriores, todos estos datos sugieren una diversificación, profesionalización y consolidación creciente de la Financiación Participativa en España. Las perspectivas futuras están condicionadas por la actual pandemia y por cómo se resuelva económicamente la crisis en un futuro próximo.

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.

La Financiación Participativa, principalmente las modalidades de inversión y préstamos, son cada vez más pujantes y atractivas para un número creciente de emprendedores, inversores y ahorradores que ven en estas plataformas una alternativa realista a sus modelos tradicionales de financiación, inversión, préstamos o pre-ventas.

Además, se está atrayendo a nuevos perfiles de inversores, principalmente pequeños inversores que ven en la Financiación Participativa una forma atractiva de inversión. Lo que más se valora es la relación directa con creadores y emprendedores, la rapidez de la inversión, las atractivas rentabilidades, la posibilidad de decidir directamente dónde invertir y compartir valores con los proyectos financiados, el asesoramiento que reciben el inversor por parte de la plataforma, la distribución y disminución de riesgos, entre otros.

En España crece la recaudación y se mantiene el número de plataforma, lo que es una buena noticia para la sostenibilidad de las mismas. Sin embargo, la recaudación total en el sector es aún insuficiente para poder garantizar la sostenibilidad de muchas de ellas. Esto se evidencia en el porcentaje de defunción de las mismas en los últimos tres años.

En 2019 había 50 plataformas activas, igual que en los últimos cinco años, lo que sugiere que hemos alcanzado de un cierto nivel de equilibrio en este sector financiero. Este punto es importante. En principio, podríamos suponer que un aumento de la recaudación podría hacer alterar el número de plataformas, pero no sabemos facilitando el aumento significativo de plataformas o consolidando las existentes.

La experiencia de los últimos años sugiere más bien un proceso de consolidación de plataformas que de crecimiento de las mismas, lo que a su vez implica una creciente profesionalización en el sector, que cada vez más exigente y menos abierto a plataformas poco profesionalizadas.

El papel de las instituciones públicas, desde el ámbito municipal al estatal, apoyando aquellas campañas de financiación que respondan a los retos antes planteados, podría ser

también un elemento dinamizador muy importante. Cada vez más instituciones públicas en distintos países europeos 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%.

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, por lo que la participación pública en estas campañas haga más transparentes el gasto público.

Por último, los tipos de crowdfunding en ocasiones se fusionan entre sí combinando las características de cada uno. 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.

Esta situación justifica la necesidad de un estudio pormenorizado que aclare y nos aproxime a la verdadera dimensión laboral de la Financiación Participativa. Esta es sin duda una investigación necesaria que podría darnos una idea mucho más real de cuál es el impacto de la Financiación Participativa en la creación de empleo. La metodología, en función de los recursos disponibles, sería un seguimiento de los proyectos financiados y la posterior constatación de las cifras aportadas por los CEOs de estas empresas. Este estudio nos podría revelar además, cuáles son los ratios de supervivencia de los proyectos financiados y el tipo de empleo creado.

4. Financiación Participativa en España

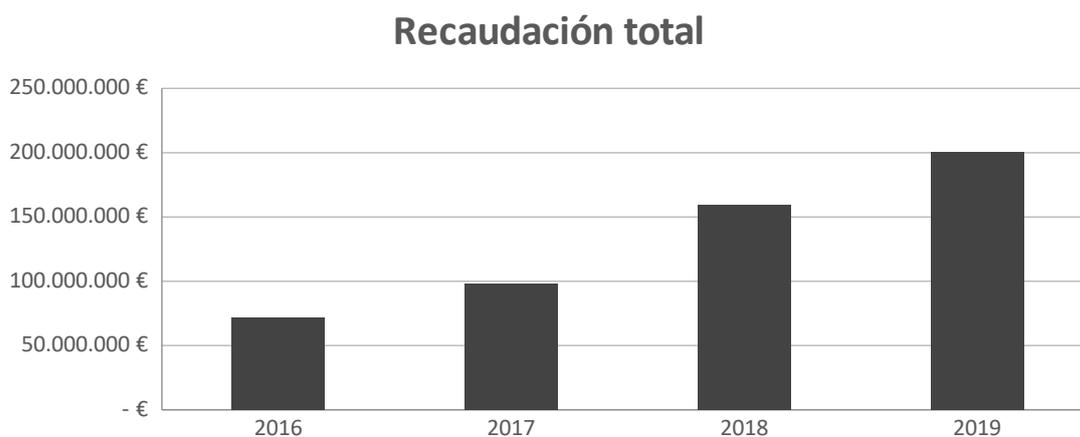
4.1. Recaudación

La Financiación Participativa recaudó **200.827.059 €** en España en 2019. Esta cifra representa un aumento del 25.8% respecto a los 159.691.767€ de 2018, el doble de lo que se recaudó en 2015 y tres veces más de lo que se recaudó en 2016

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.

