



EL IMPACTO DEL CROWDFUNDING EN LA ECONOMIA

PROYECTO FINAL

TUTOR: BOGLIOLO SERGIO
PROFESOR: BOGLIOLO SERGIO
ALUMNO: UGUCCIONI BELEN
CARRERA: ADMINISTRACION DE NEGOCIOS
AÑO 2021

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
1.1 HIPÓTESIS	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	4
2. MARCO TEÓRICO	5
2.1 CAPÍTULO N°1.....	5
2.1.1 CONCEPTO	5
2.1.2 HISTORIA DEL CROWDFUNDING.....	7
2.1.3 ¿POR QUÉ SURGE EL CROWDFUNDING?.....	8
2.1.4 ESTRUCTURA DEL CROWDFUNDING.....	8
2.1.5 CRECIMIENTO DE LA INNOVADORA FORMA DE FINANCIACIÓN.....	10
2.1.6 CARACTERÍSTICAS DE LAS PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING.....	11
2.2 CAPÍTULO N°2: TIPOS DE CROWDFUNDING	12
2.2.1 CROWDFUNDING DE DONACIÓN.....	12
2.2.2 CROWDFUNDING DE RECOMPENSA	13
2.2.3 CROWDFUNDING DE PRÉSTAMOS.....	13
2.2.4 CROWDFUNDING DE INVERSIÓN.....	14
2.3 CAPÍTULO N°3: ANÁLISIS FODA	15
2.3.1 FORTALEZAS:.....	15
2.3.2 OPORTUNIDADES:	16
2.3.3 DEBILIDADES:	16
2.3.4 AMENAZAS:.....	17
2.4 CAPÍTULO N°4.....	18
2.4.1 FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO DEL FUNCIONAMIENTO DEL CROWDFUNDING.....	18
2.4.2 PRINCIPALES PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING	20
2.5 CAPÍTULO N°5:.....	23
2.5.1 ACCESO AL CRÉDITO EN ARGENTINA	23
2.5.2 REGULACIÓN DEL CROWDFUNDING EN ESTADOS UNIDOS	24
2.5.3 REGULACIÓN DEL CROWDFUNDING EN ARGENTINA	25
2.5.4 COMPARACIÓN ENTRE LA LEGISLACIÓN DE ARGENTINA Y ESTADOS UNIDOS.....	27

3. EXPERIENCIAS REALES Y TESTIMONIOS DE USUARIOS DE CROWDFUNDING	28
3.1 TESTIMONIO 1	28
3.2 TESTIMONIO 2	29
4. MARCO INVESTIGATIVO	30
4.1 ANÁLISIS DE ENCUESTA:	30
4.2 ANÁLISIS DE ENTREVISTA	36
6. CONCLUSIÓN	39
7. BIBLIOGRAFIA	41

1. INTRODUCCIÓN

El acceso a los créditos nunca fue fácil especialmente para los emprendedores o las pequeñas y medianas empresas, así como los particulares, que tuvieron que enfrentar las burocracias de las entidades financieras y/o bancarias o buscar obtener ayuda de sus familiares o amigos para poder concretar sus proyectos, ya que conseguir capital por los medios de financiación tradicionales ya no es una opción.

Como resultado de las burocracias de las entidades financieras millones de empresas no pudieron continuar y desaparecieron o simplemente, no pudieron concretar su proyecto. Esto le influye tanto a los emprendedores y empresarios como a la economía del país debido a que si muchos de los proyectos se hubieran concretado habría un porcentaje mayor de personas empleadas, aumentaría la creatividad e innovación y así aumentaría la actividad económica.

Pese a las dificultades, gracias al crecimiento de la tecnología comenzaron a surgir modelos de negocio que vinculan a los clientes, proveedores, inversores, empleados, entre otros.

Entre estos nuevos modelos que aparecieron gracias al avance tecnológico surge el innovador Crowdfunding, financiamiento colectivo. Es una de las nuevas herramientas dentro del avance tecnológico financiero que se desarrolla a continuación.

Estamos ante una tendencia que desde su nacimiento tuvo una creciente positiva y día a día se conoce y utiliza con mayor frecuencia. Es por lo que, en el presente trabajo de investigación se buscará demostrar como el Crowdfunding genera un crecimiento en la economía, siendo en varios casos la única solución para llevar adelante los proyectos que sin esta sería de gran dificultad hacerlos viables por los métodos tradicionales de financiación.

1.1 HIPÓTESIS

El crowdfunding, financiamiento colectivo, genera un crecimiento en la economía ya que es un mecanismo regulado y brinda un marco de sinergia entre desarrolladores a la búsqueda de financiación y de exposición y potenciales inversores que se incorporan al mercado financiero.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Son variados los factores necesarios para el funcionamiento de una correcta economía. Dentro de ellos es fundamental el crédito. Es importante que tanto grandes, como las pequeñas y medianas empresas y las familias tengan acceso al crédito, a la financiación, ya que, sin ésta, muchos proyectos, innovaciones e iniciativas no podrán llevarse a cabo. A sí mismo, le habilita la posibilidad de participación en nuevos negocios a pequeños inversores.

Una notoria consecuencia a las diferentes crisis económicas es que la posibilidad de que las empresas y familias tengan acceso a algún tipo de crédito sea bajo o directamente nulo.

Es por lo que, ante los escenarios mencionados, con la evolución de la tecnología y de las telecomunicaciones, surgen nuevas formas de financiación que fueron avanzando y hoy en día, son una gran alternativa para desarrollar los proyectos de cada emprendedor y/o empresa. El crowdfunding forma parte de las innovadoras alternativas que nace con objetivo de, a través de la tecnología, poder enlazar a varios individuos (Crowd) que colocan su capital, a cambio de ganancias o productos para así la otra parte obtiene financiación (Funding).

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Demostrar que el Crowdfunding está generando un crecimiento en la economía
- Analizar el mercado mundial y local de las plataformas de Crowdfunding
- Evaluar los distintos tipos del Crowdfunding
- Desarrollar las ventajas y desventajas, y como impactan en el desarrollo económico

2. MARCO TEÓRICO

2.1 CAPÍTULO N°1

2.1.1 CONCEPTO

¿QUE ES EL CROWDFUNDING?

CROWD: Multitud, grupo grande de personas

FUNDING: Financiamiento, fondeo de capital

El concepto del Crowdfunding nace del término Crowdsourcing, un modo de producción colectivo que no posee organización formal.

Luego surge el Crowdfunding que se refiere a un modelo en donde las necesidades de financiación que tiene un emprendedor se dan a conocer por medio de una convocatoria abierta, generalmente mediante plataformas en internet, y obtienen financiación y apoyo de contribuciones colectivas de diversos donantes o inversionistas.

La persona que genera la campaña puede ser un individuo, un grupo de personas, una start-up, una PyME o cualquier organización que tiene un proyecto en particular para el cual requiere de dinero. El mismo es quien se encarga de promover y gestionar la campaña para comunicar de la forma más clara y sencilla cuáles son sus necesidades y cuál va a ser el propósito de la financiación, para así lograr la atención de posibles inversionistas. Al generar un aporte por medio de internet es importante que el inversionista tenga la información necesaria para tener confianza en donde aporta su capital.

Los donantes o inversionistas también pueden ser individuos, grupos de personas u organizaciones que en forma colectiva e independiente contribuyen con el capital necesario para llevar a cabo aquellos proyectos de su interés que creen pueden tener mayor probabilidad de éxito. Este colectivo de personas evalúa las características del proyecto, la confiabilidad del propietario de la campaña y los beneficios que conllevaría que el proyecto se materialice, y decide si invertir o no su dinero. De esta forma, actúa como una prueba piloto para que el emprendedor pueda realizar una buena estimación de la demanda.

En la actualidad, las nuevas tecnologías han revolucionado la naturaleza de las convocatorias abiertas.

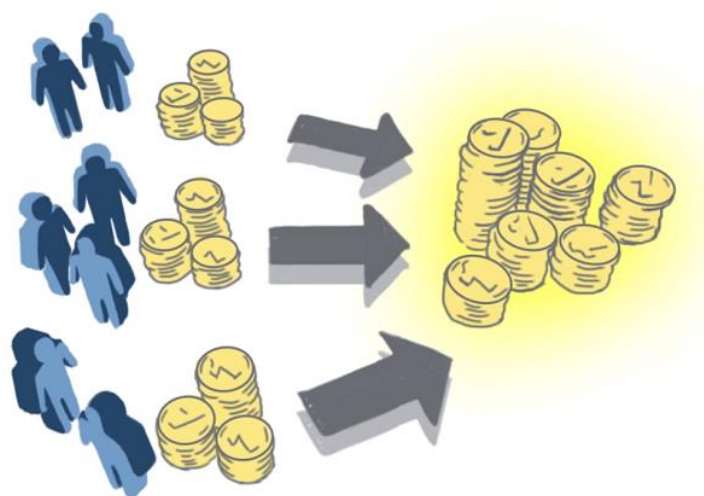
La llegada de internet, los smartphones, la conectividad y la gran difusión de las redes sociales han permitido el desarrollo de nuevas herramientas innovadoras que aportan un gran valor para aprovechar el poder de los grandes grupos. Una buena propuesta incorporada a una plataforma de crowdfunding con alto tráfico puede generar una enorme adhesión de donantes de todo el mundo en instantes, gracias a estas nuevas tecnologías.

