

Título:	Crowdfunding in Spain: framework, regulations and case studies.
Autor:	Carrillo González, Carmen María & Fernández Bo, María
Extensión:	2.300 palabras
Fecha:	Enero, 2022

Title:	Crowdfunding in Spain: framework, regulations and case studies.
Author:	Carrillo González, Carmen María & Fernández Bo, María
Size:	2.300 words
Date:	January, 2022
Abstract:	Great ideas have been forsaken for simply not having the financial support needed to back them up. The development of ICTs has served as a loudspeaker so that millions of people can make their economic needs known, and in turn as a connector between individuals who share common interests. In this context, crowdfunding has emerged as a useful resource to fill this gap in global society. The text delves into the different options this digital financing platform offers and outlines how it has evolved up to the present. In addition, different success stories of crowdfunding initiatives in our country are presented.

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

Crowdfunding in Spain: framework, regulations and case studies.

Contextualización

El crowdfunding es un concepto que se desarrolla en la era de la información y del progreso de las telecomunicaciones. Esta incipiente iniciativa tiene como objeto ayudar principalmente a jóvenes emprendedores que no disponen de un apoyo económico suficiente para poder desarrollar su proyecto. En muchas ocasiones, se han abandonado grandes ideas por el simple hecho de no encontrar un apoyo económico, ya sea de tipo familiar, público o de banca privada, que permitiera iniciarlas y demostrar la valía de las mismas.

Gracias a la globalización y a la explosión de Internet, son muchos los sectores que han aprovechado este canal de comunicación masivo para divulgar sus necesidades. En este contexto nace el crowdfunding como una herramienta que da soporte a una de estas necesidades sociales en el ámbito de la economía. Desde hace varias décadas, son muchos los sectores que se han beneficiado de esta actividad gracias a las aportaciones económicas de personas/empresas que están interesadas en apoyar la labor de otras. Como se desarrolla en este texto, estas cuotas pueden tener un origen altruista o no, dado que el crowdfunding permite distintas oportunidades de participación.

A pesar de que esta joven iniciativa nace como respuesta a una necesidad económica, lo cierto es que la sinergia permite enriquecer un proyecto desde una perspectiva multidisciplinar, reduciendo además el esfuerzo y el riesgo de todas las partes. Lo cierto es que esta actividad ha despertado grandes expectativas en lo relativo a la transformación y grandes mejoras que puede aportar al desarrollo de un país, teniendo presente la crisis económica que vienen atravesando algunas de las potencias económicas mundiales en los últimos tiempos.

No hay que perder de vista que nos encontramos en un momento de incertidumbre y constante cambio en cualquier ámbito de la vida. Las personas estamos buscando nuevas formas de

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

relacionarnos y de trabajar, e incluso nuevas formas de consumo de contenido como alternativas a las fórmulas tradicionales, cada vez más obsoletas. Y la economía no iba a ser diferente. Esta fuente de financiación colectiva, generalmente online, ya ha sido aplicada en nuestro país con buenos resultados en sectores de tipo empresarial, industrial, cultural o político, entre otros.

Si bien es cierto que en los años 80 ya se realizaban acciones similares al crowdfunding, en lo que podríamos considerar los orígenes de esta actividad, iniciativas como la cofinanciación para terminar la Estatua de la Libertad carecían de una característica fundamental, la digitalización.

Ejemplo de los inicios del crowdfunding en la Estatua de la Libertad (EE. UU.):

Quando el Proyecto de la Estatua de la Libertad estaba a punto de finalizar los promotores se quedaron sin fondos; faltaba el pedestal. El Comité americano para la Estatua de la Libertad se puso en contacto con el editor Joseph Pulitzer y éste llamó a los lectores estadounidenses a donar dinero para terminar la estatua. La demanda apareció en el New York World y en menos de seis meses se recaudaron más de 100 000 dólares gracias a las aportaciones de 125 000 personas. La inmensa mayoría de las aportaciones fueron de menos de un dólar.

