

EL FINANCIAMIENTO COLECTIVO (*CROWDFUNDING*): UNA HERRAMIENTA SUSTENTABLE, COLECTIVA Y PARTICIPATIVA DE APOYO AL CAPITAL EMPRENDEDOR

Autor: CPN. María Victoria Orduña

El financiamiento de startups¹ está experimentando una revolución a nivel mundial, consecuentemente con la emergencia de generar herramientas que estén a la altura del dinamismo y proactividad de una generación de jóvenes que evoluciona mucho más rápido de lo que lo hacen las instituciones y sistemas tradicionales. Las nuevas tecnologías han favorecido el hecho de romper con esquemas culturales tradicionales que acarreamos de varias generaciones, en los que estudiar una carrera universitaria y luego conseguir un trabajo en relación de dependencia de por vida no son ni la primera ni única opción para estos jóvenes.

Por lo expuesto, nos enfrentamos a una nueva generación que está alcanzando la mayoría de edad y que desde su concepción está cambiando la forma de ver la vida y con ello, el trabajo, los oficios, y la forma de concebir el autoempleo. Conocida como la Generación Z o Centennials, agrupa a los jóvenes nacidos a partir del 1995 y equivale al 20,7% de la población mundial.² En torno a esto, Capabilia expone: “Para 2020, se estima que los Centennials serán responsables del 40% de todas las acciones de consumo a nivel global, y conformarán el 20% de la fuerza laboral”.³

Lo expuesto anteriormente nos invita a reflexionar sobre el valor y los recursos que está creando una generación inmersa en tecnología, que da origen a emprendimientos innovadores y grandes oportunidades de negocios para la Argentina. Proveer los fondos suficientes para iniciar y fortalecer estos emprendimientos también debería ser innovador y diferente. Es por ello que el financiamiento colectivo, también llamado crowdfunding, se vuelve prometedor al tratarse de una herramienta 100% online, que aprovecha el poder de los grupos colectivos y los recursos disponibles.

El crowdfunding se caracteriza por confluir en tres grandes aspectos:

- Un aspecto social, ya que aprovecha el valor y poder de los grandes grupos a través del micro aporte de recursos individuales cuya acumulación puede favorecer a

¹ Pequeña empresa de reciente creación, con alto potencial innovador y tecnológico, donde su modelo es escalable y su crecimiento puede ser exponencial.

² DELGADO, Ana. *Cómo venderle a la Generación Z*. (on line) España, Emprendedores, 2018. (consultado 20 de marzo 2018) <http://www.emprendedores.es/gestion/generacion-z>

³ REDACCIÓN CAPABILIA. *Generación Z: Todo lo que necesitas saber*. (on line) 2017. (consultado 20 de marzo 2018) <http://www.capabilia.org/blog/generacion-z/>

PORTAL DIFUNDI Y SUMA

muchas personas y generar un gran impacto en las economías regionales; a su vez cuestionar esquemas tradicionales sobre los sistemas de producción y sostenimiento.

- Un aspecto económico que propone responder a la demanda de un público objetivo muy exigente, y a su vez penetrar en un mercado que atraviesa una crisis. Además de su importancia por ser fuente de capital, se caracteriza por servir como canal de inversión en condiciones poco favorables, ya que permite diversificar el riesgo para los inversores, distribuyéndose en grandes grupos de aportantes.

- Por último, el factor tecnológico, que actúa como facilitador de la intermediación y genera una red de trabajo colaborativa que apoya proyectos e iniciativas de emprendedores e inversores de todas partes del mundo.

Si bien en el mundo existen miles de plataformas de financiamiento colectivo, la gran mayoría se diferencia en el proceso de captación de recursos, ya que en relación con los actores que participan del proceso, todos comparten tres agentes: el emprendedor, innovador o creativo, es decir las personas que buscan activamente la financiación; los financiadores, inversores o prestadores, que ponen a disposición sus recursos y aportan fondos; y la plataforma tecnológica que facilita el vínculo entre unos y otros y funciona como mercado.