Las plataformas de crowdfunding online se han transformado en comunidades virtuales que permiten acceder a la información de la campaña y enfocar la atención a las oportunidades de inversiones de impacto, tanto social como económico.

En definitiva, son redes sociales focalizadas en proyectos de inversión que proporcionan un foro digital donde los crowdfunders pueden hacer comentarios sobre las campañas, solicitar información y seguir el progreso de la recaudación de fondos para el crowdfunding, lo que permite que el grupo de personas supervise y examine las campañas de manera independiente. Además de su utilidad filantrópica, el crowdfunding en línea ahora está adquiriendo relevancia alrededor del mundo como modelo para desarrollar capital emprendedor brindando oportunidades para los pequeños inversionistas que generalmente se excluyen de los mecanismos de inversión tradicionales.

El crowdfunding permite a los emprendedores con ideas y modelos de negocios innovadores recaudar el dinero necesario para llevar a cabo sus proyectos a través de un medio alternativo a los métodos tradicionales, distribuyendo el riesgo entre una amplia cantidad de inversionistas que confían en ellos.

Por otro lado, el Crowdfunding no solo se basa en contribuir con la necesaria inyección en la economía, sino que también se utiliza para potenciar y dar a conocer un proyecto o idea en el mercado. Es un canal con un gran nivel de alcance por lo que además de ser una buena vía para reunir capital es una vía para realizar campañas de Marketing del proyecto o producto y así también comprobar la aceptación de lo que lanzamos en el mercado.



2.1.2 HISTORIA DEL CROWDFUNDING

El primer registro que se puede observar del mecanismo de financiación colectiva donde se utilizó una red social para buscar financiar un proyecto fue en el año 1997. Donde la banda de Rock Británica Marilion logró financiar una gira por Estados Unidos por medio de donaciones. Desde ese entonces se utilizó con los mismos fines buscando financiar proyectos, aunque poco a poco buscando establecerse en la economía.

En el año 2008 se estableció el concepto “Crowdfunding” gracias la publicación de los ingleses, Jeff Howe y Mark Robinson, en “The Rise of Crowdfunding”.

En el año 2009 nace Kickstarter, la primera plataforma online con el foco en la captación fondos de forma colectiva. La misma comenzó a operar siendo uno de los principales referentes, fundada por un grupo de estadounidenses con el objetivo de brindar financiación a diversos proyectos apostando por la innovación. Luego del nacimiento de este fenómeno

comenzaron a desarrollarse múltiples empresas con un mismo fin alrededor de todo el mundo.

El primer país en regular los modelos específicos del Crowdfunding fue Estados Unidos, que regula el crowdfunding de inversión modificando parcialmente su ley del mercado de valores para agilizar, facilitar y reducir los requisitos legales para la emisión de ofertas de valores.

También impone restricciones a la inversión y emisión, formula códigos de buenas prácticas y otras medidas, todas las cuales son para garantizar un mercado de crowdfunding de inversión más seguro, generando así confianza entre emisores e inversores de valores, se ha popularizado y posteriormente, para crear más empleo y riqueza, este objetivo se logró gracias a la ley de empleo aprobado durante la administración de Barack Obama, y fue un éxito.

2.1.3 ¿POR QUÉ SURGE EL CROWDFUNDING?

La aparición de las plataformas de financiación colectiva ha respondido a la insuficiencia de la demanda del mercado. Muchos de los empresarios y emprendedores tienen dificultades a la hora de obtener un préstamo bancario, por las garantías que solicitan, altas tasas de intereses, exigencia de gran cantidad de documentación, entre otras. Es por lo que, esta innovadora forma de recaudación y fondeo de capitales nace para disminuir los problemas de financiación, junto con el gran desarrollo de la Tecnología.

Ya desde hace años surge la necesidad de contar con nuevas formas de financiación y reducir la dependencia de la intermediación financiera que tanto cuesta obtenerla.

2.1.4 ESTRUCTURA DEL CROWDFUNDING

El Crowdfunding se estructura de la siguiente manera, se establece un sistema de desarrollo en donde se pueden encontrar varias ramas de financiación. Se tiene un emprendedor a la búsqueda de capitales para solventar el desarrollo de su propio proyecto (Arte, Tecnología, Inmobiliarios) el mismo debe brindar la mayor cantidad de información posible para que el inversor se sienta confiado para aportar a su proyecto. Dicha búsqueda se genera a través de

plataformas virtuales, donde se publicitan los proyectos dando a conocer los detalles y luego es cuando aparecen inversores con capital para aportar, ya sea de forma colectiva o individual y luego el inversor decide el proyecto que le sea de mayor interés.

Los recursos de cada inversor o aportante son destinados al proyecto que seleccionen de su interés que se encuentre en la plataforma online utilizada, y de esta manera se van acumulando los distintos aportes hasta lograr el objetivo de financiar lo necesario para que el proyecto sea viable y concretado.

Una vez concretado el proyecto es importante mantener informado al inversor del proyecto en curso ya que la confianza del inversor es importante para que vuelva a apostar a los proyectos de Crowdfunding.

En cuanto a la plataforma de internet, la gran mayoría le solicita al inversor que se cree un usuario en donde debe cargar sus datos personales e información.

A continuación podremos ver un esquema de como es el proceso desde que al creador de la campaña se le ocurre la idea, hasta que gracias a los aportantes logra completar la financiación.



2.1.5 CRECIMIENTO DE LA INNOVADORA FORMA DE FINANCIACIÓN

Los avances de la tecnología y las telecomunicaciones, la aparición y el desarrollo especialmente de internet trajeron cambios y mejoras impensadas en infinidad de sectores que afectan la forma en la que vivimos, estudiamos, trabajamos y también la forma en la que comercializamos e invertimos. Sobre estos últimos, mucho ha evolucionado desde la primera vez que se utilizó el término de Crowdfunding.

El desarrollo de las industrias antes mencionadas trajo aparejadas un nivel de hiper conectividad a través del mundo que generaron un cambio de paradigma en la forma en la que un segmento de personas, en constante expansión, se fue involucrando de forma activa en inversiones a través de plataformas digitales como instrumento cotidiano de generación y resguardo de riquezas.

El Crowdfunding como hoy lo conocemos es el logro de una multiplicidad de intereses, áreas y sectores en diferentes industrias que busca, de una forma regulada y resguardando los intereses de los diferentes actores, exponenciar el desarrollo individual y colectivo como un mismo objetivo.

Utilizando plataformas que se fueron generando y evolucionando con este propósito, es que, desde hace años, los distintos artistas, emprendedores, empresas, organizaciones con y sin fines de lucro entre otros, canalizaron una parte o el total de sus captaciones de inversión y/o mecenazgos; Y con ello alcanzaron nuevos horizontes de intereses compartidos con pequeños y/o medianos inversores a la búsqueda de generar un cambio positivo.

Al mismo tiempo todo este nuevo grupo de personas, con una capacidad de inversión y/o donación menor o limitada, obtuvo a través de las plataformas la posibilidad de entrar en un nuevo mundo de inversiones de fácil acceso y por sobre todo entendimiento, con un alcance mundial, dando la posibilidad de intervenir activamente en varios proyectos, atomizando riesgos, dentro de áreas que están fácilmente explicadas y detalladas en varios países y/o continentes de forma simultánea y en el acto.

Esta sinergia entre las partes logro de forma exitosa mantener un crecimiento sostenido como demuestra Sonia Vadillo, especialista en regulación de finanzas alternativas y Fintech del BID (Banco Interamericano de Desarrollo).

