



Un análisis descriptivo del crowdfunding en México.

Volumen XX No (1). Enero-Junio 2020. Pág. 25-42

ISSN: 0121-1048 IMPRESO ISSN: 2422-3220 EN LÍNEA

Campos Avendaño, Daniela ·

*Universidad Autónoma de Sinaloa
Facultad de Contaduría y Administración, Ciudad
Universitaria Módulo 4, Col. Villa Universidad, 80010
Culiacán, Sinaloa, México.
camposdanielaa@gmail.com.
autor corresponsal

Bernal Domínguez, Deyanira

*Universidad Autónoma de Sinaloa
Facultad de Contaduría y Administración, Ciudad
Universitaria Módulo 4, Col. Villa Universidad, 80010
Culiacán, Sinaloa, México.
deyanirabernaldominguez@gmail.com*

Resumen

El crowdfunding se ha convertido en una alternativa válida para financiar proyectos sociales, culturales y de negocios en el mundo. La presente investigación es un análisis descriptivo del crowdfunding, financiamiento mediante una multitud a través de internet, en México. Su objetivo es conocer la tendencia, las características y la dinámica de las plataformas mexicanas de crowdfunding. Para ello, se realizó un análisis de los datos publicados en las plataformas de crowdfunding. A su vez, se muestra el crecimiento del sector en términos de número de plataformas, iniciativas lanzadas, inversionistas/financiadores participantes y empresas financiadas. La investigación muestra que el crowdfunding ha tenido un crecimiento promedio del 48% en cuanto a plataformas y que las innovaciones en los modelos de las plataformas han tenido lugar, principalmente, en aquellas de naturaleza financiera.

Palabras Clave: crowdfunding, plataformas, recompensa, deuda, equidad, donación.

Códigos JEL: G11, G23, G29.

· Citar: Campos Avendaño, Daniela y Bernal Domínguez, Deyanira (2020). Un Análisis descriptivo del crowdfunding en México. *Inquietud Empresarial*, 20(1), 25-42.

A descriptive analysis of crowdfunding in Mexico

Abstract

Crowdfunding has become a valid alternative to finance social, cultural and business projects in the world. The present investigation is a descriptive analysis of crowdfunding, financing through a crowd using the Internet, in Mexico. Its objective is to know the trend, the characteristics and the dynamics of the Mexican crowdfunding platforms. For this, an analysis of the data published in the crowdfunding platforms was carried out. In turn, the growth of the sector is shown in terms of the number of platforms, initiatives launched, investors / funders participating, and companies financed. The research shows that crowdfunding has had an average growth of 48% in terms of platforms and that the innovations in the models of the platforms have taken place, mainly in those of a financial nature.

Keywords: crowdfunding, platforms, rewards, debt, equity, donation.

JEL Classification: G11, G23, G29.

1. INTRODUCCIÓN

Hasta hace tiempo, cualquier persona que necesitaba recursos para la realización de un proyecto, ya sea de índole cultural, social o con fines de lucro, se veía limitado por las ofertas existentes en el mercado. Hoy en día, la expansión del *crowdfunding*, a través de sus distintos modelos, representa una nueva alternativa para recaudar capital, fomentar la inclusión financiera y reducir la brecha de financiamiento. A raíz de la proliferación del internet y el surgimiento de las redes sociales en conjunto con la crisis financiera de 2008, se desencadenó la evolución del *crowdfunding* (Bruton, Khavul, Siegel & Wright, 2015), logrando recaudar a nivel mundial \$34.4 billones de dólares al cierre de 2015 (Massolution, 2015).

El *crowdfunding* ha surgido como una forma novedosa de recaudar capital para una gran variedad de proyectos y, dado su rápido crecimiento y aplicabilidad, ha conseguido atraer la atención de empresarios, académicos y autoridades gubernamentales. No obstante,

a pesar de la creciente atención por parte de distintas entidades, los mecanismos y la dinámica general del *crowdfunding* siguen sin comprenderse (Mollick, 2014; Griffin, 2012). De ahí, se desprende la necesidad de explorar la evolución de este fenómeno a través de sus distintos modelos.

El *crowdfunding* se clasifica con base en la retribución que ofrece a quienes participan en estos esquemas de financiamiento. Es decir, pueden ser modelos de donación, recompensa, deuda o equidad (*Crowdfunding México*, 2017). En un inicio, este mercado tenía un carácter más altruista por su uso para fines filantrópicos. No obstante, ahora representa un campo emergente en la creación de nuevas alternativas de financiamiento que ayudan a las startups y pequeñas y medianas empresas (PyMES) a obtener recursos. Este documento es una revisión exploratoria sobre las plataformas de *crowdfunding* en México y tiene por objetivo conocer la evolución del sector, así como las características y la dinámica de las plataformas por esquema de financiamiento.