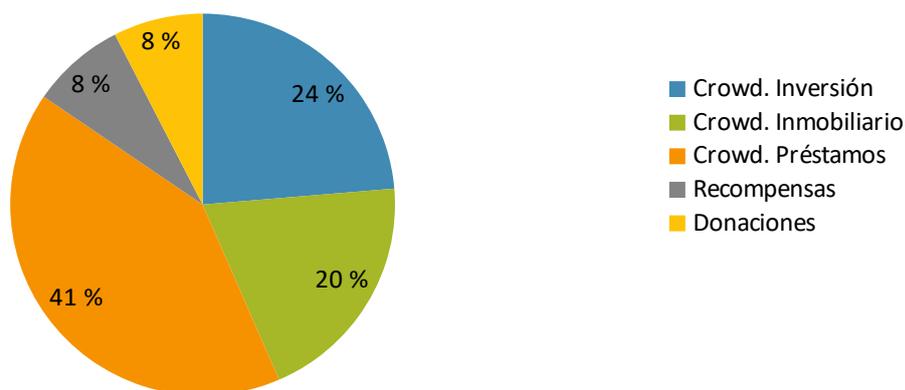
Tabla 1 Recaudación Total en el periodo 2016-2019



Fuente: elaboración propia con datos propios

Tabla 2: Distribución por Tipos de Plataforma

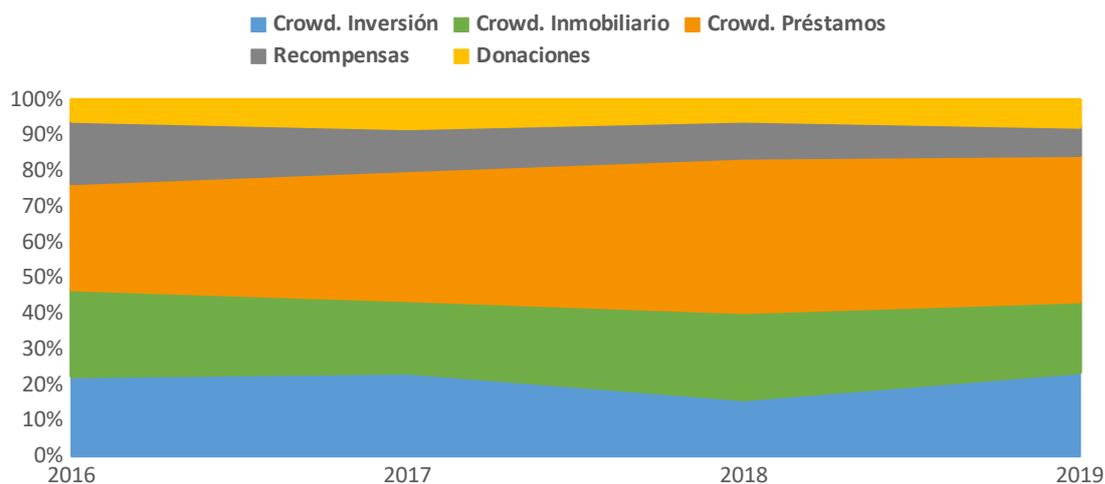
Distribución según tipos de plataformas en 2019



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Tabla 3: Distribución acumulada por Tipos de Plataforma

