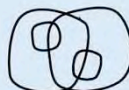




UNIÃO EUROPEIA
FUNDO EUROPEU DE
DESENVOLVIMENTO REGIONAL
"Investimos no seu futuro"



PROGRAMA
COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA
ESPAÑA - PORTUGAL
COOPERAÇÃO TRANSFRONTEIRICA
2007 - 2013

GUÍA DE FINANCIAMIENTO: O Crowdfunding como fonte de financiamento para a internacionalización de empresas TIC



PROMOTORES



XUNTA
DE GALICIA



BICMINHO

Contido

1. Presentación e agradecementos	4
2. O proxecto ACEINT	6
3. O crowdfunding como alternativa de financiamento de proxectos TIC con orientación internacional	9
4. Caracterización da fórmula e principais vantaxes	11
5. Modelos de crowdfunding	14
Particularidades do <i>Equity Crowdfunding</i> sobre outras fórmulas de financiamento alternativo	16
6. O rol das plataformas de crowdfunding	19
7. Análise da normativa	22
8. Mapa de plataformas de crowdfunding	25
9. Como preparar unha campaña de crowdfunding?	29
Reflexión estratéxica: Pensaches se o financiamento por Crowdfunding se axústa ás túas necesidades?	29
Que tipo de <i>Crowdfunding</i> busco? (<i>Equity</i> , <i>débeda</i> ou <i>recompensa</i>).....	31
Pasos a seguir para realizar a campaña de <i>Equity/Debt Crowdfunding</i>	32
10. Como convencer aos meus investidores potenciais das vantaxes do investimento?	35
11. Casos de éxito	37



1

Presentación e agradecimientos

1. PRESENTACIÓN E AGRADECEMENTOS

Os proxectos empresariais TIC que na actualidade están a xurdir na Eurorrexión Galicia Norte de Portugal están confirmado un interesante ecosistema emprendedor cunhas necesidades específicas de financiamento. Aínda que as fontes de financiamento tradicionais están a recuperar o fluxo de crédito ao sector privado, o sector TIC necesita desenvolver e utilizar fórmulas alternativas de financiamento, como poden ser os *Business Angels*, o Capital Risco ou as distintas fórmulas de *Crowdfunding*.

Con estas serie de tres guías de financiamento: 1. O papel dos *Business Angels* no proceso de internacionalización de empresas TIC, 2. O Capital Risco como factor decisivo para a internacionalización de empresas TIC e 3. O *Crowdfunding* como fonte de financiamento para a internacionalización de empresas TIC preténdese nos só orientar aos emprendedores e empresarios do sector na captación de financiamento, tamén ten como obxectivo animar e informar os investidores, públicos e privados, sobre estas formulas de financiamento.

Complementariamente e en paralelo ás guías, elaboráronse uns vídeos divulgativos, que se poden consultar na web do proxecto: www.aceint.eu

Tamén queremos dar as grazas ás persoas que participaron e colaboraron nos paneis e entrevistas realizados:

- Javier Aguilera, director do IGAPE.
- José Luís Villaverde, director da área de Valorización, Transferencia e Emprendemento da Universidade de Santiago de Compostela.
- Nuno Gomes, director de BICMINHO - OFICINA DÁ INOVAÇÃO S.A.
- Juan Cividanes, director de Xesgalicia.
- Yolanda Falcón, xerente de investimentos en Unirisco.
- Gonzalo Garre, Escola de Negocios AFUNDACIÓN.
- Jacobo García Durán, representante de VigoActivo.
- Daniel Fernández, *Business Angel*.
- Manuel Fraga, fundador de Momentum.
- Antonio Díez, fundador De Midaia.
- Luís Taboada, xerente De Qubitia.
- Frankie Gómez, director de Confirmsign.com.

Santiago de Compostela, Outubro de 2015



2

0 proyecto ACEint

2. O PROXECTO ACEINT

O proxecto POCTEP ACEint pretende actuar sobre unha debilidade existente no sector TIC: a súa reducida taxa de creación de empresas de base innovadora e con orientación a mercados internacionais. Ambos os factores, son, na actualidade, clave para asegurar a competitividade e supervivencia do sector. Por iso ACEint persegue fomentar a creación e internacionalización de empresas TIC na Eurorrexión.

Trátase de reforzar conxuntamente o tecido empresarial do sector das Tecnoloxías da Información e a Comunicación na Eurorrexión Galicia- Norte de Portugal, mellorando a súa hibridación e o seu efecto positivo noutros sectores estratéxicos e potenciando o acceso a mercados internacionais. ACEint apoiará a proxectos emprendedores, a empresas de nova creación e, indirectamente a entidades especializadas tanto no asesoramento a proxectos TIC como no seu financiamento. Neste sentido, os seus destinatarios son:

- Empresas que nazan con vocación **de acceso a mercados internacionais** desde o primeiro momento.
- Empresas que xurdan froito da **hibridación das Tics con outros sectores estratéxicos e innovadores** da economía da Eurorrexión, tales como o sector da biotecnoloxía, a nanotecnoloxía, etc.
- **Empresas cun forte compoñente innovador** e vontade de cooperación con outros centros públicos e privados de I+D+i.