2.1.6 CARACTERÍSTICAS DE LAS PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

- **Son un lugar de encuentro y escaparate de proyectos:** Las plataformas de Crowdfunding son sitios Web que actúan de lugar de encuentro entre los inversores y los solicitantes de financiación. Los demandantes tienen a su disposición un espacio, muy similar a los perfiles de las redes sociales, donde describen y promocionan su idea, proyecto o necesidad para atraer la financiación que requieren para llevarla a cabo. A su vez, los inversores encuentran un amplio catálogo de proyectos a los que aportar fondos para obtener una rentabilidad.
- **Intermedian entre los inversores y los solicitantes de financiación:** Las plataformas proporcionan distintos servicios de intermediación (por ejemplo, gestión de los contratos y de los pagos y cobros) por los que son remuneradas a través de comisiones aplicadas generalmente a ambos tipos de participantes, inversores y receptores de financiación.
- **Reducen los costes de transacción:** La información facilitada en las plataformas digitales permite un emparejamiento rápido de la necesidad de capital con la capacidad de financiación. De este modo, se reducen considerablemente los costes de transacción - fundamentalmente los costes de búsqueda- respecto a un escenario donde el encuentro entre estos agentes económicos hubiese sido prácticamente imposible, generándose ganancias en términos de eficiencia.
- **Evalúan el riesgo y/o clasifican los proyectos:** En muchos casos las plataformas catalogan los proyectos en función del riesgo, previa evaluación de la solvencia del prestatario o la viabilidad de la iniciativa empresarial, y hacen pública esta clasificación en la propia plataforma. Sin embargo, no asumen responsabilidades derivadas de esta evaluación y una práctica que no sea suficientemente diligente puede llevar a concluir a partir de información falsa.
- **Gestionan los riesgos a través de la diversificación:** Mientras que en el negocio tradicional el riesgo de impago es asumido por el banco que concede un préstamo, en el caso del crowdfunding este riesgo se reparte entre todos los inversores que lo han financiado parcialmente, de manera que el riesgo se diluye. Así, el intercambio bajo este esquema minimiza los riesgos de la inversión dado su tamaño, lo que mitiga en cierta forma riesgos elevados para los inversores de forma individualizada.

- **Asumen una responsabilidad muy limitada:** La mayor parte de las plataformas no se implica directamente en la actividad financiera de préstamo o inversión que pueda acontecer, por lo que asumen una responsabilidad limitada. Tanto el riesgo de solvencia como el de liquidez son asumidos por el prestatario o inversor.

- **Están inspiradas en modelos de financiación tradicionales:** En general, las plataformas trasladan modelos de financiación tradicionales a un contexto en el que la financiación proviene de una multitud de participantes en vez de ser aportada por una única entidad o un grupo de inversores más reducido. Así, es posible clasificar las plataformas en función de los instrumentos financieros que subyacen en el funcionamiento de la plataforma.

2.2 CAPÍTULO N°2: TIPOS DE CROWDFUNDING

Dentro del crowdfunding podemos encontrar diferentes ramas que serán desarrolladas a continuación.

2.2.1 CROWDFUNDING DE DONACIÓN

La característica principal de este tipo de Crowdfunding es que las personas donan a una causa y no esperan recibir ninguna recompensa, excepto la satisfacción por participar en actividades que les interesan. El donante hace el aporte de forma completamente desinteresada, porque sabe que no recuperará su inversión, aporta con el fin de ayudar a una causa. Como por ejemplo una enfermedad, un incendio, entre otras.

A diferencia de las donaciones tradicionales u ONGs en el Crowdfunding de donación tiene una gran importancia internet. Ya que las campañas son difundidas por dicho medio.

Por lo tanto, el patrocinador puede ser un individuo o una organización sin fines de lucro para subir el proyecto a la plataforma. En ella, es fundamental que se detallen los objetivos, beneficios, montos a recaudar específicos del proyecto.

Los donantes deciden directamente la cantidad que desean donar, aunque en determinadas ocasiones puede elegir una cantidad predeterminada, si lo desean recibirán un detalle simbólico a cambio. Al final del evento, el patrocinador utilizará los fondos recaudados para hacer realidad el proyecto. Además, estas plataformas tienden a mantener informados a los donantes sobre el progreso del proyecto.

También hay recompensas de donaciones de Crowdfunding. Es muy similar al crowdfunding de donaciones que buscan el altruismo y la solidaridad, pero esta vez los donantes recibieron un retorno tangible.

2.2.2 CROWDFUNDING DE RECOMPENSA

El Crowdfunding por recompensa es la modalidad más conocida, es aquel donde el individuo aporta dinero y como recompensa recibe un servicio, producto o una experiencia. El beneficio o recompensa por su aporte pueden ser variados, desde productos y servicios culturales como musicales, espectáculos hasta ser acreditado en una película o poder conocer a los creadores de un proyecto.

Aquellos que contribuyen y obtienen recompensas se denominan mecenas. Puede verse como una preventa de producto o servicio porque el mecenas aporta fondos a la empresa para que pueda lanzar su propuesta, su desarrollo. Puede permitir a los mismos que accedan a producto con precios mejorados o en caso de un producto recibirlo antes que se lance.

Por otro lado, al igual que el Crowdfunding de donaciones, una vez que los emprendedores alcanzan sus objetivos de recaudación de fondos, pueden comunicar abiertamente el desarrollo del proyecto a través de la plataforma, explicando como y cuando se entregaran los productos o servicios como beneficio.

El tener productos innovadores y originales suelen ser factores importantes y llamativos, ya que ofrecen productos que normalmente no se encuentran en tiendas.

2.2.3 CROWDFUNDING DE PRÉSTAMOS

El crowdfunding de préstamos permite a las personas pedir dinero prestado a personas o empresas, y las mismas devolverán la misma cantidad económica mas una tasa de interés acordada, todo es administrado a través de una red.

Las personas que proporcionan fondos se las conoce como prestamistas o inversores. Debido a que hay una gran cantidad de prestamistas (“Multitud”), se alcanza el monto objetivo, lo que permite a las personas o empresas avanzar durante un momento específico de necesidades de capital. El proceso es realizado mediante una plataforma online.

En comparación con los riesgos de financiamiento de proyectos bancarios asumidos por las instituciones, en las plataformas de Crowdfunding, el riesgo lo asume el prestamista, y el prestamista decide voluntariamente que proyectos financiar en función de su tolerancia al riesgo y otras razones como la industria, el bienestar social, entre otras.

Por lo general en la plataforma de Crowdfunding de préstamo no existe un monto mínimo para prestar. Por otro lado, la tasa de interés puede ser fijada previamente por la plataforma, el propio emprendedor, el prestamista o mediante el sistema de subastas.

Como en todo préstamo, la persona que busca los fondos y solicita una financiación tiene la obligación de realizar la devolución con sus intereses.

Lo interesante de la modalidad es que evita la intermediación bancaria ya que la financiación se obtiene mediante aportes de los inversores que prestan su capital a cambio de un retorno de lo invertido más los intereses pactados.

2.2.4 CROWDFUNDING DE INVERSIÓN

Las plataformas de Crowdfunding de inversión, también conocida como equity, permiten a las empresas, mayormente start-ups de reciente creación, solicitar financiación mediante micro pagos a personas físicas que hayan obtenido participaciones o acciones de la empresa. Las empresas determinan el monto de financiamiento objetivo que requieren y el porcentaje de capital social que corresponde a cambio. Si se alcanza el objetivo de financiación de la campaña, los inversores recibirán el porcentaje de acciones proporcional a su inversión y los mismos se convertirán en socios del proyecto. Los inversores al ingresar a la propuesta asumen los riesgos inherentes que pueda traer aparejado.

La plataforma debe contener toda la información relevante sobre el proyecto, como las descripciones del propio proyecto y de la empresa, plan de negocio, plazos, ganancias, miembros del equipo, entre otras.

Mismo, en muchas plataformas, hay un sector donde el inversor puede realizar preguntas al emprendedor para saber el estado actual del proyecto o consultar sus dudas como también el emprendedor puede subir avances del proyecto en la plataforma. Esto genera tranquilidad al inversor poniendo a disposición la mayor información posible para la toma de su decisión.

Según cada plataforma, hay un ticket mínimo, es decir, la cantidad mínima que el inversor tiene que aportar para poder ingresar al negocio/proyecto.

El Crowdfunding inmobiliario suele estar calificado como Crowdfunding de inversión ya que la inversión se realiza en inmuebles. Esta nueva forma de inversión permite participación directa y proporcional en la financiación de compras inmobiliarias, que luego se venderán o alquilarán para obtener una rentabilidad de capital sin intervención bancaria. A su vez, permite a muchas personas participar del mercado inmobiliario con bajos montos. Años atrás, no era tan sencillo participar en un activo inmobiliario ya que requerían altos montos, la compra de una unidad. Hoy en día, con la modalidad del Crowdfunding entre varias personas que aportan capital, adquieren una propiedad que luego de un plazo pactado para que se revalorice, se vende y el inversor recupera su capital y su ganancia.