Tipos de crowdfunding

Existen diferentes formas de financiación a través de crowdfunding que se explican a continuación (Beck, 2012; Giudici et al., 2012; Leimeister, 2012):



Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

El modelo de crowdfunding basado en donaciones (donation-based crowdfunding) hace referencia a un objetivo clásico de recaudación de fondos, con la diferencia de que las donaciones llegan a través de la Web 2.0 y en la mayoría de los casos a través de un intermediario específico. En este tipo de inversión, los capitalistas no esperan recompensas materiales a cambio de su contribución (Giudici et al., 2012), sino más bien una recompensa social como, por ejemplo, un reconocimiento (Leimeister & Zogaj, 2013).

El modelo de recompensa (reward-based crowdfunding) ofrece tanto una compensación material como inmaterial y actualmente es el modelo de crowdfunding más utilizado (Mollick, 2014). Por un lado, los financiadores pueden beneficiarse de la venta o el pedido anticipado, con lo que reciben el proyecto o producto financiado antes de su publicación o entrada al mercado y a menudo a un mejor precio (Hemer et al., 2011; Röhler y Wenzlaff, 2011).

En el modelo de préstamo (Crowdlending), los inversores proporcionan fondos a través de pequeños préstamos (Allison et al., 2015; Bruton et al., 2015). En este tipo de crowdfunding, los capitalistas pueden recibir un pago de intereses acordado contractualmente al hacer el préstamo (Giudici et al., 2012). Este tipo de contratos pueden ser entre particulares, los llamados préstamos entre pares (Hemer et al., 2011; Kaltenbeck, 2011; Kortleben y Vollmar, 2012), o entre particulares y empresas (Barasinka y Schäfer, 2010; Mach et al., 2013).

El modelo de crowdfunding basado en acciones (equity-based crowdfunding) trata a las personas que financian el proyecto como inversores convirtiéndolos en accionistas a cambio de su apoyo (Mollick, 2014) con el objetivo de compartir las ganancias en el futuro (Beck, 2012; Brem y Wassong, 2014). Aquí, la población compra acciones de la empresa recaudadora.

Recomendaciones para hacer un buen crowdfunding

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

1. Comienza con un presupuesto no muy elevado.
2. El proyecto deberá tener entidad propia y resultados concretos, tangibles y alcanzables a corto plazo.
3. Plantea los objetivos con la lógica SMART (en español: eSpecíficos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y finiTos).
4. Una vez lograda la financiación, el proyecto debería poder ejecutarse de forma inmediata para que el plazo de devolución de resultados a los donantes sea corto.
5. Procura conectar el proyecto con la realidad próxima al donante.

Regulación del crowdfunding en España

Las primeras plataformas de crowdfunding se iniciaron en España sin una regulación que velara por la garantía de esta actividad. No fue hasta hace unos pocos años cuando se elaboró un marco jurídico que regula y da soporte legal específico al crowdfunding financiero.

La Ley 5/2015, de 27 de abril, de Fomento de la Financiación Empresarial, creó un marco legal específico para las plataformas de crowdfunding involucradas en la intermediación de financiación a través de préstamos, bonos o participaciones en el capital. Estas plataformas están ahora bajo la autorización, supervisión, inspección y sanción de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, la autoridad reguladora del mercado de valores, con la participación del Banco de España en el caso de la financiación participativa a través de préstamos. Las empresas tienen que cumplir determinados requerimientos administrativos y financieros para que se les permita operar como plataformas de financiación participativa. Además, la ley limita el rango de servicios que estas plataformas pueden ofrecer. En particular, no se les permite ofrecer

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

asesoramiento en materia de inversiones ni procesar pagos (a menos que soliciten una licencia como instituciones de pago híbridas).