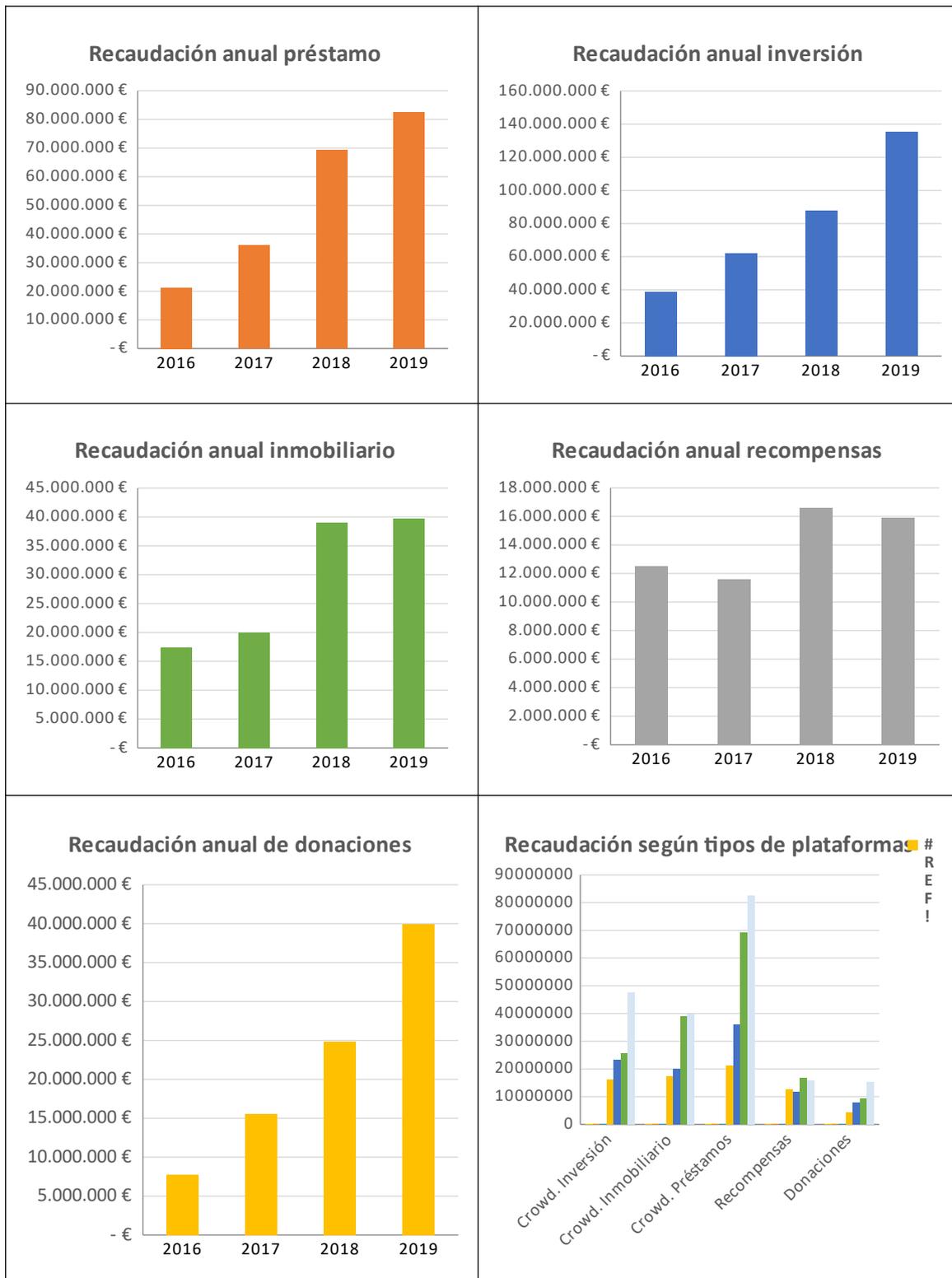
Distribución según tipos de plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Todos los tipos de plataformas crecen en recaudación salvo la recompensa. Ya ocurrió en el año 2017 respecto al año anterior. Aunque en el año 2018 hubo un crecimiento muy significativo, este año 2019 no superó ese crecimiento, si bien, la recaudación fue mayor que en 2017.

