

El crowdfunding como fuente de financiamiento para emprendimientos sociales en El Salvador



Por: Caleb Canales

Maestría en Logística, Docente-Investigador • Universidad Centroamericana José Simeón Cañas

Investigación realizada por: Yuri García – Lawrence Girón – Gerson Domínguez – Diana Henríquez

Co autor: Caleb Canales

Resumen

Uno de los grandes obstáculos a los que se enfrentan los emprendedores es el difícil acceso al recurso financiero que brindan las fuentes tradicionales de financiamiento. Esto debido a las pocas condiciones que les brindan por el hecho de ser proyectos nuevos o bien por ser de carácter social, llegando a ser considerados como inversión de alto riesgo o que no les generara un retorno de la inversión que realicen.

Sin embargo, gracias a los avances en tecnologías de la información y la comunicación, se han desarrollado estrategias que constituyen nuevas herramientas para fortalecer una economía evolucionada, que permite dar paso a la creación de un nuevo modelo de financiamiento, donde las personas pueden intercambiar bienes y servicios entre sí sin la necesidad de intermediarios. A la definición anterior se le conoce con el nombre de economía colaborativa.

Esta economía colaborativa abre paso al uso de plataformas digitales para la obtención de recurso financiero para diversos proyectos, siendo estas plataformas el punto de convergencia entre los emprendedores y los potenciales donantes o inversionistas. A lo anterior se le conoce como crowdfunding.

En la información recabada en el presente artículo permite conocer los tipos, ventajas, funcionamiento del crowdfunding como fuente de financiamiento así como un análisis de lo que buscan los administradores de plataformas en los proyectos que se postulan.

Por lo tanto, para cualquier emprendedor, pretenda realizar una idea de negocio o proyecto en el área social debe discernir acerca de las características, criterios, condiciones, plazos, restricciones y costos de las plataformas que encajen con su emprendimiento para que este sea realizado de forma óptima.

Palabras clave: Financiamiento, emprendimiento, economía colaborativa, crowdfunding.

El emprendimiento es un término que ha cobrado relevancia, debido a la constante necesidad de personas con deseos de superación o que atraviesan por problemas económicos. Por lo cual su definición podría resumirse a: crear y mantener negocios propios que permitan la obtención de ingresos y además generar empleo para otras personas.

Basándonos en lo anterior, pueden existir dos grandes clasificaciones para los emprendimientos. El primero que es el lucrativo cuyo propósito principal es la obtención de ingresos económicos que permitan mejorar o mantener el nivel de vida del emprendedor y el segundo es más de carácter social que busca un impacto positivo en grupos específicos de personas.

En esta ocasión, se abordará con más detalle la segunda razón, los emprendimientos sociales que como su nombre lo dice, están enfocados en cubrir necesidades sociales existentes para de esa manera impactar de forma positiva en la población, contribuyendo al desarrollo humano con soluciones innovadoras y rentables.

Dentro del área social se encuentra dos subcategorías donde los proyectos de emprendimiento tratan de impactar las cuales son:



Figura 1: Áreas del emprendimiento social

Fuente: Elaboración propia con base a información de Merino (2013)

Todo lo anterior, puede tornarse complicado o difícil si el emprendedor no logra obtener financiamiento a través de fuentes tradicionales, por el riesgo que implica el ser un negocio nuevo; por lo que cada vez más se ven en la necesidad de probar con otras opciones.

Entre esas fuentes alternativas, surge el término de economía colaborativa, cuya definición en pocas palabras es: "la de compartir e intercambiar bienes y servicios en distintas plataformas digitales". La anterior definición da como punto de inicio el uso de plataformas digitales, sin intermediación financiera, para obtener fondos monetarios.

Crowdfunding: Una nueva alternativa

En el contexto anterior, es que emerge el crowdfunding como medio de enlace inmediato para los que necesitan financiamiento con los que están dispuestos a brindarlo. Como cualquier otra opción, cuenta con características que lo vuelve más atractivo a la hora de buscar financiamiento.

