

MEMORIA DEL TRABAJO FIN DE GRADO

**EL *CROWDFUNDING* POR DONACIONES: UNA APLICACIÓN.
DONATION BASED CROWDFUNDING: AN ENFORCEMENT.**

Autor/a: D/D^a : PABLO RODRÍGUEZ PÉREZ

Tutor/a: D/D^a : FRANCISCO LEDESMA RODRÍGUEZ Y ROSA MARÍA
LORENZO ALEGRÍA.

Grado en ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO
Curso Académico 2016 / 2017

SAN CRISTÓBAL DE LA LAGUNA A CINCO DE SEPTIEMBRE DE
DOS MIL DIECISIETE.

RESUMEN

En los últimos años, ante la débil actividad crediticia de las entidades financieras ha tenido lugar la aparición del Crowdfunding como nueva alternativa de financiación. Este fenómeno de internet facilita el acceso a la información y la comunicación, y además sirve de medio de financiación para nuevos proyectos emprendedores. Dentro de sus variantes, se halla el Crowdfunding por donaciones, el cuál ha supuesto un cambio en el sistema de funcionamiento de las organizaciones sin ánimo de lucro, para las que se ha abierto una nueva puerta tanto en el ámbito de obtención de fondos como publicitario. En este TFG, una vez realizado un estudio de las diferentes plataformas de crowdfunding por donaciones se desarrolla un proyecto de financiación vía crowdfunding por donaciones con el fin de obtener el montante necesario para apoyar a la asociación sin ánimo de lucro "Proyecto Mi Barrio", con la plataforma teaming.net.

Palabras clave: Crowdfunding, Crowdfunding por donaciones, entidades no lucrativas.

ABSTRACT

In recent years, due to the weak credit activity of financial institutions, Crowdfunding has appeared as a new financing alternative. This internet phenomenon facilitates access to information and communication, and also serves as a means of financing new entrepreneurial projects. Among its variants, there is the donation based Crowdfunding, which has meant a change in the operating system of non-profit organizations, for which a new door has been opened both in the field of fundraising and advertising. In this TFG, once a study of the different websites of donation based Crowdfunding is carried out a funding project by donation based Crowdfunding in order to obtain the necessary amount to support the non-profit association " Proyecto Mi Barrio " on teaming.net.

Key words: Crowdfunding, donation based Crowdfunding, non-profit entities.

INDICE

1.	INTRODUCCION	5
2.	ALTRUISMO Y FORMAS DE FINANCIACION PARA FINES SOCIALES	5
2.1.	ALTRUISMO	5
2.2.	FORMAS DE FINANCIACIÓN CON FINES SOCIALES.	7
3.	CROWDFUNDING: HISTORIA, DEFINICION Y TIPOLOGÍAS.	9
3.1.	HISTORIA	9
3.2.	DEFINICIÓN.	10
3.3.	TIPOS DE CROWDFUNDING	14
3.4.	EL CROWDFUNDING EN ESPAÑA.	19
4.	CROWDFUNDING DE DONACIONES	23
5.	CASO DE ESTUDIO DE LA PLATAFORMA TEAMING.	25
6.	PROPUESTA DE FINANCIACION VÍA CROWDFUNDING PARA PROYECTO MI BARRIO.	29
7.	CONCLUSIONES	32
	BIBLIOGRAFÍA	34
	ANEXO	36

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 2.1: Media de fuentes de financiación pública y privada de las organizaciones no lucrativas.	8
Gráfico 2.2: Media de las diferentes fuentes de financiación privada de las organizaciones sin ánimo de lucro.	8
Gráfico 5.1: Relación de los proyectos crowdfunding de Teaming en la Eurozona.	28
Gráfico 5.2: N° de proyectos Teaming en función de cada tipo de categoría.	28

INDICE DE TABLAS

Tabla 3.1: Características de las plataformas crowdfunding.	14
--	-----------

<u>Tabla 3.2: Tipos de crowdfunding.</u>	<u>19</u>
<u>Tabla 3.3: Recaudación crowdfunding en España en 2016.</u>	<u>20</u>
<u>Tabla 3.4: Plataformas crowdfunding activas en España en 2017.</u>	<u>20</u>
<u>Tabla 5.1: Responsabilidades y funciones desempeñadas por un Teaming Manager.</u>	<u>27</u>
<u>Tabla 5.2: Proyectos Teaming en educación en España según promotor.</u>	<u>29</u>
<u>Tabla 6.1: Relación de talleres planteados por la asociación.</u>	<u>30</u>

1. INTRODUCCION

En los últimos años, el Crowdfunding (Crowdfunding, Microcréditos, Micromecenazgo o Financiación colectiva) se ha convertido en un fenómeno de gran crecimiento a nivel nacional, generando numerosas oportunidades de negocio, suponiendo a empresas y particulares una forma alternativa de financiación, habiéndose recaudado en España 113 millones de euros en 2016. Además, es destacable que en el pasado año el crowdfunding en España experimentó una variación positiva del 116,09% con respecto a 2015.

Particularmente, en el sector de las donaciones el auge del crowdfunding ha supuesto un importante cambio para todas las asociaciones, ONG, fundaciones, empresas o particulares que, sin ánimo de lucro, buscan sacar un proyecto adelante, suponiendo la apertura a nuevas vías de financiación.

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado (TFG), es el de analizar el crowdfunding como vía de financiación en el ámbito de las donaciones y proponer un proyecto de crowdfunding de este tipo, destinado a la Asociación Proyecto mi Barrio. Para esto, se ha hecho hincapié en diversos aspectos como los tipos de crowdfunding que existen, las plataformas más relevantes o el régimen jurídico en España.

Para analizar el crowdfunding por donaciones de la mejor forma posible, se han empleado diferentes vías para obtener información que permitiese completar el estudio. Principalmente, se ha trabajado con bibliografía académica, así como con artículos de prensa, páginas web y blogs.

Dicho esto, el resto del trabajo se ha estructurado de la siguiente forma: En el apartado número 2, se desarrolla una revisión sobre el concepto de altruismo, así como también se presentan las diferentes fuentes o formas de financiación empleadas por organizaciones sin ánimo de lucro. En el apartado 3, se tratarán aspectos del crowdfunding en general, como su historia y sus orígenes, la definición del concepto y las cuatro tipologías del mismo. En el apartado 4 se profundiza en una de las tipologías tratadas en la sección anterior, el crowdfunding por donaciones, con una relación de las plataformas más relevantes en nuestro país. A continuación en el apartado 5, una vez seleccionada la plataforma en la que implantar el proyecto a desarrollar en el TFG, se realiza un estudio en detalle de la plataforma elegida, Teaming.net, explicando las bases y requisitos de colaboración a través de la misma, y se presenta brevemente la historia de la plataforma. Posteriormente, en el apartado número 6 se detalla la aplicación del proyecto, definiendo la asociación a la que se destina el mismo. Finalmente, se presentan las conclusiones y el anexo del trabajo.

2. ALTRUISMO Y FORMAS DE FINANCIACION PARA FINES SOCIALES

2.1. ALTRUISMO

La Real Academia de la Lengua Española define este término como "aquella diligencia en procurar el beneficio ajeno aún a costa del propio. En ecología, aquel fenómeno por el que algunos

genes o individuos de la misma especie benefician a otros a costa de sí mismos". Si bien en el siglo XIX, John Stuart Mill decía que el ser humano no es altruista por naturaleza, sino que debía ser educado para ello, recientes investigaciones muestran que los seres humanos tienen una tendencia natural a ayudar a los demás.

Trasladando este concepto al campo de la Ciencia Económica, es de importancia destacar que tradicionalmente, esta ha prestado una menor atención a las actuaciones sociales del hombre en términos éticos, de altruismo y solidaridad, etc. y se ha fundamentado en un carácter individualista, donde los intereses y actuaciones de los agentes se han dado de forma particular e independiente.

A finales del siglo XX, se incrementa el interés por las motivaciones altruistas de la conducta en la Teoría Económica. En Pena y Sánchez (2006) se hace referencia al tratamiento académico de los comportamientos prosociales, y a la importancia de incorporarlos en la Ciencia Económica.

Según estos autores, los comportamientos definidos como prosociales, se pueden diferenciar en dos subgrupos o variantes de conducta; las conductas altruistas, que vienen motivadas por actitudes de simpatía o deber, y las no altruistas, que pueden darse por razones de interés propio o sistemas de cooperación involuntaria. Es importante destacar que el altruismo en sí, o los comportamientos altruistas, son de difícil definición debido a que este tipo de conducta implica introducirse, lo más posible, en las motivaciones personales de aquellos proyectos de ayuda desinteresada.

Los planteamientos iniciales del altruismo, según Pena Y Sánchez (2006), se remontan a autores como Smith (1756), quien plantea una nueva moral que permitirá articular la existencia de los comportamientos prosociales, o a Edgeworth (1881), que bajo la perspectiva de Smith pone de manifiesto que el *Homo Economicus* es del todo insuficiente sin la ayuda de otros. Wicksteed (1910), en cambio, expone la importancia de los sistemas sociales de cooperación colectiva. Sostiene que un individuo puede verse orientado al mismo tiempo tanto por intereses propios como comunes, definiendo la vida económica como un sistema en el que se introduce el individuo junto con un amplio colectivo .

Según Pena y Sánchez (2006), sería a partir de los años setenta cuando se retoma el problema del altruismo con la expansión de la aplicación de la metodología de la Economía a otras dimensiones de la realidad social (Stigler, 1984; Hirschleifer, 1985; Maki, 2000). Asimismo, como exponen estos autores, se hallan dentro del concepto de altruismo cuatro enfoques a diferenciar, que empleando la terminología de Khalil (2001 y 2003), son: el enfoque egocéntrico, el egoístico, el altercéntrico y el altruista. Estos enfoques se basan en diferentes teorías, según se expone a continuación a partir de la información de Pena y Sánchez (2006):

- Enfoque egocéntrico (Becker y Stark)

Según este enfoque, el comportamiento altruista es perfectamente compatible con la maximización de la utilidad individual, asumiendo los comportamientos mas tradicionales del *homo Economicus*, donde la donación y la cooperación parten de sentimientos autocentrados,

explicadas por la existencia de utilidades interdependientes condicionadas en base al beneficio propio.

- Enfoque egoístico (Axelrod y Andreoni)

Bajo la perspectiva de este enfoque, el altruismo incrementa el beneficio futuro, se interpreta el concepto como la práctica de un acto social con el fin de obtener una recompensa a largo plazo, la donación y la cooperación se llevan a cabo como medio de asegurar respuestas cooperativas. En el caso de Andreoni, el comportamiento altruista proviene de la motivación de satisfacer la consciencia propia.

- Enfoque altercéntrico (Etzioni, Sen, Simon y Hayek)

Según el enfoque altercéntrico, el altruismo no proviene del interés individual sino de factores externos al individuo. Esta perspectiva diferencia dos cuestiones; la primera, donde define el altruismo desde un punto de vista moral, asociado al deber de colaboración como una idea impuesta, y la segunda, exponiendo que el individuo altruista no se interesa por sus iguales, sino que es fiel a un modelo ético. La donación y cooperación provienen de la fidelización a cánones de moralidad o producto de una selección de comportamientos (cristianismo, actos de deber, supervivencia del grupo, reputación, moral, etc.).