Tabla 3: Distribución de la recaudación por Tipos de Plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

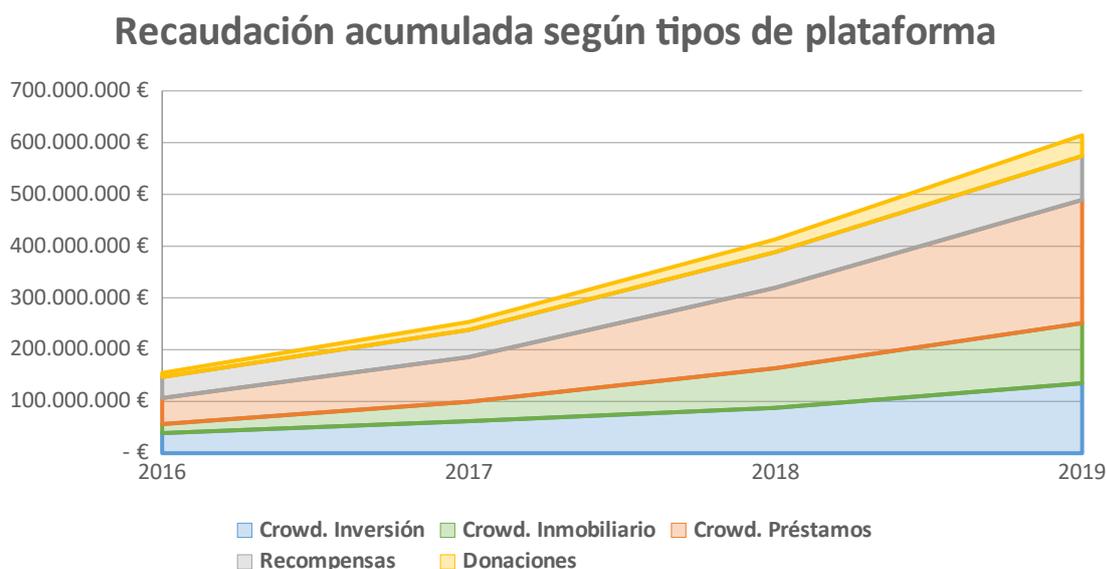
La consolidación del préstamo y la inversión es un proceso que se va consolidando año tras año desde 2013. En ese año las plataformas de recompensa y de donación eran las que más recaudaban. Desde entonces, si bien estos sectores han seguido crecimiento, las plataformas de inversión y préstamo han ido creciendo más, ganando porcentajes mayores de recaudación hasta la actualidad.

Tabla 4: Recaudación total y por tipo de plataforma en el periodo 2016-2019

Recaudación	2019	Var %	2018	Var %	2017	Var %	2016
Inversión	47.538.500 €	85,38%	25.644.370 €	10,55%	23.196.229 €	44,26%	16.078.958 €
Inmobiliaria	39.788.885 €	1,97%	39.018.875 €	95,09%	20.000.000 €	14,91%	17.404.231 €
Préstamos	82.480.570 €	19,22%	69.182.539 €	92,62%	35.916.516 €	68,86%	21.269.491 €
Recompensa	15.899.839 €	-4,11%	16.581.702 €	43,17%	11.581.603 €	-7,43%	12.510.684 €
Donaciones	15.119.265 €	63,20%	9.264.281 €	18,64%	7.808.736 €	86,93%	4.177.304 €
Total	200.827.059 €	25,76%	159.691.767 €	62,12%	98.503.084 €	37,88%	71.440.668 €

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Tabla 5: Distribución acumulada Total y por Tipos de Plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Desde 2013² se han recaudado en España **619.005.605€**, una cantidad que no para de crecer a ritmos anuales crecientes en el periodo 2013-2019, un crecimiento que pone de manifiesto no ya las potencialidades futuras de este sector, sino su realidad presente.

Teniendo en cuenta que no consideramos el mercado secundario a la hora de computar lo recaudado, el crecimiento en 2019 sería aún mayor de lo que fue en 2018, llegando a los 450 millones €.

- Número de Campañas y Recaudación promedio por campaña

Un elemento muy importante para valorar la salud 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 6: Campañas lanzadas, recaudación promedio por campaña

Recaudación promedio	2019	2018	2017
Campañas	18.715	20.751	21.534
Recaudación	200.827.059 €	159.691.767 €	98.503.084 €
Recaudación promedio por campaña	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 disminuyen las campañas lanzadas en plataformas, pero aumenta la recaudación promedio de cada campaña. Estas tendencias se han interpretado como un signo de profesionalidad.

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.

El hecho de que haya menos campañas pero se recaude significativamente más en cada una de ellas, pone de manifiesto un mayor conocimiento del funcionamiento de este sector financiero y una mayor profesionalidad por parte de creadores, técnicos de plataformas e inversores de distinto tipo.