2.3 CAPÍTULO N°3: ANÁLISIS FODA

A continuación, analizaremos las ventajas y desventajas del Crowdfunding como un nuevo método de financiación. Se armará un análisis FODA con el fin de identificar los aspectos positivos y negativos detallando las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

2.3.1 FORTALEZAS:

- **Oportunidad de medir el impacto del proyecto a financiar en el mercado:** Permite utilizar dichos proyectos o similares en forma de prueba o testeo para medir el interés, nivel de aceptación y repercusión de los posibles aportantes.
- **Fácil acceso a la financiación:** Mediante el Crowdfunding personas con poca capacidad económica tienen la posibilidad de ingresar en el mercado, pudiendo con ello generar intereses y aumentar su patrimonio.
- **El proyecto se viabiliza con menor índice de riesgo:** El desarrollador puede viabilizar un proyecto atomizando el riesgo y la exposición ante contratiempos ya que se minimiza el nivel de aportes per cápita.
- **Facilita y agiliza la conexión entre inversores y emprendedores:** Gracias a las plataformas y las regulaciones de ambas partes, se torna más intuitivo y rápido la concreción de aportes.

- **Proceso transparente y sin tramites físicos:** Al ser una inversión por medio de una plataforma el inversor decide, según la información brindada, que proyecto es de su interés, que beneficios le conviene y a su vez se realiza el trámite mediante la plataforma, por lo tanto, el inversor no tiene que desplazarse.

2.3.2 OPORTUNIDADES:

- **Nuevos Inversores:** Permite la participación de un segmento de la población en determinadas inversiones, comúnmente de altos montos de ingreso como el mercado Inmobiliario, Agrario, Industrial entre otros, a grupos de inversores desde pequeños montos.
- **Mayores Alcances:** La tecnología permite llegar con proyectos a inversores de otros países y/o continentes que eran impensados años atrás, sobre todo en aquellos sin fines de lucro.
- **Financiación rápida y sencilla:** En cuanto al emprendedor, le permite financiar un proyecto de forma rápida y sencilla.
- **Posibilidad de diversificar:** El crowdfunding permite financiar cualquier tipo de proyectos, otorgando flexibilidad para maniobrar ante cambios imprevistos en el contexto.
- El crowdfunding genera una importante oportunidad en la economía, ya que fomenta el autoempleo y crea puestos de trabajo.

2.3.3 DEBILIDADES:

- **La idea puede ser robada y/o plagiada:** Para poder publicitar el proyecto y atraer inversores, el empresario, emprendedor debe exponer su idea públicamente en una plataforma de Crowdfunding y lograr que llegue a la mayor cantidad de inversores posibles transmitiendo información del proyecto. Ante la posibilidad de plagio el empresario debe tomar las medidas adecuadas para proteger su proyecto.
- **Desconfianza:** Al ser un nuevo método de inversión genera desconfianza enviar el dinero por una plataforma virtual e incertidumbre la falta del contacto físico

convencional. Es por lo que empresarios, emprendedores y desarrolladores de dichas plataformas debe generar bases sólidas, y mostrar reglas claras para que los inversores encuentren de forma expeditiva la mayor información para despejar dudas.

- **Accesos limitados:** El Crowdfunding requiere de forma casi obligada un nivel de acceso a tecnologías que deja por fuera a un segmento etario desvinculado de las mismas.
- Muchas veces el crowdfunding no sólo depende de la calidad y lo atractivo del producto. Su éxito también depende de la presentación, la publicidad y las estrategias de mercadeo. Por tanto, una buena idea también puede fracasar.
- La exposición pública de un proyecto empresarial en Internet genera una alta visibilidad que puede actuar de manera negativa para el empresario, creando una mala imagen en caso de fracaso del proyecto.

2.3.4 AMENAZAS:

- **Las reglas se adaptan:** Al ser un nuevo método de inversión, las regulaciones aún se van desarrollando de forma local, generando diferencias legales notorias entre países.
- **Creciente competitividad:** Al ser un nuevo método de financiación cada vez es más utilizado y conocido, por lo tanto, también es más competitivo. Es por lo que los promotores del proyecto que quieran destacarse frente a otras propuestas tendrán que invertir un esfuerzo adicional a sus campañas de marketing, muchos de los cuales están compitiendo con el mismo público y mediante los mismos canales de comunicación.
- **Estafas:** Al igual que en muchos mercados la parte delictiva a través de estafas está vigente, parte de esos entes reguladores buscan reducir las incertidumbres y dejar marcos claros de acción, pero como se mencionó anteriormente, sigue en constante desarrollo y perfeccionamiento.

- El hecho de ofrecer constantemente proyectos de naturaleza completamente distinta genera un desafío en tanto los recursos humanos para administrar eficazmente cada uno de ellos e integrarlos todos en una única unidad funcional, puede representar un desafío (tanto del lado de los recursos humanos para captar tales talentos, como así también del lado empresarial para dar cohesión a todos los sectores).

2.4 CAPÍTULO N°4

2.4.1 FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO DEL FUNCIONAMIENTO DEL CROWDFUNDING

El novedoso mecanismo de financiación requiere que, para que se desarrolle con éxito, haya una combinación de condiciones y factores en el contexto.

Por lo tanto, se mencionarán las condiciones importantes que deben conectarse para que las plataformas digitales puedan tener su crecimiento exitosamente. Es necesario que haya una participación estrecha entre los siguientes colaboradores ya que sin su cooperación el mecanismo no tendría éxito.

Emprendedores

Tienen la necesidad de recolectar capital para poder desarrollar su proyecto, ya que las entidades bancarias y/o financieras dificultan su colaboración. Por lo cual, requieren de un intermediario, plataformas digitales, para llevar su propuesta a cabo, detallándole a los participantes la mayor información posible.

Inversores

Individuos que aportan el capital que este a su alcance para llevar a cabo el proyecto elegido de su interés. Pueden tener recompensas tanto económicas, materiales o mismo puede ser un aporte para donación.

Intermediarios

Tal como mencione el intermediario, en este caso, son las plataformas digitales. Por lo general son plataformas de un tercero que se le abona una comisión con el fin de publicitar los proyectos. Dependiendo el proyecto y la plataforma es el porcentaje que cobran.

Marco Regulatorio

Es necesario que las normas de cada país acompañen el funcionamiento de los avances tecnológicos, las transparencias y su rapidez. Es fundamental que los inversores estén protegidos e involucrarse con empresas tecnológicas que tengan seguridad informática en la protección contra el fraude.

Infraestructura de tecnología e internet

Es necesario que la población a la que se dirigen los proyectos de financiación tenga acceso a internet, lo que implica una condición de infraestructura tanto de fibra óptica como de 3G y 4G.

Confianza de los sujetos participantes

La confianza es un factor fundamental en todos los negocios. En el caso del Crowdfunding la confianza de los aportantes es fundamental para el éxito y funcionamiento. Si los inversionistas no creen en la información del proyecto y en beneficios que pueden obtener, los intereses o la causa para la cual donan dinero el financiamiento recaudado será nulo. Los emprendedores que deciden lanzar un proyecto deben explicar de forma clara sus modelos y planes de negocio.

Facilidad para la captación de inversores

Es necesario que las plataformas sean intuitivas, claras y sencillas. Al igual que otras como de Redes Sociales, Bancarias, Medicas, etc. Está comprobado que los tiempos de permanencia dentro de un sitio son cada vez menores por parte de las personas, si los pasos son complejos, lentos y tediosos, los potenciales inversores, perderán interés, generando una pérdida de oportunidad para el propio inversor como para el generador del proyecto.

Grado de Formalidad de la economía

A mayor grado de formalidad de la economía de un país mayor potencial de éxito tendrá el Crowdfunding ya que las inversiones se hacen de forma digital y están regulados por entidades gubernamentales.

Comunicación y Marketing

El Crowdfunding mantiene activo de forma constante ambos puntos con un mismo objetivo, a través principalmente de redes sociales como de sus propias plataformas, medios de prensa,

publicidades en general, busca armar campañas exitosas de marketing como uno de los factores clave. Descubrir y llevar a la práctica como ofrecer un producto, así como a quien está orientado es tan importante como aquello mismo que se ofrece para maximizar el potencial y éxito. En el caso del Crowdfunding de donación o mecenazgo una campaña de comunicación es otro de los puntos claves, ya que hay factores humanos a considerar como la empatía y ganas de contribuir, por lo que es importante lograr relacionarse de manera emocional, dado que la gente se identifica con los objetivos de los proyectos.

Duración de la campaña

Se debe determinar cuál va a ser la duración para mantener el proyecto en periodo de fondeo. Los plazos deben ser pensados prudentemente y determinados con base en las necesidades individuales de cada proyecto, incluyendo la cantidad de tiempo que se necesita para crear conciencia, el tiempo que se pueden mantener los programas de promoción y la importancia de crear un sentido de urgencia.