- Enfoque altruista (Smith, Sugden, Zamagni, Khalil)

Este sería el enfoque más dirigido a la ayuda desinteresada hacia los demás. El altruismo en sí se explica como una dimensión racional o política del hombre. La donación y la cooperación parten de la existencia de vínculos de simpatía.

Además, el enfoque altruista hace que sus comportamientos sean compatibles con el no-tuismo del mercado. El no-tuismo es uno de los supuestos clave sobre los que se fundamentó la Ciencia Económica, el cual define las funciones de utilidad de los agentes como totalmente independientes y auto interesadas. Para acabar con el comportamiento no-tuista y predecir comportamientos de carácter oportunista, la perspectiva altruista permitiría emplear la simpatía y la empatía como herramientas esenciales del análisis de conductas sociales (Sally, 2000).

En definitiva, según Pena y Sánchez (2006), la aparición del comportamiento altruista ha supuesto un cambio en la Ciencia Económica, valorándose diferentes aportaciones desde el punto de vista de la Filosofía, la Sociología, la Antropología o la Economía. Al igual que también ha sido objeto de estudio de la Economía Experimental, en especial la Psicología de la Economía, donde se está investigando sobre la racionalidad de los sujetos económicos, prestando especial atención al altruismo.

2.2. FORMAS DE FINANCIACIÓN CON FINES SOCIALES.

En lo referente a la financiación para fines sociales, como señala Codorniu (2004), los objetivos de las asociaciones suelen ser bastante amplios, pero todos ellos coinciden en conceptos

como transformar la realidad, sensibilizar a la sociedad y entidades públicas, y hallar la forma de cubrir las necesidades de los colectivos que así lo requieren. Una organización sin ánimo de lucro, y cualquier iniciativa prosocial que parta de la sociedad civil, no puede ser administrada como una empresa, y sus estrategias son diversas en lo referido a la financiación.

La financiación se convierte en uno de los pilares fundamentales para que una organización no lucrativa logre sus objetivos y pueda consolidarse en el tiempo. Según Acedo (2011), estas organizaciones pueden financiarse privada o públicamente. La financiación pública es la que proviene de los organismos públicos (Administración pública, Autonómica o Local), y supone la mayor fuente de ingresos para las organizaciones no lucrativas (53%), por vía de las subvenciones, convenios, conciertos, etc.. En cuanto a la financiación privada a la que recurren estas organizaciones, supone el 47% de la financiación de las mismas según este autor, las cuales pueden provenir de, como se expone en el gráfico 2.1.:

- las cuotas o aportaciones de socios por prestación de servicios o donativos, que es la fuente de financiación privada con mayor peso de las organizaciones no lucrativas (85%)
- ingresos derivados de la venta de productos derivados de actividades de carácter comercial (6%).
- Ingresos de patrimonio (9%).

Gráfico 2.1: Media de fuentes de financiación pública y privada de las organizaciones no lucrativas:



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Acedo (2011).

Gráfico 2.2: Media de las diferentes fuentes de financiación privada de las organizaciones sin ánimo de lucro.



Fuente: elaboración propia a partir de datos de Acedo (2011).

Según Acedo (2011), las aportaciones de los socios suponen una de las mayores fuentes de financiación para este tipo de organizaciones, así como la autofinanciación o beneficios de las organizaciones. A diferencia de las organizaciones lucrativas, las organizaciones no lucrativas no tienen permitido el reparto de beneficios entre socios particulares, ya que deben emplearlos para llevar a cabo sus fines sociales. De este modo, la prestación de servicios de forma altruista y gratuita es lo que hace, según Acedo (2011), que los recursos que se generen de forma interna en estas organizaciones no sean suficientes para financiar la totalidad de sus actividades.

A finales de los noventa, surge de entre los sistemas de financiación empresarial el Crowdfunding, que se trata de un sistema de cooperación colectiva mediante el que un empresa, persona o grupo recauda dinero o recursos para financiar un proyecto determinado, que puede o no, ser de carácter altruista. El Crowdfunding social o por donaciones se ha convertido, como expone Hemer (2011), en una de las principales fuentes de financiación para organizaciones sin ánimo de lucro. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías y los avances de internet, los países desarrollados han hecho uso de este sistema para llevar a cabo proyectos de tipo social como el sustento de las ayudas a la pobreza, la lucha contra enfermedades o desarrollo de curas para las mismas, protección animal, etc. Todo esto ha sido posible gracias a la existencia de plataformas virtuales que incentivan las donaciones como Teaming.com, por ejemplo.

3. CROWDFUNDING: HISTORIA, DEFINICION Y TIPOLOGÍAS.

3.1. HISTORIA

El término crowdfunding es relativamente reciente, por lo que no existe abundante literatura académica sobre el mismo. Pero a pesar de esto, en la historia de la humanidad se han dado muchos casos de este tipo de financiación, aunque no se definieran como tales en su momento. Uno de los más señalados y emblemáticos sería, según Sajardo (2016), la entrega de la estatua de la libertad por parte de los franceses a los estadounidenses en el siglo XIX. Francia corrió con todos los gastos de construcción y transporte, pero EEUU no poseía capital suficiente para financiar la base en que se colocaría la estatua. De este modo, el consejo de gobierno emprendió una campaña en la que se invitaba a los ciudadanos a donar pequeñas cantidades de dinero con el fin de financiar el pedestal de la estatua, ofreciendo a cambio unas pequeñas réplicas de la misma a modo de recompensa. Se reunirían 100.000 dólares en el período de cinco meses.

Otro proyecto destacable en la historia es el de La banda de música rock británica Marillion, formada en 1979, que llevó a cabo una campaña de crowdfunding en 1997, (antes de que el mismo término fuese acuñado). Los miembros de la banda recaudaron con éxito 60.000 dólares procedentes de sus fans, mediante el empleo del limitado internet que existía en la década de los 90, con el fin de financiar su gira por Norteamérica.

Cabe destacar que en España, diez años antes que Marillion, se daría un importante caso de crowdfunding. El grupo de rock Extremoduro, financió el lanzamiento de su primer disco mediante este modelo de financiación. Fue un crowdfunding de recompensa fuera de la red,

vendiendo papeletas de 1000 pesetas, a cambio de las cuales el comprador recibía el disco una vez fuera publicado, además de aparecer en los agradecimientos. Recaudaron así 250.000 pesetas que necesitaban para poder grabar en Madrid su primer disco.

Además de en la música, también son habituales los casos de financiación crowdfunding en la industria del cine, antes de que el mismo término se emplease como tal. En el año 2004, la película *Demain la Veille* recaudó aproximadamente 60.000 euros en tan solo tres semanas mediante donaciones por internet. En España, también se financio así la película *El Cosmonauta*, la cual permitía a los donantes aparecer en los créditos de la película como recompensa a sus aportaciones de un mínimo de 2 euros.

Son muchos los proyectos que se han financiado a lo largo de la historia gracias a la colaboración de sus fans o aficionados. Hemer (2011) cita ejemplos desde Mozart o Beethoven, que financiaban muchos de sus conciertos o publicaciones a través de las suscripciones anticipadas de las personas interesadas en sus obras, hasta casos más recientes como el de la banda Marillion. Como ejemplo reciente, citar el diseño que llevó a cabo Scott Wilson de unas pulseras de silicona para Apple, que recibió cerca de un millón de dólares de más de 13.000 miembros de la comunidad de fans.

La procedencia del crowdfunding se halla en un concepto mucho más amplio como es el *crowdsourcing*. Howe (2006) fue el primer autor en acuñar el término de crowdsourcing, que tras observar como pequeñas empresas externalizaban parte de su trabajo, trasladó este acto o mecanismo de delegación de tareas a una multitud de personas por medio de internet. De este modo, mediante la delegación de tareas se resolvían mejor asuntos de carácter específico. Mas concretamente, Howe (2006) define el crowdsourcing como una actividad participativa online en la que una institución, individuo, organización no lucrativa o empresa propone a un grupo de individuos la realización de diferentes tareas a través de una convocatoria abierta y flexible. La realización de esta tarea siempre implicará un beneficio mutuo, tanto para el usuario como para el crowdsourcer.

De este modo, el crowdsourcing crea servicios o contenidos de tipo colaborativo, consistentes en llevar a cabo proyectos a través de actividades como la investigación o desarrollo de las nuevas tecnologías, surgiendo de entre sus tipos el crowdfunding con mayor popularidad, mediante se financian proyectos con las aportaciones, generalmente dinerarias, de particulares.

Tradicionalmente la mayoría de los proyectos crowdfunding no tenían apenas relación con el ámbito empresarial, pero en los últimos años, con el desarrollo de las nuevas tecnologías e Internet, se ha prestado una mayor atención al crowdfunding como instrumento de financiación, sobre todo en aquellas empresas en fase de iniciación o startups.

3.2. DEFINICIÓN.

Como se ha mencionado con anterioridad, el término Crowdfunding es derivado del concepto de Crowdsourcing. El término crowdfunding es de origen anglosajón, compuesto por crowd (masa) y funding (financiación). Según lo expone Mata (2014), el término en inglés

crowdfunding se suele traducir como “financiación colectiva”. “financiación en masa”, “micro mecenazgo”, o “microfinanciación colectiva”.

Según Alvarado (2012), su primera aparición en la prensa española tiene lugar en el año 2011, concretamente el 21 de enero de dicho año, en el periódico El País:

“ Producir un documental solidario, escribir una novela fantástica o montar un banco de tiempo. El Crowdfunding, en español financiación en masa o micromecenazgo, encuentra el dinero necesario para sacar adelante cualquier proyecto creativo a través de internet”.

Tal y como lo define la Asociación Española de Crowdfunding (2014), la financiación colectiva o crowdfunding es un sistema de cooperación que permite a cualquier persona creadora de proyectos, reunir una suma de dinero entre muchos individuos con el fin de apoyar una determinada iniciativa empresarial, social, cultural, etc. Dicho de otro modo, es un sistema de recaudación y captación de fondos que se lleva a cabo a través de internet, donde las personas interesadas colaboran de distinta forma en un proyecto, aportando o recaudando cantidades de dinero para financiarlo.

Aunque son muchas las definiciones que se han encontrado, el crowdfunding es un término relativamente nuevo, por lo que no existe una definición global que abarque todo el significado del término.

Howe (2008) fue uno de los primeros en definir el término, como se ha mencionado con anterioridad, con la definición *“Crowdfunding taps the collective pocketbook, allowing large groups of people to replace Banks and other institutions as a source of funds”*, en español: “el crowdfunding emplea los medios colectivos, permitiendo a grandes grupos de personas reemplazar a los bancos y otras instituciones como fuente de financiación.”

Se podría definir como aquella técnica de recaudación o captación de fondos que se lleva a cabo mediante internet, y en la que un gran grupo de personas, interesadas en un proyecto común, aportan una determinada cantidad de dinero para financiarlo. Estas cantidades no suelen ser de gran importe por norma general.