Para iso, ACEint estrutúrase en 3 grandes actividades:

- Creación dun sistema conxunto de vixilancia de oportunidades para novos negocios a impulsar por empresas da Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal.
- Acelerador das novas empresas TIC na Eurorrexión.
- Escola de emprendemento internacional para empresas TIC da Eurorrexión.

ACEint ten unha clara orientación transfronteiriza debido aos seguintes motivos:

- Un sector empresarial, o TIC, con presenza destacada a ambos os dous lados da fronteira entre Galicia e Norte de Portugal.
- Búscase o desenvolvemento de estruturas de formación e información comúns para todo o espazo transfronteirizo en materia de fomento do emprendemento innovador.
- Foméntase a creación de alianzas e joint ventures entre novas empresas de Galicia e do Norte de Portugal para acceder a mercados internacionais.

- Búscase a creación de redes de entidades especializadas tanto no asesoramento a emprendedores TIC como no financiamento dos devanditos proxectos.

Co proxecto, no que participan a Universidade de Santiago de Compostela - Área de Valorización Transferencia e Emprendemento como beneficiario principal, o Instituto Galego de Promoción Económica – IGAPE e BIC Minho (Oficina de Inovação S.A. Business Innovation Centro do Minho), preténdense os seguintes resultados:

- Contar cun sistema conxunto de vixilancia de novas oportunidades de creación de empresas TIC.
- Creación dunha metodoloxía conxunta para a aceleración nos procesos de creación, constitución e consolidación de novas empresas TIC .
- Creación de empresas conxuntas (galegas e portuguesas) coa finalidade de aproveitar oportunidades en mercados exteriores.
- Creación dunha escola transfronteiriza de emprendemento internacional.
- Creación dunha rede transfronteiriza de entidades especializadas en financiamento de proxectos de emprendemento TIC.



3

O Crowdfunding como alternativa de financiamiento de proyectos TIC con orientación internacional

3. O CROWDFUNDING COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMENTO DE PROXECTOS TIC CON ORIENTACIÓN INTERNACIONAL

Desde fai uns poucos anos, o termo *Crowdfunding* non parou de crecer en notoriedade, sobre todo nos medios de comunicación. Hoxe en día é difícil que haxa algún emprendedor (e público en xeral), que non escoitase falar de Kickstarter e de campañas famosas de *Crowdfunding*, como na que conseguiu o ano pasado Neil Young 6.225.354 dólares, con máis de 18.000 financiadores, para o seu proxecto "Pono", un reprodutor de arquivos de audio de alta definición. Ou o *smartwatch* Pebble que recadou máis de 20 millóns de dólares con máis de 78.000 financiadores. Pero, á parte da atención captada polos medios masivos por algunhas campañas, o financiamento por *Crowdfunding* está a converterse a unha velocidade asombrosa nunha opción cada vez máis factible de financiamento para *startups*, e xa, a día de hoxe, é un instrumento de financiamento a considerar seriamente polos emprendedores. Nesta guía tentarase definir de forma precisa, en que consiste o financiamento por *Crowdfunding*, as súas principais vantaxes e inconvenientes, así como saber se é unha fórmula válida para o meu proxecto, en que momento da vida deste debo de optar por ela e unhas reflexións a como deseñar unha campaña efectiva.

O *Crowdfunding* é unha forma de financiamento provinte do mundo anglosaxón, que comezou como método para que os artistas financiasen os seus proxectos culturais (discos ou xiras os músicos, películas, etc.), que cando aterrou en España tivo moita aceptación, debido á terrible restrición ao crédito que houbo nos últimos anos en España. É máis, hai algúns segmentos dentro do ámbito cultural onde está a substituír de feito a outros medios de financiamento, que desapareceron.

A día de hoxe podemos afirmar que o *Crowdfunding* está a financiar un amplo espectro de proxectos empresariais: proxectos de I+D, *start-ups* de base tecnolóxica ou con modelos de negocio innovadores e de alto valor de crecemento, proxectos de entretemento ou proxectos de venda comerciante polo miúdo, etc.