2.4.2 PRINCIPALES PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

Kickstarter:

Es la plataforma de Crowdfunding de recompensa más grande del mundo. Fue creada Estados Unidos en 2009 y ha crecido rápidamente, sobre todo por las campañas millonarias que realizan.

Kickstarter se enfoca en el lanzamiento de diferentes proyectos creativos como arte, baile, diseño, moda, juegos, comida, artesanías, entre otras opciones. Al momento ya han buscado financiar alrededor de 500mil proyectos.

La clave del éxito de la plataforma consiste en que las comunidades que se crean a su alrededor comparten motivaciones a nivel emocional más que solamente económico.

Kickstarter tiene diversas políticas para evitar estafas y mencionan que en varias ocasiones su equipo técnico tuvo que cancelar varios proyectos sospechosos. En gran parte las cancelaciones se derivan de problemas como plagio, rendimiento, precios donde el usuario desconfía, entre otras.

Una de las ventajas que tiene Kickstarter es que si el empleador no logra recaudar el capital necesario para completar la financiación propuesta en el momento inicial para una fecha determinada no puede seguir recibiendo ningún monto y se les realiza la devolución del dinero a cada persona que aportó. Para evitar dicha situación se le solicita y recomienda a cada emprendedor que establezca metas reales sobre el capital a recaudar.

Costos implicados: El concepto de Kickstarter es de “todo o nada”. Si no logras recaudar el 100% de la suma, la operación será considerada nula y no podrás cobrar nada. Si, por el contrario, alcanzas tu objetivo, la plataforma te cobrará una comisión del 5%, a lo que se agregan los cargos bancarios.



Su logo:

Ulele:

Ulele es una empresa que nació en el año 2010 en Francia, es conocida como la principal plataforma a nivel europeo. Se enfocan a proyectos del sector emprendedor y creativo.

En su plataforma tienen una gran cantidad de usuarios registrados que supera a los 1,8 millones en el mundo.

Costos implicados: para los residentes en España, la tasa de comisión es del 8% para los fondos recaudados con tarjeta de crédito y del 5% para los fondos recaudados con cheque / transferencia o PayPal. Más allá de 100 000 €, la comisión disminuye por etapas. Ten en cuenta que se deben agregar 3% de comisiones bancarias.

Crowdcube:

Es una de las mejores plataformas de Crowdfunding españolas de inversión online. Impulsa proyectos que estén relacionados con las start ups.

Su objetivo es ser líder en oportunidades de inversión para negocios que tengan intención de expandirse y que para ello requieran de una inversión.

Desde su lanzamiento, en el año 2014, Crowdcube ha estado en constante crecimiento.



Su logo:

Indiegogo:

Indiegogo es uno de los principales competidores a nivel mundial. Nació gracias a sus fundadores Danae Ringelmann, Slava Rubin y Eric Schell que buscaban recaudar capital para llevar a cabo sus ideas.

Está enfocada no solo en ayudar a millones de personas a lanzar productos innovadores, sino que también tiene como objetivo ayudar a transformar el mundo de la tecnología y el diseño.

En Indiegogo los inversores pueden elegir entre dos propuestas. Por un lado, tienen la financiación fija que es más atractiva para aquellos que buscan alcanzar una cantidad económica predeterminado. En este caso recibirán el dinero recaudado solo si consiguen los fondos del objetivo. Por otro lado, tienen la financiación flexible que es ideal para los inversores que buscan cualquier tipo de ayuda y recibirás el dinero recaudado sin tener un objetivo a recaudar.

Costos implicados: tanto para la financiación fija como para la flexible tendrás que pagar el 5% de tus fondos para poder liberarlos. Además, deberás afrontar una tarifa de procesamiento del 3% así como 0,30 centavos de dólar por cada transacción. Si eres una organización sin fines de lucro o tu campaña tiene un objetivo social, no tendrás que pagar nada.

INDIEGOGO

Su logo:

GoFundMe:

Es una plataforma dedicada a recaudar fondos para causas sociales, aunque las compañías pueden utilizarla.

La mayoría de sus campañas están orientadas para personas que requieren un tratamiento médico o diferentes causas sociales.

Debido al formato de esta plataforma, no hay tarifas de registro, ni plazos ni objetivos monetarios. Los titulares de las campañas pueden quedarse con todo lo que recauden para destinar a su causa.

Costos implicados: GoFundMe no cobra ninguna tarifa, pero hay costos de transacciones estándar de la industria (cerca del 3%).



Su logo:

2.5 CAPÍTULO N°5:

2.5.1 ACCESO AL CRÉDITO EN ARGENTINA

A la hora de iniciar o administrar un negocio, los recursos financieros son indispensables. La fuente de financiamiento puede ser tanto interno como externo. Este último puede ser en forma de deuda o equity. El método de financiación de una empresa depende en gran medida de su escenario y condiciones del entorno. Generalmente, cuando nace una empresa, es financiada por el propio emprendedor o por su gente de confianza. A medida que la empresa va creciendo y desarrollándose, busca otro tipo de opciones de financiación como lo es el préstamo de instituciones financieras. Sin embargo, en Argentina, no es de fácil acceso obtener un crédito, especialmente para las nuevas y las pequeñas y medianas empresas, debido a la falta de respaldo colateral.

Los bancos suelen imponer grandes obstáculos a las pequeñas empresas a la hora de financiarlos para tratar de compensar la falta de información, el respaldo, antigüedad, trayectoria. Otro de los obstáculos es la garantía, tasas de interés elevadas que conducen a una brecha financiera ya que el banco tiene grandes cantidades de capital trabajando en mercado bursátiles mientras que las pequeñas empresas no pueden iniciar sus proyectos o mismo, no pueden desarrollarlo. Finalmente impacta en la economía del país ya que las empresas que no obtienen financiación podrían estar generando capital y a su vez aumentando el empleo. Una de las características del sistema financiero en Argentina es la baja penetración del crédito.

El diario Infobae menciona que en una lista de 173 países que mide el Banco Mundial, sobre el monto total del crédito bancario al sector privado, la Argentina aparece entre los siete con el menor nivel. Venía de un rango de 16% del PBI en 2016, cayó a poco más de 15% el año siguiente, retrocedió a 11,4% en mayo de 2018 y un año después se derrumbó a un 7,4%, con datos preliminares de la actividad económica que surgen del Banco Central.

2.5.2 REGULACIÓN DEL CROWDFUNDING EN ESTADOS UNIDOS

En Estados Unidos, en el año 2012 la ley JUMPSTART Our Businesses Act fue aprobada tanto por el senado como por el entonces presidente Barack Obama y tiempo después el 30 de octubre del mismo año la Security and Exchange Commission (SEC) aprobó las reglas que rigen el funcionamiento permitido de las plataformas de Crowdfunding.

La regulación que emite la SEC establece requisitos mínimos para inversiones y start-ups que buscan recaudar fondos por medio del Crowdfunding. Así también ha establecido ciertas obligaciones para las plataformas.

La mayor inversión que una persona puede hacer en los Estados Unidos es el 10% de sus ingresos anuales, siempre que los mismos sean superiores a \$100.00 En caso de no llegar al valor mencionado podrán aportar el 5% de sus ingresos.

El monto máximo establecido que se podrá invertir es de cien mil dólares.

Por otro lado, las reglas estipulan que los emprendedores o start-ups que recauden capital por medio de plataformas de Crowdfunding poseen un límite de fondos a recaudar, el mismo es de \$1 millón.

A su vez la SEC impone obligaciones con respecto a la información que la plataforma debe proporcionar, como el precio de las acciones, los plazos, el estado financiero de la empresa e información adicional sobre los directores y gerencia principal.

Otro requisito establecido para las plataformas de Crowdfunding es registrarse antes la SEC y darles a inversores la información mencionada anteriormente, es decir, datos de la empresa, montos mínimos y máximos.

Finalmente, Estados Unidos propone prohibir a la PFC tener participaciones en empresas que hacen ofertas a través de la plataforma o que pagan a intermediarios para revelar información confidencial de inversionistas

2.5.3 REGULACIÓN DEL CROWDFUNDING EN ARGENTINA

En Argentina, la comisión nacional de valores es quien reglamenta el sistema financiero en su carácter de autoridad de control y reglamentación, fiscalización y aplicación del Crowdfunding o sistema financiero.

Al igual que los bonos, acciones, el Crowdfunding requieren una regulación donde se establezca como deben actuar los modelos de financiación.

En el año 2017, la Comisión Nacional de Valores realizó la reglamentación sobre los sistemas de financiamiento colectivo.