A continuación, se muestra la figura 2 donde se resaltan las características más importantes:

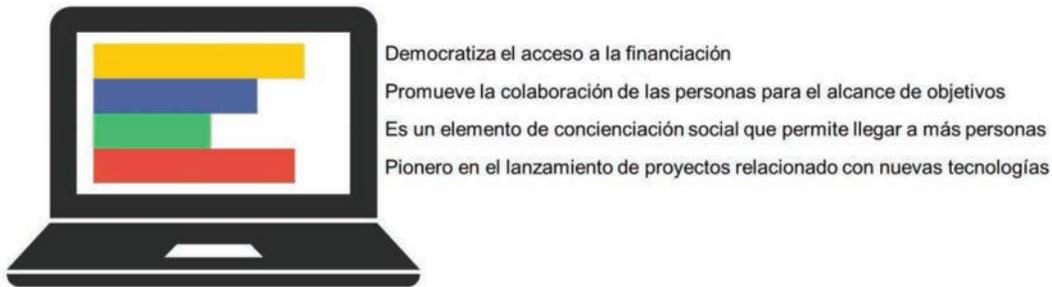


Figura 2: Características del crowdfunding

Fuente: Elaboración propia con base a información de Hernansanz (2016)

Crowdfunding: Tipos

Además de conocer las características de esta alternativa se vuelve necesario conocer los cuatro tipos de

crowdfunding que existe en la actualidad, por lo que en la figura 3 se describen a continuación:



Figura 3: Tipos de crowdfunding

Fuente: Elaboración propia con base a información de Hernansanz (2016)



El Salvador y el crowdfunding: Normativa Legal

Por otro lado, al ser una fuente de financiamiento poco utilizada, no existe actualmente en El Salvador una ley centrada al crowdfunding como tal, donde se dicten los derechos, deberes y sanciones al momento de ejecutar desembolsos a favor de proyectos disponibles en cualquier plataforma.

Sólo se cuenta con la Ley contra Lavado de Dinero y de Activos y la Ley contra la Usura, que bien pueden formar parte de una ley más integral que fortalezca la operatividad y credibilidad por parte de usuarios tanto existentes como potenciales de esta alternativa. En la figura 4 detalla algunos de los artículos que considerar el tema de financiación.

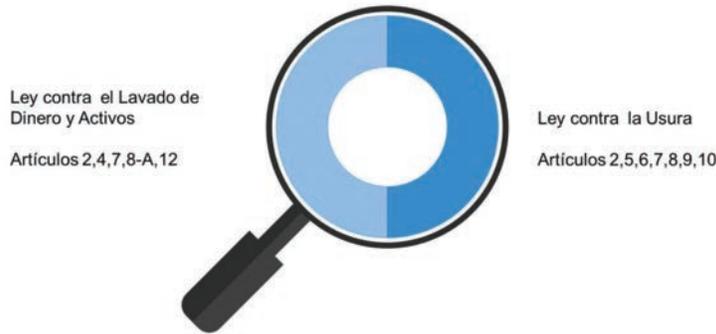


Figura 4 : Normativa legal aplicada al crowdfunding
 Fuente: Elaboración propia con base a información de García Gallardo & Rugamas (2017)

Los artículos mencionados hacen referencia a operaciones que están reguladas en el sistema financiero salvadoreño, así como cuáles son las problemáticas que se plantean como infracciones o faltas al Estado entre las que se pueden mencionar: No informar a Hacienda los ingresos recibido por proyectos, ingresar o declarar una cantidad diferente a la que se lleve, captar dinero dentro o fuera del país podría considerarse lavado de dinero, entre otras.

Crowdfunding: ventajas y desventajas

Otro aspecto a considerar se muestra a continuación en la figura 5, donde se aprecian las virtudes y los obstáculos que se pueden presentar en algún momento de la financiación las personas que opten por esta fuente de financiamiento.