4

Caracterización da fórmula e principais vantaxes

4. CARACTERIZACIÓN DA FÓRMULA E PRINCIPAIS VANTAGES

A palabra *Crowdfunding*, vén da unión de dúas palabras inglesas "crowd", termo descritivo de multitude ou colectivo, e "funding" que significa dotar de medios financeiros a algo, xeralmente unha empresa. A súa tradución máis exacta podería ser "financiamento colectivo". Etimoloxías aparte, enténdese como *Crowdfunding* o financiamento colectivo nunha parte dun proxecto (no noso caso, empresarial ou emprendedor), para o seu desenvolvemento futuro. En calquera operación de Crowdfunding, adoita haber tres axentes implicados: o promotor ou emprendedor, a multitude, e a plataforma de Crowdfunding. Graficamente pódese observar as relacións na Figura 1:



Figura 1: actores dunha acción de Crowdfunding .

Imaxinemos que un emprendedor, ou grupo de emprendedores, decidiu tras analizar as diferentes opcións de financiamento para a etapa actual na que se atopa a súa empresa, buscar parte do financiamento por *Crowdfunding*. Unha vez decidida a cantidade para financiar, e o tipo de forma de *Crowdfunding*, encárganse de buscar unha plataforma que acepte o seu proxecto. A plataforma estudarao, realizará unha serie de comprobacións e verificacións e incluírao na súa plataforma. Xa que a clave das campañas de *Crowdfunding* é a comunicación e promoción on-line, esta pode ser realizada pola mesma empresa promotora, ou pola plataforma de *Crowdfunding*, dependendo que valor poida achegar cada elemento. Falaremos máis adiante dos tipos de axencia que existen. A plataforma, se acepta o proxecto, pacta cos promotores unha serie de puntos:

- Comisións a cobrar.
- Prazo da campaña de *Crowdfunding*.
- Cantidade a financiar e participación mínima.
- Campaña de comunicación a realizar.

A plataforma pon en marcha a campaña e o público decide se inviste ou non no prazo proposto.



5

Modelos de Crowdfunding

5. MODELOS DE CROWDFUNDING

En xeral, podemos clasificar o financiamento por *Crowdfunding* en catro modelos, segundo o tipo de retorno que obtén o financiador, e as implicacións na empresa financiada. Estes son:

Donation crowdfunding: É un tipo de Crowdfunding dedicado principalmente a financiar causas ou proxectos sociais, organizacións sen ánimo de lucro, asociacións culturais ou deportivas, etc. Xeralmente a doazón é de moi pequenas cantidades, e a motivación é altruísta, tendo xeralmente o doante algunha relación de proximidade coa causa para perseguir (afectiva, de uso, de conciencia, etc.).

Como exemplos máis representativos podemos citar a campaña de Obama ás presidenciais de 2012. Outros exemplos a destacar son os case 2 millóns de euros recadados, tentando cancelar a débeda grega, ou os máis de 5 millóns recadados en Estados Unidos para restaurar a capela de Martin Luther King. Xeralmente adoita substituír o papel dos servizos públicos. Non nos estenderemos máis neste modelo ao non ser este o obxectivo das *startups*.

Reward Crowdfunding: Consiste en recibir fondos de multitude de pequenos microinversores (xeralmente por baixo dos 100€), a cambio de recompensas, como o produto/servizo a desenvolver, ou calquera elemento asociado con valor obxectivo ou subxectivo para o investidor, unha vez que conseguise o financiamento necesario para conseguir produci-lo. Este tipo de *Crowdfunding*, non está considerado legalmente como investimento, senón como compravenda. O *Crowdfunding* por recompensa é unha excelente forma de validar unha idea de negocio, sobre todo en produtos ou servizos de gran consumo, e produtos culturais (todo tipo de *gadgets*, películas, discos, xogos, publicacións, etc). Con ela, poderemos realmente cuantificar o interese polo noso produto: canto están dispostos a pagar por el, que mercado potencial teño, se as funcionalidades ou atributos propostos son atractivos, se realmente cobre unha necesidade latente, que segmento(s) de poboación están máis dispostos a pagar por el, etc. É unha proba real de mercado, que se pode realizar de forma rápida e sinxela, dándonos unha chea de información sobre o produto por parte do cliente, e arriscando

unha cantidade de diñeiro menor que outras fórmulas. Unha campaña de *Crowdfunding* por recompensa de éxito, pode ser un excelente cartón de presentación para investidores máis formais na nova etapa. O test de mercado xa se pasou con éxito, e sei moito mais dos meus clientes potenciais.

Ao ser xeralmente utilizado para a venda de artigos/servizos de gran consumo, este tipo de *Crowdfunding* son unha excelente forma de comezar unha campaña de marketing viral, xa que o éxito da iniciativa depende en gran medida na capacidade de dar a coñecer a idea de produto, os mecenas a fagan viral, que estea presente en blogs e redes sociais e se sentan emocionalmente vinculados ao produto ou idea. *Kickstarter* é a plataforma líder no mundo de *Reward Crowdfunding*. Ata 2013 había cofinanciado 928 billóns de dólares en proxectos, máis de 54.000 financiáronse con éxito e máis de 5 millóns de persoas cofinanciaran un proxecto.

