INFORME DE LA ENCUESTA DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CROWDFUNDING SOBRE LAS PLATAFORMAS ESPAÑOLAS DE CROWDFUNDING

Junio 2014



www.spaincrowdfunding.org

Índice

| Crowdfunding: definición, tipos y principios | |
|--|---|
| Metodología | 5 |
| Las plataformas de crowdfunding de España | 6 |
| Financiación de las campañas según tipos de crowdfunding | 7 |
| Duración de las campañas según tipos de crowdfunding | 8 |
| Comisión de las plataformas según tipos de crowdfunding | 8 |
| Comportamiento de financiadores/as | 9 |
| ¿Cómo lograr el éxito de los proyectos? | 9 |
| ¿Qué necesita el sector para crecer? | 10 |
| Conclusiones | 12 |
| Anexo | 13 |
| a) Cuestionario | • |

Introducción

La **Asociación Española de Crowdfunding** es la Asociación de empresas y profesionales del sector del crowdfunding del Estado Español. El fin de la Asociación es representar a todas las empresas, organizaciones y profesionales que se dedican en España al Crowdfunding con el objetivo de:

- Promover crowdfunding como una forma valiosa y viable para empresas, proyectos o emprendimientos españoles con el objeto de recaudar fondos para su viabilidad económica.
- Ser la voz de todas las plataformas de crowdfunding y servicios profesionales de crowdfunding en España en todas sus diversas formas (donaciones, préstamos, capital social, recompensas u otras futuras formas) en los medios de comunicación y con los responsables políticos para influir y proporcionar un único mensaje a toda la sociedad española.
- Publicar un código de buenas prácticas que sea adoptado por todas las plataformas y profesionales de crowdfunding que proteja a sus participantes (mecenas e inversores).

Con estos objetivos en mente, la Asociación lanzó durante el mes de abril de 2014 una encuesta online para todas las plataformas españolas de crowdfunding con el fin de elaborar un estudio sobre la situación del mercado de crowdfunding en España en el año 2013. La Asociación Española de Crowdfunding quiere dar a conocer datos reales y contrastados a la población española. Este informe presenta los resultados obtenidos y pretende ofrecer información válida, aunque reducida, para las plataformas, emprendedores/as, inversores/as y mecenas y para la opinión pública en general.

Crowdfunding: definición, tipos y principios

La financiación colectiva o crowdfunding es un sistema de cooperación que permite a cualquier persona creadora de proyectos, reunir una suma de dinero entre muchas personas para apoyar una determinada iniciativa empresarial, cultural, social o deportiva. Dependiendo de la naturaleza del intercambio, se puede hablar de cuatro tipos de crowdfunding:

Donación: enfocado a proyectos solidarios humanitarios, los donantes aportan un importe a un proyecto en concepto de donación, sin ninguna contrapartida.

Recompensa: enfocado al desarrollo de productos creativos, el mecenas hace una aportación a cambio de una compensación no dineraria. Se considera una preventa.

Inversión: el inversor o micro-inversor recibe una acción de una empresa, una participación de la misma, o compromisos sobre beneficios de la misma, como contraprestación a su aportación.

Préstamo: el prestamista recibe su préstamo junto con un tipo de interés previamente acordado como contraprestación a su aportación. Este tipo de crowdfunding existe tanto para empresas como para particulares.

Los principios de la financiación colectiva o crowdfunding son los siguientes:

- El crowdfunding democratiza el acceso a la financiación; se basa en la igualdad de oportunidades y en la meritocracia.
- El crowdfunding es una alternativa a la falta de financiación para proyectos empresariales, sociales, culturales y deportivos que se ha desarrollado específicamente en época de crisis, dada la falta de financiación bancaria.
- En 2013, el crowdfunding financió en todo el mundo 1,2 millones de proyectos culturales, empresariales y sociales a un coste nulo para las arcas públicas.
- El crowdfunding no sólo permite la financiación de proyectos sino también promueve la colaboración de personas para alcanzar objetivos comunes tanto sociales como empresariales, en línea con la actual sociedad 2.0 y la eclosión de las redes sociales como medio de comunicación de dicha sociedad.
- El crowdfunding es pionero en el lanzamiento de proyectos relacionados con las nuevas tecnologías, sector en el que España tiene un largo recorrido.
- El crowdfunding es un elemento de concienciación social que permite hacer llegar a un mayor número de personas a proyectos de ámbito cultural, social, empresarial y científico. Esto permite educar a las personas en la importancia y la gran labor de estos sectores, muchas veces desconocidos y olvidados.