Figura 5: Ventajas y desventajas del crowdfunding
 Fuente: Elaboración propia con base a información de Velásquez Bazurto (2015) y Pena (2014)



La información anterior es importante resaltarla para motivar al usuario que se financia a través de crowdfunding a cumplir con los requerimientos, ya que si el proceso no es ejecutado efectivamente puede perjudicar al proyecto no solo financieramente, al no lograr la totalidad para su ejecución, sino también la imagen del negocio pierde confianza, porque si los fondos no son utilizados efectivamente y con transparencia, puede verse como fraude ante los aportantes.

Metodología de investigación

El difícil acceso a financiamiento es uno de los principales problemas al que se enfrentan los emprendedores sociales en El Salvador, dificultades originadas por diversas razones, como por ejemplo: ser un negocio o proyecto nuevo, no contar con una estructura que garantice el retorno de la inversión o simplemente porque es un proyecto social y lo social se asocia con beneficencia. Es por ello los emprendedores sociales no encuentran respaldo en estos medios y las iniciativas en este sector deben buscar alternativas no convencionales para ejecutar sus proyectos.

A partir de esa problemática surge la necesidad de identificar las fuentes innovadoras de financiamiento a las cuales puedan recurrir los emprendedores sociales para financiarse, especialmente el crowdfunding como una alternativa viable en la obtención de recursos financieros.

El crowdfunding como alternativa de financiación

La investigación bibliográfica dilucidó el impacto que está causando el crowdfunding en los emprendimientos de distintos países, emprendedores que actualmente están obteniendo los beneficios que de otra forma no sería posible. Ante este panorama investigamos cómo en El Salvador se puede utilizar esta alternativa y así beneficiar a los emprendedores sociales para que puedan desarrollar sus iniciativas, creciendo económicamente a la vez que crean proyectos que impactan a grupos de personas que tengan una necesidad generalizada.

Por esta razón se inicia la recopilación de información acerca del crowdfunding y sus plataformas de financiamiento, debido a que con ello se puede determinar de manera más precisa el funcionamiento y la importancia en el desarrollo de ideas, proyectos y productos que pueden desarrollar los emprendedores sociales de El Salvador.

Como punto de partida se realiza una investigación de carácter bibliográfico, revisando el material teórico disponible: tesis de investigaciones previas del tema realizados por estudiantes de otras universidades, libros, artículos de revista relacionados al tema y plataformas crowdfunding en Latinoamérica.

Con base a la información obtenida de las fuentes anteriores, se procede a realizar una investigación para recabar datos de las fuentes primarias para conocer el manejo y funcionamiento de plataformas crowdfunding en diversos países. Entre las fuentes utilizadas se pueden mencionar: Administradores de plataformas crowdfunding y emprendedores sociales que hayan utilizado el crowdfunding como fuente de financiamiento.

Herramienta

Para la obtención de los datos primarios requeridos en la investigación se utiliza la entrevista como mecanismo. Se realizó un listado de preguntas que en términos generales dan respuesta a los puntos clave a considerar cuando se utiliza crowdfunding, la entrevista se elabora de forma estructurada y comprende todos los elementos que responden a los objetivos de la investigación.



RESULTADOS

En este estudio se presentan los datos obtenidos de entrevistas a administradores de nueve plataformas crowdfunding, que actualmente tienen presencia en Latinoamérica. Para conocer las oportunidades que estas plataformas pueden representar para los em-

prendedores sociales de nuestro país, detallamos a continuación los elementos más representativos que pautan el funcionamiento de dichas plataformas y las facilidades que ofrecen como intermediarias en esta alternativa de financiamiento colaborativo.