En el artículo 22 de la Ley 27.349, la Comisión Nacional de Valores se considera como “la autoridad de control, reglamentación, fiscalización y aplicación de los sistemas de financiamiento colectivo” en este caso es necesario el control de la plataforma de financiamiento colectivo (PFC) desde el registro hasta su cancelación respectiva (Art. 2). Las plataformas son definidas por el Art. 1 como “personas jurídicas constituidas como 31 sociedades anónimas, registradas como PFC por la comisión e inscriptas en el registro creado al efecto”. En el mismo se puede observar que la ley solicita como requisito ser una sociedad anónima para poder si una PFC.

De hecho, las empresas que pretendan registrarse como plataformas de financiación colectiva deben tener ciertos requisitos, los mismos figuran en el artículo 6. Deben estar registrados como sociedad anónima, demostrar que actuarán como PFC en el objeto social de la empresa e incluir estas siglas en el nombre de su empresa.

Además, la sociedad debe presentar un registro de accionistas, actas de asamblea y nóminas de los miembros de los órganos de administración y fiscalización, así como de los gerentes de primera línea.

Dentro de las exigencias que se les presentan a dichas empresas son sus activos, su patrimonio. Deben demostrar en sus estados financieros anuales que tienen al menos un monto de doscientos cincuenta mil pesos.

Una de las prohibiciones presentadas más importantes de este reglamento es que no puede brindar asesoría financiera o de inversión a ninguna parte interesada, ni puede permitir que ciertos empresarios utilicen sus inversiones en sus propios proyectos de inversión. A su vez está prohibido garantizar que los inversores obtengan un rendimiento de su participación en la inversión de PFC y realizar actividades que desemboquen en un conflicto de interés debido al uso inadecuado o la divulgación de información confidencial (Art 14).

En cuanto a las comisiones, deben “ser publicadas y estar actualizadas en forma clara e inequívoca para que los actores puedan conocer el costo de participación” (Art 18).

Esto nos permite observar el valor que presenta la regulación del modelo de financiamiento colectivo.

La CNV recomienda que cada PFC cuente con un sitio web que brinde a los inversionistas los procedimientos de inversión que deben realizar, las medidas para evitar conflictos de intereses y los riesgos que conlleva para los inversionistas y emprendedores. En cuanto al fin de la supervisión, la CNV recomienda que el monto asignado por los inversionistas no supere el 20% de sus ingresos anuales totales registrados en el último año fiscal cerrado.

2.5.4 COMPARACIÓN ENTRE LA LEGISLACIÓN DE ARGENTINA Y ESTADOS UNIDOS

CARACTERÍSTICAS	ARGENTINA	ESTADOS UNIDOS
Regulación	CNV (Comisión Nacional de Valores)	SEC (Security and Exchange Commission)
Ley de regulación	Ley N° 27.349 de apoyo al capital emprendedor	Ley Jumpstart Our Business (JOBS)
Año en que se regularizo	2018	2012
Forma de construcción de la plataforma/ requisitos	Sociedad Anónima con descripción en el objeto social que ejerce actividad como PFC Monto mínimo de capital sociedad del \$250.000 Información transparente y accesible	Registración y autorización por parte de la SEC para su creación Aplicable para negocios o empresas startup

3. EXPERIENCIAS REALES Y TESTIMONIOS DE USUARIOS DE CROWDFUNDING

Dentro de la investigación se busco conocer la experiencia de algunas personas que hayan participado del innovador método de Crowdfunding.

A continuación, se podrá conocer la razón por la cual optaron utilizar la herramienta, si tuvieron una experiencia positiva o negativa y su razón.

3.1 TESTIMONIO 1

Ignacio Molina, director del área de marketing en una Fintech argentina.

Tiene gran interés en aumentar su capital por medio de inversores. Se considera un inversor moderado, es decir ni muy conservador ni muy agresivo. Solía invertir en bonos y acciones, aunque hace unos años tuvo el interés de invertir en proyectos inmobiliarios.

Fue usuario de una conocida plataforma argentina de Crowdfunding llamada Crowdium. La misma ofrece proyectos únicamente inmobiliarios, en donde tienen establecido un plazo y una ganancia estimada.

Su experiencia fue positiva. Participo hace 3 años en un proyecto en Neuquén Vaca Muerta donde tenía una ganancia estimada entre el 25-35% de rentabilidad. Menciona la importancia que fue para el que lo mantengan informado a través de la web de estado de su inversión y recomienda el Crowdfunding como método de inversión y a su vez poder diversificar los riesgos en distintos proyectos.

3.2 TESTIMONIO 2

Pablo Kornmehl, empresario argentino. CEO de ORMECO, una desarrolladora con presencia en Argentina, Chile, Uruguay y Estados Unidos.

Por experiencia propia menciona que el Crowdfunding está generando un crecimiento económico diferencial. Pablo Kornmehl desarrolla proyectos inmobiliarios y comerciales, y comenta las numerosas propuestas que recibe por parte de las plataformas para financiar parte de sus proyectos. En los últimos 4 años tuvo posibilidad de financiar parte de sus proyectos con plataformas de Crowdfunding con un interés y porcentajes de participación en crecimiento.

“En el rubro inmobiliario es muy interesante el financiamiento colectivo. En Argentina siempre fue una reserva de valor invertir en ladrillo. Años atrás solo se podía invertir en inmuebles con altos montos, hoy en día con USD 100 ya puedes ingresar en algunas plataformas y tener un porcentaje de un inmueble”.

A través de las plataformas que tuvo la posibilidad de financiar unidades notó una plusvalía que viene aparejado con la propia tecnología de las mismas, la capacidad de mostrar avances y porcentajes de crecimiento técnico y financiero en tiempo real sin mayores inconvenientes, genera confianza y gran interés al mantener informado a los inversores, y agrega por último "Esto no reemplaza al momento los usos y costumbres del manejo convencional en el trato con inversores, pero lo complementa y lo mejora de manera exponencial".

4. MARCO INVESTIGATIVO

Métodos de investigación

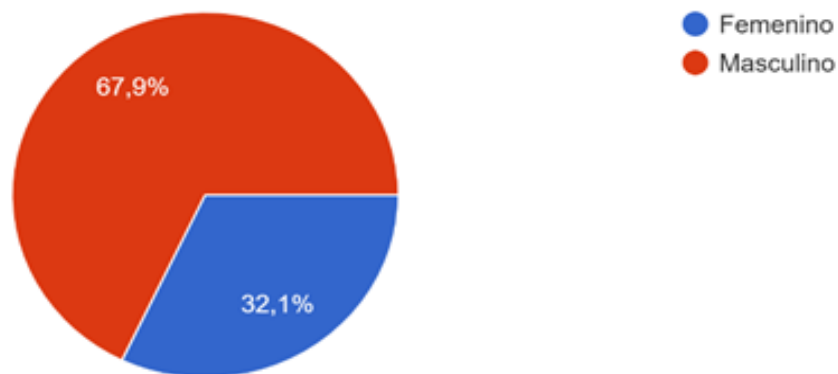
Se llevo a cabo como método de recolección de datos una encuesta realizada a individuos entre 18 y 75 y también una entrevista a dos creadores de una plataforma de Crowdfunding.

4.1 ANÁLISIS DE ENCUESTA:

Dentro de la encuesta se busco identificar cuanto se conoce sobre el Crowdfunding, si invirtieron o no y cuales son las razones por las que no invirtieron. A continuación, podremos ver la encuesta realizada y los resultados:

Fueron encuestadas 53 personas dentro de las cuales 36 fueron hombres y 32 fueron mujeres.

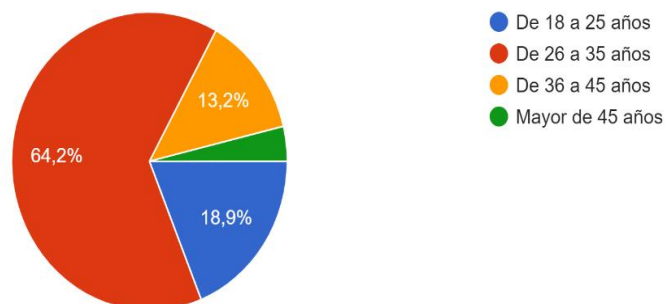
¿Cuál es su Genero?
53 respuestas



La mayoría de los encuestados se encuentra entre los 26 a 35 años.

¿Cuál es su edad?