Esta investigación se compone de cuatro secciones. En primer lugar, el marco teórico aborda la historia, definición y modelos de crowdfunding, así como las generalidades de la Ley Fintech, encargada de regular los modelos de naturaleza financiera. En segundo lugar, la sección metodológica explica el proceso para la obtención de los datos de cada plataforma, los cuales son presentados en la sección de resultados. Finalmente, en las conclusiones se presentan los principales hallazgos y se ofrecen futuras líneas de investigación para este campo emergente de financiamiento.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. *Crowdfunding*

El *crowdfunding* se inspira en la fusión de los conceptos de microfinanzas y crowdsourcing (Belleflamme, Lambert & Schwienbacher, 2014). El primero hace referencia al otorgamiento de microcréditos a emprendedores y pequeñas empresas que carecen de acceso a la banca u otras fuentes tradicionales de financiamiento (Morduch, 1999). Mientras que el crowdsourcing, utilizado por primera vez en un artículo de Jeff Howe en la revista Wired (2006), consiste en la tercerización de la fase de generación de ideas a una población potencialmente grande y desconocida, conocida como la “multitud”, en la forma de una llamada abierta. Es decir, se involucra a la multitud para la obtención de ideas, retroalimentación, y soluciones para la actividad empresarial (Poetz & Schreier, 2012). El término de *crowdfunding* se conforma por la adición de la multitud “crowd” con el financiamiento “funding” y, de manera general, es un método que involucra recurrir a un gran número de personas para la obtención de recursos.

El *crowdfunding* es un mercado emergente de capitalización para distintos proyectos, desde con fines de lucro hasta causas sociales, tecnológicos, artes escénicas, bienes raíces y música (Paschen, 2017). Dada su expansión, resulta difícil encontrar una definición homogénea que comprenda todas sus variantes. Belleflamme, Lambert & Schwienbacher (2014) lo definen como “una llamada abierta, sobre todo a través del internet, para la provisión de recursos financieros en forma de donación o a cambio de un producto futuro o alguna forma de recompensa para apoyar iniciativas con fines específicos” (p.588). Por otra parte, Ahlers, Cumming, Günther & Schweizer (2015) lo describen como un término paraguas que involucra pequeñas aportaciones de un número de individuos, a través de internet, para la obtención de recursos monetarios destinados a un proyecto en particular.

Así mismo, Mollick (2014) señala que “en cualquier campo emergente, las concepciones populares y académicas del *crowdfunding* se encuentran en un estado de flujo evolutivo que hace que definiciones completas arbitrariamente limiten” (p.2). Es decir, es difícil encontrar una definición que englobe toda su dinámica. Schwienbacher & Larralde (2010) lo definen como la solicitud de recursos financieros, en forma de donación, recompensa y/o derechos de voto, a través de una llamada abierta en una página de internet. No obstante, esta definición deja fuera las modalidades de inversión.

Desde una perspectiva empresarial, el *crowdfunding* se define como “los esfuerzos de individuos y grupos para financiar sus proyectos –culturales, sociales y con fines de lucro– recurriendo a contribuciones relativamente pequeñas de un número relativamente grande de personas que usan

internet, sin intermediarios financieros estándar” (Mollick, 2014, p.2). En otras palabras, el *crowdfunding* es una llamada abierta para proporcionar recursos financieros a través de plataformas que vinculen a solicitantes de financiamiento con financiadores (Belleflamme, Omrani & Peitz, 2015).

2.2. Modelos de crowdfunding

A través de una llamada abierta por medio de internet, las plataformas de *crowdfunding* conectan a individuos o empresas con necesidad de financiamiento con individuos o empresas dispuestos a financiarlos. Paschen (2017) señala que, así como las necesidades de financiamiento varían, el *crowdfunding* se clasifica según el tipo de recompensa ofrecida a sus participantes.

En ese sentido, Belleflamme et al. (2015) sostienen que:

“El *crowdfunding* viene en una variedad de actividades de recaudación de fondos y lo que se ofrece a cambio de los fondos. Esto atrae a diferentes tipos de participantes. Es útil distinguir entre plataformas basadas en

inversión, basadas en recompensas y basadas en donaciones” (p.12).

En adición, los autores señalan que las plataformas basadas en inversión operan bajo los modelos de equidad, regalías y deuda. Este tipo de plataformas pueden verse como un instrumento de inversión financiera, utilizadas comúnmente para financiar startups y PyMEs, puesto que ofrecen un beneficio monetario a cambio de su participación. En las plataformas basadas en recompensas se obtienen recompensas no monetarias, un producto, por ejemplo. Y en las basadas en donación, no se ofrece retribución alguna (Belleflamme et al., 2015).