En España existen multitude de plataformas de recompensa e doazón: Verkami.com, kuabol.com, goteo.org, lanzanos.com, etc.

Equity Crowdfunding: nesta modalidade de financiamento colectivo o investidor obtén polo seu financiamento unha porcentaxe de titularidade sobre dereitos, accións ou participacións do proxecto empresarial ou a empresa do promotor. Esta é a opción óptima para pemes de base tecnolóxica, que están nunha fase de ideas, semente, empresas de recente creación ou sexan empresas consolidadas que necesitan capital para acometer novos proxectos, expandirse ou outros motivos. A idea do *Equity Crowdfunding* aparece ligada a un problema real das pemes: a dificultade de acceso a financiamento en moitas etapas da súa vida. Debido ao elevado risco asociado á operación de financiamento, moitas empresas ten moi limitado o acceso de liñas de crédito bancario. O camiño de acceder a entidades de capital risco só é accesible a empresas cun crecemento esperado moi alto e unha idea de negocio disruptivas, xa que buscan grandes retornos. Doutra banda, pode ocorrer que non queiramos ceder capacidade de control a un terceiro, como *un business angel*, ou non exista ningún dispoñible ou interesado nunha contorna próxima. Se a nosa situación como empresa é algunha, ou unha combinación destas, o *Equity Crowdfunding* pode ser unha opción para contemplar.

Debt Crowdfunding ou Crowdlending: o último tipo de financiamento colectivo que imos describir, son as plataformas de financiamento de débeda ou *Debt Crowdfunding* (DC). Estas representan a minoría das plataformas e o seu uso aínda non está moi estendido. Neste caso, o investidor é un prestamista *online* que pacta a recuperación do seu investimento cunha rendibilidade. Adoita ser unha opción máis predicible para o emprendedor, se a súa motivación principal é ceder o mínimo de propiedade posible e prever as necesidades de débeda a medio prazo, sen depender do crédito bancario.

Particularidades do *Equity Crowdfunding* sobre outras fórmulas de financiamento alternativo

Vantaxes fronte ao préstamo: o EC (*Equity Crowdfunding*), non require de ningún tipo de aval para acceder ao capital financiado. Non incrementa as posibilidades de quebra, xa que non hai débeda contraída. A retribución sempre se realiza a partir de ingresos futuros, se non hai, non se retribúe ao investidor. Esta vantaxe permite ao emprendedor asumir máis riscos na estratexia e operativa do seu negocio, abrazando máis a innovación, pero achega máis risco ao investidor.

Vantaxes fronte ao *Venture Capital* tradicional (VC): O EC é unha mellor opción para as pequenas empresas, xa que permite aos emprendedores tomar máis control sobre o seu negocio. As entidades tradicionais de capital risco (VC) xeralmente toman unha posición dominante no consello tomando certo rol de control sobre a empresa, mentres que nalgúns plataformas de EC explicitábase que os investidores non terán voto nas futuras decisións de negocio.

Ao optar polo EC, o emprendedor tamén opta por ter o accionariado máis diluído, evitando concentracións de poder excesivas.

Outra vantaxe adicional é que a procedencia dos investidores xa non está tan restrinxida a un ámbito local. Comprobouse que as plataformas de EC ampliaron de maneira importante a área de influencia dos investidores. Así como xeralmente no caso dos *Business Angels* e o *Venture Capital*, adoitan investir en empresas da súa zona, existen multitude de plataformas que captan investidores de rexións máis afastadas. Este efecto "deslocalizador" é unha gran oportunidade para empresas de rexións periféricas como Galicia e o norte de Portugal, xa que amplía a cantidade de

posibles inversores interesados se a campaña de comunicación está ben feita. As plataformas de EC son as que maior crecemento presentan, e este crecemento sobre todo dáse en Europa.



6

O rol das plataformas de Crowdfunding

6. O ROL DAS PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

Unha plataforma de *Crowdfunding* é unha plataforma *online* que serve de intermediario entre promotores/empresarios dunha empresa ou proxecto e unha multitude de financiadores. Xeralmente estas están especializadas segundo o tipo de financiamento: recompensa, donativos, *equity* e préstamo, aínda que se pode clasificar en dous grupos xenéricos: plataformas baseadas en investimento, e plataformas baseadas en doazón recompensa. A diferenzas de funcionamento, obxectivos e contorna regulatorio son substanciais, xa que as primeiras están consideradas un instrumento máis de investimento (mellor ou peor regulado), e as segundas como unha compravenda ou donativo. Non imos analizar as plataformas de doazón, por non ser o obxectivo deste estudo, orientado a emprendemento.