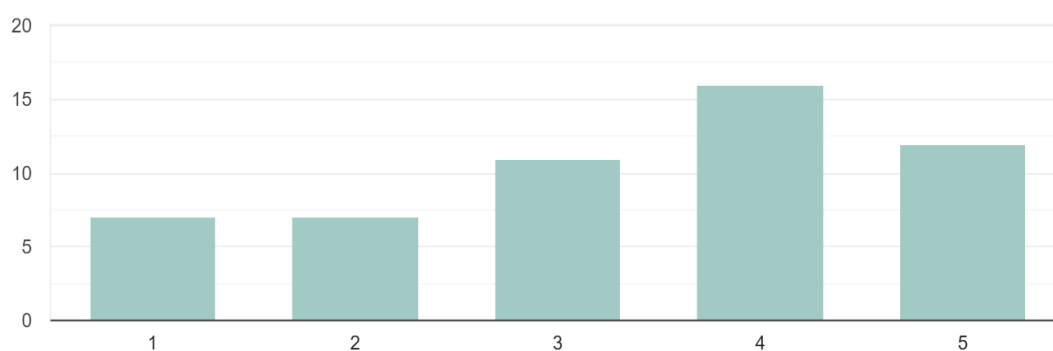
53 respuestas



El gran porcentaje de los encuestados conoce sobre el termino Crowdfunding, la minoría no tiene noción del término.

¿Qué tanto conoce sobre el termino "Crowdfunding" financiamiento colectivo?

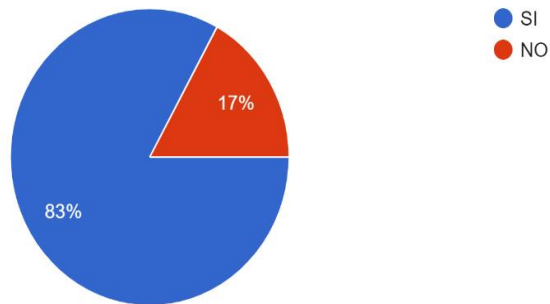
53 respuestas



Pese a la situación económica coyuntural actual mas del 80% de los encuestados han asegurado tener capacidad de ahorro.

¿Posee capacidad de ahorro?

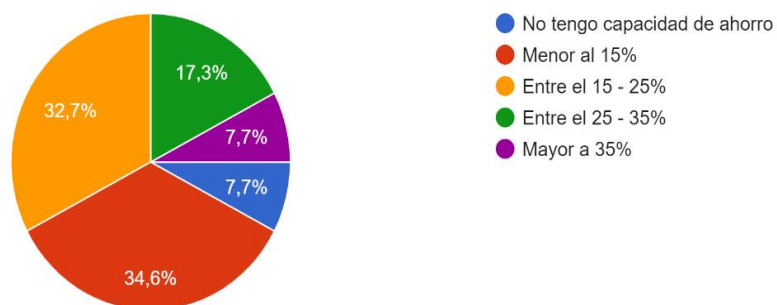
53 respuestas



A los encuestados con respuesta afirmativa, se les ha consultado en 5 fracciones que porcentaje aproximado de su sueldo estima tener capacidad de ahorro, en porcentajes similares se han expresado entre el 30% y 35% con una capacidad de ahorro entre el 15% y el 25% y menor al 15% respectivamente.

De su sueldo ¿Qué porcentaje ahorra?

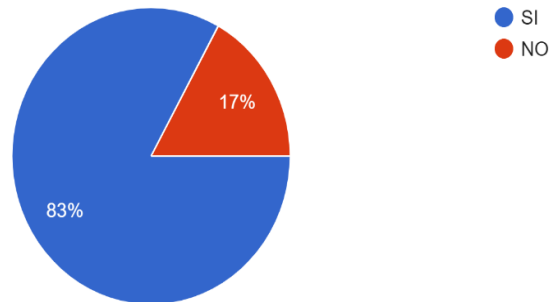
52 respuestas



44 de las 53 personas encuestadas le interesa hacer inversiones.

¿Le interesa hacer inversiones?

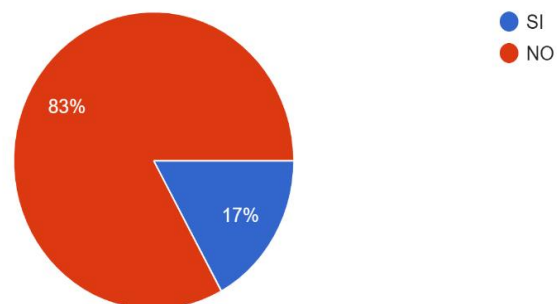
53 respuestas



Aunque la gran mayoría de las personas encuestadas tiene interés de realizar inversiones mas del 80% no apporto capital en plataformas de Crowdfunding.

¿Aportó alguna vez capital para una plataforma de Crowdfunding?

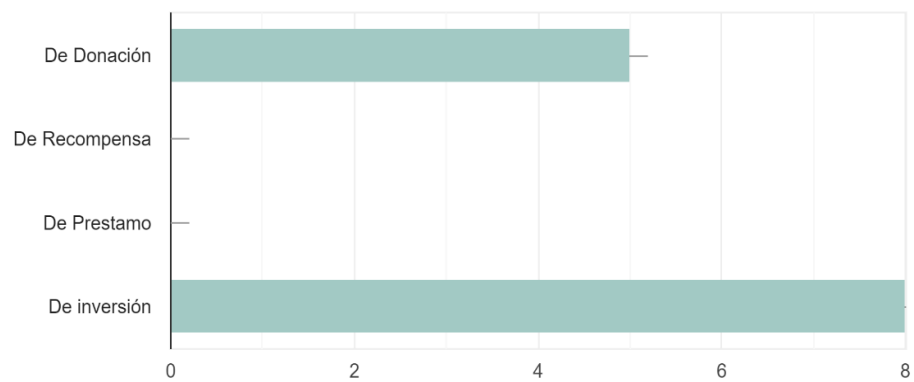
53 respuestas



En este caso podemos observar que la mayoría invierte en el método de Crowdfunding de inversión en donde colocan capital y tienen una ganancia económica.

Si participó, ¿En qué método de Crowdfunding?

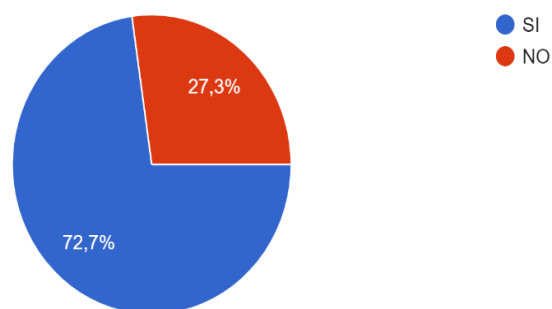
9 respuestas



De los encuestados que si participaron un porcentaje mayor al 50% cumplió sus expectativas.

Si participó, ¿Volvería a utilizar el sistema de Crowdfunding?

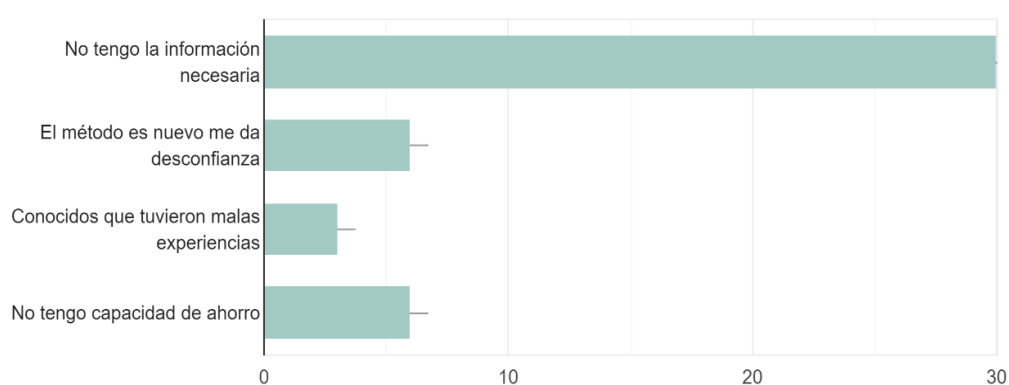
11 respuestas



La siguiente pregunta es importante ya que podemos observar que la razón por la que la gran mayoría no invierte esta relacionada con la falta de información. Al ser un método que se incorpora en el mercado de a poco, todavía las personas no tienen la información necesaria para confiar en el producto.

En caso de no haber participado. Me interesa conocer las razones...

42 respuestas



4.2 ANÁLISIS DE ENTREVISTA

Dentro de la investigación se buscó entrevistar a una persona estrechamente relacionada con el método de Crowdfunding, para que pueda contarnos su experiencia en dicho método.

Fue entrevistado Manuel Estruga, un emprendedor argentino que comenzó con la idea de lanzar una plataforma de Crowdfunding y la llevó a cabo, junto con su socio Damián Lopo, en el año 2015.