Asimismo, según Mata (2014), podrían citarse otras definiciones que diferentes autores han propuesto en esta literatura:

- Según Howe (2008), el Crowdfunding hace uso de la cartera colectiva, de modo que permite a grandes grupos de personas hacer el trabajo de los bancos y otras instituciones como fuente de fondos.
- Como expone Rivera (2012), la financiación colectiva consiste en poner en marcha proyectos mediante aportaciones económicas (funding=financiación) de un conjunto de personas (crowd=masas, colectivo).
- Desde otro punto de vista, para Gutierrez-Rubí y Freire (2013), el crowdfunding es una expresión más del cambio de mentalidad y del desarrollo empresarial y social que

incorpora la lógica de las multitudes inteligentes (crowdsourcing). La financiación colectiva responde a un modelo más alternativo de financiación, y a un papel diferente del consumidor/usuario final, que se convierte en el inversor desde el principio.

- Universo Crowdfunding (2017), define esta tendencia como la cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos. Se suele emplear el Internet para financiar los esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones.
- Para Lambert y Schwiendbacher (2010) el crowdfunding supone una herramienta que, partiendo esencialmente de Internet, supone una provisión de recursos financieros, ya sea en forma de donaciones o de recompensa, para apoyar distintas iniciativas con fines específicos.

Como ponen de manifiesto algunas de estas definiciones, la expansión del crowdfunding debe esencialmente al actual desarrollo y auge de las tecnologías y servicios de Internet, como se ha mencionado anteriormente. Siguiendo a Ortiz (2012), algunos ejemplos de la expansión a través de internet son:

- La tendencia hacia el uso del Twitter, facebook y demás redes sociales, así como la expansión del Blog, que debido a su elevada viralidad y su capacidad de difusión, ayudan a potenciar las relaciones entre las personas y sus proyectos.
- Los mecanismos de pago seguro como la aparición de PayPal, y su facilidad de uso.
- La cultura y desarrollo de las tecnologías P2P(peer to peer), que permiten intercambio de información en cualquier formato y el desarrollo de negocios entre iguales.

Una campaña crowdfunding, según Mata (2014), permite que un proyecto se haga realidad siempre y cuando exista un colectivo interesado por la causa, y que considere de gran importancia realizar la inversión. Se rompe por tanto con la dependencia de los recursos, los contactos, avales o garantías necesarias para lograr el apoyo y financiación del proyecto, que exigen los mecanismos de financiación tradicionales.

Cabe diferenciar que las campañas crowdfunding se destinan principalmente a dos clases de proyectos, que son las actividades con fines lucrativos, y las que carecen de los mismos, esto es, las entidades sin ánimo de lucro o no lucrativas. Como expone Hemer (2011), las entidades no lucrativas son aquellas cuyos objetivos son sociales, dentro del ámbito de la salud, la infraestructura pública, la caridad en general, proyectos públicos de investigación, etc. Mientras que las actividades lucrativas son las que persiguen iniciativas comerciales, como financiar proyectos comerciales dentro de empresas ya existentes, fundación de nuevas empresas, actividades o proyectos emprendedores dentro del ámbito empresarial, promoción de bienes privados, etc.

A modo de conclusión, se puede mencionar que la herramienta fundamental a la hora de hablar de crowdfunding es internet, ya que este es el medio por el cual se consigue un mayor

movimiento de masas, del modo que se puede considerar el crowdfunding como se ha mencionado, un método de financiación colectiva por medio de internet en búsqueda de la recolección de recursos financieros, u otros recursos para impulsar o financiar una iniciativa o proyecto, del tipo que sea.

Por otra parte, cabe destacar que la irrupción del crowdfunding como mecanismo de intermediación financiera ha constituido un elemento disruptivo en un escenario donde la banca tradicional acostumbraba a estar prácticamente sola, como se expone en el informe de BBVA Research (2014). Estas plataformas han crecido de manera exponencial en algunas zonas geográficas, del modo que el crowdfunding financiero puede desempeñar, según se expone en este informe, un papel fundamental como complemento para las tradicionales fuentes de financiación.

Así, la aparición del Crowdfunding, como se señala en el informe de BBVA Innovation Center (2015), ha sido objeto de estudio por parte del sector financiero tradicional, de modo que ambos sistemas puedan complementarse y desarrollarse mutuamente, en lugar de diferenciarse. En este sentido, el sistema tradicional de la banca posee un mayor grado de experiencia e información sobre clientes, como se cita en el informe mencionado.

Por otro lado, la aparición del crowdfunding también acarrea una serie de riesgos financieros relacionados con su forma de actuación, asociados al crédito, a la liquidez, el mercado, etc.. De este modo, según se detalla en el informe de BBVA Innovation Center (2015), los principales riesgos (todos asociados a la incertidumbre) derivados del crowdfunding son:

- Riesgo de solvencia: este riesgo se puede ver empeorado, en las operaciones P2P (peer to peer) cuando exista asimetría de información entre inversores y emprendedores, a causa de la escasa y reciente regulación que existe en el crowdfunding.
- Riesgo de liquidez: la liquidez resulta de vital importancia para el buen funcionamiento de un proyecto crowdfunding, ya que si una de las partes no obtiene la liquidez necesaria para desempeñar sus obligaciones puede acarrear graves problemas.
- Riesgo de crédito: a veces asociado al riesgo de liquidez, este tipo de riesgo se basa en el supuesto de que alguna de las partes involucradas en la operación no asuma todas las obligaciones establecidas en el acuerdo, de modo que podrían producirse pérdidas financieras.
- Riesgo operativo: hace referencia a las pérdidas por fallos en procesos, intercambio de información, sistemas internos de la plataforma, así como errores o pérdidas derivadas de fallos humanos, o consecuencia de acontecimientos externos a la operación que afecten a su proceso.
- Riesgo de mercado: derivado de posibles fluctuaciones en el mercado, como en los precios por ejemplo.

En la Tabla 3.1. se pueden observar las principales características de las plataformas crowdfunding de forma general, independientemente de su caracterización.

Tabla 3.1: Características de las plataformas Crowdfunding.

ESCAPARATE DE PROYECTOS	Actúan de lugar de encuentro entre inversores y solicitantes. Se presenta un amplio catalogo de posibles proyectos en los que invertir.
INTERMEDIACIÓN	Las plataformas facilitan diversos servicios de intermediación como la gestión de contratos, pagos, cobros, etc. Por lo que suelen recibir comisiones.
EFICIENCIA	Se reducen los costes de transacción, en relación a la capacidad de financiación y capital.
CLASIFICACIÓN	Evalúan el riesgo y /o clasifican los proyectos en función del riesgo, evaluando aspectos como la solvencia de promotores o la viabilidad de los proyectos.
RESPONSABILIDAD LIMITADA	Tanto el riesgo de solvencia como el de liquidez son asumidos por el prestatario o inversor, por la plataforma ya que estas no se implican directamente en la actividad financiera de la inversión.
MODELOS TRADICIONALES	En general las plataformas crowdfunding suelen estar inspiradas en modelos de financiación tradicionales, para posibilitar una mejor clasificación de las mismas.
GESTOR DE RIESGO	A través de la diversificación del riesgo de impago entre los diferentes inversores que hayan financiado el proyecto.

Fuente: elaboración propia a partir de Informe del Departamento de BBVA Research (2014).

3.3. TIPOS DE CROWDFUNDING

En primer lugar, como fundamenta Camacho (2016), es necesario apuntar que en todas las modalidades de crowdfunding, su funcionamiento requiere de un entramado de relaciones jurídicas entre tres diferentes sujetos:

1. Promotor de la donación: es la persona física o jurídica que busca la financiación participativa para un proyecto determinado, y que será receptor de las aportaciones que se obtengan.
2. Crowdfunders: personas físicas en su mayoría, pero también pueden ser jurídicas, que ofrecen la financiación mediante aportaciones particulares, destinadas al fin promocionado en la plataforma.
3. Plataforma de financiación: encargada de facilitar el contacto, mediante página web u otros medios tecnológicos generalmente relacionados con internet, entre los promotores y los crowdfunders con el fin de obtener la financiación para llevar a cabo el proyecto que sea.

Asimismo, Camacho (2016) también señala que de estas relaciones, plataforma-promotor, promotor-crowdfunder y crowdfunder-plataforma, la más relevante es la segunda, ya que la relación establecida entre crowdfunder y promotor hace de guía para articular el proceso crowdfunding. Es decir, en función de cómo se construya la relación entre estas dos partes, se determinará el tipo de crowdfunding a llevar a cabo.

De este modo, como se ha señalado con anterioridad las campañas crowdfunding se pueden destinar a numerosas clases de proyectos, ya sean lucrativos o no, y dentro de esto, con fines artísticos, culturales, empresariales, tecnológicos, sociales, etc. Según Hemer (2011), atendiendo a los fines a los que va dirigido este modelo de financiación, se definen cuatro tipos de crowdfunding: el crowdfunding de recompensas, crowdfunding de préstamos, crowdfunding de donaciones y crowdfunding de inversiones.

- Crowdfunding por recompensa (reward crowdfunding):

Este tipo de financiación es uno de los más conocidos según lo detalla la web de Universo Crowdfunding. Consiste en la aportación económica a cambio de un producto o servicio como contraprestación. Estas personas que realizan aportaciones recibiendo una recompensa a cambio son denominadas mecenas o micromecenas. De este modo, un mecenas aporta una cantidad de dinero, y a cambio, recibe un producto o servicio con valor real o simbólico (cultural, artístico, de empresa...). También pueden ofrecerse experiencias que animen a los mecenas a la colaboración, formando parte del proyecto financiado.

Rodríguez de Las Heras (2013) expone este modelo como aquel en el que los usuarios distribuyen la financiación de un proyecto específico con las aportaciones económicas (de cuantía no muy elevada) a cambio de lo que genéricamente se considera una "recompensa". Esta autora define este modelo como puro cuando la recompensa obtenida no es de tipo financiero. Además, según Rodríguez de Las Heras (2013), dentro de esta categoría crowdfunding existen dos modalidades en función de la relación que existe entre la cuantía que aportan quienes colaboran con el proyecto, y la recompensa que obtienen. El primer modelo, se define como aquel donde el aportante obtiene a cambio de su aportación una recompensa de carácter simbólico, con valor generalmente inferior a su aportación en términos financieros. No obstante, la motivación para el

aportante se halla en que la percepción del valor de la recompensa es superior al de sus aportaciones. En el caso de la financiación de conciertos, películas u obras, por ejemplo, se trataría de una recompensa como encuentros privados con los artistas, entradas para los estrenos, etc. En el segundo modelo que diferencia Rodríguez de Las Heras (2013), la aportación al proyecto se corresponde con el precio del servicio o producto que el aportante abona anticipadamente. De este modo, en estos casos la relación entre el promotor y el aportante es más estrecha, instrumentada como en un contrato de compraventa, donde el aportante/crowdfunder realiza el pago anticipadamente al precio establecido, para que el promotor lleve a cabo la iniciación del proyecto. Asimismo el promotor entrega, dentro del plazo convenido, al crowdfunder la contraprestación del bien, obra o servicio financiado en las condiciones pactadas.