Dados los riesgos del crowdfunding financiero, la normativa española clasifica a los inversores en dos categorías: acreditados y no acreditados. A los primeros no se les imponen límites de inversión, mientras que a los segundos (los inversores no profesionales) solo se les permite invertir un máximo de 3000 euros por proyecto y un total de 10 000 euros al año. La Ley también impone un límite sobre la cantidad de financiación que se puede obtener a través de crowdfunding. El límite se establece en 2 millones de euros para los proyectos abiertos a cualquier inversor y en 5 millones de euros para los proyectos dirigidos únicamente a inversores acreditados.

Las inversiones a través de crowdfunding conllevan riesgos de solvencia y liquidez potencialmente elevados, pues la mayor informalidad agrava la asimetría de información entre los inversores y los solicitantes de financiación. Las plataformas están obligadas a publicar cierta información sobre los demandantes y sus proyectos, pero no se requiere que comprueben esa información.

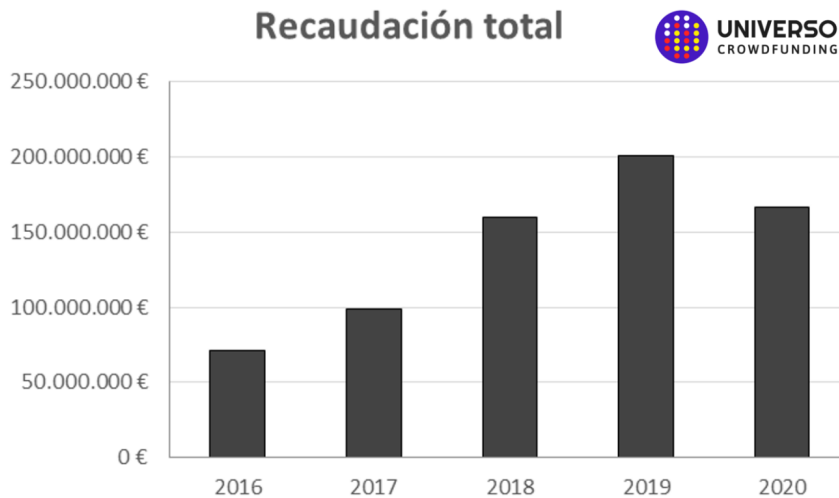
Casos de éxito de crowdfunding en España

Según el estudio realizado por Universo Crowdfunding, en colaboración con la Universidad de la República (UDELAR)-Uruguay y la Universidad de Jaén, "Informe sobre Crowdfunding en España 2020", el Crowdfunding recaudó en España 167 029 927 € en 2020, un 16,85 % menos que en 2019.

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment



Tal y como se ha recogido a lo largo del texto, los casos de éxito de esta iniciativa son numerosos y muy dispares según el sector, según se den en la industria tecnológica, cinematográfica, textil, etc. A continuación, se recogen cinco casos de éxito de crowdfunding en nuestro país:

1. Vector, el amigo robot

Uno de los proyectos de crowdfunding más exitosos de 2018 fue Vector, de la compañía Anki. En Kickstarter su meta era de 500 000 dólares, pero la superó con creces al convencer a más de 8000 mecenas que aportaron casi 1,9 millones de dólares. Vector es un pequeño robot con inteligencia artificial y Anki quiere que se convierta en una especie de tierno y adorable asistente personal.

Porque Vector tiene más de 1000 animaciones para expresar emociones. Y un sensor táctil capaz de reaccionar ante nuestras caricias. Y, además, integra una red wifi para conectarse a internet y responder preguntas sobre diferentes temas, como qué tiempo va a hacer o el

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

significado de algunas expresiones. El predecesor de Vector fue otro robot llamado Cozmo, ideado para que los más pequeños aprendieran sobre programación.

2. Pebble, el reloj inteligente

Pebble Technology Corporation inició en 2012 una campaña en Kickstarter para fabricar un smartwatch. En poco más de un mes recaudó más de 10 millones de dólares, cuando solo aspiraba a 100 000 dólares. El reloj Pebble era compatible con Android y iOS y contaba con diferentes aplicaciones.