Rentería (2016), por otra parte, identifica cuatro esquemas de financiamiento en esta industria emergente: donaciones, inversión por recompensas, préstamos sobre tasas de interés e inversión en acciones. Aunado a esto, el proyecto *Crowdfunding México* (2017) establece que pueden ser de naturaleza financiera o no financiera. Y, a su vez, clasifica las plataformas de *crowdfunding* en cuatro modelos, como se muestra en el Tabla 1.

TABLA 1. CARACTERÍSTICAS DEL CROWDFUNDING POR MODELO

Modelo	Donación	Recompensa	Deuda	Capital
Regulado	No	No	Si	Sí
Retorno financiero	No	No	Si	Si
Recompensa	Sin recompensa	Recompensas tangibles o experiencias	Reembolso del capital o interés	Copropiedad o capital con potencial futuro
Usos	Patrocinio / Caridad	Ideas creativas / pre-ordenar	Emisores con clientes / Flujo de efectivo	Compañías con potencial

Fuente: Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2018 (p. 102)

En el modelo basado en donación, se aporta una cantidad a una iniciativa o proyecto sin recibir ningún tipo de recompensa. Las iniciativas bajo este esquema suelen estar más ligadas con el apoyo a causas humanitarias y proyectos creativos (Belleflamme et al., 2015). En términos

simples, los fondos recibidos son básicamente un donativo para una causa, donde el fondeador no espera retribución alguna (Paschen, 2017).

En el modelo de recompensa, se busca atraer al financiador a través de un esquema de incentivos no monetarios en forma de

reconocimientos, experiencias, asistir a eventos especiales, conocer a los creadores, entre otros (Paschen, 2017). A su vez, funciona como mecanismo de pre-venta de un producto, donde el interés del financiador no radica en la obtención de un rendimiento financiero, sino en la adquisición de un bien futuro (Belleflamme et al., 2015).

De acuerdo con *Crowdfunding México* (2017), “el modelo de deuda facilita la relación entre solicitantes de préstamos y aportantes de financiamiento a través del establecimiento de tasas de crédito y del desarrollo de carteras atractivas para ambos” (p.19). También conocido como peer-to-business (P2B) o peer-to-peer (P2P), recauda dinero de los inversionistas a cambio de un rendimiento financiero, mismo que se deberá de pagar en forma de interés (Paschen, 2017).

En el modelo de *crowdfunding* de capital, también conocido como de equidad, las empresas obtienen capital a cambio de ceder una participación accionaria de la empresa. Es la categoría de mayor crecimiento y el valor promedio de las campañas suele ser más elevado Ahlers, Cumming, Günther & Schweizer (2015). Dicho modelo se considera en conjunto con el modelo de regalías, su diferencia radica en que en este ofrece una fracción de los ingresos o ganancias futuras (Belleflamme et al., 2015).

Como se observa en el cuadro 2.1., el modelo de donación y de recompensa son de naturaleza no financiera y, por tanto, no entran dentro del marco normativo de la Ley Fintech. Por el contrario, los esquemas de deuda, equidad y regalías pertenecen al *crowdfunding* financiero y están reguladas por la recién aprobada Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera,

misma que será abordada en el siguiente apartado.

2.3. Regulación del crowdfunding en México

El *crowdfunding* ha sido regulado en países como Reino Unido, España, Italia y Estados Unidos. En México, la Ley para regular las Instituciones de Tecnología Financiera, mejor conocida como Ley Fintech, fue publicada el 09 de marzo de 2018 en el Diario Oficial de la Federación. La Ley Fintech tiene por objetivo regular a las empresas que prestan servicios financieros mediante el uso de la tecnología.

En el artículo 3º, se señala que la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) en conjunto con el Banco de México (Banxico) son las entidades responsables de supervisar el cumplimiento de lo dispuesto en dicha Ley. Así mismo, la Ley regula dos tipos de instituciones:

⇒ Instituciones de Financiamiento Colectivo, plataformas que ponen en contacto directo a personas interesadas en participar en esquemas de deuda, de capital y de copropiedad o regalías;

⇒ Instituciones de Fondos de Pago Electrónico, plataformas que realizan servicios de emisión, administración, redención y transmisión de fondos de pago electrónico.

En el capítulo I, se encuentra la legislación referente a las Instituciones de Financiamiento Colectivo. El artículo 16º señala que se pueden realizar operaciones de deuda, de capital, y de copropiedad o regalías a través de las IFC. Por su parte, las operaciones de deuda pueden ser:

- ⇒ Préstamos personales entre personas
- ⇒ Préstamos empresariales entre personas

⇒ Préstamos para el desarrollo inmobiliario

En 10 de septiembre de 2018, se publicaron las leyes secundarias aplicables a las Instituciones de Tecnología Financiera. Este primer bloque establece, principalmente, la información y documentación necesaria para solicitar autorización para operar, el capital mínimo requerido, los límites para la recepción de recursos en efectivo y transferencia de recursos, los criterios de contabilidad y los planes de continuidad de negocio ante contingencias operativas.