Actualmente son los fundadores de Crowdium, una plataforma de Crowdfunding Inmobiliario que lleva 6 años en el mercado argentino.



Manuel Estruga

EMPRESARIO

COFUNDADOR Y CEO DE CROWDIUM, LA PRIMERA PLATAFORMA DE CROWDFUNDING EN ARGENTINA.

Belén Uguccioni, BU: ¿Por qué crees que surgió el Crowdfunding?

Manuel Estruga, ME: Hay varias razones por las cuales el crowdfunding actualmente es furor.

Primero hay cuestiones psicológicas & sociológicas que se entran produciendo en el mundo como el co-living, co-working y co-inversión que no son temas de modas, sino son aspectos

de la generación millennials que desea convivir, trabajar e invertir junta a otros, es como volver a las fuentes, no el individualismo, sino todos juntos.

Por otro lado, aspectos en los cuales les dio a los clientes e inversores poder; como el poder elegir en que y donde invertir, lo que se llama la democratización de la inversión. Esto genero mucha tranquilidad, libertad y aspecto aspiraciones donde el cliente decide donde invertir su plata.

Luego y finalmente porque es un nuevo modelo que no había que viene a fortalecer, ayudar y dinamizar toda la industria de real estate; como también brindar un producto de inversión al sistema financiero que antes no podía ofrecer dichos proyectos de economía real.

BU: ¿Por qué elegiste crear una empresa de Crowdfunding?

ME: Por me apasiona crear empresas, me gusta entender para donde va el mundo, porque me gusta aplicar la tecnología en los nuevos modelos de negocios, porque venia muchas necesidades, porque veía la oportunidad en Latinoamérica, porque era una mezcla de tres cosas que me apasionan (fintech - finanzas - real estate) y porque sabía que armando un Team excelente, procesos, tecnología y comunicación nos iba a muy bien.

BU: Que le ves de positivo y cuáles son los puntos fuertes del Método

ME: La simpleza, transparencia, la tecnología, los proyectos claros y rentables, que la decisión la tiene el cliente, la capacidad de ahora e inversión de la gente y la oportunidad de hacerlo masivo.

BU ¿Qué le ves de negativo y cuales crees que son los puntos débiles?

ME: Que cuando venden las carteras de inversión dependes como todos los negocios del momento macroeconómico de cada país. Esto es economía real, replicamos el real estate, y cuando tienes que salir a vender y justo hay una crisis en argentina como la actual, por los precios de las propiedades no es momento de salir. Pero los inversores lo entienden.

BU: Realice una encuesta a personas entre 18 y 75 años y la gran mayoría no había invertido en Crowdfunding. ¿Por qué crees que puede ser? ¿Qué pensas que se debería mejorar?

ME: Nuestro desafío es seguir comunicando el modelo, haciendo más pública y masiva la empresa; seguir ganando premios y hacer que todo el mundo conozca Crowdium. Ese requiere mucho capital, lo cual estamos invirtiendo y seguiremos en ese camino.

También estamos lanzando Crowdium Academy, para ayudar y capacitar a mucha gente a administrar sus ahorros e inversiones.

BU: La gran mayoría de los entrevistados no invierte por falta de información sobre el método. Cómo crees que deberían lograr difundir la información necesaria para captar dichas personas.

ME: Por lo mismo que responde arriba, nos falta seguir posicionando la empresa, explicando el método y sobre todo Crowdium Academy. Todo eso va a hacer que la gente conozca más e invierta más.

BU: ¿Podrías comentarnos que porcentaje de inversores vuelve a reinvertir su capital?

ME: La fidelidad del inversor es altísima. Muchos han invertido en más de 10 carteras, en los roll over casi el 80% deja su inversión en la nueva, 50% de las inversiones pertenecen a clientes antiguos y 30% vuelve a invertir.

BU: ¿Qué dificultades tuvieron a la hora de lanzar el método en un país como Argentina? (economía, leyes, CNV)

ME: Fue un gran desafío armar una compañía 100% transparente, flujo de fondos blancos, tecnológica. Por eso contratamos abogados de primer nivel, fiduciaria, contadores para entender todas las leyes, normativas y hacer todo impecable. Por tales motivos todos las auditorias y procesos nos ha ido muy bien porque está todo muy claramente estructurado.

6. CONCLUSIÓN

El trabajo de investigación arroja información y datos concretos que permiten concluir, el crowdfunding es un método de financiación que surgió para solucionar uno de los grandes problemas que poseen los emprendedores, tener el capital necesario para llevar a cabo un proyecto. Es un método innovador que rompe el paradigma de financiación tradicional y tiene grandes beneficios como la posibilidad y capacidad de difusión (llega a una gran cantidad de personas que les generan el interés de participar en los proyectos), flexibilidad para ingresar a los proyectos (gracias a la tecnología, los requisitos que tiene los inversores para ingresar son simples, se digitalizan los datos solicitados) y agilidad (las plataformas de financiamiento colectivo genera que los procesos sean rápidos, sencillos y eficientes).

En cada proyecto es fundamental el rol de cada uno de los participantes, el empresario o fundador del proyecto porque es el responsable del armado del mismo y creación de las campañas para lograr las metas de financiación. La plataforma, porque sin ella no se podría lograr una amplia difusión y cobertura de la gran cantidad de potenciales inversores además de controlar la información de los usuarios y comunicación sobre los proyectos en curso y por ultimo los inversores que sin ellos la idea no se podría viabilizar de la manera prevista.

El principal objetivo de la investigación, que fue analizar el modelo de Crowdfunding y su impacto en el crecimiento de la economía considerando su historia, sus modelos y realizando un análisis FODA.

Luego de las investigaciones y análisis realizados se logra demostrar que el innovador modelo de financiación colectiva genera un crecimiento económico ya que muchas ideas pueden llevarse a cabo gracias al método estudiado. Sin ellas muchos desarrollos, emprendimientos no se podrían haber concretado por falta de capital.

Por otro lado, el modelo es una potencial solución a los grandes problemas que se desarrollan en nuestro país, como se mencionan en la investigación, falta de garantías, altas tasas de interés, difícil acceso a los préstamos de instituciones financieras y/o bancarias, entre otras.

Nuestro país posee determinados factores que benefician y facilitan el desarrollo y expansión del método, como la llegada de internet, la conectividad, la gran difusión de las redes sociales, personas con interés de invertir y hacer crecer su capital, personas con interés de

emprender aun cuando existen restricciones legales, desconfianza en un nuevo método que no es el tradicional y como pudimos ver en la encuesta realizada, la falta de información ya que actualmente hay muchas personas sin conocer el funcionamiento del método.

Es importante que los emprendedores se enfoquen no solamente en publicitar sus proyectos, sino también realizar campañas en donde se centren explicando acerca del funcionamiento, los términos legales, los beneficios, etc. Mediante las encuestas, se puede observar que hay un gran interés en realizar inversiones y la gran mayoría, tal como se menciona anteriormente, no había participado en proyectos de Crowdfunding por la falta de información.

7. BIBLIOGRAFÍA

[file:///C:/Users/info/Downloads/Dialnet-EICrowdfundingYSusMultiplesFormas-5652821%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/info/Downloads/Dialnet-EICrowdfundingYSusMultiplesFormas-5652821%20(5).pdf)

[file:///C:/Users/info/Downloads/Dialnet-EICrowdfundingYSusMultiplesFormas-5652821%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/info/Downloads/Dialnet-EICrowdfundingYSusMultiplesFormas-5652821%20(4).pdf)

<https://www.bbva.com/wwp-content/uploads/2014/10/Observatorio-crowdfunding-vf.pdf>

<file:///C:/Users/info/Downloads/Tesis%20doctoral%20Crowdfunding%20Diego%20Salvador%20S%C3%A1ez.pdf>

<http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/revista-pensar-en-derecho3.pdf#page=99>

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1498/Crowdfunding,+una+nueva+alternativa+de+financiacion+en+auge.pdf?sequence=1>

<https://www.lavoz.com.ar/negocios/el-crowdfunding-ya-tiene-sus-propias-reglas-en-argentina/>

<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1498/Crowdfunding,+una+nueva+alternativa+de+financiacion+en+auge.pdf?sequence=1>

<https://blog.broota.com/2016/01/nuevas-reglas-para-el-crowdfunding-en-estados-unidos/>

<https://www.infobae.com/economia/2019/06/11/sin-acceso-al-credito-argentina-esta-entre-los-peores-siete-paises-del-mundo-en-cantidad-de-prestamos-bancarios/>

<https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/assets/expectativas-pymes-2019.pdf>

<https://www.boe.es/boe/dias/2015/04/28/pdfs/BOE-A-2015-4607.pdf>