Metodología

El universo de nuestro estudio es el conjunto de las plataformas de crowdfunding de España formen parte o no, de la Asociación Española de Crowdfunding. El objetivo es acceder al máximo número de plataformas posible por lo que no se ha establecido, a priori, una muestra, sino que el cuestionario se ha enviado al conjunto del universo. El presente informe se ha elaborado a partir de las respuestas de 30 plataformas. Aun así, el índice de abandono de la encuesta ha sido elevado puesto que un 40% de las plataformas no han terminado la encuesta. De éstas, el 39% son plataformas que aún no han financiado ningún proyecto de crowdfunding y por lo tanto, no tenían información suficiente para responder a la encuesta. Eliminando a éstas del cómputo, se reduce el índice de abandono a 17%.

Para conocer la opinión experta y los datos reales de las plataformas de crowdfunding en España, se ha utilizado una metodología de encuesta online (véase Anexo). Este método es especialmente útil para acceder a personas que, por las tareas que desarrollan y por su localización, son difíciles de entrevistar. A diferencia de la metodología de encuesta presencial o telefónica, con las encuestas online las plataformas pueden manejar el tiempo que dedican a su respuesta adaptándose a sus necesidades, así como consultar datos que consideren necesarios para responder a las preguntas planteadas, lo que nos permite obtener una información más técnica y exhaustiva. Asimismo, esta metodología permite un acceso inmediato a la información en bruto recogida y, también, una mayor agilidad en la respuesta.

El análisis de los datos obtenidos se ha llevado a cabo, fundamentalmente, a partir del cálculo de resultados absolutos y los promedios de los valores obtenidos. También se han hecho varias preguntas con respuesta abierta que nos han permitido una aproximación cualitativa a las percepciones y las prioridades mencionadas por las plataformas que han respondido al cuestionario que se han cuantificado mediante porcentajes.

Las plataformas de crowdfunding en España

A la pregunta "¿a qué tipo/s de crowdfunding se dedica su plataforma?" un 41'4% de las plataformas, con proyectos finalizados o no finalizados, ha respondida dedicarse a las recompensas, seguido por las donaciones con un 24'1%, las inversiones con un 20'7% y muy por debajo, los préstamos con un 13'8%. Estos datos siguen la tendencia mundial¹ donde las recompensas son el tipo más extendido de crowdfunding. Aun así, se observa un descenso de plataformas de recompensa en relación a 2013 que representaban el 62% del total según datos de infocrowdsourcing². Por lo tanto, observamos un aumento de los otros tipos de plataformas, debido principalmente al crecimiento de plataformas mixtas.

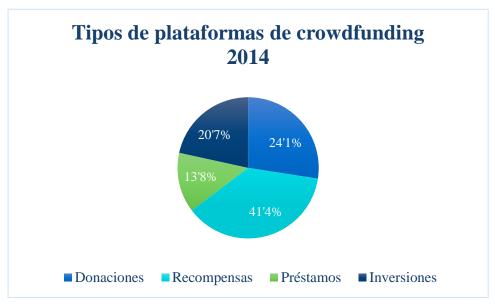


Gráfico 1. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

¹ Massolution. (2012). *Crowdfunding Industry Report: Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms*. Visto 4 de junio 2014 en: http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolutionabridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf

² Infrocrowdsourcing. (Marzo 2013). *Mercado de crowdfunding en España y Latioamérica en 2013*. Visto 11 de junio 2014 en: http://www.infocrowdsourcing.com/crowdfunding-espana-2013-19-millones/

FINANCIACIÓN DE LAS CAMPAÑAS SEGÚN TIPO DE CROWDFUNDING

Siguiendo otra vez la tendencia mundial, aunque haya muchas menos campañas de crowdfunding de inversión, éstas son las que consiguen una recaudación mayor, seguidas por los préstamos. De media, los inversores españoles invierten 4.853€ por proyecto, y los prestamistas prestan de media 2.025€. Por el contrario, la aportación media por persona en donaciones y recompensas no llega a los 40€.

| Donaciones | Recompensa | Inversiones | Préstamos |
|------------|------------|-------------|------------|
| 34,19€ | 35,82 € | 4.853,33 € | 2.025,50 € |

Tabla 1. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

De media, los proyectos de recompensa y donación que tienen éxito, solicitan alrededor de 3.300€ y fracasan los que sobrepasan los 5.500€. Para préstamos e inversiones las cifras son superiores; tienen éxito los proyectos que solicitan alrededor de los 30.200€ y fracasan los que piden más de 200.000€.