En el título tercero, capítulo III, se especifican los límites de recursos que las IFC podrán mantener a nombre de sus clientes. El artículo 47° señala que las IFC de préstamos personales entre personas no podrán publicar solicitudes de financiamiento que excedan a 50,000 UDIs, unos 300 mil pesos. Y de 1'670,000 UDIs, unos 10 millones de pesos, en el caso de préstamos empresariales entre personas, de deuda para el desarrollo inmobiliario, de capital y de regalías. El artículo 48° establece que las IFC no podrán publicar en sus plataformas solicitudes para que un mismo solicitante obtenga recursos que excedan a 7'370,000 UDIs, unos 46 millones de pesos.

También, el artículo 19°, señala que las IFC deberán establecer controles que impidan que un mismo inversionista realice compromisos de inversión que superen el 10% para el modelo de préstamos personales entre personas, 15% para el resto de las modalidades, en caso de ser persona física, y el 20% en caso de ser persona moral en cualquier modalidad. En el artículo 50°, se especifican los supuestos bajo los cuales no serán aplicables los porcentajes anteriores.

Las leyes secundarias marcaron la pauta para que las plataformas de *crowdfunding* soliciten autorización para operar dentro del marco normativo de la Ley Fintech.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación consiste en un análisis descriptivo de la industria del *crowdfunding* en México. Tiene por objetivo conocer el crecimiento del sector, al igual que las características y dinámica de las plataformas dedicadas al financiamiento colectivo. En el primer apartado, se describe la evolución del *crowdfunding* en México utilizando datos de *Crowdfunding México* y de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. El sector se examinó a través del número de plataformas, de iniciativas lanzadas, de financiadores o inversionistas, y de empresas financiadas.

En la segunda parte, se realizó un mapeo de las plataformas de *crowdfunding* en México. Para efectos de esta investigación, las plataformas se clasificaron en cinco modelos de financiamiento: donación, recompensa, deuda, equidad y bienes raíces. Plataformas globales que operan en México, pero no son mexicanas, fueron excluidas del análisis. A excepción de Kickstarter, Afluente e Ideame. Tampoco se consideraron plataformas que no están vigentes actualmente. La información de cada plataforma se obtuvo a través de sus páginas oficiales del 04 al 10 de marzo de 2019, donde se identificaron características dependiendo de su modelo de operación. No toda la información disponible en las plataformas coincide. Por ello, se seleccionaron aquellas características donde fuera posible comparar una plataforma con otra del mismo modelo. A continuación, se muestra en la tabla 2, con una descripción de

cada enfoque utilizado, cabe destacar que estos pueden aplicar para uno o más modelos.

4. RESULTADOS

4.1. Crecimiento del crowdfunding en México

En 2011, el fenómeno del *crowdfunding* llegó a México con el lanzamiento de la

plataforma Fondeadora, la cual se maneja bajo un esquema de recompensas y fue la primera en comenzar a operar. Este fenómeno se encuentra en una etapa inicial y ha presentado un crecimiento acelerado en los últimos años, pasando de 1 plataforma en 2011 a 26 plataformas en 2019.

TABLA 2. CARACTERÍSTICAS DE LAS PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING

Enfoque	Segmento o mercado para el cual está diseñada una plataforma
Fondeadores	Individuos que aportan dinero a una campaña
Total recaudado	Monto total de financiamiento otorgado
Campañas	Solicitudes de financiamiento
Monto a donar	Rango de dinero permitido para aportar
Categorías	Clasificación de las campañas
Esquema todo o nada	La plataforma libera el dinero al cumplirse la meta de fondeo (100%)
Duración de campaña	Días que tiene una campaña para fondearse
Año	Fecha de lanzamiento de la plataforma
Inversión mínima	Monto inicial mínimo para invertir
Montos límite	Rango de financiamiento que se puede solicitar en una campaña
Plazos	Número de meses a los que se puede otorgar un préstamo
Valuación de empresas	Proceso para determinar el valor de una empresa

Fuente: elaboración propia

La Asociación de Fondeo Colectivo en México (AFICO) implementó un sistema de acreditación para las plataformas, previo a la regulación, con el objetivo de dar certidumbre a inversionistas sobre las buenas prácticas de las empresas. A julio de 2019, reconoce 20 plataformas asociadas: Kubo Financiero, PlayBusiness, Finv, MiCochinito, Expansive, Inverspot, YoTePresto, Donadora, Konsigue, LaTasa, Prestadero, Doopla, Fondify, Red Girasol, HipGive, Afluenta, Zigo Capital, Lendera, Trebol Capital e Ideame.

En las plataformas de *crowdfunding*, es útil distinguir entre los diversos modelos: donación, recompensa, deuda, capital y bienes raíces. Este último es un modelo híbrido que presenta características de los modelos de deuda y capital, y se enfoca a un sector en específico. Por ello, se considera

como un modelo aparte para efectos de esta investigación. Dichas clasificaciones dependen de la retribución que el financiador o inversionista obtenga a cambio de una aportación monetaria. La Tabla 3 muestra las plataformas en el país por modelo.

