

Trabajo Fin de Grado

El modelo de financiación empresarial como
determinante del desempeño financiero: el caso
del crowdfunding

Autor

Ives Romero Murillo

Director

Dr. Eduardo Ortas Fredes

Facultad de Empresa y Gestión Pública - Huesca
2017

RESUMEN

El crowdfunding, es un método de financiación que se basa en la aportación voluntaria o en la búsqueda de recompensas, de personas que aportan pequeñas cantidades monetarias con el objetivo de financiar un proyecto, ya sea un proyecto empresarial o de carácter solidario. Existen varios tipos de crowdfunding y plataformas especializadas dependiendo del tipo que se trate. Con la crisis y la falta de concesión de créditos de bancos y cajas, el crowdfunding empezó a ganar importancia por la facilidad con la que se podía acudir a él. Por ello, muchas empresas (sobre todo startups) empezaron a tenerla en cuenta como método de financiación alternativo. Debido al creciente interés de este modelo de financiación, el presente trabajo pretende analizar el desempeño financiero de las empresas que decidieron optar por el mencionado sistema. Así, el trabajo analiza a empresas que se han financiado a través del crowdfunding y lo compara con las empresas financiadas de forma tradicional. Como resultado se podrá observar que, pese a que muchas empresas que utilizaron el crowdfunding siguen operativas, el rendimiento de estas está muy por debajo que las empresas financiadas de forma tradicional.

ABSTRACT

Crowdfunding, is a method of financing based on voluntary contribution or people who look for rewards, it's based on the contribution of lesser amounts of money for different purposes, such as financing a project like some business or solidary projects. There are several types of crowdfunding and there are specialized platforms depending on the type in question. With the crisis and the lack of credit granting from banks and savings banks, crowdfunding started to gain importance due to the ease with which it was possible to go to it. Therefore, many companies (especially start-ups) started to take it into account as an alternative financing method. Due to the growing interest in this financing model, this paper intends to analyse the financial performance of the companies that decided to opt for the aforementioned system. Thus, the work analyses those companies that have been financed through crowdfunding and compares it with companies financed in a traditional way. As a result, it can be observed that, although the most of companies that had used crowdfunding are still operational, their performance is far below that of companies financed in the traditional way.

Palabras clave: crowdfunding, colaboración, financiación alternativa.

Key words: crowdfunding, cooperation, alternative financing.

ÍNDICE

1. Introducción	1
2. Un modelo de financiación alternativo: el crowdfunding	3
3. Estado de la cuestión: situación del avance del crowdfunding	6
3.1. Análisis europeo.	6
3.2. Situación en España.....	7
4. Empresas de nueva creación y crowdfunding	9
4.1. Riesgos del crowdfunding en empresas de nueva creación	11
4.2. Ventajas del crowdfunding	13
4.3. Factores que inciden en el éxito del crowdfunding	13
5. Metodología, muestras y variables analizadas	14
6. Resultados	16
7. Conclusiones	28
8. Referencias	31
Anexo I: Listado de plataformas de crowdfunding operativos en España.	33

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de crowdfunding.....	5
Tabla 2: Fondos recaudados diferenciando el tipo de crowdfunding.....	8
Tabla 3: Listado de empresas participantes en el estudio.....	16
Tabla 4: Comparación de las rentabilidades.....	20
Tabla 5: Resultados de la comparativa.....	24
Tabla 6: Cerveza Artesana de Navarra S.L.	25
Tabla 7: Foodinthebox S.L.	25
Tabla 8: Mammoth Hunters S.L.	25
Tabla 9: La brava beer S.L.	25
Tabla 10: Foxize School S.L.	26
Tabla 11: A2 industrial Spain S.L.	26
Tabla 12: Plusfac S.L.	26
Tabla 13: Taniwa Soluciones S.L.....	27
Tabla 14: Social Gamin Platform S.R.L.....	27
Tabla 15: Societat coop catalana agropecuaria l olivera	28
Tabla 16: Plataformas de crowdfunding.....	33

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Funcionamiento del crowdfunding	5
Figura 2: Volumen en Euros del crowdfunding en Europa 2013-2015.....	7
Figura 3: Fondos recaudados por crowdfunding en España.....	8
Figura 4: Supervivencia empresas financiadas por crowdfunding.....	19

1. INTRODUCCIÓN

El estallido de la crisis financiera propició que muchas empresas presentaran problemas a la hora de obtener financiación. Especialmente, los problemas se centran en la obtención de financiación bancaria ya que existía una excesiva dependencia de este modelo de financiación (el 80% de las fuentes de financiación son a través de estas entidades, mientras que sólo el 20% provienen de alternativas financieras no bancarias) (Giralt y Gonzalez Nieto, 2014). Ante esta dificultad de acceder al crédito en el sector financiero tradicional (bancos y cajas de ahorro), las empresas disponen de diversas alternativas para financiarse (Barrachina Cubillo, 2013):

- Familiares y amigos (*Friends, family and fools*): son los fondos aportados por las personas del entorno del emprendedor.
- Capital riesgo (*Private Equity*): participación temporal de entidades financieras en empresas con expectativas de crecimiento.
- *Business angels*: son inversores individuales que aportan capital, conocimientos e incluso contactos.
- Subvenciones y ayudas que otorgan los organismos oficiales a fondo perdido o en condiciones óptimas.
- Sociedad de garantía recíproca, es decir, sociedades que ofrecen su aval a determinados proyectos empresariales con el fin de que puedan acceder a fuentes de financiación en mejores condiciones.
- Crowdfunding: Financiación procedente de numerosas personas que participan en un proyecto a través de internet.

En general, la elección del método de financiación está relacionado con la etapa de la empresa de su ciclo de vida. Las pequeñas empresas suelen capitalizarse mediante la venta de capital riesgo. Sin embargo, este proceso tiende a ser bastante caótico e impredecible, debido a que ni los empresarios ni los inversores saben evaluar el valor real y el potencial de la empresa.

La primera etapa se llama “la fase de gestación” y es un período de la vida de la empresa en la que los creadores buscan un lugar adecuado en el mercado para lograr entrar. En esta etapa, la financiación es proporcionada por los propios ahorros de los empresarios o los fondos de amigos y familiares. Cuando la empresa comienza su lento proceso de desarrollo, la cantidad de capital necesaria para acometer las nuevas

inversiones va incrementando. En ese momento, las perspectivas futuras de la firma atraen a los *business angels*, individuos con recursos financieros que están interesados en invertir en ideas que se responden con sus valores. Con el paso de tiempo, los gastos de la empresa continúan creciendo y la empresa comienza a entrar en la “etapa inicial”. En esta etapa la empresa todavía no es lo suficientemente grande como para obtener financiación a través de los mercados de capital, pero ya llama la atención del capital riesgo. Este proceso se acelera cuando la empresa alcanza su punto álgido y una importante cuota de mercado, convirtiéndose así en un objeto de gran valor para las agencias de capital riesgo. El siguiente paso comienza cuando las ventas de la compañía aumentan rápidamente, pero la capacidad de producción disminuye. Esto significa que la empresa se está volviendo más madura y entra en la etapa de expansión. Así, en esta nueva etapa, la empresa suele contar con más inversores. El ciclo de vida concluye cuando los propietarios deciden que la empresa está lista para hacerse pública y realizar una oferta pública inicial (Lehner, 2013).

El debate en torno al sistema de financiación óptimo empresarial ha suscitado un gran interés y debate en el área de la economía financiera durante las últimas décadas. El presente trabajo pretende contribuir al mismo desde diferentes perspectivas. Así y, en primer lugar, se muestra el origen y el funcionamiento del crowdfunding. Posteriormente, se señala la importancia que este método ha ganado a lo largo de los últimos años tanto en Europa como en España. Para ello, se revisará el marco normativo del crowdfunding, así como los diferentes tipos de iniciativas que engloba. Se mostrará también cómo las empresas de nueva creación utilizan este método de financiación y las ventajas e inconvenientes con respecto a métodos de financiación tradicionales. Otro de los objetivos del trabajo es comprobar si todas aquellas empresas que han participado en algún proyecto, habiendo obtenido pues los fondos financieros necesarios, siguen teniendo el mismo éxito en la actualidad. Para ello, se analizarán a través de datos de análisis financiero si éstas son rentables en comparación a empresas de similares características que hayan obtenido financiación de forma tradicional.

Los principales resultados indican que el crowdfunding, a pesar de ser un método de financiación que cuenta con cada vez más empresas interesadas, no permite a las empresas obtener unos índices de rendimiento financiero superiores a las empresas que utilizan financiación convencional.

El trabajo se encuentra estructurado del siguiente modo. En el siguiente apartado se comentará el origen del crowdfunding, así como el funcionamiento, los tipos y la situación del crowdfunding en Europa y España. La tercera sección tratará sobre la situación del crowdfunding tanto en Europa como en España y normativa que regula el crowdfunding. En la sección cuarta se analizará la situación de las empresas de nueva creación que deciden utilizar el crowdfunding como método de financiación, y se mostrarán las ventajas y los riesgos que tiene el uso del crowdfunding, y se mostrará también los factores que ayudan a proyectos de crowdfunding a ser exitosos. En la sección sexta se comenzará con el análisis sobre las empresas que han utilizado el crowdfunding como método de financiación, se mostrará la metodología y las variables utilizadas para realizar el análisis y la comparación. La séptima sección mostrará los resultados del análisis y ya por último en la octava sección se realizarán las oportunas conclusiones.

2. UN MODELO DE FINANCIACIÓN ALTERNATIVO: EL CROWDFUNDING.

Conceptualmente, el crowdfunding, *micro mecenazgo* o *financiación colectiva* es un método de financiación en el que se pretende que un número de personas (el *crowd*) aporten pequeñas cantidades de dinero o fondos (*funding*) con un objetivo en común, bien sea causas sociales, ayudar a artistas con sus proyectos o ayudar a empresarios a lanzar sus productos. Todo el proceso se realiza a través de internet mediante unas plataformas especializadas para ello, por lo que las nuevas tecnologías ocupan una parte fundamental para este tipo de financiación. Así, el crowdfunding se configura como un proceso de pedir a la gente donaciones que proporcionan capital inicial para nuevas empresas (Steinberg y DeMaria, 2012).

Su origen es difícil de determinar ya que a lo largo del tiempo esta práctica ha sido utilizada para recaudar fondos con el objetivo de recaudar dinero para la caridad, la iglesia o incluso para pagar impuestos. En todos estos casos la idea del crowdfunding era clara y consiste en que un grupo de personas aportaba una pequeña cantidad de dinero y ese dinero se usaba para una causa común. Uno de los primeros proyectos de crowdfunding conocidos ocurrió en Nueva York en el año 1885. Aunque no existía el término de crowdfunding, la iniciativa sirvió para la construcción de la Estatua de la Libertad (presente del estado francés). Sin embargo, a la hora de montar la estatua el gobierno de Estados Unidos no pudo recaudar los 250.000\$ necesarios para tal fin, por lo que se decidió crear un comité dedicado a la recaudación de fondos necesarios para tal labor.