Según Kshetri (2015), de entre las plataformas crowdfunding más representativas a nivel global, se pueden citar algunas como Idea.me, la cual es una plataforma crowdfunding de América Latina que financió más de 180 proyectos creativos en el año 2013, recaudando más de un millón de US \$. Un ejemplo es la cantidad de 5.000 US \$ que se alcanzó en 2011 para financiar la creación de un juego para iPod, iPad y iPhone fomentando el aprendizaje y la transferencia cultural. Otro ejemplo de los que cita Kshetri (2015) se este tipo de plataformas crowdfunding es el caso de Catarse, con sede en Brasil y unas ganancias de 1,8 millones US \$ en el año 2012. Con esta plataforma se han llevado a cabo proyectos como el caso de la edición y producción de una película sobre la presunta represa hidroeléctrica de Belo Monte, que se construiría en la región amazónica. Los esfuerzos por potenciar el proyecto recaudaron 70.000 US \$ procedentes de 3.500 personas por el método de crowdfunding de recompensa. Estos obtuvieron como contraprestación de sus aportaciones la participación en el rodaje de la película.

A nivel nacional, es destacable el caso de Verkami, una plataforma de financiación colectiva basada en el modelo de recompensa. Dirigida a proyectos artísticos, creativos o culturales con el fin de financiar sus ideas e iniciativas. Habiendo apoyado más de 3.000 proyectos y recaudado cerca de 15 millones de euros, esta plataforma de crowdfunding por recompensa acoge todo tipo de proyecto creativo y emprendedor relacionado con el mundo artístico, cultural y en relación con la sociedad civil. Se define como el referente de las plataformas de crowdfunding por recompensa en España, y cobra un 3% de comisión a quién requiera la financiación.

- Crowdfunding por préstamos (lending Crowdfunding o Crowd-lending):

Se habla de crowdfunding por préstamos cuando la parte promotora del proyecto solicita financiación, remitiendo la información a portales especializados en préstamos financiados por una multitud. Este portal lleva a cabo un estudio de viabilidad del proyecto, indicándose el interés que habrá que pagar por el dinero obtenido en caso de llevarse a cabo el proyecto. En algunos casos, son los propios prestamistas los que determinan el interés.

Con posterioridad se publica el proyecto en el portal, y los prestamistas deciden si realizarán las aportaciones y la magnitud de las mismas. En caso de que el prestatario obtenga el tipo de financiación requerida, devolverá mensualmente una parte de la misma más los intereses acordados, que se ingresarán proporcionalmente en la cuenta de cada uno de los prestamistas.

Esta modalidad de financiación en masas se constituye, según Rodríguez de Las Heras (2013), sobre operaciones de préstamo entre el colectivo de crowdfunders o prestamistas, y los promotores del proyecto a llevar a cabo. Según la función desempeñada por el intermediario o gestor de la plataforma crowdfunding y las condiciones económicas de los préstamos se presentan diferentes modelos dentro de la categoría de crowdfunding por préstamos. Por un lado, el gestor de la plataforma puede actuar como intermediario en la recaudación de las aportaciones y garantizando la devolución del préstamo. Por otro lado, las operaciones de préstamos en esta modalidad pueden desarrollarse en condiciones similares a las de mercado donde se fija un tipo de interés en función del riesgo y la viabilidad del proyecto, por lo que la ventaja principal es la desintermediación bancaria.

A nivel global, Kshetri (2015) destaca la plataforma de crowdfunding por préstamos Kiva. Esta obtuvo una cantidad de 621.260 préstamos hasta el año 2013, con un valor de 487 millones US \$ a través de socios procedentes de diferentes países. Un ejemplo de proyecto financiado por esta plataforma es el de un agricultor camboyano, que solicitó un préstamo con el fin de trasplantar arroz, contratar el personal oportuno para ello y vender su cosecha con fines lucrativos. Adquirió finalmente el préstamo solicitado de 375 US \$ para financiar su proyecto.

A nivel nacional, Arboribus es una de las plataformas crowdfunding por préstamos más activas en España, con casi 5 millones de € de crédito conseguido, permite a personas individuales llevar a cabo inversiones en PYMES que hayan demostrado una solvencia a largo plazo con anterioridad. Sin intermediarios ni inversiones de tipo oculto, eliminan el coste y la complejidad de la banca tradicional, facilitando mejores condiciones a las empresas y a los inversores. Permite a las empresas seleccionar a quién prestar su dinero, así como la cantidad y las condiciones. A modo de resultado, las empresas acceden a un nuevo sistema de financiación de mayor comodidad y rapidez, y con unas mejores condiciones financieras. En Arboribus se ofrecen préstamos de entre 10.000€ y 100.000€ con un plan de cuotas mensuales de devolución y un periodo de amortización máximo de cinco años.

Otro ejemplo de plataforma crowd-lending en España es el de LoanBook, que establece conexión entre PYMES solventes que buscan financiación a su propia medida. Desde su comienzo en el año 2012, esta plataforma ha recaudado cerca de 6 millones de €, ofreciendo créditos con rentabilidad media del 6,5% para sus inversores.

- Crowdfunding por inversiones o participaciones (equity crowdfunding):

Según señala Hemer (2011), esta es la variante más compleja (en términos administrativos) dentro de los tipos de crowdfunding. Mediante esta modalidad, los emprendedores ofrecen participaciones a quienes apoyen su proyecto con dinero. Estos últimos recibirán un número de acciones en cuanto se constituya la empresa, realizando desde aportaciones muy pequeñas (elegidas por el promotor de las participaciones), de modo que no solo se pueda apoyar el proyecto, sino obtener una mayor participación, con respecto a la inicial. Muchas startups se han creado al amparo de esta modalidad de financiación.

Este método de financiación supone una democratización de la propiedad, posibilitando a los ciudadanos aumentar su apoderamiento. Symbid, con sede en Países Bajos, es una plataforma

crowdfunding por sistema de inversiones o participaciones que, según expone Kshetri (2015), financió 23 startups con más de 2,7 millones de US \$ a partir del año 2013. El autor Martijn Arets financió la traducción y publicación de uno de sus libros mediante esta plataforma, obteniendo 171 inversores, gracias a los que recaudó 20.000€.

The Crowd Angel, la primera plataforma con opción de inversión online en startups de base tecnológica o modelos innovadores de negocio, es una plataforma de crowdfunding por inversiones que permite invertir de forma online, a partir de 3.000€, en startups de base tecnológica creando a su vez una cartera diversificada. Suponen un gran apoyo para las startups más innovadoras y han financiado casi 2 millones de €.

- Crowdfunding por donaciones (donation-based crowdfunding):

Este método es el empleado mayoritariamente por las organizaciones sin ánimo de lucro, de modo que los contribuidores donan al proyecto, a través de aportaciones realizadas en el entorno de la plataforma en la que se ofrece. Lo que diferencia a este método del resto de modalidades de crowdfunding es que en este, el contribuidor no recibe ninguna contraprestación a cambio de su aportación. Simplemente la satisfacción de haber contribuido con el proyecto. Las cuantías de las donaciones las elige el donante en cada caso, pudiendo ser desde 1 euro en adelante.

Según Hemer (2011), una donación es un acto altruista sin obligación alguna de que el destinatario entregue algo a cambio. Como señala Hemer (2011) una de las principales características del crowdfunding por donaciones es que los donantes no reciben ningún tipo de recompensa por su colaboración. Reciben en su lugar reconocimientos de tipo inmaterial, como un correo de agradecimiento, un autógrafo por parte de un artista o incluso la mención del mismo crowdfunder en la portada de un DVD o CD de música, por ejemplo. Esto podría considerarse como un tipo de recompensa, pero de escaso valor material. Por esta razón, la línea divisoria entre el crowdfunding por donaciones y el crowdfunding por recompensas tiende a ser algo difusa.

Atendiendo a los ejemplos que cita Kshetri (2015), WATSI “Fund medical treatments for people around the world” es una plataforma crowdfunding por donaciones a nivel mundial, la cual destina la totalidad de las donaciones obtenidas a la persona elegida por el donante. Esta plataforma se centra en el cuidado y la salud en países como Camboya, Nepal, Guatemala o Etiopía. En 2011, 24 donantes financiaron la cirugía cardíaca de una niña nepalí de doce años. Otra plataforma crowdfunding por donaciones en Europa es el caso de Teaming, sobre la que centrará la sección 5 de este trabajo.

Creada por la Fundación Real Dreams¹ y pionera en España, “Mi grano de arena” es una plataforma de crowdfunding por donaciones que, activa desde el año 2009, tiene como objetivo la recaudación de fondos a favor de toda clase de ONG. Han logrado recaudar hasta 2 millones

¹ “FUNDACION REAL DREAMS” se define como una organización sin ánimo de lucro que conecta a personas, empresas y ONGs a través de herramientas digitales de *fundraising* y donación de producto, así como de programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), con el fin de ofrecer recursos al tercer sector y generar impacto social.

de € destinados a obras sociales sin ánimo de lucro. Una persona individual toma la decisión de elaborar un proyecto social, crea un proyecto denominado como “reto solidario” según esta plataforma, destinado a una ONG. Se marca un objetivo de recaudación y se comparte. El poder se halla en la acumulación de microdonaciones, creándose un efecto multiplicador de ayuda social.

En la Tabla 3.2 se presenta una síntesis de las características de los tipos de crowdfunding, siguiendo a Hemer (2011).

Tabla 3.2: Tipos de Crowdfunding.

TIPO	CONTRAPRESTACIÓN	FINANCIADOR	OTRAS DENOMINACIONES
Donación	Rendimiento social/satisfacción personal.	Donante	Donation-based crowdfunding
Recompensa	Producto o servicio.	Mecenas	Reward-based crowdfunding
Préstamo	Un % de interés sobre el préstamo realizado, además de la cuantía del préstamo.	Prestamista	Lending crowdfunding/ Crowdlending
Inversión	Acciones o participaciones de la empresa financiada.	Inversor	Equity Crowdfunding

Fuente: Elaboración propia a partir de Hemer (2011) A Snapshot on Crowdfunding.

3.4. EL CROWDFUNDING EN ESPAÑA.

En el pasado año, según lo expone la Asociación Española de Crowdfunding (2016), en el año 2016 se recaudaron 94 millones de euros en España mediante los principales cuatro métodos de crowdfunding, alcanzando el crowdfunding por préstamos un 65% de las recaudaciones totales obtenidas en 2016 mediante estos métodos de crowdfunding. Le sigue el crowdfunding por recompensas con un 17%, el de recompensas con un 13% y en último lugar, las aportaciones vía crowdfunding por donaciones, con un 5% del total de dinero recaudado.

Es de importancia destacar el comportamiento de los financiadores, aquellos que invierten o donan dinero a favor de una plataforma de crowdfunding. Analizando una encuesta elaborada por la Asociación Española de Crowdfunding (2014), sin diferenciar las tipologías de

crowdfunding, se obtiene una media de 143 financiadores por proyecto, de los cuales 73 son repetidores. Estos resultados muestran que casi la mitad de los financiadores financian más de un proyecto en la misma plataforma, avalando el crowdfunding como opción de financiación viable de cara a la inversión, prestación o donación.

Tabla 3.3: Recaudación crowdfunding en España en 2016.

TIPO DE CROWDFUNDING	RECAUDACIÓN
Crowdfunding por préstamos (Crowdlending)	61.689.491€
Crowdfunding de inversión (Equity Crowdfunding)	16.078.958€
Crowdfunding por recompensas (Reward Crowdfunding)	12.339.750€
Crowdfunding por donaciones (Donation-based Crowdfunding)	4.348.238€
TOTAL	94.456.437€

Fuente: Elaboración propia a partir de La Asociación Española de Crowdfunding.