Como se observa en la Figura 1, el *crowdfunding* basado en deuda concentra un 46% del total de plataformas en México. Es decir, 12 de 26 plataformas corresponden al esquema de préstamos. En segundo lugar, se encuentran las de recompensa con un 19%, y después las de bienes raíces con un 15% del total. Es preciso mencionar que el modelo de préstamos presenta mayor variación en el enfoque de negocio. En este, se encuentran plataformas dedicadas a préstamos personales, empresariales, de arrendamiento, de factoraje y de energía solar.

TABLE 3. PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING EN MÉXICO

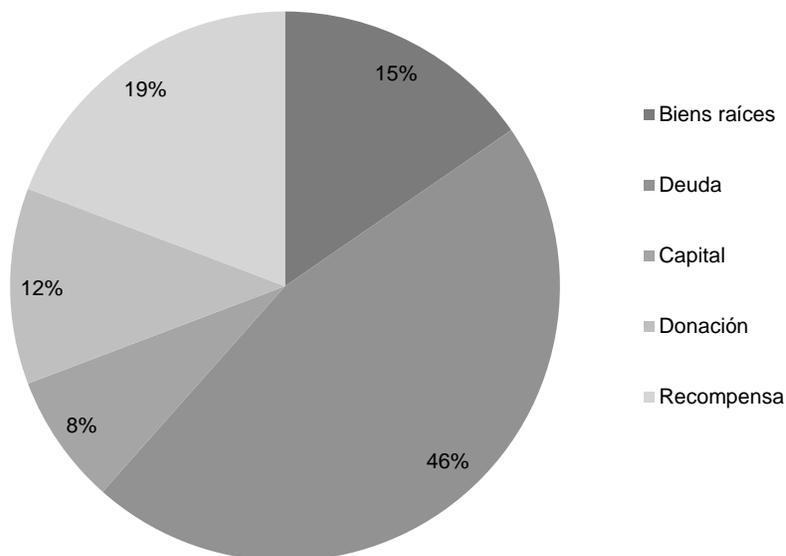
Modelo		Plataformas	
Donación	Donadora	Fondify	HipGive
Recompensa	MiCochinito	Inixar	Ideame
	Social Crowd	Kickstarter	
Deuda	Finv	LaTasa	Kubo Financiero
	Doopla	Afluenta	Lendera
	YoTePresto	Konsigue	PitchBull
	Prestadero	Pitchbull	Zigo Capital
Capital	Play Business	Propeler	
Bienes raíces	Expansive	Briq	Inverspot
	M2Crowd		

Fuente: elaboración propia

Las características de cada plataforma serán examinadas con mayor detalle en la sección siguiente. El Figura 2 muestra un gráfico de dispersión de las plataformas por año de lanzamiento, indicando su modelo de operación. En esta investigación, se identificaron 26 plataformas activas: 3 de donación, 5 de recompensa, 12 de deuda, 2 de equidad y 4 de bienes raíces. Es importante

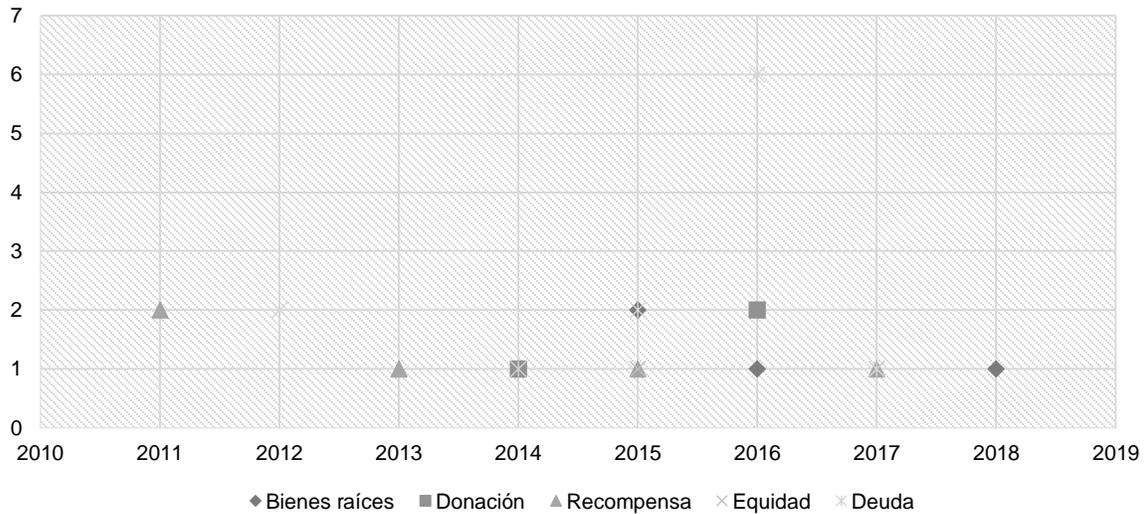
destacar que no se incluyeron plataformas que no estuvieran vigentes al momento de la consulta. En el cuadro, se observa que el mayor incremento en el número de plataformas sucedió entre 2015 y 2016, con 6 y 9 plataformas respectivamente. De 2011 a 2018, la cantidad de sitios dedicados al financiamiento colectivo tuvo un crecimiento promedio del 48%.