No caso das plataformas de Reward **Crowdfunding (RC)**, o financiador recibe beneficios tanxibles polo seu apoio (sexan materiais ou non), pero non son financeiros. O emprendedor non adoita buscar retorno financeiro nestes casos, senón probar que a idea do seu produto é atractiva e os clientes están dispostos a precompralo. Neste caso o rol das plataformas de RC é atraer pequenos financiadores que proben o seu produto, co cal o valor engadido principal das plataformas de RC é o de dar visibilidade e relevancia a un novo produto ou servizo. Estas adoitan ofrecer tráfico cara a elas e segmentación de usuarios. É interesante citar tamén que xeralmente adoita darse un prazo de entre 20 e 40 días para alcanzar o obxectivo de recadación. Pasado este período, se non se alcanzou o obxectivo económico, algunhas plataformas cancelan a campaña, devolvendo os importes entregados ao usuario. Outras, permiten ao promotor utilizar o recadado. As comisións aplicadas á cantidade recadada, adoitan oscilar entre o 4 e o 8%, xeralmente para a maioría das plataformas de EC.

No caso das plataformas baseadas en investimento como as de Equity **e Debt Crowdfunding (EC e DC)**, o seu labor como plataforma é diferente. Á parte de dar relevancia ao proxecto e atraer tráfico segmentado, estas plataformas dan un servizo de máis valor engadido. Como xa son proxectos de investimento de capital (xa sexa en débeda ou participacións), achegan unha capa de filtrado e análise de proxecto, así como do risco asociado á operación. Estas plataformas tamén adoitan agregar unha rede de *business angels*, asesores e investidores, que completan parte do financiamento.

Adoitan revisar con profundidade os proxectos dos emprendedores, xeralmente inclúen unha *due diligence* por unha empresa externa, que analiza gran cantidade de factores. Como resultado, só unha minoría de proxectos chega a ofrecerse na súa plataforma. Os tickets de investimento adóitanse mover entre un rango de 500-15.000€ máximo. Neste tipo de roldas o prazo de oferta da oportunidade de investimento adoita ser maior que nas plataformas de RC (4-10 semanas). A maior parte delas achegan algún tipo de especialización (sectorial ou fase de madurez da empresa). As súas comisións roldan entre o 5% e o 9% sobre o beneficio a investidores, e pode ofrecer informes da empresa promotora de pago. No caso do emprendedor, hai un pago fixo mensual e dependendo tamén dos servizos que ofrezca, pode haber outros custos.



7

Análise da normativa

7. ANÁLISE DA NORMATIVA

En Estados Unidos e en Europa, a regulación actual foise actualizando de forma reactiva ao dinamismo de mercado. O primeiro en regular o Financiamento participativo, é Estados Unidos co *Jump Start Our Business Start up (Jobs Act 2012)*.

Reino Unido puxo en marcha unha serie de normas para a regulación do *Crowdfunding* en 2014 (Normas 13/13 e 14/14 da FCA (*Financial Conduct Authority*)). Italia foi o primeiro país da Unión Europea en contar con lexislación específica do *Equity Crowdfunding*. (Lei N.221/2012 e Normativa CONSOB (2013)). Alemaña non ten unha regulación específica, pero si ten unha gran cantidade de normativa aplicable.

No caso de España, o Ministerio de Economía e Competitividade presentou ao Consello de Ministros o 28 de Febreiro de 2014 o **Anteproxecto de Lei de Fomento do Financiamento Empresarial**. O obxectivo do anteproxecto é "impulsar unha nova ferramenta de financiamento directo de proxectos empresariais nas súas fases iniciais de desenvolvemento, á vez que se protexe aos investidores. Para iso fíxanse as obrigacións destas plataformas garantindo que sexan transparentes e que os investidores dispoñan de información suficiente"¹. O 28 de Abril de 2015, o BOE publicou a Lei de Fomento ao Financiamento Empresarial, que regula a actividade das plataformas de *Equity Crowdfunding* e *Crowdfunding* en España (a coñecida como Lei do *Crowdfunding* no sector). Podemos resumila en catro puntos principais:

- **Creación de 2 tipos de investidores:** acreditados e non acreditados. Considéranse investidores acreditados, os institucionais, as empresas medianas e grandes, así como as persoas físicas ou xurídicas cuxos niveis de renda superen os 50.000 euros ao ano ou teñan un patrimonio superior a 100.000 euros. O resto considéranse investidores non acreditados. Para os primeiros non existe límite de investimento. Os segundos non poderán investir máis de 3.000 euros por empresa e 10.000 ao ano por plataforma.
- **Límite de procura de financiamento:** ampliación ata 5.000.000 de euros dos fondos que pode captar un proxecto de financiamento participativo na plataforma, a condición de que estea destinado a investidores acreditados ou profesionais.