Tanto como el gobernador de Nueva York como el congreso rechazaron proporcionar los fondos para terminar la obra, por lo que el editor del periódico “*The New York World*”, Joshep Pulitzer, decidió empezar una recaudación de fondos en su periódico. Esta campaña consiguió más de 160.000 donantes de todas las clases sociales. La mayoría de las donaciones eran de pequeña cantidad (menos de un dólar) y en cinco meses el periódico consiguió el dinero necesario para terminar la obra (BBC, 2013)

Otro de los proyectos de crowdfunding más famosos es más reciente cuando un grupo de música británico *Marillion* decidió recaudar fondos a través de Internet. En 1997 el grupo consiguió ir de gira a Estados Unidos gracias a que los fans de la banda consiguieron recaudar 60.000 dólares para ello. En el 2001 este grupo de música decidió preguntar a sus fans a través de E-mail si ellos estarían dispuestos a pagar por un álbum en adelantado. Muchos de los fans contestaron afirmativamente y así cerca de 12.000 fans decidieron reservar el álbum, así el grupo de música uso ese dinero para grabar el álbum, siendo así pioneros en el uso de internet para la recaudación de fondos (Masters, 2013). Siguiendo el ejemplo de *Marillion*, en el año 2003 se creó la página web *ArtistShare* en donde músicos podían acudir en busca de donaciones de los fans, para producir sus álbumes y realizar giras. Esta página web fue un éxito sobre todo después de 2005 cuando la artista Maria Schneider consiguió ganar un Grammy por su álbum producido totalmente con las donaciones de los fans (Chinen, 2013). Después del éxito de *ArtistShare* otras plataformas de Crowdfunding siguieron su ejemplo y en 2008 se creó *Indegogo*, en 2009 *Kickstarter*, dos de las plataformas más conocidas a nivel mundial. A diferencia de *ArtistShare* estas nuevas plataformas no sólo se centran en la música, sino también se publican proyectos de toda índole como la filmación de películas, creación de dispositivos tecnológicos, proyectos comunitarios etc.

Existen diferentes tipos de crowdfunding. Generalmente se pueden distinguir cuatri tipos. Las diferencias entre los diferentes tipos de crowdfunding consisten principalmente en las contraprestaciones que los inversores o mecenas puedan recibir. En la Tabla 1 se puede observar los tipos de crowdfunding que existen, la contraprestación de cada una y el tipo de proyecto al que están enfocados.

Tabla 1: Tipos de crowdfunding

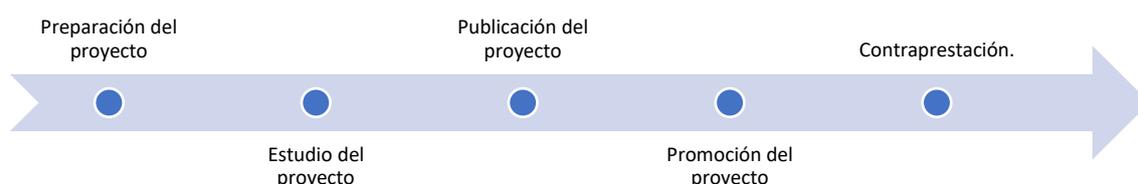
Tipos	Contraprestación	Tipo de proyectos	Plataformas
De recompensa (Reward crowdfunding)	Preventa de productos, contraprestación simbólica no económica, asistencia a evento, figurar en los créditos.	Culturales, artísticos, sociales, empresariales.	Indiegogo, Kickstarter, Ulele, Goteo, etc.
De inversión (Equity crowdfunding)	Participaciones, acciones, beneficios de las empresas	Empresariales.	Thecrowdinvest, Thecrowdangel, Crowdcube, etc.
De préstamo (Lending crowdfunding)	Intereses sobre la aportación realizada.	Empresariales.	Ecrowdinvest, MytripleA, Arboribus, etc.
De donación	Sin contraprestación.	Sociales, solidarios.	Migranodearena, crowdrise, etc.

Fuente: Elaboración propia a través de información sacada de Crowdacity y universocrowdfunding.

También existe otros tipos de crowdfunding no señalados anteriormente. Son los casos de Crowdfunding inmobiliario y el crowdfactoring. El primero de ellos su funcionamiento es similar al resto y pretende atraer al mayor número de inversores posibles que inviertan en la compra, alquiler o rehabilitación de un inmueble, a cambio de unas rentabilidades monetarias. El crowdfactoring, funciona a través de internet y se realizan operaciones de factoring y descuento de pagarés sin intermediarios financieros (con los consiguientes ahorros en tipos de descuento y comisiones).

Una vez conocido el origen del crowdfunding es interesante saber cómo funciona en la actualidad, la Figura número 1 explica el funcionamiento de la mayoría de las plataformas de crowdfunding en la actualidad.

Figura 1: Funcionamiento del crowdfunding



Fuente: Elaboración propia a través de la información recogida en Sociosinversores.com y Lanzanos.com

- **Preparación del proyecto:** Esta primera etapa es una de las más importantes ya que es cuando una persona o una empresa con una idea o con un proyecto en mente acude a alguna plataforma de crowdfunding (dependiendo del tipo de proyecto que se trate se decantará por una modalidad u otra).
- **Estudio del proyecto:** En esta etapa tiene especial importancia para plataformas de crowdfunding de inversión o préstamo, ya que realizan un estudio sobre la viabilidad y la fiabilidad del proyecto. Si el proyecto cuenta con el visto bueno de la plataforma, está listo para pasar a la siguiente etapa. En el caso de plataformas de recompensa y donación no se realiza este estudio.
- **Publicación del proyecto:** Si el proyecto ha superado los estudios de viabilidad y fiabilidad el proyecto se publica en la plataforma correspondiente. El proyecto estará publicado por un tiempo determinado por la plataforma y se tendrá que delimitar la cantidad que se desea recaudar.
- **Promoción del proyecto:** Esta etapa es una de las más importantes en todo proyecto publicado en plataformas de crowdfunding. El proyecto tiene que llegar al mayor número de personas posibles por ello es importante promocionar y difundir el proyecto en el mayor número de medios posibles (el éxito del proyecto puede ser debido al grado de promoción).
- **Contraprestación:** Dependiendo de la plataforma, el proyecto solo se cumplirá si consigue recaudar el 100% de lo requerido antes de terminar el plazo. Si el proyecto ha sido exitoso, se comienza con la contraprestación a los participantes del proyecto. En función del tipo de crowdfunding utilizado, la contraprestación será en forma de productos, agradecimientos o devolución del capital y pago de intereses.

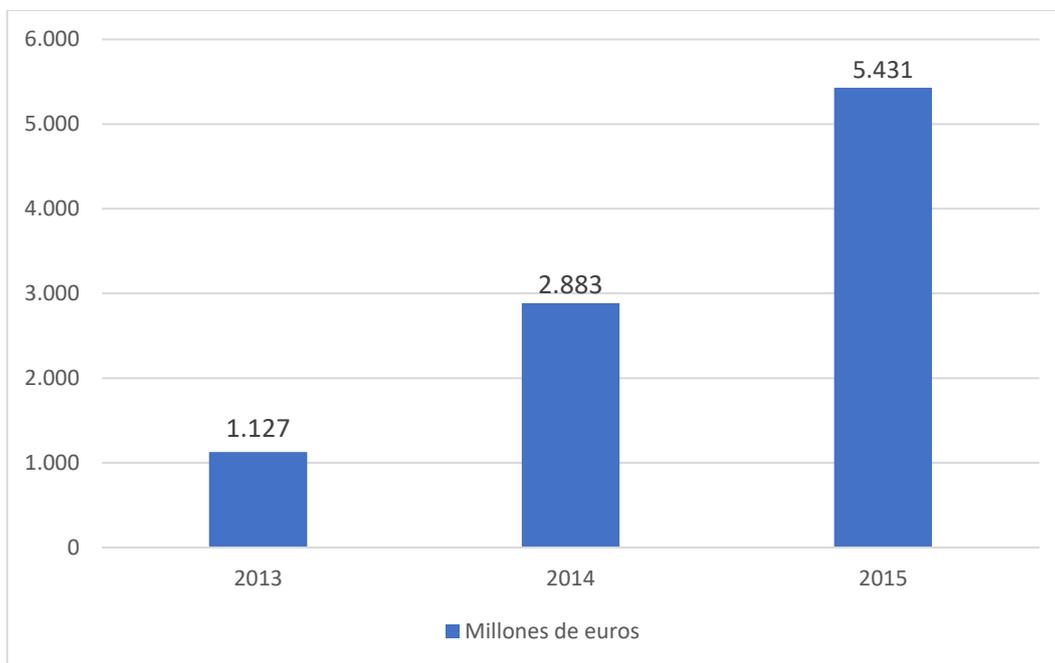
3. ESTADO DE LA CUESTIÓN: SITUACIÓN DEL AVANCE DEL CROWDFUNDING.

3.1. Análisis europeo.

Europa ha visto incrementado el uso de crowdfunding como método de financiación, según un estudio realizado por la universidad de Cambridge (Zhang et al, 2016) en Europa este tipo de financiación alternativa ha alcanzado 5.431 millones de Euros en el año 2015, subiendo un 92% con respecto al año anterior. Además, se indica que Gran Bretaña es el líder con respecto a este tipo de financiación, alcanzando los 4.412 millones de euros. Sin contar a Reino Unido, los tres países que aportan más a este tipo de financiación son

Francia, Alemania y Holanda alcanzando los tres los 1.019 millones de Euros (ver Figura 2).

Figura 2: Volumen en Euros del crowdfunding en Europa 2013-2015



Fuente: The 2nd European alternative finance industry report

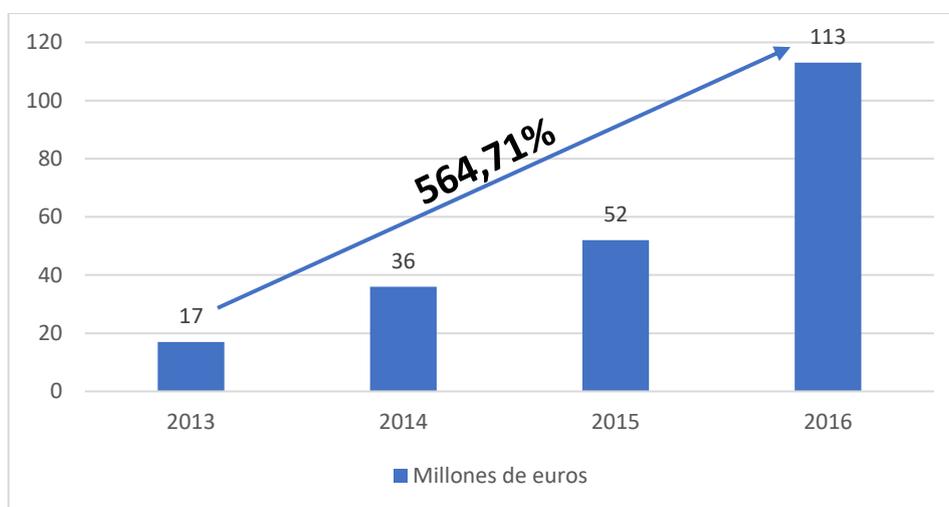
3.2. Situación en España

En España el panorama del crowdfunding sigue la línea europea, en la cual las recaudaciones a través de crowdfunding se superan cada año. Además, con la situación de crisis que sufría España en la que se restringían la financiación por parte de las entidades crediticias o la disminución de las subvenciones por parte del gobierno, hicieron que el crowdfunding creciera como método alternativo a la financiación.

