

## 4 El *crowdfunding*: una nueva estrategia de financiamiento

María Emilia Cordero Balarezo

### INTRODUCCIÓN

Las fuentes de financiamiento funcionan como vías para obtener recursos financieros; sin embargo, el acceso a recursos económicos a través de fuentes tradicionales como los bancos es limitado, de igual manera a fondos de inversionistas ángeles o fondos de capital de riesgo (Gerber y Hui 2013; Jiménez, Rojas y Ramírez 2018). Actualmente el mundo atraviesa por una crisis sanitaria y económica debido al COVID-19, en donde se han evidenciado las falencias del modelo capitalista (Segura 2021) con grandes dificultades que enfrentan las empresas para atraer financiamiento (Belleflamme, Lambert y Schwienbacher 2013; Agrawal, Catalini y Goldfarb 2014; Mollick 2014). De acuerdo a Bruton et al. (2014) y Borst, Moser y Ferguson (2018), hoy en día se han dado innovaciones que se han difundido con rapidez, por lo que los emprendedores están combinando las fuentes tradicionales y la financiación colectiva.

La falta de recursos económicos y oportunidades ha incentivado el inicio de proyectos para así poder cubrir las necesidades (Kuppuswamy y Bayus 2017; Jiménez y Acosta 2018). Bajo este escenario, un financiamiento adecuado y focalizado correctamente aportará al crecimiento y consolidación de un proyecto o empresa, es así que surge el *crowdfunding* como una alternativa de financiamiento, en la cual los individuos colaboran con fondos de manera

directa a los emprendedores, permitiendo obtener recursos para proyectos específicos (Schwienbacher y Larralde 2010; Bruton et al. 2014; Vismara 2016). Dentro de la parte regional, el *crowdfunding* es un mecanismo poco desarrollado y conocido, el cual ha sido escasamente aplicado por los emprendedores (Jiménez y Acosta 2018).

El presente estudio se encuentra dividido en secciones. En la primera sección se trata la metodología explicando las herramientas y técnicas utilizadas. En la segunda sección se proporciona una descripción de la revisión de literatura, abarcando conceptos y características del *crowdfunding*, surgimiento y evolución, los modelos existentes, las plataformas y los incentivos. A partir de esto, la investigación hace hincapié en el impacto que ha tenido el *crowdfunding* en la región y también de manera específica en el Ecuador. Finalmente, se concluye con la discusión acerca del tema tratado.

En este documento se presentan los resultados de una investigación de tipo bibliográfica, cuyo objetivo general fue analizar bibliográficamente acerca del crowdfunding como una nueva estrategia de financiamiento. Los objetivos específicos son: conocer las generalidades y características del *crowdfunding*; investigar acerca de la evolución del *crowdfunding*; y analizar las ventajas y desventajas del *crowdfunding* frente a las fuentes de financiamiento tradicionales.

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo de investigación es un estudio de revisión bibliográfica en el cual se utilizó un enfoque cualitativo y se basó en la búsqueda de artículos científicos relevantes que aporten a los objetivos de investigación. El propósito de la investigación fue teórico, con una profundidad exploratoria, en donde se aplicó una muestra de tipo no probabilístico. Los artículos estudiados provienen de Estados Unidos (24%), Ecuador (15%), España (11%), Italia (9%), México (7%), Colombia (7%), Canadá (4%), Bélgica

(4%), Brasil (4%), Reino Unido (3%), Venezuela (2%), Ámsterdam (2%), Israel (2%), Escocia (2%), Malasia (2%) e India (2%). Para la selección de los artículos se procedió a la revisión de la información en revistas científicas, en donde se utilizó el *software* Publish or Perish (50 artículos por cada palabra clave) el cual ha permitido seleccionar, de acuerdo al nivel de importancia académica, los artículos de mayor impacto para la investigación y además permitió realizar un análisis bibliométrico a través de una búsqueda esquematizada. Las fuentes utilizadas para la búsqueda de artículos fueron: Redalyc, Scopus, Scielo, DialNet y SAGE. Además, se utilizó Connect Papers para, de esta manera, tener una visión general del tema de estudio y no dejar de lado artículos relevantes.

## REVISIÓN DE LITERATURA

### Conceptos y características del *crowdfunding*

El financiamiento constituye en una organización la proveedora del dinero para el levantamiento de proyectos de inversión, el cual es un motor de crecimiento o incluso puede resultar una barrera, dependiendo el acceso al mismo. Es por eso que el *crowdfunding* surge como una alternativa a las fuentes tradicionales, ampliando las opciones de acceso a recursos económicos para emprendedores. Mollick (2014) y Sánchez y Tonon (2020) mencionan que actualmente el *crowdfunding* es un modelo económico nuevo, en el cual el poder financiero está democratizado.