- **Obrigacións das plataformas:** As empresas propietarias de plataformas de *Crowdfunding* deberán:
 - Contar cun capital social de 60.000 € como mínimo, ou ben
 - Contar cun seguro de responsabilidade social cunha cobertura mínima de 300.000 € por reclamación de danos e un total de 400.000 € anuais para todas as reclamacións.
- **Fluxos de fondos:** Toda plataforma debe especificar de que maneira se controlará o fluxo de diñeiro dos investidores, é dicir, como se canalizará o diñeiro desde as contas dos investidores ata as das empresas.
- **Autorización:** As plataformas de *Equity Crowdfunding* deberán recibir a autorización previa e rexistrarse na Comisión Nacional do Mercado de Valores (CNMV). No caso das plataformas de *Crowdfunding*, ao tratarse de entidades de crédito, estarán sometidas ao control e a regulación do Banco de España. De feito, cando un pequeno investidor queira comprobar o historial de solvencia dun emprendedor antes de prestarlle o seu diñeiro, será o propio Banco de España o que regulará os formularios que deberán ser presentados para a tranquilidade do investidor.
- **Límite ao financiamento solicitado:** Cando unha empresa recorre ao *Equity Crowdfunding* márcase un obxectivo determinado de financiamento. Con todo, non é anormal que ás veces supere esa cantidade se o seu proxecto entusiasma aos potenciais investidores. Coa regulación, a lei establece que as empresas nunca poderán superar o 125% do financiamento que solicitasen .

O obxectivo desta lei é abrir camiño a novas vías de financiamento non bancarias. Estas plataformas, segundo un informe do propio BBVA son, por tanto, “un novo competidor con baixos custos operativos, unha forma diferente de xestionar o risco e unha oferta máis simple de produtos”².

¹ Consello de Ministros. www.lamoncloa.gob.es Informe sobre dous Anteproxectos de Lei con medidas para mellorar o financiamento das pemes. 28/02/2014

² BBVA, 2013 Anual report, EEUU market



8


Mapa de plataformas de Crowdfunding

8. MAPA DE PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

No caso de plataformas de Crowdfunding, tentaremos facer unha recompilación a nivel ibérico, xa que o abanico adoita ser máis amplo que noutras formas de financiamento (como os *business angels*).

Plataformas de Reward Crowdfunding: nesta categoría é onde existe máis oferta. Tamén onde máis inestabilidade hai, xa que moitas pechan por cesamento de actividade. As principais a nivel mundial son kickstarter.com e indiegogo.com. A primeira, acaba de establecerse oficialmente en España.

Plataformas de Equity Crowdfunding: escollemos as máis activas en España, e que investiron nun número grande de empresas. En Portugal, en novembro deste ano 2015 regularase esta fórmula de financiamento, polo que se espera aparezan novas plataformas.



Nome: **SociosInversores** www.sociosinversores.com

- Máis de 83 proxectos financiados e mais de 7M€ conseguidos para financiar empresas.
- Principais xestoras de capital risco españolas involucradas (Caixa Capital Risk, APAX partners, Uninvest...etc).
- É o maior portal español de *private equity* e o máis antigo do mundo (4 anos).
- Rango de financiamento: 100K€-5M€ Todos los sectores de producción
- Está presente en 19 países.
- Custo trimestral de 300€ por emprendedor.



Nome: **The crowdangel** www.thecrowdangel.com

- Mais de 10 proxectos financiados e mais de 2,3M€ conseguidos para financiar empresas
- Participado por *Inveready*, *Inveready Technology Investment Group* (www.inveready.com) é o primeiro Grupo de Investimento español centrado en compañías innovadoras nas súas primeiras etapas de vida e con necesidades financeiras na súa etapa *seed* de entre 1 e 4 millóns de euros.
- O investimento vén desagregada en tickets de 3.000€.
- Rango de financiamento: inferior a 300K€.
- Todos os sectores de produción.
- Non ten cotas, cobro ao emprendedor en base a *fee*.



Nome: **Crowdcube** www.crowdcube.es

- Franquicia da plataforma, fundada en Reino Unido
- Está participada por algunhas das principais xestoras de capital risco de Reino Unido.
- O investimento non ven delimitado en tickets a priori
- Rango de financiamento: inferior a 300K€
- Todos os sectores de produción
- Non ten cotas, cobro ao emprendedor en base a *success fee*

Plataformas de Debt Crowdfunding: Existen menos en España e adoitan ser franquías. O mercado de Crowdfunding de débeda non está tan desenvolvido como o de Equity .



Nome: **Zencap** www.zencap.es

- Franquicia da plataforma, fundada en Alemania.
- Ofrece préstamos de ata 250.000€ a empresas.
- Fee ao inversor do 1% do interese nominal
- Todos os sectores de produción
- Cuota de servizo Zencap: 3% da cantidade prestada máis interese segundo risco ao emprendedor.