Actualmente se puede encontrar 75 plataformas de crowdfunding en España (ver anexo I), pero solo 20 de ellas están registradas en la Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV - Plataformas de Financiación Participativa, 2017) . El registro en la CNMV hace que las plataformas tengan que disponer de un seguro de responsabilidad civil o garantía para así proteger de cualquier daño a las personas que participan en los proyectos. Según un estudio realizado por *universocrowdfunding* (Gonzales, 2016), el crowdfunding en España ha incrementado notablemente durante los últimos años, siendo la recaudación en el año 2012 de 17 millones de euros y de 113 millones de euros en 2016 (ver Figura 3). Esto significa un incremento de las recaudaciones de más del 500%. Esta tendencia muestra la importancia que está ganando este método de financiación

alternativo en un momento en la que la tecnología de la información domina el entorno del país.

Figura 3: Fondos recaudados por crowdfunding en España



Fuente: Elaboración propia a través de los datos recogidos de “Annual report on *crowdfunding* in Spain for 2016” realizado por la página web *universocrowdfunding*.

La tabla 2 muestra el importe recaudado por cada tipo de crowdfunding, así como su variación en el año 2016. Como se puede apreciar, la modalidad de crowdfunding que más dinero ha recaudado ha sido la relacionada con actividades de inversión, que ha experimentado un incremento del 167,14% en el último año disponible. Es significativo observar como las modalidades de Préstamo y Donación han incrementado su volumen cerca de un 88% con respecto al año anterior. En la cola se sitúa la modalidad de Recompensa que pese a ser la más conocida, su recaudación sólo ha incrementado un 7,86%. En general, la recaudación total del crowdfunding ha incrementado en un 116,09% en un solo año, lo que pone en manifiesto la importancia que este tipo de financiación está teniendo en España.

Tabla 2: Fondos recaudados diferenciando el tipo de crowdfunding

	2015	2016	Incremento
Inversión	6.018.964€	16.078.958€	167.14%
Préstamo	32.792.040€	61.689.491€	88.12%
Donación	214.098€	4.348.238€	88,88%
Recompensa	11.441.006€	12.339.750€	7.86%
	52.566.108€	113.592.388€	116,09%

Fuente: Datos recogidos de “Annual report on *crowdfunding* in Spain for 2016” realizado por la página web *universocrowdfunding*.

Como se refleja en la Tabla 2, el crowdfunding está ganando relevancia en los últimos años, por lo que es necesaria la existencia de una regulación acorde a la importancia que tiene y que de esta forma pueda proteger a las personas que quieran participar a través de este método de financiación empresarial. Así, en España, desde el año 2015 España cuenta con una regulación específica relacionada con el crowdfunding (la *Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial*). Esta ley solamente afecta a aquellos tipos de crowdfunding en los que se remunere económicamente a los participantes en los proyectos (por lo tanto, solo aplicable al crowdfunding de inversión y préstamo). El artículo 81 de dicha ley distingue entre dos clases de inversores: 1) los inversores no acreditados (no pueden invertir más de 10.000 euros en un periodo de 12 meses y en todas las plataformas disponibles); y, 2) los inversores acreditados (no disponen de ese límite). En cuanto a las empresas la ley pone un límite a la cantidad mínima que se puede captar a través de este método de financiación. En el artículo 68 indica que si se trata de inversores acreditados el importe máximo que se podrá alcanzar es de 5.000.000 de euros, mientras que con los inversores no acreditados lo máximo que podrán recaudar serán 2.000.000 de euros. Otro apartado importante es que con la citada ley todas las plataformas de crowdfunding estarán supervisadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) ya que se tratan de intermediarios financieros entre las empresas y los inversores. La CNMV vigilará el correcto funcionamiento de las plataformas. Además, se contará con la colaboración con el Banco de España a la hora de la que los inversores necesiten información para invertir en las empresas que se encuentren en dichas plataformas. Además, el artículo 56 indica unos requisitos financieros para las plataformas de crowdfunding: 1) contar con un capital social de al menos 60.000 euros; y, 2) disponer de un seguro de responsabilidad civil con una cobertura mínima de 300.000 euros por reclamación y un total de 400.000 euros anuales para todas las reclamaciones.

4. EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN Y CROWDFUNDING

La mayoría de las empresas de reciente creación y *startups* no superan los 3 años de vida. Las posibles causas de este fracaso son múltiples, aunque entre ellas destacan: 1) la mala gestión de la empresa; 2) problemas a la hora de las ventas; y, 3) problemas de liquidez. Pero ¿qué ocurre con las empresas que se financiaron a través de crowdfunding? El crowdfunding se está convirtiendo en una de las tendencias de más rápido crecimiento en Internet, lo que está transformando el entorno socioeconómico de la sociedad actual.

Permite a individuos creativos e innovadores dirigirse a un gran público en la red y así poder desarrollar productos y crear *startups* obteniendo donaciones o inversiones de individuos muy dispersos por el mundo (Belleflamme et al, 2014). Como se ha mencionado anteriormente, el mercado del crowdfunding ha crecido desde 1.127 millones de euros en 2011 hasta 5.431 millones de euros en 2015 sólo en Europa. Estas tasas de crecimiento evidencian que las organizaciones y los individuos de todo el mundo están alejándose lentamente de las estructuras organizativas tradicionales y de los inversores profesionales. Esto significa que el crowdfunding está aprovechando para convertirse en una alternativa importante a los modelos de negocio tradicionales, donde los individuos tienen, por primera vez, el poder de dar forma a su éxito por sí mismos (Beer y Badura, 2012).

De este modo, se pueden enumerar algunas oportunidades que supone el crowdfunding para las empresas de nueva creación (Bechter et al, 2011). Como forma de financiación que está emergiendo muy rápido, analizar los elementos que permitan explotar su ventaja podría aumentar la importancia de crowdfunding y asegurar su desarrollo. En primer lugar, debe analizarse la situación en la que nos encontramos. Se debe observar que actualmente estamos en plena era de la información. La tecnología ha avanzado muy rápido, el uso de Internet se ha generalizado y ha provocado la popularidad de varias redes sociales y proyectos basados en el crowdfunding. Las redes sociales y crowdsourcing se pueden emplear para el beneficio del crowdfunding. El crowdfunding puede utilizar las redes sociales para darse a conocer. Bechter et al (2011) consideran que las redes sociales pueden servir como medio para promocionar un proyecto a amigos y, respectivamente, a sus amigos. Sugieren que "la inversión se acelera a medida que el empresario se acerca a la suma requerida por la cual las personas externas aportan la mayor parte de los fondos en contraposición a la fase inicial en la que los amigos contribuyen más". Así, después de que los miembros de la familia y los amigos contribuyan en la fase inicial, pueden recomendar el negocio a sus amigos a través de redes sociales y servir como una fuente segura y confiable. Tener estas recomendaciones y ver que una gran parte del proyecto ya ha conseguido financiación, hace que personas externas sean más propensas a contribuir.

Al analizar los datos históricos de Kickstarer, varios autores concluyen que muchos inversionistas tienden a tomar la decisión de apoyar el proyecto utilizando la llamada información social. En otras palabras, la voluntad de los patrocinadores de apoyar

el proyecto aumenta en proporción con el porcentaje actual de financiación que la campaña ya ha atraído, es decir, cuanto más dinero se ha prometido, más atractivo será el proyecto para los nuevos participantes (Kuppuswamy y Bayus, 2013). Estos autores también afirman que esta información financiera tiene más influencia que el número total de inversionistas. Otra evidencia importante del trabajo de Kuppuswamy y Bayus (2013) es que el éxito de la campaña está directamente vinculado a la forma en que se desarrolla el proceso de campaña: cuánto de la comunicación va entre los creadores y los patrocinadores (ya sea en forma de comunicación directa o mediante la publicación de actualizaciones). El período de tiempo de la publicación actualizada también está positivamente relacionado con la tasa de éxito. Por lo general, los picos de financiación se ubican dentro de los primeros y últimos tres días. Durante estos períodos, los creadores del proyecto tienden a ser más persuasivos con la promoción y la comercialización.

Además, la posibilidad de asociar crowdfunding con crowdsourcing parece prometedora. Ciertos autores el crowdfunding puede servir como una herramienta para que las empresas innovadoras mejoren su modelo de negocio y productos o servicios antes de que se ofrezcan al público (Sigar, 2012). Así, el crowdfunding puede ser visto como una combinación de conceptos de crowdsourcing (es decir, buscar financiación a través de la multitud) y micro finanzas (pequeñas cantidades aportadas, sin necesidad de contraprestación) (Schwienbacher y Larralde, 2010).

Finalmente, es interesante destacar que el crowdfunding está diseñado como una oportunidad de inversión nicho / forma de recaudar capital. No es incompatible con otras formas de financiación. Así, Shirky (2012) indica que la idea de que crowdfunding es un método de nicho para recaudar capital y afirma que probablemente no haya superposición, incluso en los primeros días, entre los objetivos tradicionales del capital riesgo y el crowdfunding. Considera que "el crowdfunding se revelará como una fuente de todo tipo de *startups* que simplemente no forman parte del ecosistema actual".

4.1. Riesgos del crowdfunding en empresas de nueva creación

La naturaleza arriesgada de las pequeñas empresas también podría considerarse una amenaza para el crowdfunding. Sigar (2012) afirma que las *startups* presentan tradicionalmente más riesgo y tienen una mayor tasa de fracaso en comparación con otras empresas. Surge la incertidumbre sobre el desarrollo de productos y servicios no probados. Sullivan y Ma (2012) expresan el temor de que muchos inversores de

crowdfunding se verán decepcionados cuando el negocio que invierten en fracasa, ya que muchos lo hacen en los primeros cinco años. Esto puede causar no sólo decepción, sino también demandas judiciales. Por otra parte, Gobble (2012) destaca el hecho de que obtener financiación a través de crowdfunding es más fácil, en comparación con el capital-riesgo. Los empresarios pueden equivocarse eligiendo la alternativa de financiación más sencilla, a pesar de que el capital-riesgo ofrece ayuda, asesoramiento, contactos útiles, además de dinero. A veces, tal ayuda puede ser fundamental para que una pequeña empresa y reciente tenga éxito en el mercado.