Según la Asociación Española de Crowdfunding (2017), los resultados que se observan en la Tabla 3.3 de 2016 reflejan el exitoso auge del crowdfunding en el pasado año.

En España existen, según los datos de la Asociación Española de Crowdfunding (2017), 48 plataformas de crowdfunding activas (financiando al menos un proyecto) durante el año 2016, 4 más que en el año 2015. A continuación, en la Tabla 3.4 se recogen las plataformas activas en España en 2017, según la web de Universo Crowdfunding.

Tabla 3.4: Plataformas de crowdfunding activas en España en 2017.

NOMBRE DE LA PLATAFORMA	TIPO DE CROWDFUNDING
Sociosinversores.es	Inversión
ThecrowdAngel.com	Inversión
Participa.com	Inversión
Comproyecto.com	Inversión
Inverem.es	Inversión
Emprendelandia	Inversión
Arboribus	Préstamos
Nestarter	Inversión
Ynversion	Inversión
Bihoop	Inversión
Nuuuki	Inversión
Megustatuidea	Inversión
Lemonfruits	Inversión
Fimoos	Inversión

Microinversores	Préstamos participativos
Creoentuproyecto.com	Préstamos, recompensa e inversión
Lánzame	Inversión
Crowdcube	Inversión
Safari crowdfunding	Recompensa o donaciones
Ecrowdinvest	Préstamos
Lendico	Préstamos
Zencap	Préstamos
Grow.ly	Préstamos
Realfunding.org	Préstamos
Circulantis	Préstamos
Crowd2b	Préstamos
MyTripleA	Préstamos
Loanbook	Préstamos
Lendix	Préstamos
Lanzanos.com	Recompensa y donaciones
Goteo.org	Recompensa
Volanda.com	Admite diferentes tipos de proyectos
Fandyu.com	Admite diferentes tipos de proyectos
Injoinet.com	Inversión
Mynbest.com	Inversión
Projeggt.com	Recompensa
My Major Company	Recompensa
Potlatch	Recompensa
Seed&Click	Admite diferentes tipos de proyectos
Crowdthinking	Recompensa y Donaciones
totSuma	Recompensa y Donaciones
Siamm	Recompensa
Fromlab	Recompensa
Kuabol	Recompensa
Fundedbyme	Inversiones y recompensa
Get your case	Admite diferentes tipos de proyectos
Juntalia.com	Recompensa
Fundlike	Admite diferentes tipos de proyectos
StartVal	Inversiones
Uniempren	Inversiones y recompensa
Kuabol	Admite diferentes tipos de proyectos
uCrowding	Donaciones
Montatuconcierto.com	Recompensa
Verkami.com	Recompensa
Ulule.com	Recompensa
Cabaretrecom.com	Recompensa
Firstclap.com	Admite diferentes tipos de proyectos
Latahonacultural.com	Admite diferentes tipos de proyectos
Kifund.com	Recompensa
Filmutea.com	Admite diferentes tipos de proyectos
Joinmyproject.com	Admite diferentes tipos de proyectos
Crearock.es	Recompensa
Banded	Recompensa
Impulsa't	Recompensa

Libros.com	Recompensa
YoquieroGrabar	Recompensa
Nvivo	Recompensa
Yuujuo	Recompensa
Mola.fm	Recompensa
Pentian.com	Recompensa
Igamudi.com	Recompensa
Lohagopor.com	Donaciones
Microdonaciones.net	Donaciones
Migranodearena.org	Donaciones
Suma	Donaciones
Flipover	Donaciones
1x1 Microcredit	Donaciones
Miaportación	Donaciones
Teaming.net	Donaciones
Smilemundo	Donaciones
Doafund	Donaciones
Namebee	Donaciones
Patrocinalos	Donaciones
Sport2help	Donaciones
Deportistas solidarios en Red	Donaciones
United Food Republic	Recompensa
Curable	Admite diferentes tipos de proyectos
F4F	Inversiones
Taracea	Donaciones
Precipita.es	Donaciones
Vórticex	Recompensa
Phant	Donaciones
Kukumiku	Donaciones

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la web de Universo Crowdfunding(2017).

Por otra parte, en lo referente al crowdfunding en el ámbito legal, cabe destacar que este modelo de financiación se regula legalmente por primera vez hace dos años, tras aprobarse la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. De este modo, el título V establece por primera vez un régimen jurídico para las plataformas de financiación participativa, dando cobertura al crowdfunding debido al gran crecimiento que han experimentado en los últimos años. Según lo expone en la citada Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial, lo que se pretende es regular las modalidades de crowdfunding en que prime el componente financiero de la actividad, o en otras palabras, aquellas en las que el inversor recibe una contraprestación dineraria por su participación, apartando por lo tanto de esta norma los sistemas de crowdfunding instrumentados mediante compraventas o donaciones. La ley define a estas modalidades como empresas que ponen en contacto a un promotor que precisa de financiación con inversores dispuestos a financiar sus proyectos.

Asimismo, el artículo 618 del Código Civil expone que la donación “es un acto de liberalidad por el cual una persona dispone gratuitamente de una cosa a favor de otra, que la acepta”.

4. CROWDFUNDING DE DONACIONES

En este TFG, se hace un estudio más profundizado en la modalidad de crowdfunding por donaciones, con el objetivo de desarrollar un proyecto de financiación de una asociación conocida como "Proyecto mi barrio", la cual se encuentra en Geneto (Santa Cruz de Tenerife).

Como se ha mencionado en la sección 5, en este tipo de crowdfunding los donantes aportan capital, no reciben nada a cambio de sus contribuciones, y tampoco recuperan la cantidad aportada, las plataformas tecnológicas son el medio para la recaudación de fondos, ponen a disposición del donante los métodos de pago y traspaso online de las donaciones.

Según Rodríguez de las Heras (2013), este sistema de crowdfunding está dirigido a la obtención de financiación para proyectos con fines sociales. Se basa en la recaudación de fondos mediante aportaciones de usuarios en forma de donación, destinados a apoyar proyectos sin ánimo de lucro, basados en la ayuda social y generalmente liderados o administrados por ONGs, asociaciones o individuos particulares. Todos los participantes de este tipo de proyectos (promotores, donantes y beneficiarios), según expone Rodríguez de las Heras (2013), están continuamente informados acerca de la evolución y desarrollo del proyecto, así como una continua implicación por parte de los participantes hace que el compromiso de los donantes se refuerce.

Es destacable, en la definición de crowdfunding por donaciones, la distinción que destaca Bradford (2012), según la cual expone que aunque el contribuyente realiza la aportación de forma caritativa, el receptor no tiene que ser una organización no lucrativa. Las donaciones pueden realizarse tanto a organizaciones lucrativas como no lucrativas, pero bien es cierto, destaca Bradford (2012), que este sistema de crowdfunding se destina en su mayoría a entidades sin ánimo de lucro.

Pitschner (2014), tras evaluar aproximadamente 50.000 proyectos de crowdfunding y comparar las plataformas con fines lucrativos y las no lucrativas, expone que los proyectos cuyos fines son no lucrativos tienen una mayor propensión a alcanzar sus metas, recibiendo una mayor cantidad de financiación promedia, a pesar de que las donaciones particulares son de cantidades relativamente bajas. La razón que explica esto, según el autor, se halla en un simple mecanismo de selección acerca de la capacidad de predicción de éxito de un proyecto por parte de sus promotores. Por tanto, cuanto mayor sea el rendimiento esperado de un proyecto, mayor será el incentivo de los promotores para llevarlo a cabo, y el de los crowdfunders para colaborar en el mismo.

Pitschner (2014) muestra con su análisis como en los últimos cinco años la financiación de los proyectos altruistas han experimentado un crecimiento constante, y han empezado a llamar más la atención académica. Es por esto que los proyectos de crowdfunding con fines no lucrativos han adquirido recientemente un mayor número de crowdfunders. A pesar de que las donaciones suelen ser de bajo importe, el gran número de particulares colaboradores hace que la cantidad de las recaudaciones sea mayor que las lucrativas, las cuales reciben importes mayores en promedio por cada crowdfunder individual.

Es destacable el papel que juegan el “precio de dar” y la competencia dentro de los mismos proyectos de crowdfunding en el campo de las donaciones. Como señala Meer (2014), el “precio de dar” es la cantidad que un individuo particular debe donar para que un dólar, euro o cualquier unidad monetaria, se acumule en el montante de la financiación a destinar.

Asimismo, Meer (2014) también hace referencia a los grandes efectos que se pueden encontrar con respecto a la probabilidad de éxito de un proyecto, o del alcance de sus objetivos y metas, en relación con el precio de dar mencionado anteriormente. La competencia, dentro de los proyectos de crowdfunding por donación, juega un papel relevante según este autor, puesto que el aumento de la competencia reduce la probabilidad de que se financie un proyecto. A mayor número de proyectos con un mismo fin, se dificulta más la posibilidad de financiación.

Como se ha mencionado anteriormente, este TFG se centra en el crowdfunding por donaciones, por lo que se ha llevado a cabo un estudio de las diferentes plataformas de crowdfunding por donaciones activas en España en la actualidad, con el fin de elaborar un proyecto solidario a implantar en la plataforma más idónea para ello.

De este modo, algunas de las plataformas de donación más importantes en España son las siguientes, según la Asociación Española de Crowdfunding:

- **Microdonaciones.net:** esta plataforma de financiación colectiva, se focaliza en la obtención de donaciones destinadas a proyectos solidarios a través de aportaciones pequeñas. Microdonaciones.net solo publica proyectos solidarios promovidos por ONG españolas y que hayan sido declaradas de utilidad pública. Los proyectos se mantienen en la web durante un plazo de 5 semanas, y los usuarios pueden hacer aportaciones desde 1 a 1.000€. Las ONG no pagan por hacer uso de la plataforma, y la plataforma solo hace efectivo el montante en caso de que se reúna el 100% del objetivo marcado.
- **Teaming.net:** Dentro de la gran cantidad de plataformas de crowdfunding por donación existentes en España, Teaming.net es una de ellas, con más de siete mil proyectos en curso. Consiste en una herramienta online cuyo objetivo principal es la recaudación de fondos para causas de tipo social a través de micro donaciones de únicamente un euro al mes. Como la misma plataforma lo define, su filosofía se basa en la idea de lograr grandes fines con una aportación igualitaria de un gran número de donantes. El euro mensual que se aporta como donación se realiza de modo automático, mediante la introducción del número de cuenta de los Teamers (donantes), donaciones que están totalmente exentas de comisiones como se ha mencionado.

Cualquier persona, empresa, fundación, ONG, grupo de cualquier tipo, etc. Puede desarrollar un proyecto en Teaming siempre que no exista ningún tipo de interés sobre el mismo más allá de colaborar altruistamente con una causa social.

- **Kukumiku:** Acepta tanto proyectos de particulares como de ONGs, con la condición de que sean siempre sin ánimo de lucro. Ofrecen certificado de donativo a los usuarios, además les permite hacerse socios y gestionar el destino de sus aportaciones cada mes. Esta plataforma presenta aspectos innovadores como sorteos de productos y servicios

propios o de terceros, con la finalidad de apoyar la difusión de las campañas y las recaudaciones. Es una plataforma nueva, iniciada en 2016 y que cuenta actualmente con más de 1.000 usuarios registrados, más de 70 proyectos y habiendo recaudado más de 40.000€ en marzo de este año.