9

Como preparar unha
campaña de Crowdfunding?

9. COMO PREPARAR UNHA CAMPAÑA DE CROWDFUNDING?

Nesta sección tentaremos axudar ao emprendedor que desexa poñer en marcha unha campaña de Crowdfunding, por medio dunha serie de consellos:

Reflexión estratéxica: Pensaches se o financiamento por Crowdfunding se axusta ás túas necesidades?

Cando un emprendedor busca financiamento, ha de reflexionar antes sobre a súa empresa e as súas necesidades de financiamento. Dentro do meu plan de empresa, que necesidades de financiamento teño, a curto, medio e longo prazo, ligadas a cada liña de desenvolvemento de produto ou servizo? Que entradas de capital necesito e cando? En que etapa da vida da miña empresa estou (semente, *startup* ou desenvolvemento? Por que as outras fontes de financiamento non as considero en todo ou en parte? Que porcentaxe é o óptimo para financiarse en *Crowdfunding*?

Desta primeira reflexión debería de sacar dúas táboas: unha cos proles e contras de cada método de investimento na etapa nas que me atopo da vida da miña empresa (Figura 1), e outra onde dispoño das miñas necesidades de financiamento por período e tipo de financiamento (as miñas necesidades deberían de ser cubertas por un mix de actores, dependendo do custo, as vantaxes e desvantaxes achegadas por cada unha, e as facilidades de consecución deste financiador para o meu caso (Figura 2).

Tipo de financiamiento	Bancos	Business Angels	Venture Capital	Crowdfunding
Vantajas para a miña empresa				
Desvantaxes para a miña empresa				

Figura 1: Análise por tipo de financiamiento.

Cantidad\ Tipo de financiamiento	Bancos	Business Angels	Venture Capital	Crowdfunding
Ano 1	XXX€	YYY€	ZZZ€	CCC€
Ano 2	XXX€	YYY€	ZZZ€	CCC€
Ano 3	XXX€	YYY€	ZZZ€	CCC€
Ano 4	XXX€	YYY€	ZZZ€	CCC€

Figura 2: repartición de necesidades por tipo de financiamiento.

Que tipo de *Crowdfunding* busco? (*Equity, débeda ou recompensa*)

Unha vez realizado o exercicio anterior, o primeiro que teño que preguntarme se quero diñeiro para poñer en marcha un produto/servizo específico, e testealo cos clientes potenciais, recibindo o seu *feedback*, ou quero o diñeiro para financiar unha ou varias operacións da miña empresa. Se a miña intención é sufragar os custos de producir un produto e lanzalo ao mercado, experimentando que atributos se valóran máis e cal é a demanda potencial deste, as miñas opcións irán por buscar unha plataforma de recompensa. Se as miñas expectativas son de venda máis aló das fronteiras nacionais, recoméndase ir a grandes plataformas globais, para ter un maior acceso a consumidores e xerar máis relevancia.

Se as miñas preferencias van por financiar o meu proxecto por investimento, a miña primeira decisión será se é a cargo de débeda ou capital da empresa. Cada fórmula ten as súas opcións a favor ou en contra, e serán intrínsecas de cada empresa. Na seguinte figura tentaremos facer un resumo delas, por suposto hai moitas máis, algunhas aplicaranse á miña empresa e outras non:

Puntos a ter en conta	Débeda	Accións
Quero devolver o financiamento nun prazo fixado	✓	✗
Quero devolver o financiamento cando teña beneficios	✗	✓
Non me importa diluir a miña participación	✗	✓
A miña empresa pode ser percibida como de alto valor	✓	✗
Non quero/debo endeudarme	✗	✓
Necesito gran cantidade de diñeiro	✓	✗
Non espero xerar beneficio a curto (< 3 anos)	✗	✓

Figura 3: factores de decisión.

Pasos a seguir para realizar a campaña de Equity /Debt Crowdfunding

- Calcula con precisión o capital que se precisa: O diñeiro adoita ser moi complicado de obter, co cal debese analizar con precisión canto necesito e para que. Canta máis cantidade pídase, máis difícil será de conseguir o obxectivo. E non esquezamos que na súa maioría as plataformas réxense polo modelo “todo ou nada”, é dicir, ou alcanzo o obxectivo nun prazo ou non obteño nada de financiamento.
- Explica claramente para que se necesita especificamente esta cantidade de capital: o proxecto, ou fase do proxecto para financiar ha de estar claramente definida. Non podemos pedir financiamento para montar, por exemplo un portal de *crowdfunding*, así, en xeral. Ha de cubrir un fito empresarial nun prazo temporal. Por exemplo:

Requírense 150.000€ para as seguintes partidas (lanzamento de nova liña de negocio):

Desenvolvemento tecnolóxico de plataforma:	30.000€
Rexistros legais PFP e EDE:	20.000€
Recursos humanos ano 1:	80.000€
Subcontratación tecnolóxica ano 1:	15.000€
Outros Gastos	5.000€

- Estuda con claridade os gastos asociados, e compáraos con outras fontes de investimento alternativas: intereses, *success fees* da plataforma, comisións de medios de pago (cartón de crédito, *paypal*...).