La toma de decisiones respecto al objetivo de recaudación no se decide a la ligera, sino que se siguen criterios cada vez más profesionales, ajustados y realistas. En este sentido, el papel de los técnicos de las plataformas, los consultores y los propios agentes involucrados en una campaña explican esta tendencia tan prometedora.

- Promedio por aportante según tipo de plataforma

Donde más se invierte por campaña es en las plataformas inmobiliarias, muy por encima de las campañas de inversión y préstamo. A su vez, estos tres tipos de campaña están muy por encima de las de recompensa y donación, lo que pone de manifiesto las diferencias entre ambos grupos.

La profesionalización de la Financiación Participativa, se da cada vez más en todo tipo de plataforma, si bien, el préstamo, la inversión y el inmobiliario son los que atraen a un perfil de inversor más profesionalizado con más capacidad de invertir.

Por su parte, la recompensa y la donación siguen jugando un papel muy importante a la hora de activar pequeños ahorros que se destinan a pre-compra (recompensa) y donaciones en pequeños proyectos que no suelen superar las cifras de las campañas del resto de plataformas.

Tabla 7: Promedio por aportante según tipo de plataforma

Recaudación promedio por aportante	2.263 €
Crowd. Inversión	3.365 €
Crowd. Inmobiliario	5.300 €
Crowd. Préstamos	3.595 €
Recompensas	40 €
Donaciones	30 €

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Lejos de ser insignificante, el papel que estas plataformas cumplen es vital para el crecimiento del sector, ya que muchos futuros inversores inician su actividad inversora apoyando proyectos de recompensa antes de pasar a la inversión, el préstamo o el inmobiliario.

Cada vez más personas participan primero en campañas de recompensa y donación, y una vez que comprueban que el funcionamiento es correcto, que se cumplen los plazos, que se reciben las recompensas etc. su propensión a invertir en otras plataformas aumenta.

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 cincuentena. Como podemos ver en el siguiente gráfico, el número de plataformas se mantiene en torno a ese número en los últimos cuatro años, lo que da una idea de la dimensión y competencia en el sector.

Tabla 8: Número de Plataformas activas

Número de plataformas activas	2019	2018	2017	2016
Crowd. Inversión	12	11	10	11
Crowd. Inmobiliario	7	6	8	3
Crowd. Préstamos	10	12	11	9
Recompensas	12	12	13	15
Donaciones	9	9	9	11
Total	50	50	51	49

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Esta cifra no dice mucho por sí misma y requiere más información sobre la ratio de fracaso de plataformas en otros países, especialmente en aquellos que son líderes en recaudación. Es importante valorar los efectos que estas rotaciones en el número de plataformas tienen sobre la propia sostenibilidad del sector.

Tabla 9: Número de aperturas y cierres de Plataformas

Número de plataformas nuevas	2019	2018	2017	2016
Inversión	1	3	3	1
Inmobiliario	2	2	5	2
Préstamos	0	1	4	1
Recompensas	0	1	0	0
Donaciones	1	2	1	1
Total	4	9	13	5
Número de plataformas que cerraron	2019	2018	2017	2016
Inversión	1	2	4	1
Inmobiliario	1	4	0	0
Préstamos	2	0	1	2
Recompensas	0	2	1	3
Donaciones	1	2	4	2
Total	5	10	10	8

Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

Como hipótesis podemos plantear que una alta ratio de defunción sugiere que el sector está poco maduro y profesionalizado sin suficiente respaldo por parte de creadores y aportadores como para garantizar la sostenibilidad de las plataformas y por extensión del sector en su conjunto. Por el contrario, una ratio baja daría cuenta de un sector maduro con una base sólida tanto de emprendedores como de aportadores que generan el

suficiente flujo de campañas y financiadores como para hacer sostenible el sector de la financiación participativa.

En el año 2019 en España se lanzaron 4 plataformas y se cerraron 5, con un saldo de -1, si bien el saldo neto se mantuvo en cincuenta plataformas, lo que se interpreta como un síntoma de madurez del sector. Sin embargo, una recaudación limitada a 200M podría hacer pensar que, si no se produce un aumento exponencial de la recaudación, muchas de estas 50 plataformas tendrán que cerrar en el corto medio plazo.

En tanto que las plataformas se financian con un porcentaje que va del 5 al 10% de lo recaudado en cada campaña con éxito, es decir en torno a 20M de comisión, una simple división de esta cantidad entre las 50 plataformas existentes sugiere que hay apenas 400.000 por plataforma, algo claramente insuficiente para garantizar su sostenibilidad.