Ante la diversidad de proyectos, se diferencian dos tipos generales de crowdfunding,



dependiendo de la naturaleza del intercambio y del tipo de contraprestación que recibe el usuario.

1. Crowfundin
g no
financiero

Se encuadran en

esta clasificación aquellos proyectos en los cuales la

FUENTE 1: FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES - BANCO INTERAMERICANO DE INVERSIONES, 2013.

persona que financia el proyecto realiza una aportación monetaria al proyecto y recibe a cambio una recompensa no monetaria como contraprestación, o simplemente aporta en forma de donación con el objetivo de que se concrete el proyecto.

PORTAL DIFUNDI Y SUMA

Crowdfunding de recompensa (Reward-based crowdfunding)

Este modelo normalmente está enfocado en el desarrollo de productos creativos. Se considera una preventa, ya que normalmente la recompensa está directamente relacionada con el proyecto a financiar, y la contraprestación suele ser un producto o servicio. Por ejemplo, un escritor busca financiación para publicar su libro, y como contraprestación entrega una copia firmada del mismo.

Crowdfunding de donación (Donation-based crowdfunding)

Es un caso especial en el que el usuario aporta dinero para financiar un proyecto y no espera recuperar la inversión ni recibir ningún tipo de recompensa, solamente la satisfacción de ver que el proyecto se ha conseguido. Este tipo de crowdfunding es principalmente utilizado por organizaciones sin ánimo de lucro para financiar proyectos sociales, solidarios o humanitarios.

2. Crowdfunding financiero

En este caso se encuadran aquellos proyectos en los cuales la persona que financia el proyecto realiza una aportación monetaria y recibe a cambio una recompensa directamente proporcional al aporte realizado, ya sea en forma de participación accionaria o un interés pactado entre partes.

Crowdfunding de inversión (Equity crowdfunding)

En esta modalidad numerosos inversores aportan pequeñas cantidades de dinero y como contraprestación a esas aportaciones reciben una acción, participación o un porcentaje de los beneficios futuros. Es una variante de las tradicionales fórmulas de financiación que tratan de reducir el riesgo para el inversor, ya que se caracteriza por la multitud de inversores que participan con cantidades relativamente pequeñas.

Crowdfunding de préstamo (Crowdlending)

Mediante este tipo de crowdfunding una persona o empresa solicita una cantidad económica y los usuarios aportan cantidades de dinero a un tipo de interés acordado previamente. Una vez conseguido el objetivo, el receptor de la financiación debe devolver la aportación dineraria recibida junto con los intereses acordados.

Existen plataformas en las que ellas mismas fijan el interés que se pagará por el dinero si se llega al objetivo deseado, realizando un pequeño estudio de viabilidad y de riesgo, mientras que en otras plataformas es el propio prestamista el que determina el interés al que desea prestar el dinero.

Esta última modalidad se considera una alternativa a la financiación tradicional.

A modo de conclusión, se infiere que esta herramienta se está convirtiendo, mundialmente, en la más elegida por los emprendedores ya que los vincula con posibles inversores en un mundo virtual, y viene a satisfacer el déficit en las necesidades financieras.

El éxito del crowdfunding en países emergentes y otros países vecinos ha motivado el trabajo que viene realizando el gobierno nacional para implementar esta herramienta,



INSTITUTO
DE INVESTIGACIONES
ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



Universidad Nacional de San Juan

PORTAL DIFUNDI Y SUMA

desde la creación de la figura societaria S.A.S. (Sociedad Anónima Simplificada), la plataforma digital de creación de empresas y cuentas bancarias en 24hs, la reglamentación de la actuación de las plataformas de financiamiento colectivo que quieran actuar en el mercado de capitales, y la determinación de beneficios impositivos para inversores. De allí surge la necesidad de explorar, investigar y desarrollar la conveniencia de estas nuevas alternativas para que los emprendedores puedan desarrollar sus proyectos y tener más opciones a la hora de financiarlos.