- **Suma:** esta plataforma de crowdfunding por donaciones ha sido, según la web de Universo Crowdfunding (2017), la primera en ser promovida por un banco, por el BBVA en este caso. Se trata de bbvasuma.com, y es una plataforma basada en la financiación de proyectos solidarios y que actualmente colabora con entidades como Acnur, MSF, INtermon Oxfam o Ayuda en Acción, entre otras. Esta plataforma se basa en la respuesta humanitaria a crisis puntuales y a causas solidarias en el largo plazo.
- **PhantOficial.com:** Phant nace en diciembre de 2016, y se define como la primera plataforma de crowdfunding creativo en España. El elemento diferenciador de esta plataforma, es que cualquier usuario de la plataforma tiene la posibilidad de crear campañas de recaudación de cualquier tipo a favor de un proyecto, esto es denominado crowdfunding creativo. De este modo, de forma paralela a las donaciones tradicionales, los donantes podrán colaborar altruistamente con cualquier proyecto, pudiendo llevar a cabo infinitas acciones que hagan que el proyecto tenga una mayor repercusión social, y con esto adquiera más posibilidades de ser financiado.
- **Migranodearena:** como ya se menciona anteriormente, en esta plataforma se pueden hacer donaciones a ONG para diferentes proyectos. En esta plataforma, cualquier usuario puede crear y colgar de forma online su proyecto para apoyar una de las 1.300 causas sociales de la plataforma.

5. CASO DE ESTUDIO DE LA PLATAFORMA TEAMING.

Analizando las plataformas del apartado anterior, que son las más relevantes en España según la Asociación Española de Crowdfunding, se ha llevado a cabo un proceso de selección con el fin de escoger la más adecuada al proyecto a desarrollar en este TFG. De este modo, examinando las bases de cada una de las seis plataformas, se han descartado en un primer lugar la plataforma Suma y Migranodearena.org, ya que estas solo llevan a cabo proyectos solidarios para ONGs, lo cual no se ajusta a los objetivos planteados en este TFG, que se expondrán en la siguiente sección.

De este modo, el proyecto a desarrollar en este TFG tampoco se incorporará en Phant, ni en Microdonaciones.net, ni en Kukumiku, ya que aunque muestran una clara transparencia y la financiación de sus proyectos se demuestra efectiva, se ha decidido escoger Teaming.net por la facilidad de uso de esta plataforma, además de que no cobra ningún tipo de comisión al estar vinculada al banco Sabadell, como se explica a continuación en el análisis del portal.

De este modo, de entre las plataformas de crowdfunding por donación existentes en España, esta investigación se centra en el caso de Teaming.net, que con más de siete mil proyectos en curso y habiendo recaudado 6.703.629€ desde sus comienzos hasta la actualidad,

es una plataforma que consiste en una herramienta online, cuyo objetivo principal es la recaudación de fondos para causas de tipo social a través de micro donaciones de únicamente un euro al mes. Como la misma plataforma lo define, su filosofía se basa en la idea de lograr grandes fines con una aportación igualitaria de un gran número de donantes.

Teaming nace en 1998 de manera offline, de la mano de Jil Van Eyle, cuando los empleados de determinadas empresas deciden donar un euro de su nómina, destinado a la causa social que su empresa elegía. Con posterioridad, a partir del año 2010 se llevó a cabo una nueva iniciativa que desarrolló Teaming de forma Online, con el fin de que cualquier persona con una idea de tipo social pudiera llevarla a cabo. Actualmente Teaming solo está disponible en la eurozona (Gráfico 5.1), pero los proyectos de futuro aspiran a la expansión por el resto del mundo.

Es de importancia destacar que un mayor número de proyectos no implica que la cuantía de las financiaciones también lo sea, como se explicará más adelante. Pueden existir 3.000 proyectos, pero si el número de crowdfunders por proyecto es bajo, la financiación también lo será.

En cuanto a la gestión de la web Teaming.net, esta es llevada a cabo por la Fundación Teaming, que fue creada para garantizar la transparencia y el espíritu no lucrativo de todos los proyectos desarrollados. Son las donaciones altruistas del Grupo Intercom y everis las que financian Teaming. El Banco Sabadell asume todos los costes relacionados con la banca derivados de la plataforma evitando las comisiones en Teaming. Asimismo, existe un gran número de voluntarios y entidades que colaboran de forma altruista y desinteresada con Teaming.

El euro mensual que se aporta como donación se realiza de modo automático, mediante la introducción del número de cuenta de los Teamers (donantes), donaciones que están totalmente exentas de comisiones como se ha mencionado.

Cualquier persona, empresa, fundación u ONG, puede desarrollar un proyecto en Teaming siempre que no exista ningún tipo de interés sobre el mismo más allá de colaborar altruistamente con una causa social. Aunque es importante destacar que el destino de las donaciones no tienen que determinarse en el momento de creación del grupo, puede hacerse con posterioridad una vez recaudado el dinero. Teaming.net diferencia en cada proyecto desarrollado, un Teaming Manager, encargado de gestionar las donaciones y colaboraciones del proyecto, así como llevar un control periódico de la web del proyecto, independientemente del fin que se haya seleccionado para desarrollar el proyecto, y asimismo los contribuyentes al proyecto se denominan Teamers, encargados de financiar el proyecto mediante las micro donaciones mensuales de un euro.

En la Tabla 5.1 se pueden observar las responsabilidades y funciones desempeñadas por un Teaming Manager. Las cuales se basan en aspectos como desarrollar una buena labor constante de cara al mantenimiento del proyecto, búsqueda de teamers, liberación del montante recaudado, compromiso, dedicación, publicidad, etc.

TABLA 5.1: Responsabilidades y funciones desempeñadas por un Teaming Manager.

	RESPONSABILIDADES	FUNCIONES
TEAMING MANAGER	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar una capacidad y actitud de liderazgo. 2. Detallar la información del proyecto social. 3. Compromiso con el proyecto. 4. Liberar el dinero recaudado en caso de eliminación del proyecto. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Liderar el grupo creado, prestando atención a mantener los valores establecidos. 2. Es el primero en aportar un euro mensual. 3. Buscar nuevos donantes e invitarlos a ser miembros del grupo (Teamers). 4. Entregar la donación al destinatario. 5. Mantener la comunicación dentro del grupo.

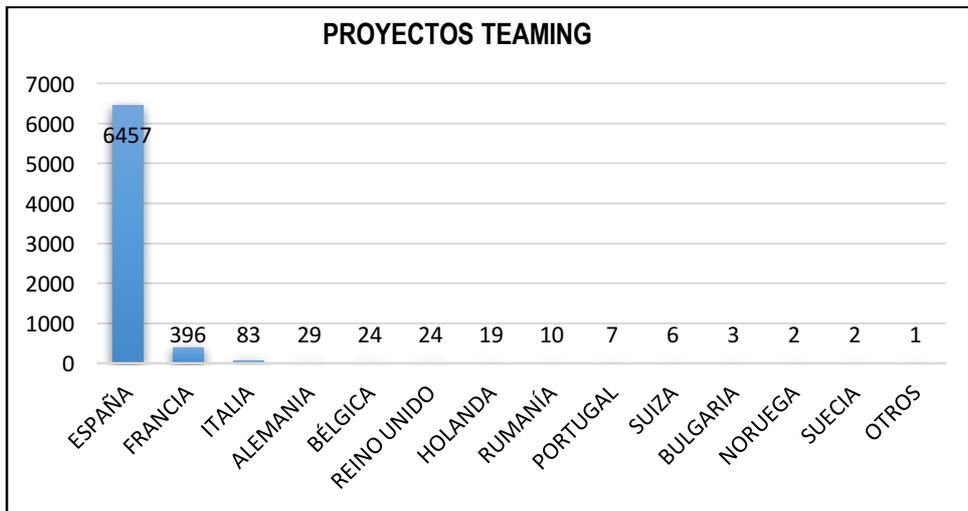
Fuente: elaboración propia a partir de la web oficial de Teaming.net

Como se ha comentado, los orígenes de Teaming se dan en el sector empresarial, y actualmente son muchas las empresas que siguen haciendo uso de esta plataforma. La colaboración con Teaming a favor de una causa social crea un mejor ambiente a nivel de trabajo dentro de las empresas, así como favorece a la horizontalidad y democratización empresarial, como aseguran los mismos colaboradores de la plataforma. Según Teaming.net, el enfoque de la acción social a la que la empresa ha destinado siempre sus recaudaciones ha sido tradicionalmente una decisión unilateral tomada por los directivos de las mismas. Con Teaming se logra una mayor implicación por parte de los empleados al sentirse parte de la toma de decisión del proyecto beneficiario de la donación. Además, la plataforma asegura que con el trascurso de los años, Teaming se ha convertido en un excelente medidor del clima dentro de las empresas, donde es más sencillo y rápido implantar Teaming en empresas con buen clima laboral que las que cuentan con un ambiente perturbado o desorganizado.

La implantación de Teaming en el ámbito empresarial no supone ningún coste, ya que la plataforma tampoco cobra comisiones ni tarifas de ningún tipo a las empresas que lo desarrollen.

En la modalidad de Teaming offline la gestión e implementación la llevan a cabo las mismas empresas, aunque reciben asesoramiento por parte de la plataforma, mientras que en la modalidad online Teaming ofrece todas las funcionalidades del portal a las empresas de forma totalmente gratuita.

Gráfico 5.1: Relación de proyectos crowdfunding de Teaming en la Eurozona.

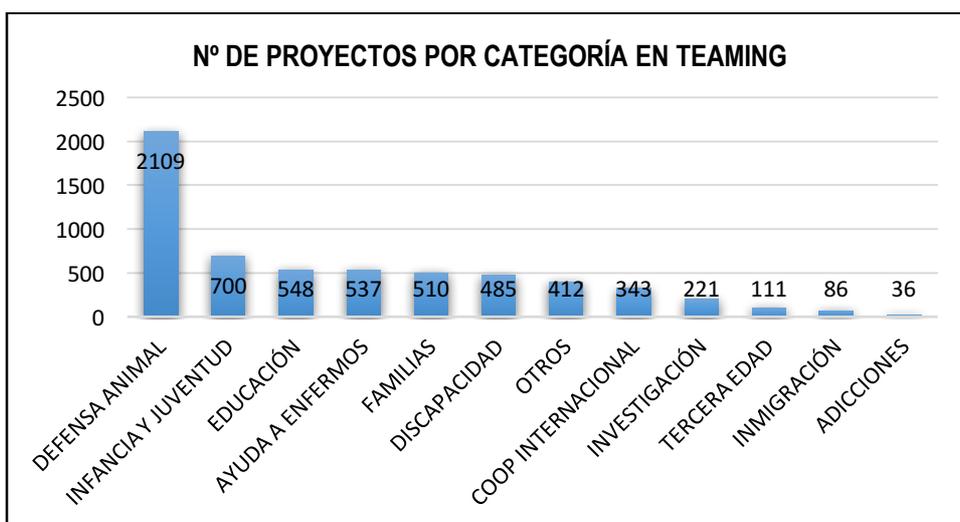


Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en Teaming.net

A pesar de su nacimiento en Holanda, en el gráfico 5.1 se observa de forma destacable como España es el país con un mayor número de plataformas sociales en Teaming.net, ya que consta con 6457 proyectos de causa social.