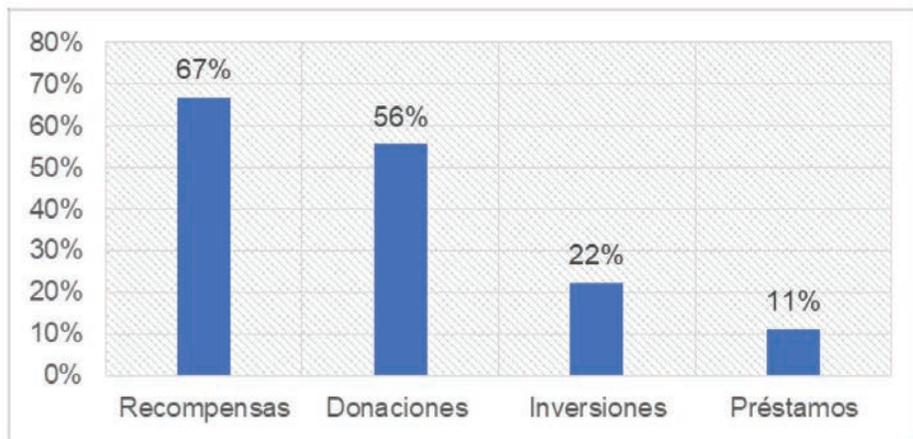


Tipos de crowdfunding

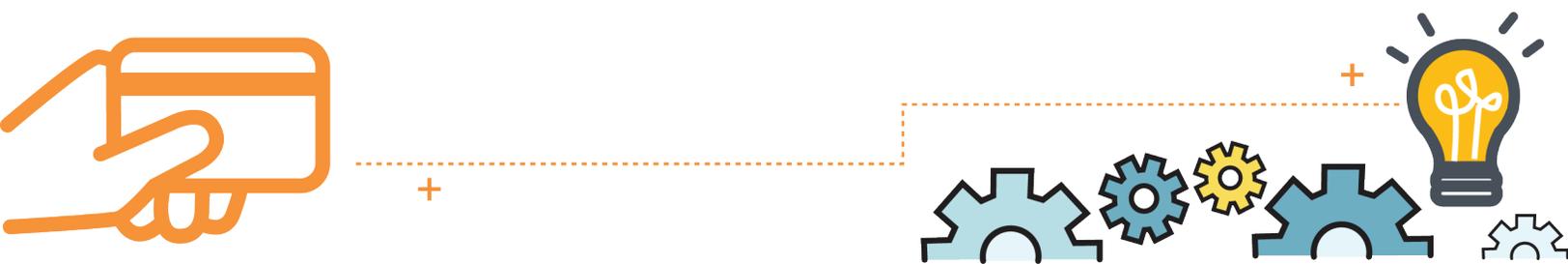
De los tipos de crowdfunding facilitados, las respuestas fueron recurrentes en uno de ellos: crowdfunding de tipo recompensa, es decir, ofrecer un incentivo a cambio del financiamiento. Esta modalidad permite

al emprendedor darse a conocer relacionando las recompensas con su proyecto, aunque se recomienda sean cosas simbólicas que no impacten en el presupuesto del proyecto es una oportunidad para usarlo promocionalmente.

Gráfico 1. Tipos de crowdfunding que facilitan las plataformas



Fuente: Elaboración propia con base en la información brindada por los expertos.



Estos resultados constituyen un panorama positivo para los emprendedores sociales, porque son los tipos recompensa y donaciones los que más pueden ser aprovechados para fondear proyectos de impacto social, que mejoren las condiciones de vida de grupos sociales que están desatendidos y que representan oportunidades para desarrollar iniciativas innovadoras que tengan aceptación en los aportantes y en los beneficiarios.

Criterios para seleccionar las campañas

Cada plataforma diseña su proceso interno de selección para elegir las campañas que se publican, respondiendo a criterios específicos en cada caso, pero existen criterios que son comunes de acuerdo a la información recabada. Los criterios de selección que todas las plataformas toman a consideración son los siguientes:

1. **Viabilidad y consistencia con los temas de la plataforma**

2. **Que sean asociaciones o personas naturales los que propongan el proyecto**
3. **Que los proyectos sean innovadores**

Además de estos se deben cumplir otros muy propios de la plataforma donde se esté aplicando, al iniciar el proceso los emprendedores reciben los requerimientos a solventar exigidos por la plataforma.