Una de las plataformas de crowdfunding más populares para proyectos creativos, denominada Kickstarter, ha atraído casi 3,3 mil millones de dólares en inversiones y ha ayudado a financiar con éxito más de 130.000 proyectos¹. Kickstarter es una de las muchas plataformas de crowdfunding basadas en recompensas que atraen a creadores profesionales e inexpertos en todo el mundo. El caso más interesante sería la empresa Pebble Technology Corporation, una empresa dedicada a la fabricación y diseño de relojes inteligentes, esta empresa logró dirigir con éxito la financiación del crowdfunding tres de sus productos, superando significativamente su objetivo de financiación. Esto significa, que los creadores con experiencia tienen mayores posibilidades de recibir financiación exitosa e incluso superar la meta de financiación. Los proyectos de empresas sin experiencia no aparecen entre los proyectos más exitosos de Kickstarter hasta la fecha. Esta situación no es exclusiva de Kickstarter y puede encontrarse en otras plataformas, como Indiegogo o GoFundMe.

El problema, por lo tanto, consiste en que los individuos con experiencia profesional han acumulado conocimientos y comprensión sobre cómo posicionar su proyecto creativo con el fin de atraer la atención del público objetivo y, por lo tanto, recibir la financiación necesaria. Las empresas nuevas, sin experiencia profesional o que no tienen antecedentes, carecen de esta ventaja. Los pasos que toman con el fin de financiar sus proyectos son conducidos enteramente por sus concepciones e ideas personales. Dado que el fenómeno del crowdfunding no ha sido ampliamente investigado aún, existe una evidente falta de orientación profesional para las empresas de nueva creación de cómo utilizar con éxito este instrumento para sus proyectos.

¹ Kickstarter, “Estadísticas de Kickstarter” 2017, <http://www.kickstarter.com/help/stats>.

4.2. Ventajas del crowdfunding

En comparación con los tipos tradicionales de financiación (como los bancos, los inversores de capital riesgo o *business angels*) el crowdfunding ofrece a los empresarios un conjunto mucho más flexible y complejo de herramientas que se pueden ajustar a las necesidades tanto del empresario y sus posibles inversores. Belleflamme et al. (2014) identifica dos tipos de ventajas del crowdfunding para los empresarios: 1) financieros; y, 2) no financieros. Así, considera que los beneficios no financieros son más importantes que los financieros. Además, se pone de manifiesto que el lado social del crowdfunding (la construcción de la comunidad) es una parte crucial del proceso de crowdfunding. Al igual que con los empresarios, los inversores de crowdfunding también están impulsados por factores que van más allá de la adquisición de beneficios financieros. Estos beneficios no financieros son especialmente importantes, ya que es lo que distingue el crowdfunding del resto de fuentes tradicionales de financiación como la financiación bancaria o capital riesgo. Belleflamme et al. (2014) destacan que el crowdfunding, como una herramienta de negocio mucho más compleja. Así, los empresarios pueden aplicar el crowdfunding para la validación de productos, la promoción, el marketing, la co-creación y también como un canal de participación del cliente. Por lo tanto, estos autores señalan la importancia de un mayor análisis del crowdfunding como herramienta de aprendizaje a través de la cual se pueden utilizar diferentes tipos de información que pueden ser de utilidad para los negocios.

Sin embargo, ejecutar una campaña de crowdfunding se considera como un proyecto en sí, ya que para alcanzar con éxito la meta deseada, los emprendedores tienen que planificar cada paso, evitando cuidadosamente las amenazas y obteniendo las ventajas de varias oportunidades (Romanovskii, 2016).

4.3. Factores que inciden en el éxito del crowdfunding

Mollick (2014) revela que el crowdfunding sirve como un canal de transición, que ayuda a los individuos creativos a transformarse en empresarios. Asimismo, indica que proporciona algunas ideas valiosas sobre los factores que inciden en el éxito de la campaña de crowdfunding. Los factores enumerados son los siguientes:

- Capacidad para señalar la preparación - para crear una base para los inversores potenciales, asegurando la calidad del producto. Esto se puede lograr mediante el uso de las redes sociales existentes y las comunicaciones con la comunidad de inversores.

- Formulación de una estrategia justificada - para entregar satisfactoriamente los bienes prometidos en el período dado. Esto puede lograrse mediante un cuidadoso manejo del tiempo y los recursos en coordinación con el establecimiento de metas realistas.
- Elaboración del plan de ejecución de la campaña para alcanzar con éxito la meta de financiamiento establecida. Esto se puede lograr en profundidad a través de la planificación del proceso de ejecución de la campaña y de todos sus componentes.

5. METODOLOGÍA, MUESTRAS Y VARIABLES ANALIZADAS.

Actualmente el crowdfunding se ha posicionado como un instrumento que hay que tener en cuenta a la hora de acceder a la financiación tanto para la creación de empresas como para subsanar problemas de liquidez. Cada vez son más las empresas que están intentando obtener financiación a través de este método, pero ¿qué ha pasado con las empresas que obtuvieron financiación gracias al crowdfunding? ¿Siguen sobreviviendo? ¿Son rentables? Para responder a estas preguntas se ha analizado una muestra de empresas que se han financiado gracias a este nuevo método de financiación. En la muestra se incluyen 57 empresas las cuales en algún momento de su existencia se han financiado gracias a este nuevo método de financiación. Todas ellas son empresas españolas que han publicado uno o varios proyectos en plataformas de crowdfunding.

Para la recopilación de los datos de las empresas y los proyectos se examinaron las plataformas de crowdfunding en las que aparecía una sección denominada “casos de éxito”, que muestra una lista de proyectos que fueron exitosos a la hora de recaudar financiación. Además, también se contactó a través de email y teléfono con algunas plataformas para que faciliten la información requerida. Así, para la selección de las empresas, se siguió el siguiente procedimiento:

- Se primaron las empresas que han sido financiadas hasta el año 2015.
- Las empresas seleccionadas son de origen español.
- Las plataformas en las que estas se han financiado son plataformas nacionales o plataformas que tienen su base en España.

Con todos estos criterios se consiguió obtener una muestra con 57 empresas, todas ellas de diferentes tamaños y pertenecientes a diferentes sectores, siendo las empresas tecnológicas las más numerosas. Se realizarán varios análisis con los datos obtenidos. El primero de ellos permitirá apreciar cuántas empresas que se han financiado gracias al

crowdfunding siguen operativas en el momento actual. Otro análisis interesante consiste en comparar la rentabilidad que ofrecen las empresas financiadas a través de crowdfunding con respecto con las financiadas de forma tradicional. Para ello se ha utilizado la base de datos SABI, que proporciona las cuentas anuales de empresas españolas. Para ello, se empleó la técnica de “*matching*”, que permite seleccionar, para cada empresa financiada mediante crowdfunding, tres empresas a comparar, diferenciándose por tres criterios que van de lo más general a lo más específico. Estos son:

- Criterio 1: Empresas que pertenecen al mismo sector. Con los dos primeros dígitos iguales del NAICS (North American Industry Classification System).
- Criterio 2: Empresas que pertenecen a la misma industria. Con los cuatro primeros dígitos del NAICS.
- Criterio 3: Empresas que pertenecen a la misma industria y de tamaño similar. Con los cuatro primeros dígitos del NAICS y con un tamaño similar a las empresas financiadas con el crowdfunding. El tamaño de las empresas se midió con el logaritmo neperiano del total de activos de las empresas.

La aplicación de los criterios indicados permitió seleccionar, para cada empresa financiada a través de crowdfunding, tres empresas a modo de “*benchmark*”.

Se utilizaron tres indicadores de desempeño financiero: 1) la rentabilidad económica; 2) la rentabilidad financiera; y, 3) la rentabilidad sobre las ventas (tal y como se indica en las expresiones (1) a (3))

$$\bullet \text{ Rentabilidad económica} = \frac{\text{Beneficio antes de intereses e impuestos}}{\text{Total activo}} \quad (1)$$

$$\bullet \text{ Rentabilidad financiera} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Fondos propios}} \quad (2)$$

$$\bullet \text{ Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas totales}} \quad (3)$$

6. RESULTADOS

La Tabla 3 muestra los 57 proyectos de crowdfunding y las empresas que los desarrollaron. También el nombre de la plataforma que se ha usado para lanzar dichos proyectos y el año y la recaudación de cada proyecto. En algunos proyectos no fue posible obtener el nombre de la empresa que desarrollaron los proyectos debido a que se encontraban liquidadas y solo era posible conocer los nombres de los proyectos.

Tabla 3: Listado de empresas participantes en el estudio

PROYECTO	EMPRESA	PLATAFORMA	Año financiación	RECAUDADO	Sobreviven
Cashually		Crowdcube	2015	172.050 €	No
Eureka-Startups Experts		Crowdcube	2015	45.070 €	No
ProHireMe	GLOBILES, S.L	Crowdcube	2015	91.700 €	Si
Iberic Premium	IBERIC PREMIUM, S.L.	Crowdcube	2014	82.200 €	Si
MiCuento	LIBROS MICUENTO, S.L.	Crowdcube	2015	50.000 €	Si
HEMAV	HIGH ENDURANCE MULTIPURPOSE AERIAL VEHICLES SL.	Crowdcube	2015	450.000 €	Si
Zank	Afil internet ventures S.L.	Crowdcube	2015	235.000 €	Si
SeedBox	A2 industrial Spain S.L.	Crowdcube	2015	209.450 €	Si
Foxize School	Foxize School S.L.	Crowdcube	2015	203.600 €	Si
Mammoth Hunters 1	Mammoth Hunters S.L.	Crowdcube	2015	189.400 €	Si
Lamasmona	Dresshub S.L.	Crowdcube	2015	156.840 €	Si
La Brava Beer	La brava beer S.L.	Crowdcube	2015	121.050 €	Si
Foodinthebox	Foodinthebox S.L.	Crowdcube	2015	26.290 €	Si
DIDACTIC APPS	Didactic Apps SL	ProjectEgg	2013	3.220 €	No
Lit-Control	Devicare S.L.	ProjectEgg	2014	4.043 €	Si
ODEnergy	OPENDOMO SERVICES, S.L.	ProjectEgg	2012	3.962 €	Si