FIGURA 1. PLATAFORMAS POR MODELO DE CROWDFUNDING (%).



Fuente: elaboración propia

FIGURA 2. PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING POR AÑO DE LANZAMIENTO

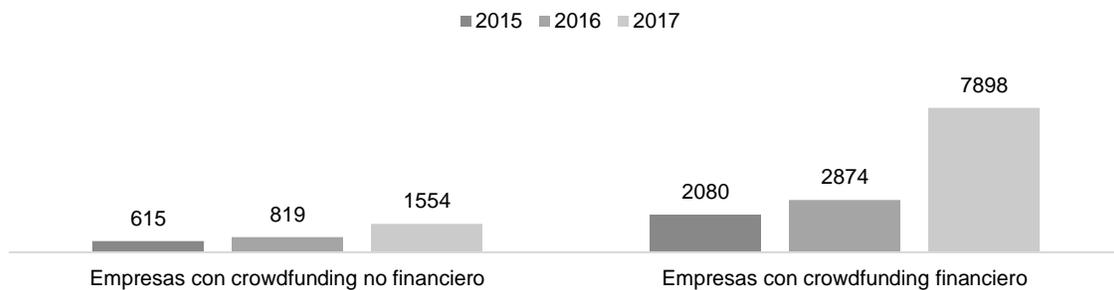


Fuente: elaboración propia

La iniciativa privada utiliza tanto *crowdfunding* financiero como no financiero para capitalizarse, (ver Figura 3) No obstante, los modelos financieros son más utilizados por empresas. En 2017, 1554 empresas se financiaron a través de modelos de donación y recompensa, y 7898 usando modelos de inversión. A su vez, las empresas financiadas mediante *crowdfunding* no financiero

crecieron en un 153%, utilizando principalmente Donadora con 1,279 y después Fondify con 186. Aunado a esto, la cantidad de empresas que usaron plataformas financieras aumentó en un 280%. La mayoría por la plataforma Kubo Financiero con 5,399, seguido por Prestadero con 859 y Afluenta con 618 (CNBV, 2018).

FIGURA 3. EMPRESAS CON FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DE PLATAFORMAS DE CROWDFUNDING.



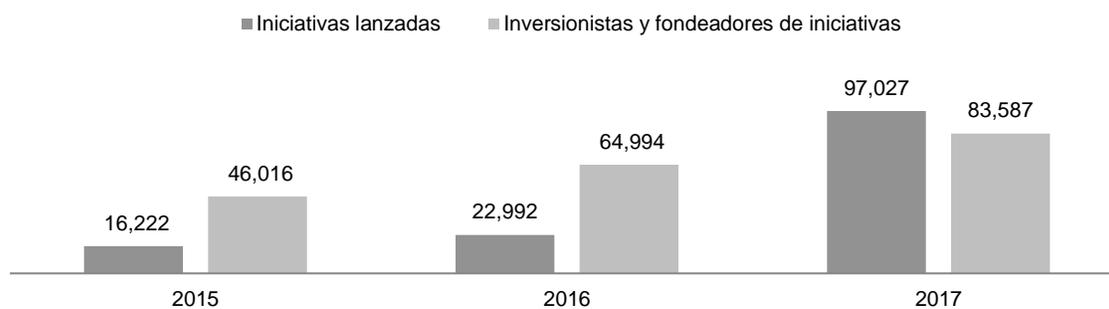
Fuente: elaboración propia

En 2017, se lanzaron 97 mil iniciativas, cifra que representa un incremento del 498% con respecto a 2015. Lo cual, sugiere que el *crowdfunding* ha ganado popularidad y que más individuos han comenzado a utilizar

estas plataformas. También, el número de inversionistas o fondeadores creció de 46 mil a 83 mil individuos, un aumento del 82% de 2015 a 2017 (ver Figura 4).

FIGURA 4. INICIATIVAS LANZADAS VS INVERSIONISTAS Y FONDEADORES EN MÉXICO

Un análisis descriptivo del crowdfunding en México



Fuente: elaboración propia.

El financiamiento colectivo es un mercado emergente de financiamiento para proyectos sociales, culturales o de negocios. Los datos anteriores, muestran el estado actual en términos del número de plataformas, iniciativas lanzadas, fondeadores, y empresas financiadas.