En España, Teaming cuenta con numerosos proyectos colaboradores en la recaudación de fondos para financiar diferentes causas. De este modo, la defensa animal cuenta con una mayor cantidad de proyectos, le siguen la categoría de infancia y juventud, educación y las ayudas para enfermos, como se refleja en el gráfico 5.2 a continuación.

Gráfico 5.2: N° de proyectos en Teaming, en función de cada tipo de categoría.



Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en Teaming.net.

De cara a profundizar en un caso de estudio en particular, se ha realizado un recuento de los proyectos de la plataforma Teaming, de modo que se han estudiado los proyectos que, en España, se han centrado en el sector de la educación y según fuera su promotor (ONG, particulares, empresas, u otros), obteniéndose los siguientes resultados:

TABLA 5.2: Proyectos Teaming en educación en España según promotor.

PAÍS	SECTOR	PROMOTOR	Nº DE PROYECTOS
España	Educación	ONG	338
		Particulares	68
		Empresas	11
		Otros	64

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Teaming.net

6. PROPUESTA DE FINANCIACION VÍA CROWDFUNDING PARA PROYECTO MI BARRIO.

En esta sección, se lleva a cabo una propuesta de financiación vía crowdfunding por donaciones con el fin de asesorar a la asociación sin ánimo de lucro "Proyecto mi barrio", la cuál surge en Geneto (Santa Cruz de Tenerife), en noviembre del año 2015. Esta asociación se dirige a los barrios de La Laguna, bajo el lema de superación colectiva, mejora de la convivencia y el bienestar social.

Esta asociación, gestionada por 5 socios de los cuales tan solo 3 dedican el 100% de su tiempo a la ayuda social, se encuentra en un barrio de Geneto, concretamente en la urbanización Los Olivos, la cual se compone por 185 viviendas sociales habitadas por familias, las cuales se encuentran en condiciones de auténtica necesidad de recursos. Es un conglomerado de viviendas apartadas de zonas de ocio, sin apenas un solo comercio al que acceder a pie ni zonas recreativas para los más jóvenes. En su lucha por mejorar las condiciones de los habitantes del barrio, que en su mayoría son familias numerosas, ancianos desfavorecidos y excluidos sociales sin recursos ni medios para subsistir, la asociación Proyecto mi barrio ha desarrollado un programa de ayuda social y cultural bajo el nombre de "Proyecto Ganesha". Con esto, se pretende que las familias del barrio, que se encuentran casi en su totalidad en situación de desempleo, precariedad y bajo la escasez de medios para abastecer sus necesidades básicas, puedan adquirir una serie de recursos de los que carecen, con el fin de mejorar su situación en la mejor medida posible. Busca implantar en estas familias conocimientos de economía doméstica, salud y nutrición, así como financiar la formación y educación tanto de los mas jóvenes como de sus mayores.

A continuación, en la tabla 6.1 se observan los talleres que la asociación propone desarrollar de cara a un futuro con el fin de, como se ha mencionado con anterioridad, mejorar las condiciones y hábitos de vida de los vecinos del barrio, con la intención a su vez de continuar financiando y prestando ayuda totalmente altruista a más barrios de la zona que se encuentren en situaciones similares.

Tabla 6.1. Relación de Talleres planteados por la asociación.

OBJETIVO	TALLER
1. ECONOMIA DOMESTICA	<ul style="list-style-type: none"> 1.1. Economía domestica. 1.2. Comprensión de facturas y gastos en el hogar. 1.3. Realización de cesta de la compra inteligente. 1.4. Ahorro en energía eléctrica y suministros.
2. SALUD Y NUTRICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> 2.1. Nutrición infantil. 2.2. Cocina básica, equilibrada y económica. 2.3. Drogodependencia y alcoholemia. 2.4. Agricultura ecológica. 2.5. Adjudicación de huertos urbanos.
3. FORMACIÓN LABORAL.	<ul style="list-style-type: none"> 3.1. Valoración laboral. 3.2. Formación según actitudes y cualidades personales. 3.3. Búsqueda de empleo en sectores según formación.
4. EDUCACIÓN INFANTIL Y JUVENIL.	<ul style="list-style-type: none"> 4.1. Apoyo práctico a la literatura. 4.2. Apoyo práctico a la física y química. 4.3. Apoyo de ciencias sociales y naturales. 4.4. Seguridad y uso de las redes sociales. 4.5. Asistencia a eventos culturales variados. 4.6. Drogodependencia, alcoholemia y sexualidad.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la asociación "Proyecto mi Barrio".

En busca de apoyar la causa de esta asociación, en este TFG se plantea la incorporación de un proyecto de crowdfunding por donaciones en la plataforma Teaming.net, con el objetivo de que la asociación "Proyecto mi barrio" pueda financiar, en primer lugar, los gastos de educación y material escolar para un conjunto de 30 menores de la urbanización.

Tras varias reuniones con la asociación, se llegó a la conclusión de financiar mediante crowdfunding por donaciones, el material escolar o "material fungible" de un total de 30 niños, ya que de todos los menores de la urbanización que cursan la escuela primaria, se ha llevado a cabo un proceso de selección de los que se encuentran en peor situación económica para afrontar el pago del material escolar.

De este modo, haciendo uso de las listas de material escolar de estos niños para el curso 2016-2017, se ha obtenido un presupuesto aproximado de 120€ por niño, tras consultar en diferentes papelerías de la zona. De este modo, el montante final u objetivo de financiación del proyecto sería de 3.600€ para el septiembre de 2018, ya que el proyecto se enfocará de cara al curso 2018-2019, puesto que en Teaming se obtienen la financiación, como se ha mencionado, por microdonaciones mensuales de 1€. Para apoyar el proyecto e incentivar la financiación del mismo, se ha proporcionado a la asociación algunas herramientas promocionales, como el desarrollo de una página web ya que hasta el momento no existía ninguna. Esta se encuentra en el Anexo 1.

A fecha de 28 de agosto de 2017, se publicó en Teaming.net el proyecto mencionado, con el fin de que la asociación se de a conocer en internet y obtenga una nueva vía de financiación para sus proyectos y talleres a desarrollar en un futuro, pero con el objetivo primordial de obtener el montante mencionado de 3.600€ para septiembre del próximo año. Se ha publicado en el portal de teaming.net el proyecto a realizar y una explicación breve de la razón principal de la asociación. El "teaming manager", o administrador del proyecto en la plataforma es el presidente de la asociación, José Francisco Hernández Marrero, el cual asume todas las responsabilidades del cargo, las cuales se han detallado con anterioridad en este trabajo. En el Anexo 2 se encuentra el proyecto publicado en teaming.net.

Además, otro de los principales objetivos del desarrollo de este proyecto es hacer pública la situación en que se encuentran estas personas, por lo que resulta de vital importancia que la asociación actualice su actividad a nivel virtual. Con la publicación de sus proyectos en teaming.net y la creación de la nueva página web en Blogspot.es, la asociación podrá informar de las campañas que lleven a cabo para recaudar fondos, promocionarse o adquirir nuevos voluntarios para su causa. La pagina web se ha desarrollado en el portal Blogspot.es como se ha mencionado, ya que es un portal web de fácil utilización, permite publicar enlaces con Facebook y otras redes sociales, lo cual incrementa la promoción de la asociación. Además, esta web es de tipo Blog, por lo que podrá ser consultada y compartida por la corriente blogger, que en los últimos años se encuentra en auge.

A continuación, se muestra una relación de las diferentes reuniones que se llevaron a cabo con la asociación, así como las diferentes decisiones que se han tomado desde el comienzo del trabajo hasta la fecha de publicación del mismo en el portal de teaming.net.

A fecha de 19 de mayo de 2017, tuvo lugar la primera reunión con la asociación "Proyecto mi Barrio", donde los socios de la misma explicaron la situación en la que se encuentran, sus objetivos principales y demás detalles, los cuales sirvieron de primer contacto y para obtener una idea hacia donde se iba a dirigir este TFG. Con posterioridad, el 25 de mayo se dio otra reunión con los socios, donde se les explicó en que consistía el término crowdfunding, concretamente el de donaciones ya que en este se basaría el proyecto, y se acordó escoger, en función de las diferentes necesidades que pudiera tener la asociación, una de entre las más urgentes o de mayor necesidad y destinar un proyecto de crowdfunding vía donaciones para la obtención de los fondos necesarios para respaldarla.

De este modo, tras valorar y sopesar junto con el presidente de la asociación y sus colaboradores sobre las diferentes alternativas, se decidió destinar el proyecto a la recaudación de una cantidad de dinero determinada que pudiese cubrir los gastos de material escolar para los niños más necesitados o en peores condiciones familiares del barrio en que se encuentra la sede de la asociación, que es el barrio de Los Olivos, como se ha comentado con anterioridad. Quedaría pendiente para la siguiente reunión presentar un presupuesto, así como acotar el número de niños que iban a favorecerse de la donación. Por esto el 10 de Julio, tras un encuentro en el que se valoraron las necesidades de los niños y se pidió presupuesto a diferentes librerías y papelerías, se determinó el presupuesto para los 30 niños a los que se decidió destinar la donación. Ese mismo día se envió un email a Ángel González Romero, consultor de crowdfunding y co-fundador de Universo Crowdfunding. Dispuesto a colaborar con nosotros, el señor González solicitó la contestación a un cuestionario para conocer las necesidades de la asociación y sus características, tras lo que recomendó la asistencia a un curso de 30 horas impartido por el voluntariado de Tenerife Solidario, en el cual se instruía a miembros de diferentes asociaciones sobre como llevar a cabo una plataforma de crowdfunding por donaciones, como elaborar una buena campaña para publicarlo y demás técnicas de relevancia. De este modo, el 17 de julio el presidente de la asociación y yo acudimos al curso, pero la asociación no se ajustaba a los requisitos que se exigían en cuanto a una antigüedad superior a dos años. Además de esto, en reuniones anteriores se había decidido que el encargado de gestionar la plataforma en el futuro sería el presidente de la asociación, y debido a que no conocían el crowdfunding y esta vía de financiación era nueva para ellos, se optó por empezar desde una plataforma de uso más básico, ya existente, en lugar de crear la suya propia.

Tras esto, se llevó a cabo un estudio profundizado de las diferentes plataformas activas en España, como se ha explicado en anteriores apartados, seleccionándose teaming.net como la más idónea para el proyecto a presentar. Tras esto, se creó un nuevo email, una página web y se subió el proyecto al portal de teaming.net. Posteriormente, en una última reunión, se instruyó a los miembros de la asociación sobre el uso de la plataforma y los mecanismos de funcionamiento de la misma, además se creó un patrón de mensaje de email para la obtención de nuevos colaboradores o teamers.

7. CONCLUSIONES

En los últimos años, tras la crisis financiera y la situación de la banca, el crowdfunding como vía de financiación colectiva ha experimentado un auge considerable tanto a nivel nacional como internacional. El crowdfunding se ha convertido en una herramienta clave de financiación para muchos proyectos, suponiendo para las organizaciones sin ánimo de lucro en particular una vía de financiación nueva, que ha permitido el logro exitoso de numerosos proyectos de carácter social.