Sila Games	Sila Software S.L.	ProjectEgg	2013	3.459 €	Si
Madaish	Madaish fashion paradise S.L.	Sociosinversores	2014	200.000 €	Si
Xtresia	Eficientes soluciones S.L.	Sociosinversores	2015	100.000 €	Si
A Crowd of Monsters		The crowd angel	2014	300.000 €	No
AlertaPhone.com	ALERTASAT REPAIR CENTER S.L.	The crowd angel	2013	222.000 €	Si
U!Dance	UDANCE ACADEMY MADRID, S.L.	The crowd angel	2015	150.000 €	Si
Yerbabuena	Yerbabuena software S.L.	The crowd angel	2013	303.000 €	No
StackOps	STACKOPS TECHNOLOGIES S.L.	The crowd angel	2012	126.000 €	No
Glovo	Glovoapp23 S.L.	The crowd angel	2015	312.000 €	Si
Mobincube	Mobimento Mobile S.L.	The crowd angel	2013	300.000 €	Si
Brand Rain	ASSESSORS NOUS PROFESSIONALS SXXI, S.L.	The crowd angel	2013	290.000 €	Si
PopPlaces.com	Pop Corner Network S.L.	The crowd angel	2015	207.000 €	Si
BrainSINS	SOCIAL GAMING PLATFORM, S.R.L.	The crowd angel	2012	201.000 €	Si
Selfpackaging	Tribu-3 SL	The crowd angel	2014	201.000 €	Si
Camisetas K-Log		Ulele	2013	3.545 €	No
WeFitter	WELLNESS GAMIFICATION S.L	Ulele	2014	1.020 €	Si
Wattio	Wattiocorp S.L.	Ulele	2013	8.271 €	Si
BamboobikesBarcelona		Verkami	2014	5.819 €	No
Eurakos	Social Currencies Management S.L.	Verkami	2015	5.699 €	No
CERVEXA SUEVIA		Verkami	2015	3.786 €	No
Bloovs Barcelona	Bloovs Barcelona Singlasses SL.	Verkami	2015	10.188 €	Si
Zuadernos	Imborrable	Verkami	2015	9.879 €	Si
Viking Bad	VIKING BAD S.L.	Verkami	2015	8.598 €	Si
Fillin Lamp	Fillin Lamp Store	Verkami	2015	8.360 €	Si
uvas nomadas	Vinosmalparte	Verkami	2014	8.340 €	Si

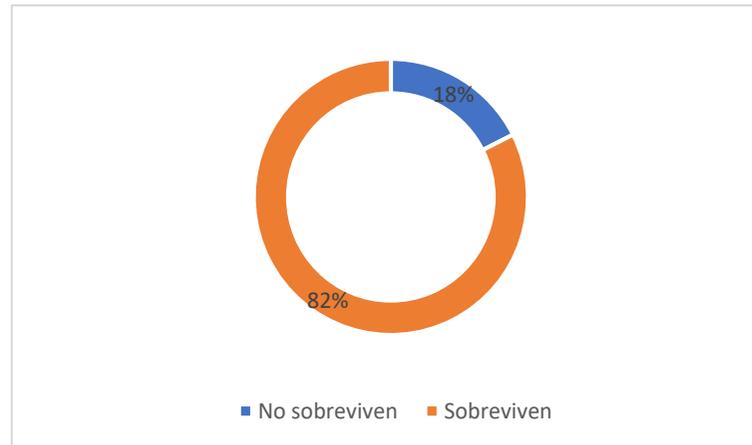
ORBITAL magnetic modular lamp	CARPINTERIA EXPANDIDA	Verkami	2015	7.905 €	Si
Projecte Diània	Projecte Diània	Verkami	2015	6.633 €	Si
Fitandsit	Fit and sit S.L.	Verkami	2015	5.086 €	Si
Casa Dalmases	Fundació Casa Dalmases	Verkami	2013	4.560 €	Si
BlueFXGames	SOLUCIONES EMPRESARIALES ARGÀ, S.L.	Verkami	2015	4.500 €	Si
Jungling	Milimbo	Verkami	2012	3.899 €	Si
thinkytab	Thinkytab desarrollos multimedia S.L.	Verkami	2013	3.508 €	Si
Cerveza Hordago	Hordago	Verkami	2015	3.437 €	Si
Bromhome	Amordemadre	Verkami	2014	3.003 €	Si
CITYSENS	Citysens Designs S.L.	Verkami	2015	26.218 €	Si
Mementum	taniwa Soluciones SL	Verkami	2013	16.115 €	Si
L'Olivera Cooperativa	Societat coop catalana agropecuaria l olivera	Verkami	2014	10.950 €	Si
Lemon Factory	Lemon Factory S.L.	Verkami	2014	8.626 €	Si
Cerveza Malaqa	Cerveza Malaqa SL.	Verkami	2014	5.780 €	Si
MAGIC GIN	Plusfac S.L.	Verkami	2014	4.264 €	Si
Cerveza de Autor Marbel	Cerveza Artesana de Navarra S.L.	Verkami	2014	1.621 €	Si

Fuente: Elaboración propia

Un primer análisis interesante consiste en determinar el porcentaje de las que siguen activas en el momento actual. No todas las que recibieron financiación consiguieron sobrevivir hasta el momento actual, muchas de ellas pese a la ayuda financiera que recibieron gracias a este método de financiación tuvieron que cerrar por diversos motivos. Pese a que todos los proyectos lanzados por las empresas fueron exitosos en las plataformas, es decir que se alcanzó la financiación deseada para llevar a cabo el proyecto, no todas las empresas siguen operativas actualmente. Para conocer si una empresa seguía operativa o no, se acudió a en primer lugar a la base de datos SABI para conocer el estado de las empresas, pero no todas las empresas en la muestra han podido encontrarse en SABI por lo que además se buscó tanto en redes sociales como en internet para

conocer el estado de dichas empresas. De las 57 empresas observadas en la Tabla 3, diez empresas se han liquidado desde el momento en el que pidieron financiación a través de este método. Por lo tanto, la tasa de fracaso se sitúa en un 17,54%. En el lado positivo se sitúan el resto de las compañías (un 82,46%) que siguen en funcionamiento (ver Figura 4).

Figura 4: Supervivencia empresas financiadas por *crowdfunding*.



Fuente: Elaboración propia

El motivo de esta alta tasa de supervivencia puede ser debido a que en numerosas plataformas (sobre todo en aquellas plataformas dedicadas al crowdfunding de inversión y de préstamo) solicitan una serie de requisitos antes de publicar el proyecto para así asegurar la viabilidad de este. Sin embargo, el hecho de que una empresa financiada con crowdfunding sobreviva no garantiza que pueda presentar el mismo desempeño financiero que las empresas que se financian de forma convencional.

Para investigar esta problemática, en un nuevo análisis se comparan las rentabilidades de las empresas financiadas por crowdfunding con las empresas financiadas de forma tradicional, utilizando la técnica de “*matching*” anteriormente mencionada.

De las 57 empresas consideradas, solamente de 29 fue posible obtener la información de las cuentas anuales en la plataforma SABI. Dos de ellas se descartaron al no seguir operativas actualmente, por lo que se analizarán 27 empresas financiadas a través de crowdfunding con sus correspondientes 81 empresas (3 empresas de comparación para cada una) financiadas de forma tradicional.

La Tabla 4 incluye los resultados del análisis.

Tabla 4: Comparación de las rentabilidades

Empresas crowdfunding	RE	RF	RV	Criterio	Empresas a comparar	RE	RF	RV
Cerveza Artesana de Navarra S.L.	-110,53%	278,00%	-255,09%	Criterio 1	Bunge Ibérica S.A.	7,83%	9,68%	1,44%
				Criterio 2	Mahou S.A.	10,92%	11,94%	13,16%
				Criterio 3	Castello beer S.L.	23,97%	58,67%	6,15%
Eficientes soluciones S.L.	-25,50%	-19,40%	-115,33%	Criterio 1	Tempe S.A.	17,59%	28,29%	7,98%
				Criterio 2	Gadisa retail S.L.	1,27%	20,81%	4,72%
				Criterio 3	José I Vadillo Arrieta S.L.	126,21%	116,53%	-6,51%
Foodinthebox S.L.	-177,05%	577,12%	4838,16%	Criterio 1	Ahorramas S.A.	10,97%	11,03%	5,42%
				Criterio 2	Cofco resources España S.L.	-8,65%	100,33%	1,06%
				Criterio 3	Sarb solutions S.L.	-38,41%	-218,33%	-9,87%
Mammoth Hunters S.L.	-132,33%	192,95%	-311,65%	Criterio 1	Xfera moviles S.A.	1,11%	-0,77%	0,18%
				Criterio 2	Arsys internet S.L.	7,86%	7,88%	15,51%
				Criterio 3	Adematica aplicaciones de desarrollo informático S.L.	-55,63%	-146,10%	-38,95%
Citysens Designs S.L.	-17,44%	-29,99%	-52,69%	Criterio 1	Culmarex S.A.	1,78%	-1,44%	-0,24%
				Criterio 2	Super jarocal S.L.	8,97%	17,18%	2,54%
				Criterio 3	Valencia palm tree valley S.L.	74,80%	94,83%	17,77%

La brava beer S.L.	-135,96%	393,50%	-85,77%	Criterio 1	Disa península S.L	1,24%	1,26%	0,24%
				Criterio 2	Maxxium España S.L.	4,15%	20,29%	1,38%
				Criterio 3	Juan Pérez López y nieto S.L.	10,02%	7,76%	0,42%
Cerveza Malaqa SL.	-11,43%	-33,72%	-14,39%	Criterio 1	Sovena España S.A.	2,40%	2,19%	0,08%
				Criterio 2	Heineken España S.A.	13,31%	35,49%	9,06%
				Criterio 3	Alcoholes león S.L.	-21,97%	-75,35%	-15,35%
Foxize School S.L.	0,93%	0,60%	0,16%	Criterio 1	Instituto de Empresa S.L.	6,63%	21,90%	5,86%
				Criterio 2	System centros de formación S.L.	19,29%	97,76%	9,73%
				Criterio 3	Arcades del CID S.L.	1,47%	0,97%	0,21%
A2 industrial Spain S.L.	0,96%	-1,36%	-0,39%	Criterio 1	BSH electrodomésticos España S.A.	17,77%	37,77%	4,45%
				Criterio 2	Royo Spain S.L.	2,57%	6,25%	0,84%
				Criterio 3	Madecor reyes y ríos S.L.	5,80%	46,06%	1,41%
Lemon Factory S.L.	-10,44%	-164,56%	-28,15%	Criterio 1	Refrescos envasados del sur S.A.	13,05%	15,43%	4,89%
				Criterio 2	Hijos de rivera S.A.	24,13%	24,41%	13,20%
				Criterio 3	Bodegas alhambra maroto S.L.	8,40%	19,06%	0,83%
Pop Corner Network S.L.	-103,28%	-8268,80%	-178,94%	Criterio 1	IT now S.A.	0,60%	6,56%	0,15%
				Criterio 2	Sigma reparaciones S.L.	10,10%	71,30%	6,16%
				Criterio 3	Racfred S.L.	2,58%	2,64%	1,07%
Sila Software S.L.	-25,06%	-22,72%	-83,96%	Criterio 1	Telefónica audiovisual digital S.L.	-3,36%	-7,81%	-0,95%
				Criterio 2	SII concatel S.L.	5,56%	14,34%	2,05%
				Criterio 3	White door games S.L.	91,75%	89,07%	70,15%
Plusfac S.L.	2,55%	94,84%	4,09%	Criterio 1	Punto fa S.L.	0,78%	4,51%	1,72%
				Criterio 2	Twins alimentación S.A.	8,33%	21,25%	3,84%
				Criterio 3	Diatorán 690 S.L.	0,99%	14,33%	0,03%