4.2. Mapeo de plataformas de crowdfunding en México

En este apartado, se presenta un análisis de las características y dinámica de las plataformas de crowdfunding en México. En total, se examinaron 24 plataformas dedicadas al financiamiento colectivo: 2 de donación, 5 de recompensa, 11 de deuda, 2 de equidad y 4 de bienes raíces.

4.2.1. Crowdfunding basado en donación

En el modelo basado en donación, se aporta una cantidad a una iniciativa sin recibir ningún tipo de recompensa. A la fecha, se identificaron dos plataformas nacionales que operan bajo este esquema: Donadora y Fondify.

Donadora es el brazo social de Fondeadora – la primera plataforma mexicana de crowdfunding– e inició operaciones en 2016. Busca conectar donadores con todo tipo de iniciativas sociales; desde apoyos en gastos de salud, educación o viajes, hasta emprendimientos y proyectos comunitarios. A

diferencia de su creadora, Donadora no ofrece recompensas a los donadores y el creador de la iniciativa recibe el total del dinero, se alcance la meta o no.

Fondify, por su parte, se enfoca en asistir en la recaudación de fondos a asociaciones sin fines de lucro. Inicialmente, se podían hacer iniciativas para causas sociales y emprendimientos a través de la plataforma; sin embargo, terminó por orientarse sólo a organizaciones no gubernamentales. Al igual que Donadora, se fundó en 2016 y se entrega el dinero total recaudado, aunque la meta no se cumpla. Es decir, no maneja un esquema de todo o nada.

En la tabla 4 se observa que el dinero total recaudado por Fondify representa apenas un 8.7% del recaudado por Donadora, a pesar de tener el mismo año de fundación. También, al dividir el monto total recaudado entre el número de iniciativas, se obtiene que una campaña promedio recauda \$31,842 pesos en Donadora y \$15,169 pesos en Fondify. En este tipo de plataformas, no se tienen montos límites en sus campañas, por lo que se puede fijar cualquier cantidad como meta. En resumen, Donadora es la plataforma con más donadores, más iniciativas y más dinero recaudado al término de esta investigación.

TABLA 4. CARACTERÍSTICAS DE PLATAFORMAS BASADAS EN DONACIÓN

	Donadora	Fondify
Enfoque	Causas o iniciativas sociales	Asociaciones sin fines de lucro
Fondeadores	373,000	Más de 12,000
Total recaudado	\$121,000,000	\$10,618,202
Campañas	3,800	700
Monto a donar	\$1 en adelante	\$30 a \$100,000
Categorías	9	5
Todo o Nada	No	No
Año	2016	2016

Fuente: elaboración propia

4.2.2. Crowdfunding basado en recompensa

En el modelo de recompensa, los financiadores reciben una retribución no monetaria a cambio de su aportación, misma que puede ser desde un reconocimiento hasta la preventa de un producto. En esta investigación, se identificaron cinco plataformas de recompensa que operan en el país (ver tabla 5) En 2011, se lanzó Fondeadora como la primera plataforma mexicana dedicada al financiamiento colectivo. Cinco años después, vendió sus operaciones a Kickstarter, plataforma estadounidense del mismo modelo y dirigida al financiamiento de emprendimientos y proyectos creativos. Por ello, se consideraron como una misma para los fines de este estudio.

Al igual que Fondeadora, Ideame es una plataforma latinoamericana para proyectos creativos y de emprendimiento. En la actualidad, la plataforma está disponible en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Estados Unidos y Paraguay. Ideame maneja un esquema opcional para las metas de las campañas, en este se puede escoger entre dos modalidades: todo o nada y todo suma. En el

primero se recibe el dinero si se cumple la meta mientras que, en el segundo, se recibe todo el dinero recaudado, sin importar el porcentaje de la meta.

A su vez, Inixar y MiCochinito tienen el mismo enfoque, pero también buscan financiar proyectos personales, de causas y comunitarios. En Inixar, las categorías de causas y personales reciben el total del dinero sin importar la meta, sólo en emprendimientos es necesario que el proyecto se financie en un 80%. Por el contrario, cualquier iniciativa en MiCochinito debe estar fondeada en un 30% para poder recibir el dinero.

Por su parte, Social Crowd es una plataforma lanzada en convenio con el Instituto Nacional del Emprendedor, destinada a emprendimientos sociales. En esta, los proyectos deben alcanzar el 80% de la meta para que INADEM aporte el 20% restante. Sin embargo, la continuidad de esta plataforma es incierta debido a la incertidumbre sobre el futuro del INADEM². En general, las cinco plataformas manejan una misma duración para las campañas, con Inixar y Social Crowd permitiendo hasta 90 días.