- Feixe unha boa estratexia de comunicación do proxecto para financiar: Prepara todo o material necesario para poñer a disposición do mecenas interesado no teu proxecto. Ponche na súa pel: que información valorarías positivamente ti como investidor potencial, creando dun caderno de investimento, que debería incluír, polo menos:
 - Resumo Executivo da operación proposta.
 - Resumo histórico da empresa antecedentes e contexto.
 - Equipo promotor e currículo.
 - Que problema se detectou e que solución se ofrece.
 - Contorna competitiva.
 - Mercado actual e evolución.
 - Modelo de negocio.
 - Breve plan financeiro.
 - Cal é a proposta de investimento. Riscos e garantías.
 - Opcións de saída.
- Busca unha plataforma con recoñecido prestixio, profesionalidade e historial de éxitos claro. Se é necesario haberá que facer un estudo de mercado e preguntase os contactos.
- Se flexible. Ás veces é mellor un acordo que non coincida ao 100% coas miñas expectativas previas, que ningún acordo.
- Unha vez publicada a proposta, axuda o máximo posible á súa propagación: redes sociais, blogs, campañas en prensa...



10

Como convencer aos meus
investidores potenciais das
vantaxes do investimento?

10. COMO CONVENCER AOS MEUS INVESTIDORES POTENCIAIS DAS VANTAGES DO INVESTIMENTO?

Como se explicou no apartado anterior, o promotor, no seu desexo de obter o maior éxito posible na súa campaña de Crowdfunding , e así obter o financiamento ansiado para o seu proxecto, debe de facer un exercicio de empatía e meterse na pel do investidor. Cales son os puntos que valoraría máis para decidirme a facer un investimento?

- **Retorno:** O investidor debe de ver de forma clara e intuitiva que retorno ten o seu investimento, en que prazo e porqué. Hai que ter en conta que o tempo que tarda en entender o modelo de retribución é inversamente proporcional á desconfianza que xera. Teñamos tamén en conta que se fiamos os seus retornos a condicionantes pouco claros, buscará outro investimento.
- **Risco:** O mesmo razoamento aplica ao risco asociado coa operación. Hai que explicar moi ben os riscos incorridos, e cal pode ser o peor caso.
- **Referencias:** Xeralmente o investidor potencial busca referentes para apoiar o seu criterio de investimento. Cantas máis lle ofrezamos, máis favorable será ao noso investimento.
- **Modelo de negocio claro:** Este apartado está moi relacionado co do retorno esperado. Se o noso modelo de negocio é sinxelo, verá o retorno claro. Modelos moi alambicados, dispararán a súa desconfianza.



11

Casos de éxito

11. CASOS DE ÉXITO

Pódese consultar a web para descubrir cales son os casos de saídas a plataforma concluídas con éxito no menor prazo. Centrarémonos nas correspondentes a investimento, sexa tanto *equity* como *débeda*.



Carrusel www.carrusel.es

**Empresa dedicada a diseñar novas gafas de sol.
Obtiveron 42.000€ en tempo record na plataforma de equity socios inversores.**

“Creadas baixo a cultura do sur, e fabricadas a man cos mellores materiais e lentes polarizadas UV 400, as nosas gafas convertense nunha opción perfecta para calquera usuario como o complemento ideal para a tempada de primavera e vrán”.



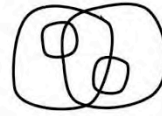
Seedbox www.seedboxhuertosurbanos.es

**Empresa dedicada a diseñar son kits de cultivo interior ou exterior para que te inicies no cultivo do teu horto na casa.
Obtiveron 400.000€ en tempo récord na plataforma de equity socios inversores.**

“Gracias o seu deseño e concepto innovador, SeedBox convertese no teu mellor aliado á hora de cultivar na casa. SeedBox é unha caixa que contén todo o necesario para montar o teu horto urbá en tan só 3 pasos: ¡monta, planta e goza!”.



UNIÓN EUROPEA
FONDO EUROPEO DE
DESARROLLO REGIONAL
"Invertimos en su futuro"



P R O G R A M A
COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA
ESPAÑA ~ PORTUGAL
COOPERAÇÃO TRANSFRONTEIRIÇA
2 0 0 7 ~ 2 0 1 3



ACEINT
 emprender sin fronteras

www.aceint.eu
info@aceint.eu



PROMOTORES



XUNTA
DE GALICIA



BICMINHO