Lógicamente eso no es así y algunas plataformas ya existentes recaudan varios millones de euros en proyectos financiados, lo que sugiere que algunas plataformas podrían estar actuando en pérdidas

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 *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 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€
4.017	10.041	16.066	22.314
Total recaudado /50.000€	Total recaudado /20.000€	Total recaudado /12.500€	Total recaudado /9.000€

Fuente: UniversoCrowdfunding

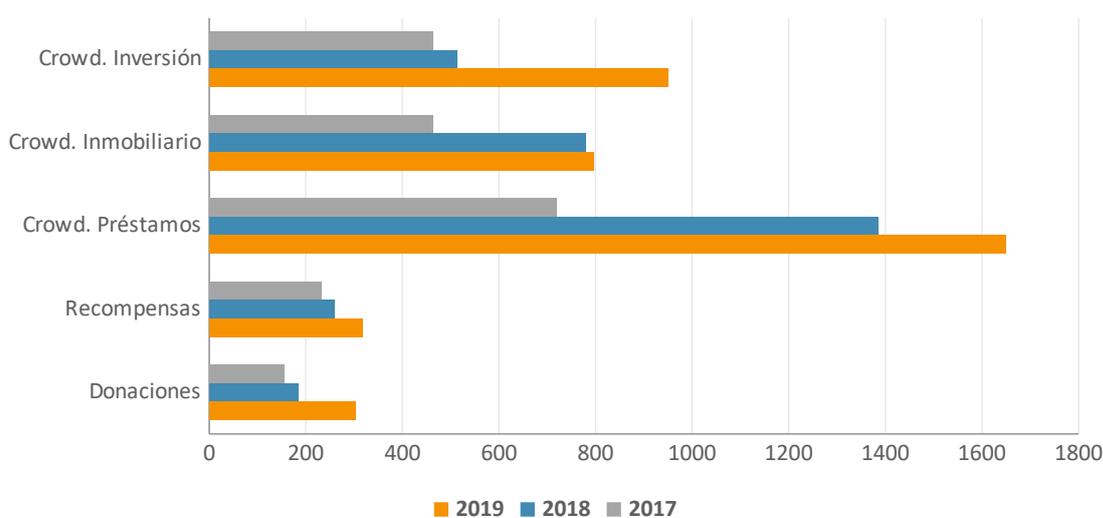
Tabla 11: Empleo creado por tipo de plataforma.

Estimación puestos de trabajo creados	2019	2018	2017	2016
Crowd. Inversión	951	513	464	322
Crowd. Inmobiliario	796	780	463	383
Crowd. Préstamos	1650	1384	718	425
Recompensas	318	259	232	250
Donaciones	302	185	156	81
Total	4017	3121	2033	1461

Fuente: elaboración propia con datos de 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 12: Empleo creado por tipo de plataforma



Fuente: elaboración propia con datos de UniversoCrowdfunding

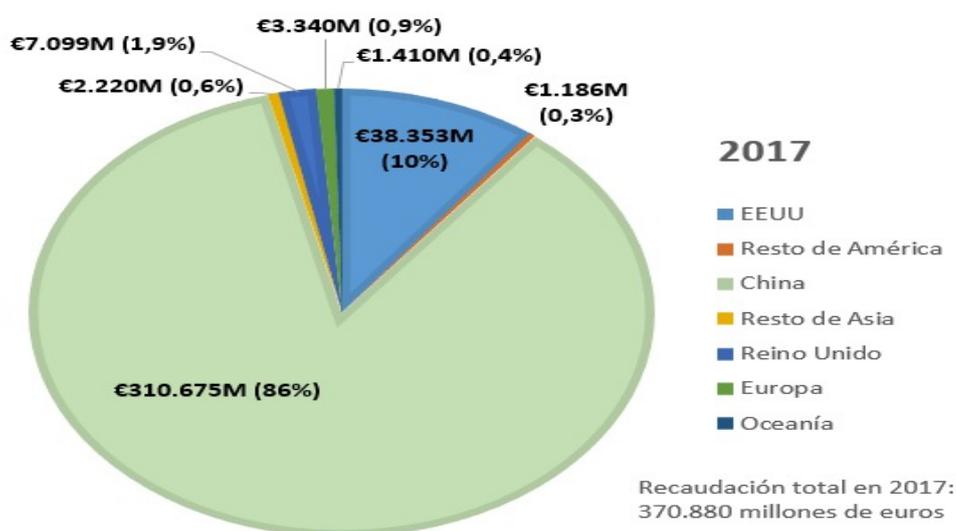
4.4. La Financiación Participativa en España en comparación

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



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. EEUU 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

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

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.