Gráfico 2. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

Según datos de infocrowdsourcing³, consideran que en 2013 la recaudación vía crowdfunding en España se duplicó y alcanzó los 19,1 millones de euros. A partir de los propios datos de este propio estudio, la recaudación del 65% de las plataformas en 2013 llegó a alcanzar los 10.722.719€. Si extrapolamos esta cifra para el total de la recaudación obtenida en el sector de crowdfunding, nuestra propia estimación se aproxima también a los 19 millones que apuntaba infocrowdsourcing. Por lo tanto, damos como correcta la cifra de 19M€ como la recaudación realizada por el crowdfunding en todo el Estado Español.

www.spaincrowdfunding.org

³ Ibid. Infrocrowdsourcing. (Marzo 2013).

DURACIÓN DE LAS CAMPAÑAS SEGÚN TIPO DE CROWDFUNDING

La duración de las campañas también varía según el tipo de crowdfunding. De media, las campañas de donación tardan 82 días a lograr la financiación. Les siguen las de inversión con 53 días, las recompensas con 41 días y finalmente los préstamos, que en un mes logran su objetivo.



Gráfico 3. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

COMISIÓN DE LAS PLATAFORMAS SEGÚN TIPO DE CROWDFUNDING

Las plataformas cobran una comisión del total recaudado por proyecto de éxito. El promedio de comisiones que piden las plataformas encuestadas varía ligeramente según tipo de proyecto. Las donaciones son las que obtienen una comisión más pequeña, de un 3,5%, los préstamos y recompensa piden entre un 5% y un 6% de comisión y finalmente, en los proyectos de inversión la comisión asciende al 6,4%.



Gráfico 4. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

COMPORTAMIENTO DE FINANCIADORES/AS

Es interesante analizar el comportamiento de las personas que financian, invierten o donan dinero mediante el crowdfunding. De las plataformas encuestadas, por cada proyecto, sin distinguir tipologías, se obtienen recursos de 143 financiadores de media. De éstos, 74 son repetidores, es decir, han financiado más de un proyecto en la misma plataforma. Este dato demuestra cómo la mitad de los financiadores repiten la experiencia y por lo tanto, avalan el modelo de crowdfunding como otra forma viable para invertir, prestar, pre-comprar o donar.

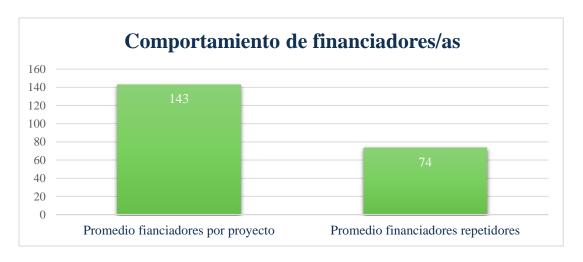


Gráfico 5. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

¿CÓMO LOGRAR EL ÉXITO DE LOS PROYECTOS?

Finalmente, se ha analizado la opinión de los expertos en crowdfunding para comprender el contexto del mercado actual y analizar sus retos. El principal objetivo de toda campaña es conseguir su objetivo, así pues, para que las campañas de crowdfunding sean un éxito, son necesarias algunas medidas (Gráfico 6). Según un 24% de las personas encuestadas, tener material audiovisual de calidad y presencia activa y reiterada en las redes sociales es una acción vital para tener éxito. EL 18% ha citado también la necesidad de tener una planificación previa de la campaña y hacer un seguimiento exhaustivo de la misma. También un 18% de las respuestas apuntan hacia la necesidad de proyectar valores como la transparencia, la disciplina, la perseverancia y el esfuerzo de quien lanza el proyecto y la proactividad, el compromiso y la motivación para tirarlo adelante. El 12% considera que es imprescindible tener un equipo multidisciplinar capaz de presentar un proyecto riguroso que demuestre su conocimiento del mercado. El mismo porcentaje de encuestados considera necesario buscar alianzas para lograr una primera cantidad de dinero. Se apunta a las tres 'F's', family, firends and fools y a la asistencia a foros de inversión para los proyectos de este tipo.