Taniwa Soluciones SL	8,74%	149,24%	19,87%	Criterio 1	Grifols S.A.	16,85%	22,23%	62,04%
				Criterio 2	Ingeniería de software bancario S.L.	4,04%	4,73%	1,44%
				Criterio 3	Sistemas informáticos de negocio S.L.	9,06%	13,58%	3,01%
OPENDOMO SERVICES, S.L.	-90,48%	-256,64%	-544,05%	Criterio 1	Saras energía S.A.	2,08%	-42,51%	-0,63%
				Criterio 2	Mundo reader S.L.	2,09%	15,21%	1,84%
				Criterio 3	Energía solar LED S.L.	-1,95%	97,63%	-2,98%
Madaish fashion paradise S.L.	-14,21%	-16,37%	-1514,06%	Criterio 1	EDP iberia S.L.	37,73%	53,78%	98,71%
				Criterio 2	Accenture S.L.	8,10%	60,23%	6,94%
				Criterio 3	Marina eye technologies S.L.	6,76%	6,08%	7,77%
Dresshub S.L.	-59,78%	-70,43%	-86,23%	Criterio 1	Buildingcenter S.A.	-14,01%	-52,47%	120,24%
				Criterio 2	Eikonos S.A.	7,86%	9,67%	7,18%
				Criterio 3	Distrimayor vrisa Distribuciones S.L.	3,89%	6,18%	2,10%
Afil internet ventures S.L.	-12,32%	-36,83%	-200,13%	Criterio 1	Everis Spain S.L.	3,21%	12,67%	3,05%
				Criterio 2	Ibermatica S.A.	7,06%	22,93%	5,51%
				Criterio 3	Abacanto soluciones S.L.	8,08%	75,43%	3,55%
HIGH ENDURANCE MULTIPURPOSE AERIAL VEHICLES SL.	-2,52%	-6,42%	-5,13%	Criterio 1	Airbus defence and space S.A.	1,58%	16,00%	2,32%
				Criterio 2	Alestis Aerospace S.L.	-0,13%	50,68%	-7,32%
				Criterio 3	Turbair S.A.	26,17%	43,84%	26,70%
Tribu-3 SL	-29,08%	-385,92%	-14,54%	Criterio 1	Antonio Puig S.A.	17,26%	64,51%	7,24%
				Criterio 2	Saica pack S.L.	-4,31%	-3,52%	-2,59%
				Criterio 3	Tribu 3 S.L.	-29,08%	-385,92%	-14,54%
				Criterio 1	Técnicas reunidas S.A.	4,14%	44,17%	5,70%

ASSESSORS NOUS PROFESSIONALS SXXI, S.L.	-16,28%	-347,07%	-40,00%	Criterio 2	Sanofi aventis S.A.	2,47%	3,79%	1,11%
				Criterio 3	Martínez i Viñaspre asociados S.L.	11,30%	9,74%	17,87%
Devicare S.L.	-13,12%	-20,62%	-36,07%	Criterio 1	Atres advertising S.L.	12,92%	143,94%	37,21%
				Criterio 2	Quintiles S.L.	15,43%	23,66%	7,49%
				Criterio 3	Biótica Bioquímica Analítica S.L.	-7,80%	8,82%	54,99%
Wattiocorp S.L.	-14,18%	-58,83%	-45,21%	Criterio 1	Sener ingeniería y sistemas S.A.	0,66%	0,62%	0,29%
				Criterio 2	Acciona energía global S.L.	8,05%	5,13%	1,56%
				Criterio 3	Printando S.L.	-31,28%	125,03%	-76,38%
SOCIAL GAMING PLATFORM, S.R.L.	5,09%	-4,30%	-7,70%	Criterio 1	Tech Data España S.L.	1,25%	-2,78%	-0,09%
				Criterio 2	Produban servicios informáticos generales S.L.	5,01%	3,87%	0,82%
				Criterio 3	Recovery labs S.A.	7,01%	226,81%	52,12%
Glovoapp23 S.L.	-34,33%	-56,51%	-575,75%	Criterio 1	Silk aplicaciones S.L.	0,82%	1,36%	0,49%
				Criterio 2	Sage Spain S.L.	13,95%	16,24%	23,26%
				Criterio 3	Alea business software S.L.	0,42%	3,63%	10,27%
Mobimento Mobile S.L.	-6,75%	-30,90%	-53,41%	Criterio 1	Tecnológica ecosistemas S.A.	27,82%	72,97%	5,39%
				Criterio 2	Social point S.L.	11,95%	12,87%	4,69%
				Criterio 3	Custos mobile S.L.	3,59%	15,15%	3,19%
Societat coop catalana agropecuaria l olivera	2,71%	0,89%	0,88%	Criterio 1	Nanta S.A.	5,44%	27,53%	1,41%
				Criterio 2	Font salem S.L.	14,29%	16,70%	9,09%
				Criterio 3	Mostos y vinos verdu Pérez S.L.	19,15%	18,22%	6,60%

Fuente: Elaboración propia. Siendo RE, rentabilidad económica; RF, rentabilidad financiera; y, RV, rentabilidad sobre las ventas.

Los resultados de la Tabla 4 indican que la gran mayoría de empresas que se han financiado a través de crowdfunding tienen cifras negativas. En la Tabla 5 se muestran las empresas con rentabilidades positivas. En el caso de empresas financiada mediante crowdfunding son muy pocas las rentabilidades positivas. En general menos de un 30% de estas empresas obtiene cifras positivas en los índices mencionados, siendo el caso de la rentabilidad sobre ventas la que llama más la atención debido a que sólo 4 empresas tuvieron cifras positivas en este índice. Por otra parte, las empresas financiadas de forma tradicional más de un 80% de las mismas cuentan con cifras en los índices positivos, lo que indica que las empresas que se financian de manera tradicional obtienen mayores rendimientos de las que se financian a través de crowdfunding.

Tabla 5: Resultados de la comparativa

Empresas financiadas por crowdfunding	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera	Rentabilidad sobre ventas
Empresas cuyas rentabilidades son positivas	6	8	4
Total de empresas en la muestra.	27	27	27
	22,22%	29,63%	14,81%

Empresas financiadas de forma tradicional	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera	Rentabilidad sobre ventas
Empresas cuyas rentabilidades son positivas	68	70	67
Total de empresas en la muestra.	81	81	81
	83,95%	86,42%	82,72%

Fuente: Elaboración propia

Se observa claramente que las empresas que han utilizado un método de financiación tradicional obtienen en general rendimientos superiores que las empresas que hayan usado el crowdfunding.

Otro análisis que se puede realizar con los datos obtenidos es sobre las empresas financiadas mediante crowdfunding que hayan tenido alguna rentabilidad positiva compararlas con las empresas financiadas de forma tradicional para ver si su rentabilidad es superior o inferior a la media y de forma individual. Hay 10 empresas financiadas a través de crowdfunding que tienen algún o todas las rentabilidades positivas. La información referida a las mismas está incluida en las tablas 6 a 15.

Tabla 6: Cerveza Artesana de Navarra S.L.

Empresa	RF	Criterio	Empresas a comparar	RF
Cerveza Artesana de Navarra S.L.	278,00%	Criterio 1	Bunge Ibérica S.A.	9,68%
		Criterio 2	Mahou S.A.	11,94%
		Criterio 3	Castello beer S.L.	58,67%
		Media		26,77%

Cerveza Artesana de Navarra obtuvo una rentabilidad financiera positiva del 577,12%, muy superior a las rentabilidades financieras de cada una de las empresas financiadas de forma tradicional, así como también superior a la media de estas.

Tabla 7: Foodinthebox S.L.

Empresa	RF	Criterio	Empresas a comparar	RF
Foodinthebox S.L.	577,12%	Criterio 1	Ahorramas S.A.	11,03%
		Criterio 2	Cofco resources España S.L.	100,33%
		Criterio 3	Sarb solutions S.L.	-218,33%
		Media		-35,66%

Foodinthebox muestra que tiene una rentabilidad financiera del 577,12% una cifra muy superior a las empresas financiadas de forma tradicional, incluso la empresa más próxima a esta, la que sigue el criterio 3, tiene una rentabilidad financiera negativa del -218,33%.

Tabla 8: Mammoth Hunters S.L.

Empresa	RF	Criterio	Empresas a comparar	RF
Mammoth Hunters S.L.	192,95%	Criterio 1	Xfera moviles S.A.	-0,77%
		Criterio 2	Arsys internet S.L.	7,88%
		Criterio 3	Adematica aplicaciones de desarrollo informático S.L.	146,10%
		Media		-46,33%

Mammoth Hunters cuenta con una rentabilidad financiera del 192,95%, una cifra muy por encima de las empresas a comparar y también de la media de estas.

Tabla 9: La brava beer S.L.

Empresa	RF	Criterio	Empresas a comparar	RF
La brava beer S.L.	393,50%	Criterio 1	Disa península S.L.	1,26%
		Criterio 2	Maxxium España S.L.	20,29%
		Criterio 3	Juan Pérez López y nieto S.L.	7,76%
		Media		9,77%

La brava beer muestra una rentabilidad financiera del 393,50%, mientras que la empresa a comparar su rentabilidad financiera permanece por debajo de los 21%.

Tabla 10: Foxize School S.L.

Empresa	RE	RF	RV	Criterio	Empresas a comparar			
					RE	RF	RV	
Foxize School S.L.	0,93%	0,60%	0,16%	Criterio 1	Instituto de Empresa S.L.	6,63%	21,90%	5,86%
				Criterio 2	System centros de formación S.L.	19,29%	97,76%	9,73%
				Criterio 3	Arcades del CID S.L.	1,47%	0,97%	0,21%
				Media		9,13%	40,21%	5,27%

En este caso, Foxize School cuenta con todas las rentabilidades positivas, pero en comparación con las empresas financiadas de forma tradicional, las cifras de las rentabilidades son inferiores a la media de las empresas financiadas de forma tradicional, incluso ninguna de las rentabilidades de esta empresa supera su empresa competidora.

Tabla 11: A2 industrial Spain S.L

Empresa	RE	Criterio	Empresas a comparar	RE
A2 industrial Spain S.L.	0,96%	Criterio 1	BSH electrodomésticos España S.A.	17,77%
		Criterio 2	Royo Spain S.L	2,57%
		Criterio 3	Madecor reyes y ríos S.L.	5,80%
		Media		8,71%

A2 Industrial solamente obtuvo un resultado positivo en la rentabilidad económica con un 0,96% pero esta cifra es inferior a la media de las empresas a comparar, incluso inferior a las rentabilidades individuales de las empresas financiadas de forma tradicional.

Tabla 12: Plusfac S.L.

Empresa	RE	RF	RV	Criterio	Empresas a comparar			
					RE	RF	RV	
Plusfac S.L.	2,55%	94,84%	4,09%	Criterio 1	Punto fa S.L.	0,78%	4,51%	1,72%
				Criterio 2	Twins alimentación S.A.	8,33%	21,25%	3,84%
				Criterio 3	Diatorán 690 S.L.	0,99%	14,33%	0,03%
				Media		3,37%	13,36%	1,86%

Plusfac cuenta con todas las rentabilidades positivas, en el caso de la rentabilidad económica esta se encuentra por debajo de la media, pero si se compara a nivel individual se observa que solo una empresa tiene una rentabilidad económica superior a Plusfac. En cuanto a la rentabilidad financiera como la rentabilidad sobre ventas, Plusfac cuenta con

unas rentabilidades superiores a la media, siendo el caso de la rentabilidad financiera más notable ya que es una cifra muy superior a la media de las empresas a comparar.