Niveles de éxito

Los alcances en cuanto a campañas exitosas en términos generales es satisfactorio, en las plataformas consultadas el promedio de campañas totalmente financiadas es de 48% y del restante se encuentran las campañas que no son catalogadas como éxito, pero que acumulan porcentajes importantes de financiamiento y que, en algunas de las plataformas, reciben la cantidad acumulada al cierre de la campaña. Los datos obtenidos se muestran a continuación.

Gráfico 2. Alcance de las plataformas



Fuente: Elaboración propia con base en la información brindada por los expertos.

De las campañas que no alcanzan el 100% hay decisiones que se toman de acuerdo al protocolo interno de las plataformas, la mayoría reembolsan el dinero a los aportantes, pero hay otro porcentaje que entregan el dinero a los emprendedores para cubrir parcialmen-

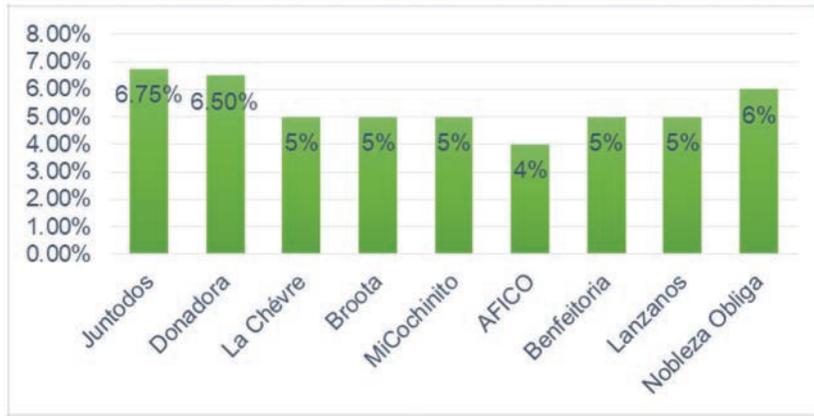
te la ejecución del proyecto. Este elemento es necesario indagarlo cuando se pretende hacer crowdfunding para optar por las plataformas que se adecuen a las necesidades del emprendedor.



Costo de financiarse vía crowdfunding

En cuanto al costo de financiamiento, las plataformas cobran en concepto de comisión un promedio de 5%, los detalles se muestran en el gráfico siguiente.

Gráfico 3. Costo de comisión



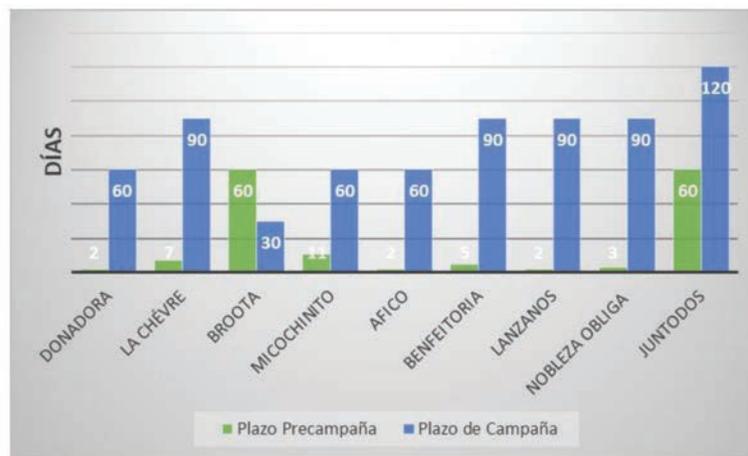
Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de los administradores