En julio de 2013, Best Buy comenzó a vender este reloj inteligente, que se agotó en tan solo cinco días. En 2014, se habían vendido más de un millón de unidades.

La empresa ha usado Kickstarter para lanzar nuevas campañas recaudatorias. La de 2015 para fabricar Pebble Time, es una de las más exitosas de la historia de la plataforma. Logró más de 20 millones de dólares de más de 75 000 patrocinadores.

En 2016, su competidor directo, Fitbit, compró la empresa y se hizo con el control de los productos.

3. 'Veronica Mars', la película deseada

En 2004 se estrenaba la serie 'Veronica Mars', una producción que dio nombre al género de *teen noir* (thriller para adolescentes) en el que Kristen Bell daba vida a una joven investigadora.

La serie se convirtió en un auténtico fenómeno de masas. Pero si ha pasado a la historia del audiovisual es por la campaña de micromecenazgo que iniciaron su protagonista (Bell) y su creador (Rob Thomas) en Kickstarter en 2014 para recaudar fondos para rodar una película.

Los impulsores se habían marcado una meta de dos millones dólares que lograron recaudar en tan solo 10 horas. Finalmente, la campaña se cerró en casi seis millones de dólares y más de

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

90 000 mecenas. Y todo gracias a la pasión de los miles de seguidores que nunca aceptaron la cancelación de la serie.

4. Exploding Kittens, cartas adictivas

Un curioso producto que se convirtió en una de las campañas más exitosas de Kickstarter: Exploding Kittens. La meta de la campaña era de 10 000 dólares, cifra que consiguió en solo 20 minutos. Al final, la campaña se cerró con más de ocho millones de dólares recaudados.

Se trata de un juego de cartas diseñado por el popular dibujante Matthew Inman. Y viene a ser una nueva versión de la ruleta rusa. La clave de su éxito fue encontrar un producto sencillo y adictivo, utilizar conceptos actuales, contar con una estrella mediática y ofrecer calidad. Según ha explicado el creador de la idea, Elan Lee, la dinámica de Kickstarter les permite cumplir con los plazos de entrega sin que el acabado final del producto se resienta.

5. Gravity, la manta antiestrés

Uno de los grandes éxitos de crowdfunding de 2017 fue Gravity, una manta que ayuda a dormir mejor. Esta manta reduce los niveles de cortisol en el cuerpo a la vez que aumenta los de serotonina y melatonina. Y lo consigue al aprovechar la gravedad para simular un abrazo con el que la persona se siente reconfortado.

Gravity cuenta con pequeñas esferas que se distribuyen según los puntos de presión del cuerpo. El creador del producto, John Fiorentino, explica que utiliza un principio médico que actúa como calmante natural.

La campaña, que partía con una meta de 21 500 dólares, consiguió casi cinco millones de dólares en financiación, gracias a sus 23 805 patrocinadores.

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment

Como conclusión, se puede augurar una garantía de futuro para los jóvenes emprendedores en este entorno económico, particularmente negativo, que está permitiendo acelerar la implantación y el desarrollo de formas alternativas de financiación para salvar la brecha creada por la congelación del crédito, entre otras cuestiones. Como venimos anunciando, entre estas opciones ha ganado una amplia aceptación social este fenómeno que, sin ser nuevo, el impulso de la tecnología le ha hecho adquirir una aplicación propia en la sociedad contemporánea: el crowdfunding. En definitiva, el crowdfunding es, sobre todo, una manifestación más de los movimientos sociales de implicación comunitaria y acción colectiva que están impregnando esta sociedad digitalizada.

Implemented By



YOUTHShare project is funded by Iceland, Liechtenstein and Norway through the EEA and Norway Grants Fund for Youth Employment