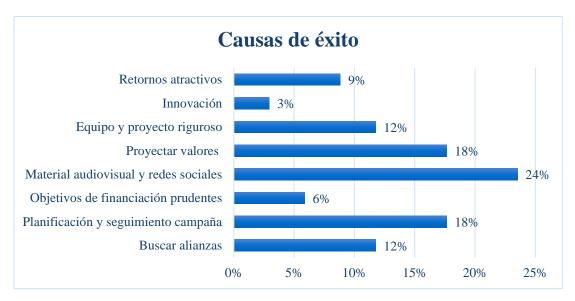


Gráfico 6. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

Otras acciones a tomar en cuenta son ofrecer retornos atractivos, con independencia de la tipología, establecer objetivos de financiación: prudentes, realistas y transparentes y finalmente, que el proyecto sea innovador.

¿QUÉ NECESITA EL SECTOR PARA CRECER?

Para concluir, se ha preguntado a los encuestados sobre cuáles consideran que son las medidas necesarias para que el sector del crowdfunding crezca en España (Gráfico 7). El 32% ha apuntado a la necesidad de establecer una legislación propia que regule el sector imitando modelos de éxito como el de los EEUU. La mayoría consideran que la regulación va de la mano de la confianza necesaria que se debe transmitir a los inversores, prestamistas y donantes. Así pues, un 24% apunta a la necesidad de transmitir confianza, transparencia y rigor a través de las plataformas. La misma proporción considera que es imprescindible dar a conocer el crowdfunding mediante la publicidad y defiende la necesidad de educar a la población en las ventajas y los usos del crowdfunding.

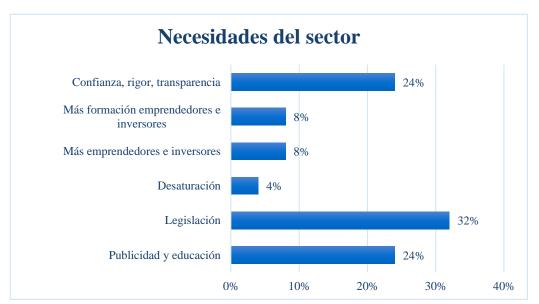


Gráfico 7. Elaboración propia a partir de encuesta online propia

En menor proporción, se indica la necesidad que aumenten las personas que emprenden en España y las que invierten en sus proyectos. Finalmente, también se apunta a la saturación del sector debido a las múltiples plataformas con pocos años de vida y con pocos proyectos.

Conclusiones

Éste es un breve informe elaborado a partir de las respuestas de 30 plataformas de crowdfunding españolas que representan el 65% del sector y que permiten dar por válidos los resultados obtenidos como una aproximación fidedigna a la situación global del mercado realizada a partir de las respuestas a la encuesta online lanzada durante el mes de abril de 2014. Aunque la participación ha sido inferior a la esperada, mediante el análisis de la base de datos se ha podido obtener información básica sobre la situación actual del crowdfunding para toda la geografía española. Por un lado, hemos obtenido información cuantitativa sobre el comportamiento de los agentes implicados en el crowdfunding-plataformas, financiadores y lanzadores de proyectos-. Por otro lado, hemos obtenido información más interesante sobre las opiniones que tienen las personas expertas del sector en relación a las claves del éxito y a las necesidades del sector. Principalmente, se ha apuntado a la necesidad de crear una buena historia para dar a conocer el proyecto, difundirlo mediante campañas con un buen plan de marketing utilizando principalmente las redes sociales y a la vez, la necesidad que tiene el sector de publicitarse y de obtener una regulación específica, regulación que por un lado ya ha iniciado el Gobierno Español en cuanto a la financiación de empresas y que algunas Comunidades Autonónomas como la Navarra y la Valenciana han iniciado una legislación específica relacionada con el mecenazgo y las donaciones.

Finalmente, apuntar que los resultados extrapolados del estudio se han validado a partir de la mayor parte de los datos obtenidos y no en su totalidad para así ofrecer el máximo de datos fidedignos en base a la lista de preguntas relacionadas en el siguiente anexo.