Plazos por campaña

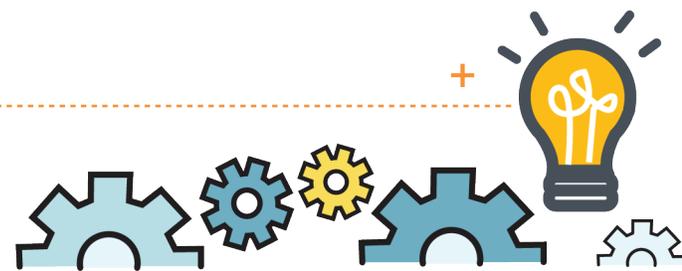
Los plazos por campaña responden a las fases que estas poseen, que son tres: fase de aprobación-validación, fase pública y fase de cierre. Los periodos de tiempo son determinados por cada plataforma de acuerdo a sus requerimientos internos y los tiempos necesarios que necesitan para realizar cada proceso. Los datos por plataforma se resumen en el siguiente gráfico.

Los plazos aquí establecidos son una variable a considerar para los emprendedores que utilizan o son potenciales usuarios de plataformas crowdfunding puesto que se debe analizar la proyección temporal del proyecto y así elegir la plataforma que se adecúe a estas limitantes.

Gráfico 4. Plazos por campaña



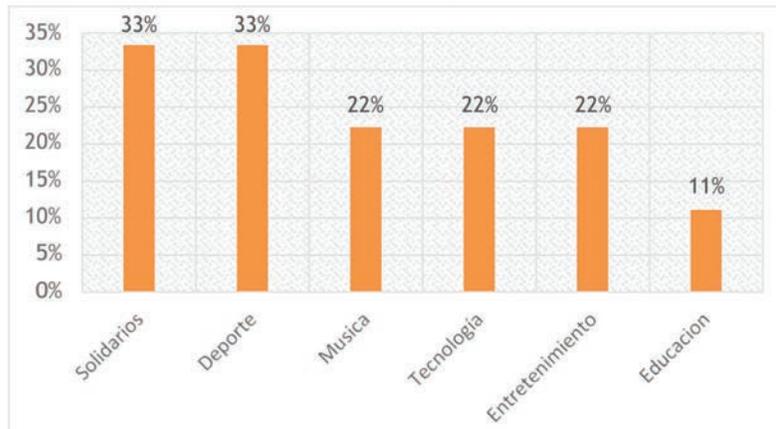
Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de los administradores



Categorías con más apoyo en crowdfunding

Los proyectos publicados en plataformas crowdfunding se agrupan en categorías de acuerdo al área específica donde se desarrolla el proyecto. De ahí que se vuelve imperativo conocer en qué área se encuentra

el negocio que se quiera financiar y así optar por la plataforma que históricamente sea efectiva al financiar proyectos relacionados. Los datos recabados se muestran a continuación.

Gráfico 4. Plazos por campaña

Fuente: Elaboración propia con base en datos obtenidos de los administradores

En las plataformas que forman parte del estudio, las categorías que más apoyo reciben por parte de los aportantes son los proyectos agrupados en las categorías solidarios y deportes, abriendo oportunidades, como señalamos con anterioridad, para los emprendedores sociales puesto que los proyectos de impacto social pueden clasificarse en estas categorías y recibir financiamiento total para los proyectos. Incluso pueden formar parte de grupos donde se les da seguimiento después de haber utilizado crowdfunding, asegurando la sostenibilidad a largo plazo.

Discusión

Como resultado de la investigación se pueden identificar cuatro puntos que son claves en la toma de decisiones en cuanto al uso de crowdfunding para el emprendedor social. Primero, es importante que el emprendedor social conozca cuál tipo de crowdfunding utilizará, porque definirlo es determinante para focalizar plataformas y aportantes desde el inicio del proceso.