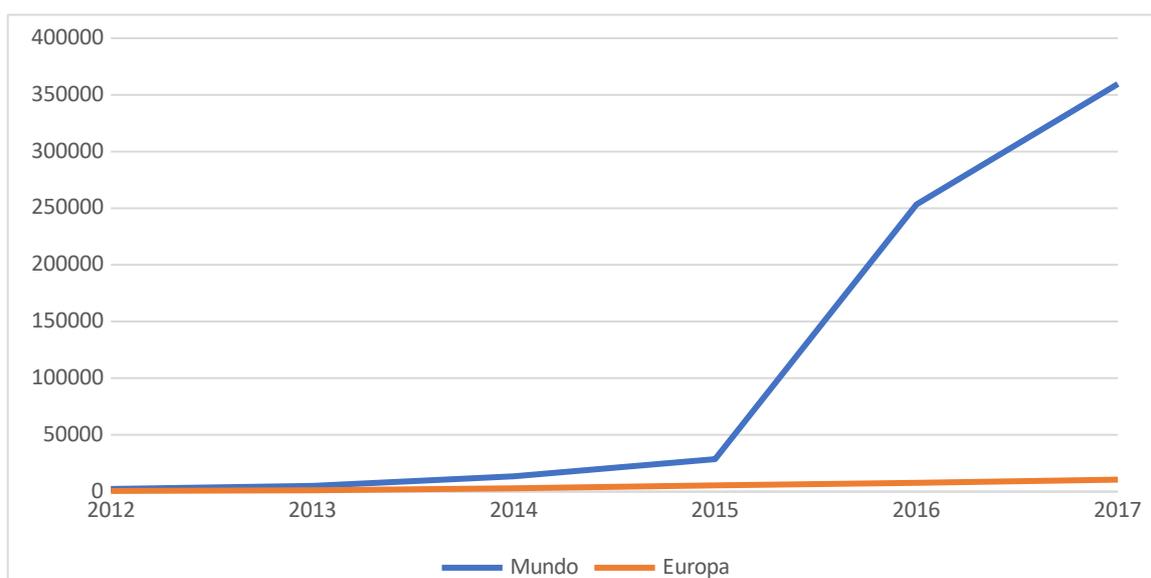
Europa ya ha sido superados por Asia (por China) y los EEUU en recaudación, lo que pone de manifiesto la creciente competencia y la necesidad de mejora en los incentivos a la utilización del crowdfunding en nuestro continente (Ramos y González, 2020)⁵.

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 14: 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 préstamo 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.