Gracias a esta alternativa, tanto ONGs, como particulares o empresas con fines sociales han logrado en los últimos años financiar numerosas causas, mediante el lanzamiento de una campaña o publicación de un proyecto en una plataforma de crowdfunding, obteniendo colaboradores altruistas dispuestos a financiar el proyecto o incluso a formar parte del mismo, a pesar de que esta vía solo suponga el 4% de la recaudación total de los proyectos de

crowdfunding. Tal y como se ha expuesto, existen más tipos de crowdfunding: crowdfunding por préstamos, por inversiones y por recompensas, a parte de por donaciones. En este TFG se ha realizado un estudio exhaustivo de los diferentes tipos de crowdfunding, centrado en el crowdfunding por donaciones a razón de mostrar la importancia que ha supuesto la irrupción del crowdfunding en el sector altruista o sin fines lucrativos.

Uno de los principales factores que han permitido el éxito del crowdfunding en los últimos años ha sido el internet y el avance de los recursos tecnológicos en sí, debiendo especialmente su promoción y divulgación a las redes sociales y plataformas de crowdfunding. Además, actualmente los sistemas de pago seguros han supuesto una mayor predisposición a colaborar monetariamente, gracias a la confianza en internet que existe hoy en día.

En este TFG se ha puesto en marcha un proyecto de crowdfunding por donaciones para obtener la recaudación que permita cubrir los gastos previstos por la asociación "Proyecto mi Barrio" para los 30 niños en peor situación económica del barrio de Los Olivos, así como todos los que se plantean de cara a un futuro en el "Proyecto Ganesha".

A pesar de que el crowdfunding sea una gran alternativa de financiación y que su utilización y su expansión sea cada vez mayor, no siempre se obtiene la financiación y las metas esperadas. Por tanto es importante la constancia, la dedicación y continua actualización de los proyectos y las campañas que se lleven a cabo, así como la transparencia y seguridad que se transmita a colaboradores y donantes. Del mismo modo, la comunicación con los donantes y la implicación del teaming manager en la evolución del proyecto es de vital importancia para el éxito del mismo.

Finalmente, destacar que el crowdfunding como vía de financiación para los proyectos altruistas o con fines sociales se ha convertido en los últimos años en un gran recurso para las asociaciones sin ánimo de lucro, ONGs y personas que emprenden proyectos sociales como se ha mencionado en este TFG. Pero a pesar de esto y de que las estimaciones futuras son más que favorables, la realidad es que obtener un gran número de donantes, a nivel general en cualquiera de las plataformas que existen, es una tarea difícil.

BIBLIOGRAFÍA

- ARTÍCULOS:

Acedo, M.A. (2011). Fuentes de financiación de las organizaciones no lucrativas. Universidad de La Rioja.

Alvarado, J. (2012). La traducción de los neologismos Crowdsourcing, Crowdhacking y Crowdfunding. Neológicamente.

Asociación Española de Crowdfunding (2014). Información básica sobre el crowdfunding.

Asociación Española de Crowdfunding (2014). Informe de la encuesta de la Asociación Española de Crowdfunding sobre las plataformas españolas de Crowdfunding.

Asociación Española de Crowdfunding (2017). CROWDFUNDING EN ESPAÑA 2016. Disponible en <http://us5.campaign-archive2.com/?u=16b96883e2fa8ded4fe4e37bc&id=aebdf84a31>

BBVA Innovation Center (2015). Crowdfunding, una alternativa financiera para emprendedores e inversores.

BBVA Research (2014). Crowdfunding en 360°. Alternativa de financiación en la era digital. Economía digital y sistemas financieros.

Bradford, C. S. (2012). Crowdfunding at the Federal Securities Laws. Columbia Business Law Review.

Camacho, S. (2016). El Crowdfunding: régimen jurídico de la financiación participativa en la Ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial.

Codorniu, J.M. (2004). Las fuentes de financiación de las organizaciones no lucrativas de acción social.

Hemer, J (2011). A snapshot on Crowdfunding.

Howe, J. (2006). The Rise of Crowdsourcing.

Howe, J. (2008). Crowdsourcing. Why the power of the crowd is driving the future of business.

Kshetri, N. (2015). Success of Crowd-based Online Technology in Fundraising: An institutional perspective.

Mata, J. (2014). Las campañas de crowdfunding. Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales. (Tesis doctoral Barcelona). Universitat Ramon Llull, Barcelona.

Meer, J. (2014). Effects of the Price of charitable giving: Evidence from an online crowdfunding platform.

Pena, J.A., y Sánchez, J.M. (2006). Altruismo, simpatía y comportamientos prosociales en el análisis económico.

Pitschner, S. (2014). Non-profit differentials in crowd-based financing: Evidence from 50.000 campaigns.

Rodríguez de Las Heras, T. (2013). El crowdfunding: una forma de financiación colaborativa y participativa de proyectos.

Sajardo, A. (2016). Nuevos instrumentos de financiación para el sector no lucrativo: el reto del crowdfunding social.

- LEGISLACIÓN:

Artículo 618 del Código Civil.

Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Boletín Oficial del Estado, de 28 de abril de 2015.

- PÁGINAS WEB:

Informe de la encuesta de la asociación española de crowdfunding sobre las plataformas españolas de crowdfunding (2014). Disponible en: <https://projectilblog.files.wordpress.com/2015/10/informe-de-la-encuesta-de-la-asociacion-cc81n-espance83ola-de-crowdfunding.pdf>

Microdonaciones.net (2017). Disponible en: <http://microdonaciones.hazloposible.org>

Plataforma Kukumiku (2017). Disponible en: <https://www.kukumiku.com>

Plataforma de crowdfunding solidario Migranodearena.org (2017). Disponible en: <https://www.migranodearena.org>

Plataforma Phant (2017). Disponible en: <http://phantoficial.com>

Plataforma BBVA Suma (2017). Disponible en: <https://www.bbva.com/es/bbva-suma-7-418-veces-gracias-tanta-solidaridad/>

Plataforma Teaming (2017). Disponible en: <https://www.teaming.net>

Universo Crowdfunding (2017). Disponible en: <https://www.universocrowdfunding.com>

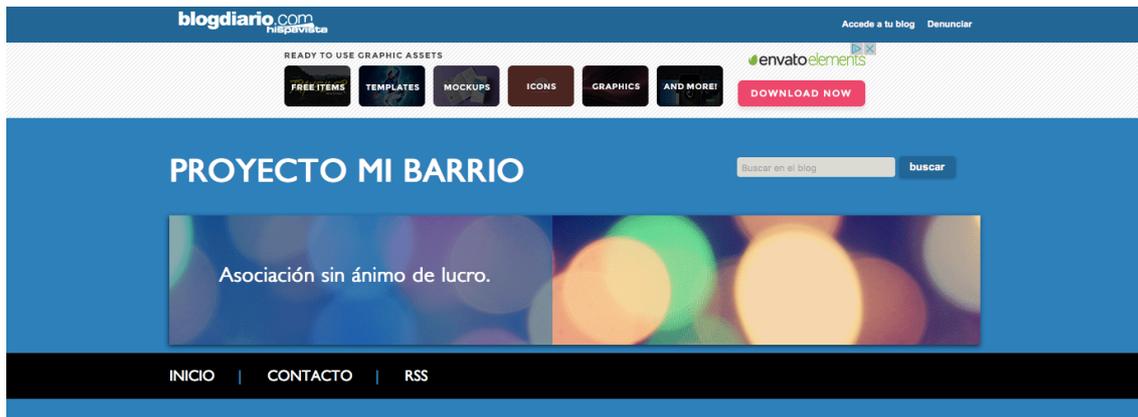
ANEXO

ANEXO 1:

PÁGINA WEB:

Disponible en:

<http://proyctomibarrío.blogspot.es>



PROYECTO MI BARRIO

Escrito por [proyctomibarrío](#) 30-08-2017 en [Presentación](#), [Comentarios \(0\)](#)



Hola a todos!

Este es el sitio Web de nuestra asociación, somos 5 socios que dedicamos el 100% de nuestro tiempo a la ayuda social de los barrios de San Cristóbal de La Laguna (Tenerife), ubicados concretamente en la urbanización Los Olivos, en Geneto.

En nuestra lucha por mejorar las condiciones de los habitantes de nuestro barrio, que en su mayoría son familias numerosas, ancianos desfavorecidos y excluidos sociales sin recursos ni medios para subsistir, hemos desarrollado un programa de ayuda social y cultural bajo el nombre de "Proyecto Ganesha".

Buscamos implantar en estas familias conocimientos de economía doméstica, salud y nutrición, así como financiar la formación y educación tanto de los mas jóvenes como de sus mayores.

Hemos creado esta Web bajo el propósito de mostrar las actividades que realizamos, los proyectos que desarrollamos, así como entablar una nueva vía de contacto con todas aquellas personas dispuestas a colaborar con nuestros fines altruistas.

« Anterior **1** Siguiente »

Categorías

[Presentación](#)
[asociación](#)

Archivo

[Aug-2017 \(1\)](#)

Tags

[tenerife](#) [proyecto](#) [la laguna](#) [altruismo](#)
[ayuda social](#)

ANEXO 2:

Proyecto elaborado en este TFG, publicado en la plataforma Teaming.net.

Disponible en:

<https://www.teaming.net/proyectomibarrío>

The screenshot displays the Teaming.net interface for the 'PROYECTO MI BARRIO' group. At the top, there is a navigation bar with links for 'Ayuda', 'Accede', 'Regístrate', and 'Español', along with a 'Crea un Grupo' button. Below this is a search bar for groups. The main content area features the group's logo, a description of the project, and a 'Únete a este Grupo' button. A sidebar on the right shows the number of teamers (1) and the amount raised (1€). Below the main content, there is a 'Teaming Manager' section listing the group leader, José Francisco Hernández Marrero, and a 'Foro del Grupo' button.

Teaming Ayuda | Accede | Regístrate | Español - [Crea un Grupo](#)

[Inicio](#) | [¿Qué es Teaming?](#) | [Grupos](#) | [Colabora con Teaming](#) |

PROYECTO MI BARRIO

28/08/2017

La asociación sin ánimo de lucro "Proyecto mi barrio", surgió en Geneto (Santa Cruz de Tenerife), en noviembre del año 2015. Esta asociación se dirige a los barrios de La Laguna, bajo el lema de superación colectiva, mejora de la convivencia y el bienestar social. Busca implantar en las familias necesitadas, de los barrios de La laguna, conocimientos de economía doméstica, salud y nutrición, así como financiar la formación y educación tanto de los mas jóvenes como de sus mayores.

Al unirse aportarás 1€ al mes al Grupo.

[Únete a este Grupo](#)

1 Teamers

Hemos recaudado hasta hoy: **1€** [Ver detalle de recaudaciones](#)

Destinamos nuestra recaudación a:

NIÑOS DEL BARRIO LOS OLIVOS
ASOCIACION PROYECTO MI BARRIO
En un primer lugar, se busca financiar mediante esta vía, el material escolar o de un total de 30 niños del barrio de Los Olivos (La Laguna). De este modo, haciendo uso de las listas de material escolar de estos niños para el curso 2016-2017, se ha obtenido un presup [Leer más](#)

[Foro del Grupo](#)

Teaming Manager

José Francisco Hernández Marrero
Colabora con 1 Grupo y lidera 1 de ellos
28/08/2017

1 Teamers

Teamers ordenados por fecha de unión al Grupo

José Francisco Hernández Marrero