Elisabet Puigdollers, Coordinadora Asociación

Xavier Olivella, Presidente Asociación

Anexos

CUESTIONARIO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CROWDFUNDING PARA EL ESTUDIO DEL MERCADO ESPAÑOL

La Asociación Española de Crowdfunding quiere elaborar un estudio sobre la situación del mercado de crowdfunding en España con el objetivo de dar a conocer datos reales y contrastados a la población española. Este estudio ofrecerá información válida e imprescindible para las plataformas, emprendedores, inversores y mecenas y para la opinión pública en general. El estudio se repetirá anualmente con el fin de poder elaborar comparativas y análisis de la evolución del sector.

Precisiones sobre la encuesta:

- La encuesta será online y anónima.
- La exploración y análisis de los datos se regirá por la anonimidad de las respuestas y se llevará a cabo por personal externo a cualquier plataforma.
- Responder a todas las preguntas puede suponer un trabajo extra de recogida de datos para las plataformas, aun así, consideramos que puede ser de su interés controlar esta información.
- o Por ello, la encuesta podrá responderse a lo largo de un mes: 7 abril-5 mayo
- Pedimos la colaboración de todas las plataformas puesto que para que los resultados sean significativos es necesaria la participación de todos.
- o Agradecemos de antemano la colaboración de todas las participantes.

(Respuesta múltiple)

1. ¿A qué tipo/s de crowdfunding se dedica su plataforma?

Donaciones

Recompensas

Préstamos

Inversiones

(Preguntas de respuesta abierta y numérica)

- 2. ¿Cuántos proyectos se han lanzado desde su plataforma?
- 3. ¿Cuántos proyectos han finalizado con éxito?
- 4. ¿Cuántos proyectos no han conseguido financiarse?

- 5. ¿Cuál es el objetivo promedio de financiación de todos los proyectos financiados en su plataforma?
- 6. ¿Cuál es el objetivo promedio de financiación de los proyectos que no han conseguido su meta?
- 7. ¿Cuál es el total de financiación conseguido mediante donaciones en su plataforma?
- 8. ¿Cuál es el total de financiación conseguido mediante recompensas en su plataforma?
- 9. ¿Cuál es el total de financiación conseguido mediante inversiones en su plataforma?
- 10. ¿Cuál es el total de financiación conseguido mediante préstamos en su plataforma?
- 11. ¿Cuál es la aportación media en proyectos de donación en su plataforma?
- 12. ¿Cuál es la aportación media en proyectos de recompensa en su plataforma?
- 13. ¿Cuál es la aportación media en proyectos de inversión en su plataforma?
- 14. ¿Cuál es la aportación media en proyectos de préstamo en su plataforma?
- 15. ¿Cuánto tardan, de media, los proyectos de donación en lograr el total de la financiación?
- 16. ¿Cuánto tardan, de media, los proyectos de recompensa en lograr el total de la financiación?
- 17. ¿Cuánto tardan, de media, los proyectos de inversiones en lograr el total de la financiación?
- 18. ¿Cuánto tardan, de media, los proyectos de préstamo en lograr el total de la financiación?
- 19. ¿Cuántas personas en total han financiado proyectos en su plataforma?
- 20. ¿Cuántas personas financian de media, un proyecto en su plataforma?
- 21. ¿Cuántas personas han financiado más de un proyecto en su plataforma?
- 22. ¿Cuántas personas han lanzado más de un proyecto en su plataforma?
- 23. ¿Qué comisión obtiene su plataforma por los proyectos de donación?
- 24. ¿Qué comisión obtiene su plataforma por los proyectos de recompensa?
- 25. ¿Qué comisión obtiene su plataforma por los proyectos de inversión?
- 26. ¿Qué comisión obtiene su plataforma por los proyectos de préstamo?
- 27. Nombre máximo 5 actividades que recomiende a los/las emprendedores/as para tener éxito.
- 28. Nombre máximo 5 causas por las que cree que algunos proyectos no tienen éxito.
- 29. ¿Qué cree que necesita el sector para crecer?

Usted ha llegado al fin de la encuesta. Los datos serán analizados y presentados en un informe brevemente. La Asociación Española de Crowdfunding le agradece su participación.