El *crowdfunding* es un término muy habitual en el emprendedorismo, esta última expresión hace referencia el arte de emprender (Mollick 2014); es por eso que en los últimos años esta alternativa de financiamiento ha despertado el interés en los emprendedores, teniendo como soporte principal el uso de la tecnología (internet). Estudios anteriores indican que la palabra *crowdfunding* proviene de

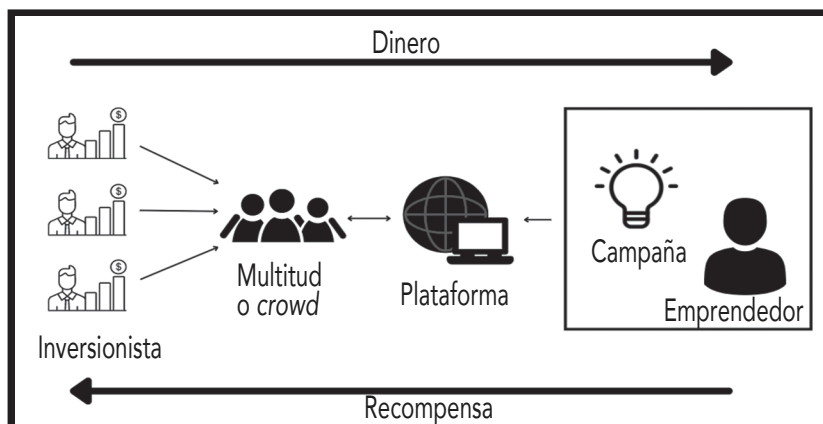
las palabras inglesas *crowd* (multitud) y *funding* (financiamiento) (Jiménez y Acosta 2018).

El *crowdfunding* es un sistema novedoso de financiación que tiene como base las tecnologías (Davidson y Poor 2014). Autores como Belleflamme, Lambert y Schwienbacher (2013), Ahlers et al. (2015), Tello, Romero y Jaramillo (2017), Borst, Moser y Ferguson (2018), Wei (2018) y Bom (2019) definen al *crowdfunding* como una convocatoria abierta, a través de la tecnología mediante el uso del internet, para la captación de recursos económicos bien sea de manera donativa o a cambio de un producto o servicio, con el objetivo de apoyar proyectos con fines específicos. Por otro lado, Molllick (2014), Sánchez y Palomo (2014), y García y Garibay (2016) mencionan que el *crowdfunding* es el esfuerzo de los individuos y organizaciones para financiar sus iniciativas o proyectos de carácter social a partir de contribuciones pequeñas de un grupo extenso de personas que usan internet, en donde no existen intermediarios financieros estándar.

### **Elementos del *crowdfunding***

Como indican Rentería (2016) y Cedeño (2020), el ecosistema del *crowdfunding* está compuesto por los siguientes elementos: el primero corresponde a los inversionistas, en donde se subclasifican en un grupo de personas (multitud o *crowd*) y un capital (inversionistas); como segundo, las plataformas, las cuales tiene como finalidad ser el intermediario en los proyectos y en donde se recaudan los fondos; el tercero, los emprendedores, quienes elaboran los proyectos (emprendedores); y, por último, el proyecto (campana) que es el destino de los fondos proporcionados por los inversionistas.

Figura 1. Modelo general del *crowdfunding*

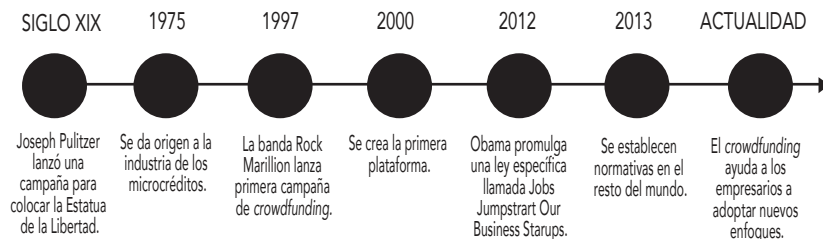


Fuente: Rentería (2016); Sánchez y Tonon (2020).

## Evolución del *crowdfunding*

El *crowdfunding* en sus inicios se desarrolló fundamentalmente para la industria creativa y del arte (Belleflamme, Lambert y Schwienbacher 2013; Agrawal, Catalini y Goldfarb 2014 y 2015). Sin embargo, en 1997, surge el financiamiento colectivo por medio de internet, en donde los principales usuarios fueron grupos musicales que buscaban recursos para financiar las giras (Bennett, Chin y Jones 2015; García y Garibay 2016). En la figura 2, se puede observar cómo ha surgido el *crowdfunding* y su evolución al pasar los años.

Figura 2. Línea de tiempo de la evolución del *crowdfunding*, 2022



Elaboración propia.