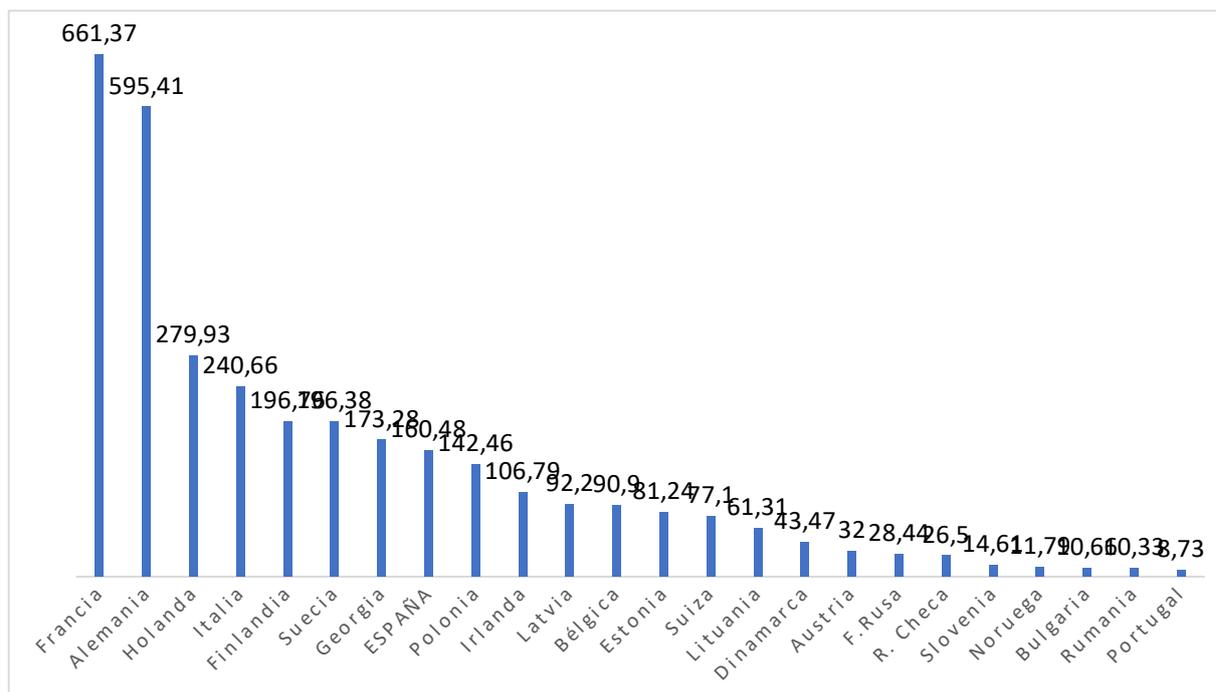
Este espacio único podría suponer el crecimiento de las grandes plataformas internacionales en detrimento de las locales más pequeñas. Esto es sin duda un riesgo que podría favorecer un gran oligopolio. Un solo mercado donde ciudadanos de cualquier parte de la UE puedan lanzar campañas y/o financiar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

Table 15: 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

Las conclusiones y recomendaciones sugeridas en ediciones anteriores de este informe siguen estando vigentes, si bien, la pandemia y posterior crisis económica que estamos padeciendo mientras redactamos estas conclusiones, abren un nuevo escenario con evidentes limitaciones, pero también importantes potencialidades para que el crecimiento futuro de la Financiación Participativa.

Seguimos apoyando, y ahora con mayor motivo un esfuerzo coordinado entre inversores, creadores, plataformas e instituciones públicas y privadas para consensuar una estrategia que permita mayor seguridad jurídica, mayores incentivos económicos e impositivos, mayor promoción y expansión de esta forma de financiación tanto cuantitativa como cualitativamente.

El crecimiento experimentado en 2019 respecto a años anteriores, sugiere que la [Financiación Participativa sigue gozando de un creciente predicamento entre emprendedores, inversores, mecenas y donantes](#). Sin duda alguna, sus características más reconocibles siguen siendo crucial para entender estos aumentos.

Sus [principales virtudes siguen](#) siendo:

- 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 mitad de la recaudación del crowdfunding en España fue destinada a la financiación de empresas locales en 2017. El sector empresarial es consciente de la potencialidad y ventajas de esta forma de financiación, como ha pasado en otros países. Entre los elementos más destacables subrayamos los siguientes:

- 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 del Crowdfunding en España y América Latina 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.
- Explora 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.

⁶ 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

- 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.

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.

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

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 imparables 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.

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.

“Yo apoyo el crowdfunding” Promotor, a principios del año 2013 de esta campaña que buscaba legislar y promover el crowdfunding en España y Europa, que contó con el apoyo de más de 100 organizaciones del sector. Desde abril de 2015 España cuenta con una legislación propia.

Javier Ramos.

Universidad Complutense de Madrid y Universidad de la República- Uruguay

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

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 la Política Económica de la Globalización y la UE, las Estrategia Europeas de Competitividad y Crecimiento (Estrategia de Lisboa, Europa-2020), la Innovación Social y la nueva economía democrática/colaborativa (Democracia Digital, Transición eco-digital, nuevas formas de financiación (crowdfunding) y empleo (coworking), etc

El pasaporte para plataformas propuesto por la Comisión es un paso, pero si queremos competir con EEUU y Asia, es preciso romper aún más barreras y facilitar todos los procesos de unificación dentro de la UE en el sector de la Financiación Participativa.

Además del pasaporte habría que explorar una legislación común en temas impositivos y de posibles fraudes que nos permitiese hablar de un verdadero mercado único y que incentivase además que proyectos lanzados en una parte de la UE, puedan ser financiados por inversores de otras partes bajo un marco impositivo y reglamentario común.