En este sentido podemos tomar en consideración la clasificación del crowdfunding que realiza Cesar Ren-

tería (2016), en donde el crowdfunding de recompensa y donación constituyen la parte social del mismo, ya que en ambos casos no se busca una retribución económica por el financiamiento que se otorga a los proyectos.

Por consiguiente, en el caso de emprendimientos sociales, lo ideal es optar por la parte social del crowdfunding, lo que significa delimitar y utilizar únicamente crowdfunding de tipo donación o de tipo recompensa para financiar los proyectos.

De acuerdo con la investigación, donde se consideraron plataformas que se encuentran dentro del modelo comunitario, y que además permiten el financiamiento de proyectos de carácter social, los resultados arrojaron que el 89% de las plataformas consultadas facilitan estos dos tipos de crowdfunding, propiciando un panorama positivo para los emprendedores sociales pues existe una apertura en las plataformas a financiar proyectos de este tipo.



Al analizar los resultados por tipo de crowdfunding, el 67% de las plataformas facilitan el de tipo recompensa, por lo que se puede considerar la mejor alternativa de financiamiento para el emprendedor social, ya que permite la promoción del proyecto por medio de la entrega de diversos incentivos de carácter simbólico por las diferentes aportaciones que reciba para el proyecto.

Cabe recalcar que para hacer uso de este tipo de crowdfunding, es necesario que el emprendedor considere los diferentes artículos promocionales que se entregarán dentro del presupuesto de su proyecto, para evitar costos extra que puedan generar desajustes al finalizar la campaña y en consecuencia afecten la ejecución del proyecto.

En segundo lugar, es importante que el emprendedor social conozca cuáles son los criterios que las plataformas utilizan para la selección de los proyectos que son publicados. Con las plataformas estudiadas se pudo determinar diversos criterios de evaluación que son específicos por cada plataforma. Sin embargo existen dos criterios que son considerados por todas las plataformas y que determinan en gran medida si una campaña será publicada o no, estos criterios son la viabilidad y consistencia con los temas de la plataforma y que sea un proyecto innovador.

Con respecto a la viabilidad, la estructura del proyecto es muy importante puesto que hay diversos factores que determinan la viabilidad del proyecto, como el monto a financiar, las recompensas a entregar y sobre todo la existencia de una intención real por llevarlo a cabo. Con relación a la innovación, es importante que el proyecto sea novedoso tanto en su estructura como en el impacto social que pretenda causar, en este sentido se relaciona directamente con la definición de emprendimiento social propuesta por Jiao (2011) que señala que se trata de un proceso innovador donde se combinan los recursos en la búsqueda de oportunidades que puedan generar un cambio social.

El tercer punto se relaciona con los costos, los emprendedores deben conocer esta variable cuando optan por financiarse a través de una plataforma crowdfunding. Existe una comisión que cada plataforma

cobra por realizar la intermediación entre el emprendedor y los aportantes. Esta comisión junto con el costo de los promocionales (en el caso del crowdfunding de tipo recompensa) son los elementos que se deben de considerar cuando se formula el presupuesto de los proyectos.

Según el estudio, las plataformas cobran una comisión entre el 4% y 6.75%, siendo en promedio un 5% de comisión por plataforma y que además un 33% de las plataformas entrevistadas cobran una tarifa adicional, en concepto de impuesto o propina. En este sentido, los emprendedores tienen una oportunidad de financiamiento viable puesto que el costo de financiarse mediante una plataforma crowdfunding es competitivo y relativamente bajo.

Como último punto, es necesario considerar los plazos de las campañas, ya que estos determinan los tiempos en que esta es aprobada y publicada, así como también el tiempo en que está activa en la plataforma y puede recibir aportaciones. El estudio revela que en promedio la duración de una campaña en las plataformas entrevistadas es de 90 días, mientras que en general, los plazos de aprobación de los proyectos son inferiores a una semana. El emprendedor es quien debe de decidir, considerando la proyección temporal de su proyecto, que plataforma se adecua más a sus necesidades y expectativas.