Tabla 13: Taniwa Soluciones S.L.

Empresa	RE	RF	RV	Criterio	Empresas a comparar			
					RE	RF	RV	
Taniwa Soluciones SL	8,74%	149,24%	19,87%	Criterio 1	Grifols S.A.	16,85%	22,23%	62,04%
				Criterio 2	Ingeniería de software bancario S.L.	4,04%	4,73%	1,44%
				Criterio 3	Sistemas informáticos de negocio S.L.	9,06%	13,58%	3,01%
				Media		9,98%	13,51%	22,16%

Taniwa soluciones cuenta con las tres rentabilidades positivas, su rentabilidad económica y rentabilidad sobre ventas son ligeramente inferiores a la media de las empresas a comparar, pero si se compara individualmente se pueden observar diferencias notables. En cuanto a la rentabilidad financiera, esta es superior a la media de la empresa a comparar, incluso de forma individual esta cifra es superior a todas las empresas que se hayan financiado de forma tradicional.

Tabla 14: Social Gamin Platform S.R.L.

Empresa	RE	Criterio	Empresas a comparar	RE
SOCIAL GAMING PLATFORM, S.R.L.	5,09%	Criterio 1	Tech Data España S.L.	1,25%
		Criterio 2	Produban servicios informáticos generales S.L.	5,01%
		Criterio 3	Recovery labs S.A.	7,01%
		Media		4,42%

Social Gaming platform cuenta con una rentabilidad económica de 5,09%, una cifra superior a la media de las empresas a comparar, si se compara individualmente esta cifra no está muy alejada de las rentabilidades de las empresas a comparar.

Tabla 15: Societat coop catalana agropecuaria l olivera

Empresas a comparar								
Empresa	RE	RF	RV	Criterio	Empresa	RE	RF	RV
Societat coop catalana agropecuaria l olivera	2,71%	0,89%	0,88%	Criterio 1	Nanta S.A.	5,44%	27,53%	1,41%
				Criterio 2	Font salem S.L.	14,29%	16,70%	9,09%
				Criterio 3	Mostos y vinos verdu Pérez S.L.	19,15%	18,22%	6,60%
				Media		12,96%	20,82%	5,70%

Esta empresa cuenta con las tres rentabilidades superiores a cero, pero si se compara con las empresas financiadas de forma tradicional se observa que las cifras de las rentabilidades son inferiores que las empresas a comparar, siendo la más notable el caso de la rentabilidad financiera.

Después de analizar estas 10 empresas se observa que 6 de ellas cuentan con una rentabilidad financiera muy superior a la media de las empresas a comparar. Incluso individualmente, estas cifras son muy superiores a las empresas financiadas de forma tradicional. Por otro lado, la rentabilidad económica y sobre ventas de las empresas que se financian a través del crowdfunding o bien son inferiores o similares a las empresas de comparación. Además, se observa que solamente 4 empresas consiguen obtener todas las rentabilidades positivas.

7. CONCLUSIONES

El crowdfunding es un Sistema de financiación mediante la cual se recaudan fondos a través de pequeñas aportaciones a partir de un gran número de personas, y que ha nacido y ha evolucionado gracias al avance de la tecnología de comunicación e internet en los últimos años. Gracias a ello, unas clases de crowdfunding (de inversión y préstamo) se han alzado como alternativa de las fuentes de financiación tradicionales, las cuales ha sido necesario que se regule jurídicamente debido a las importantes cifras que estas están alcanzando.

El crowdfunding, a pesar de ser un método de financiación relativamente nuevo, ha ganado bastante popularidad desde el 2010 justo cuando la crisis económica se encontraba en su peor momento y las reticencias que los bancos y cajas a la hora de conceder créditos hicieron que este método de financiación ganara fuerza. Todas las plataformas de crowdfunding que operan actualmente tienen una serie de aspectos

positivos, tales como la facilidad de pedir financiación si se es un emprendedor o empresas. Solo hace falta registrarse en la plataforma y aportar unos documentos. Pero estas plataformas también ofrecen algunos aspectos negativos tales como los retrasos de las campañas o cierta morosidad a la hora de la devolución de préstamos. Pero dado que aún se trata de un método de financiación reciente aún tiene mucho que mejorar y todavía se pueden subsanar ciertas limitaciones.

El presente trabajo pretende analizar el éxito de las empresas financiadas a través del crowdfunding. El primer aspecto relevante consiste en que el 82% de empresas que usaron el crowdfunding como método de financiación siguen activas actualmente, pero no se puede asegurar que el haber sido financiado a través de crowdfunding te asegure que la empresa siga activa en el futuro, ya que esto depende de varios factores como la gestión de la empresa, las ventas, la liquidez y las condiciones del mercado, entre otros. Con respecto al rendimiento de las empresas que se han financiado a través del crowdfunding se observó una gran diferencia entre éstas y las empresas financiadas de forma tradicional. Según el estudio realizado, se comprueba que las empresas que obtuvieron financiación a través del crowdfunding obtuvieron unas rentabilidades inferiores a las restantes. Concretamente, en el caso de la rentabilidad sobre ventas solo 4 de 27 empresas obtuvieron cifras positivas. Este aspecto indica que las empresas no venden lo suficiente como para obtener rentabilidad positiva. Hay que mencionar también que solo se tuvo en cuenta tres indicadores de rentabilidad, la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera y la rentabilidad sobre ventas, pero que hay muchos más indicadores que pueden ayudar a generar una visión más general del rendimiento de las empresas, dicho estudio puede llevarse a cabo en futuras líneas de trabajo.

Con respecto a las dificultades encontradas a la hora de la realización del trabajo, la recopilación de datos de las empresas fue uno de los principales obstáculos. Esto es debido a que muchas plataformas no informan de la información necesaria de las empresas que están detrás de los proyectos. Estas plataformas solo proveen con el nombre del proyecto, además, algunas plataformas ponen reticencias a la hora de facilitar información de estas empresas, por lo que el nombre de las empresas tuvo que ser obtenido a través de internet y redes sociales. Por ello, el crowdfunding de préstamo pese a tener relación con la creación y financiación de las empresas no se tuvo en cuenta debido a que en las plataformas dedicadas a ello (MytripleA, Airboribus) no era posible acceder a la información de las empresas. Una propuesta futura de trabajo sería el analizar la

situación de las empresas españolas que utilicen el crowdfunding de préstamo como método de financiación.

Se concluye pues que pese a ser un método de financiación con bastante futuro por delante, el crowdfunding no puede ser tomado en cuenta como único método de financiación, es decir que no sería aconsejable solo financiarse a través de este método, al menos si se trata de una empresa de reciente creación, además que nunca se sabe si los proyectos van a ser bien acogidos por parte de los mecenas o no, depende mucho de factores externos, fuera del control de la empresa. Como se puede observar en las estadísticas de Kickstarter² solo un 35,86% de los proyectos publicados en dicha plataforma han sido exitosos, lo cual indica la dificultad de que un proyecto sea exitoso o no, eso y las bajas rentabilidades que se observaron en el estudio anterior indican que el crowdfunding no favorece en gran medida a las empresas que lo usan, en el caso de plataformas dedicadas al crowdfunding de Inversión y de Recompensa.

.

² Kickstarter, “Estadísticas de Kickstarter”, 2017, <http://www.kickstarter.com/help/stats>

8. REFERENCIAS

BARRACHINA CUBILLO, M. (2013) "Fuentes de financiación". Recuperado el 16 de octubre del 2017 de <https://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/10-fuentes-de-financiación/>

BBC News Magazine. The Statue of Liberty and America's crowdfunding pioneer (25 de abril del 2013). Recuperado de <http://www.bbc.com/news/magazine-21932675>

BECHTER, C.; JENTZSCH, S.; FREY, M. (2011). "From Wisdom of the Crowd to Crowdfunding". *Journal of Communication and Computer*, 8, 951–957

BEER, S. C.; BADURA, K. E. (2012). "The New Renaissance: A Breakthrough Time For Artists". *Berkeley Journal of Entertainment and Sports Law*, 1(1), 66–74.

BELLEFLAMME, P.; LAMBERT, T., Y SCHWIENBACHER, A. (2014). "Crowdfunding: Tapping the right crowd". *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609.

BRYAN ZHANG; ROBERT WARDROP; TANIA ZIEGLER; ALEXIS LUI, JOHN BURTON; A. J.; K. G. (2016). "Sustaining momentum: The 2nd European alternative finance industry report". Cambridge University Judge Business School. Recuperado de https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2016-european-alternative-finance-report-sustaining-momentum.pdf

CHINEN, N. (2013, MAY 7). "Blue Note to Partner With ArtistShare". *NY Times*. Recuperado de <https://artsbeat.blogs.nytimes.com/2013/05/08/blue-note-to-partner-with-artistshare>

CNMV - Plataformas de Financiación Participativa. Recuperado el 30 de junio del 2017 de <https://www.cnmv.es/portal/consultas/Plataforma/Financiacion-Participativa-Listado.aspx>

GIRALT, A., Y GONZALEZ NIETO, J. (2014). "Financiación de la Pyme en el mercado financiero español. La experiencia y proyección del MAB". *Los Emprendedores Y La Recuperación Económica: Cómo Desarrollar Y Financiar Más Proyectos Empresariales Con Éxito.*, 173–198.

GOBBLE, M. A. M. (2012). "Everyone Is a Venture Capitalist: The New Age of Crowdfunding". *Research-Technology Management*, 8, 4–7.

- GÓNZALES ÁNGEL, R. J. (2016). "Crowdfunding in Spain Annual Report".
- KUPPUSWAMY, V., Y BAYUS, B. L. (2013). "Crowdfunding Creative Ideas: The Dynamics of Project Backers in Kickstarter". SSRN Electronic Journal.
- LEHNER, O. M. (2013). "Crowdfunding social ventures: a model and research agenda". *Venture Capital*, 15(4), 289–311.
- Masters, T. (7 de mayo del 2013). Marillion “understood where the internet was going early on.” BBC News. Recuperado de <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-23881382>
- MOLLICK, E. (2014). “The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*”, 29(1), 1–16.
- Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial.
- ROMANOVSKII, G. (2016). “Crowdfunding and entrepreneurship: Threats and success factors in reward-based crowdfunding Master’s”, 1–61. Recuperado de https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/5189/1/Romanovskii_Grigroi_MIM2016.pdf
- SCHWIENBACHER, A., Y LARRALDE, B. (2010). “Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures”. SSRN Electronic Journal.
- SHIRKY, C. (2012). “Clay Shirky Talks JOBS Act and the New Business Ecosystem | mediacritters”. Recuperado de <https://mediacritters.wordpress.com/2012/04/22/clay-shirky-talks-jobs-act-and-the-new-business-ecosystem-2/>
- SIGAR, K. (2012). “Fret no more: Inapplicability of crowdfunding concerns in the internet age and the jobs act’s safeguards”. *Administrative Law Review*, 64(2), 473–506.
- SULLIVAN, BRYAN Y STEPHEN MA. (22 de octubre del 2012). “Crowdfunding: Potential Legal Disaster Waiting To Happen”. *Forbes.com* 10-13. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/ericsavitz/2012/10/22/crowdfunding-potential-legal-disaster-waiting-to-happen/#78f74127576c>
- STEINBERG, S., Y DEMARIA, R. (2012). “The CROWDFUNDING BIBLE - How to raise money for any startup, video game, or project”, 79.