Considerando estos cuatro puntos y analizando los resultados obtenidos, se puede establecer que el panorama para los emprendedores sociales de El Salvador es positivo, porque las facilidades que se brindan son idóneas y los requisitos para acceder a ellos son salvables con facilidad cuando el proyecto está bien formulado.

Aunado a lo anterior, se destaca que el 33% de los proyectos financiados se categorizan como proyectos solidarios, siendo esta una de las categorías con mayor participación dentro de las plataformas, lo que representa una oportunidad para los emprendedores sociales, puesto que pueden avocarse a las plataformas en donde históricamente el porcentaje de participación de los proyectos sociales es mayor y con esto tener un mejor impacto en su campaña.



Cabe destacar, que si bien existe una posibilidad potencial de éxito, también existen limitantes en cuanto al uso de esta alternativa de financiamiento. Entre ellas que actualmente en el país no existe una legislación que la regule, así como también las plataformas

no cuentan con un mecanismo de evaluación riguroso para los proyectos que logran la financiación. Ambas situaciones pueden propiciar que se registren fraudes en cuanto al uso real de los fondos obtenidos mediante el crowdfunding.

En conclusión, basándonos en los resultados obtenidos en el estudio se puede afirmar que existe una oportunidad potencial del uso del crowdfunding para financiar a emprendedores sociales en El Salvador. Esto debido a las bajas comisiones que las plataformas cobran por la intermediación, los tiempos relativamente cortos en los que se puede obtener el financiamiento y las oportunidades que las mismas plataformas brindan, no solo en cuanto a la categorización de los proyectos,

sino también en los beneficios adicionales que facilitan a los emprendedores.

Considerando lo anterior, si bien es cierto que las plataformas brindan oportunidades, el éxito de la financiación depende en gran medida del emprendedor y en su participación activa durante la campaña para gestionar la visibilidad del proyecto a los posibles aportantes.

Bibliografía utilizada:

- Merino, A. (2013). *Guía del emprendedor social: inspiraciones para la creación de empresa al servicio de la sociedad*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
- Gaitán, L., Gámez, M., Lara, F., & Martínez, I. (Mayo de 2014). *Análisis comparativo del emprendedurismo social a nivel mundial*. Tesis de pregrado. El Salvador: Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA)
- ASOBANCARIA. Ago 28, (2017). *Crowdfunding: Nueva herramienta para la inclusión financiera*. *Semana Económica*, (1104) Recuperado de: <http://marketing.asobancaria.com/hubfs/Asobancaria%20Eventos/Asobancaria%20-%20Semanas-Economicas/1104.pdf>
- Hernansanz, L. A. (2016). *Plataformas de financiación colectiva: El Crowdfunding*. Valladolid
- Velasquez Bazarro, S. G. (Octubre de 2015). *Modelo crowdfunding y su factibilidad en el Ecuador para el desarrollo de nuevos emprendimientos*. Tesis para optar al grado de Maestro en Finanzas y Proyectos Corporativos. Ecuador: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8827/1/TESIS%20SIMON%20GREGO%20VELASQUEZ%20BAZURTO.pdf>
- Pena, F. (Abril de 2014). *¿Qué es el Crowdfunding? Ventajas y Desventajas*. *Innovación*. Obtenido de <https://innovainternetmx.com/2014/04/crowdfunding/>
- García Gallardo, C. R., & Rugamas, D. A. (Febrero de 2017). *El Crowdfunding como mecanismo de financiamiento para emprendedores*. Trabajo de graduación para optar al grado de maestría en administración financiera. El Salvador
- Jiao, H. (2011). *Un modelo conceptual de emprendimiento social dirigido hacia el impacto social en la sociedad*. *Social Enterprise Journal*.
- Rentería, C. (2016). *Las plataformas de Crowdfunding en América Latina*. *Diálogo Regional sobre Sociedad de la Información*. Lima, Perú: IDRC- CRDI.