ANEXO I: LISTADO DE PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING OPERATIVOS EN ESPAÑA.

Tabla 16: Plataformas de crowdfunding

PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DE DONACIÓN	
Betternow	BetterNow es una plataforma de captación de fondos online para organizaciones sin ánimo de lucro de toda Europa.
DeportistasSolidarios	Es una iniciativa de la Fundación Deportistas Solidarios en Red cuyo objetivo es promover actividades deportivas vinculadas con la captación de fondos como expresión de cambio hacia una sociedad más justa.
Einicia	Plataforma de crowdfunding constituida como punto de encuentro entre empresarios, emprendedores e inversores. Asesora a los promotores en todo el proceso de la campaña de crowdfunding: Redes Sociales, documentación, fotos y vídeos, asesoría legal, etc.
Kukumiku	Plataforma innovadora de Crowdfunding Solidario pensada para enriquecer la solidaridad y ayudar a financiar proyectos sin ánimo de lucro.
Microdonaciones	Proyecto de crowdfunding para apoyar ONG mediante micro donaciones.
Migranodearena	Plataforma pensada para crear un reto solidario propio y compartirlo con amigos y familiares.
Save the Children	ONG que permite crear un reto solidario propio o en equipo, compartirlo con amigos y familiares y destinar las donaciones recibidas a la financiación del proyecto creado.
SmileMundo	Dentro de un proceso de trabajo colaborativo, identifica retos sociales o medioambientales y crea soluciones para resolverlos.

Sport2Help	Sport2help nace con la voluntad de hacer una red social solidaria. Cada Sporter tiene su perfil donde puede ir explicando los detalles de los retos que se marca y a qué entidad quiere ayudar.
Teaming	Teaming es una herramienta para gestionar recaudaciones para causas sociales. Se puede donar desde un euro al mes y no tiene comisiones.
Worldcoo	En worldcoo reúnen el comercio electrónico y las ONG para financiar proyectos de alto impacto social.
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DE RECOMPENSA	
AlExito	Si buscas inversores para tu idea de negocio AlExito te ayuda a encontrarlos con tu propio proyecto crowdfunding conectándote con consultores para lograr tu meta.
Apontoque	Crowdfunding deportivo, micromecenazgo en el deporte. Financiación colectiva para deportistas, clubs, eventos, profesionales y nuevas ideas para el deporte.
Coopfunding	Plataforma de microfinanciación que promueve la autogestión y la financiación colectiva y visibiliza proyectos cooperativos, sociales y del bien común, usando varios tipos de moneda, como las monedas sociales y las criptomonedas.
Crowdeduca	Promueve la conexión entre el conjunto de la sociedad y las personas autoras y las destinatarias de proyectos de aprendizaje para el desarrollo integral de las personas, a través del crowdfunding.
Projeggt	Projeggt es la cuarta plataforma con mayor recaudación en España en crowdfunding de recompensa.

Fimoos	Plataforma para apoyar al negocio local.
Goteo	Goteo es la red abierta de crowdfunding, colaboraciones y formación en proyectos de innovación social. Con dos rondas y ventajas fiscales para donantes.
Injoinet	Es una plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores. La nueva opción de crowdfunding que te acompaña en el duro proceso de arrancar tu proyecto.
Lanzanos	Plataforma creada para apoyar, crear, compartir y descubrir proyectos creativos a través del crowdfunding.
Libros	Editorial para publicar libros por crowdfunding. Espacio abierto a todo tipo de proyectos y que cuenta con la colaboración de mecenas y profesionales del sector. Edita libros en formato físico y digital.
MasScience	Plataforma de Crowdfunding para Proyectos de Investigación y divulgación científica.
MicroInversores	Primera plataforma de Crowdfunding andaluza basada en préstamos participativos. Emprendedores, startups y empresas.
Money for Dream	Apoya proyectos medioambientales, sociales, culturales... Proyectos cuyo fin es mejorar el entorno y la humanidad.
Namlebee	Namlebee es una plataforma de crowdfunding político y social.
Patrocinalos	Proyecto en el que cualquier persona puede convertirse en el patrocinador de un deportista.
Precipita	Plataforma especializada en promover la financiación colectiva de la ciencia.

Quenoparelamusica	Plataforma de crowdfunding que une esfuerzos para financiar proyectos musicales y completarlos en todas sus etapas.
Ronfunding	Plataforma de crowdfunding que apoya las ideas con impacto positivo.
Siamm	En Siamm Crowdfunding tienen cabida todo tipo de proyectos creativos y artísticos: música, audiovisuales, teatro, literatura, fotografía, cómic, videojuegos, diseño, etc.
Sponsorto	Red Social para cofinanciar y colaborar con iniciativas y actividades deportivas.
Totsuma	Web catalana de micro financiamiento para proyectos relacionados con la cultura, la lengua y el activismo social en Cataluña.
Trustme	Trustme es el portal del crowdfunding en el que emprendedores e inversores se encuentran para financiar proyectos.
Ulule	Plataforma de crowdfunding que ya ha financiado 16.523 proyectos.
Uniempren	Uniempren es una plataforma de Crowdfunding dirigida a emprendedores universitarios a la que se le añaden otra serie de servicios como la búsqueda de inversores privados, socios/as trabajadores/as y voluntarios.
United Food Republic	Plataforma que apoya nuevos conceptos culinarios.
Verkami	Ofrece herramientas y asesoramiento experto para campañas de crowdfunding.
Youfeelm	Youfeelm es la plataforma de proyección de películas bajo demanda en salas de cine.
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DE INVERSIÓN AUTORIZADAS POR LA CNMV	
Crowdcube	Plataforma de inversión y financiación empresarial en España.
Startupxplore	Oportunidades de co-inversión en startups de alto potencial.

Fellow Funders	Plataforma de Equity Crowdfunding Profesional en España.
La Bolsa Social	La plataforma de financiación participativa de los inversores y las empresas con valores.
Lignum Capital	Plataforma Crowdfunding Startup en España.
SociosInversores	Plataforma de Equity Crowdfunding que ofrece ayuda para financiar proyectos empresariales
Adventureros	Plataforma en la que se invierte en proyectos y además se realizan talleres para empresarios.
Capital Cell	Plataforma europea de equity crowdfunding en proyectos BioTech.
The Crowd Angel	Más que una plataforma de Crowdfunding, The Crowd Angel se dedica al Equity Crowdfunding. Seleccionan startups con la misma metodología que un Venture Capital pero se puede acceder a las rondas de inversión desde 3.000€. El seguimiento y el reporting también es similar al de un Venture Capital.
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DE INVERSIÓN SIN AUTORIZACIÓN DE LA CNMV	
Inverem	Plataforma de financiación colectiva que asesora sobre inversión en proyectos innovadores.
Mynbest	Plataforma de equity crowdfunding que ofrece oportunidades de inversión y financiación para startups y empresas en crecimiento.
Startups Inversores	Empresa dedicada a la búsqueda de financiación para startups a través del crowdfunding y/o de la inversión colectiva.

SeedyClick	Plataforma de crowdfunding de donación y recompensa multisectorial que ayuda a los emprendedores, con ideas de negocio o proyectos empresariales, a buscar financiación mediante la estrategia de financiación colectiva.
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING INMOBILIARIO	
Inveslar	Plataforma de inversión inmobiliaria online.
Housers	Portal de inversión inmobiliaria.
Privalore	Promotora inmobiliaria abierta a todos con crowdfunding inmobiliario.
Tu Crowdfunding Inmobiliario	Plataforma de inversión inmobiliaria en España. Une oportunidades inmobiliarias con socios inversores.
Civislend	Plataforma de inversión inmobiliaria que cuenta con la aprobación de la CNMV.
Welcomecapital	Otra plataforma de préstamo que se dedica principalmente al sector inmobiliario también cuenta con la aprobación de la CNMV.
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DE PRÉSTAMOS AUTORIZADAS POR LA CNMV	
Arboribus	Préstamos online para empresas.
Colectual	Colectual es una plataforma de crowdlending con un enfoque ético. Préstamos online a empresas financiados colectivamente por inversores desde 100€.
Ecrowd Invest	Plataforma de crowdlending (crowdfunding para préstamos) para proyectos con un impacto directo en el entorno, medio ambiente o sociedad.
Excelend	Plataforma de inversión y financiación online.

Grow.ly	Grow.ly pone en contacto a pymes que buscan financiación a través de préstamos con inversores que quieren sacar mayor rentabilidad a sus ahorros.
Lendix	Plataformas online de préstamos.
My Triple A	Préstamos online para Pymes, autónomos y emprendedores en España.
Socilen	Plataforma de financiación participativa para solicitar o invertir online en préstamos crowdlending.
PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING DE PRÉSTAMOS SIN AUTORIZACIÓN DE LA CNMV	
Comunitae	Plataforma de crowdlending para Pymes.
Einicia	Plataforma de crowdfunding constituida como punto de encuentro entre empresarios, emprendedores e inversores. Asesora a los promotores en todo el proceso de la campaña de crowdfunding: Redes Sociales, documentación, fotos y vídeos, asesoría legal, etc.
Finvertis	Brokers financieros especializados en factoring, descuento pagarés, confirming, seguros de créditos y caución.
Funding Circle	Préstamos online para empresas.
Loanbook	LoanBook es una plataforma online de crowdlending que pone en contacto a pymes españolas solventes en búsqueda de financiación.
Microwd	Microwd es una plataforma de crowdlending cuyo objetivo es conceder microcréditos a mujeres emprendedoras en Nicaragua gracias a la inversión social de ahorradores españoles.
Receptum	Plataforma de financiación privada P2P de créditos y préstamos entre particulares.

Zank	Préstamos y créditos personales. Conecta gente que quiere obtener mayor rentabilidad por su dinero con gente que pide préstamos a un interés más justo.
WEBS Y PLATAFORMAS DE INVOICE TRADING	
Circulantis	Plataforma de crowdlending para realizar diferentes estrategias de inversión y/o financiación como alternativa a la banca a través de descuento de pagarés.
Finanzarel	Anticipo de Facturas y Descuento de Pagarés.
Novicap	NoviCap es una plataforma online que permite a las empresas anticipar el cobro de sus facturas y pagarés.
Pagarés Ya	Descuento de Pagarés para empresas y autónomos.

Fuente: Blog de IEBSchool