TABLA 5. CARACTERÍSTICAS DE PLATAFORMAS DE RECOMPENSA

²Saldaña, I. (01 de marzo de 2019). Apoyo a pymes aún sigue en el INADEM. El Universal. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/>

	Fondadora / Kickstarter	Ideame	Inixar	MiCochinito	Social Crowd
Enfoque	Emprendedor y creativos	Emprendedor y creativos	Causas, Personales y Emprendimiento	Proyectos comunitarios y emprendimiento	Empresas sociales
Duración de campaña	1 a 60 días	20 a 65 días	10 a 90 días	15 a 60 días	30 a 90 días
Todo o Nada	Sí	Opcional	Más del 80% (emprendimiento)	Más del 30%	Sí (20% - INADEM)
Año	2011	2011	2013	2015	2017

Fuente: elaboración propia

4.2.3. Crowdfunding basado en deuda

El modelo de préstamos se puede ver como un instrumento de inversión financiera, donde el inversionista presta al solicitante con una tasa de interés, la cual le generará un rendimiento. En México, el crowdfunding de préstamos concentra la mayor cantidad de plataformas en comparación con otros esquemas. No obstante, es el que presenta mayor variación en los modelos de negocio, ver tabla 6. Para este modelo, se analizaron 11: cinco se dedican a préstamos personales, una se enfoca a préstamos empresariales, y otra combina préstamos personales y empresariales. Así mismo, dos plataformas se dedican a factoraje, una a arrendamientos puros y financieros, y otra a préstamos para instalación de paneles solares.

Las plataformas de préstamos personales tienen montos límite menores a la de otros formatos, el rango para pedir un crédito se encuentra entre \$5 mil y \$350 mil pesos. En contraste, el resto de las plataformas, más enfocadas al sector empresarial, tienen montos límites superiores que oscilan entre los \$65 mil y \$10 millones de pesos. Además, son las plataformas que requieren una inversión mínima mayor. LaTasa, con \$10 mil pesos, es la plataforma que requiere una mayor inversión inicial mientras que Kubo Financiero, con \$100 pesos, es la plataforma con menor monto inicial requerido.

Aunado a esto, el crecimiento en el número de plataformas basadas en deuda ha sido sostenido, alcanzando su punto máximo en

2016, con la creación de cinco plataformas. Al sumar los montos totales de cada plataforma, se encontró que a través de Kubo Financiero se ha prestado el 36.9% del monto total, de Prestadero un 16.6% y de YoTePresto un 15.6%. En contraste, Red Girasol es la plataforma que menos dinero ha recaudado, con un 0.9% del monto total, seguida de Lendera con un 1.4%.

Red Girasol, fundada en 2016, es la primera plataforma de crowdfunding enfocada a la energía solar, busca facilitar la adquisición de paneles solares para empresas o individuos, y conecta solicitantes de crédito, inversionistas e instaladores de paneles en una misma plataforma. Para su creación, levantó capital en tres rondas a través de Play Business, plataforma de equidad.

4.2.4. Crowdfunding basado en equidad

En el modelo de capital o equidad, las empresas levantan capital a cambio de ceder una participación accionaria de la empresa. En México, PlayBusiness, Crowdfunder.mx y Propeler funcionan mediante un modelo de capital. Sin embargo, el sitio web de Crowdfunder.mx no se encuentra disponible y, por ende, no se consideró para este estudio.

TABLA 6. CARACTERÍSTICAS DE PLATAFORMAS DE DEUDA

	Inversión mínima	Duración campaña	de	Montos límite	Enfoque	Todo o Nada	Plazos	Total recaudado	Año
Kubo Financiero	\$100	N/A		\$5,000 - \$100,000	Préstamos personales	Sí (80% del total)	4 a 36 meses	\$744,000,000	2012
Prestadero	\$250	56 días		\$10,000 - \$250,000	Préstamos personales	Sí	12 a 36 meses	\$334,095,250	2012
YoTePresto	\$200	25 días		\$10,000 - \$300,000	Préstamos personales	No (\$10 mil)	6 a 36 meses	\$314,334,650	2015
FINV	\$1,000	N/D		\$50,000 - \$5,000,000	Factoraje financiero	Sí	15 a 180 días	\$220,000,000	2016
LaTasa	\$10,000	N/D		\$20,000 - \$350,000	Préstamos personales	N/D	6 a 36 meses	\$130,000,000	2016
Afluente	\$5,000	14 días (o el 100%)	de	\$10,000 - \$200,000	Préstamos personales / empresariales	Sí	12 a 48 meses	\$108,898,638	2016
Pitchbull	\$500	21 días		\$65,000 - \$1,000,000	Préstamos empresariales	Sí (85% del total)	6 a 24 meses	\$81,819,910	2015
Doopla	\$2,500	30 días		\$10,000 - \$300,000	Préstamos personales	Sí	3 a 30 meses	\$36,000,000	2014
Lendera	\$250	60 días		\$50,000 - \$10,000,000	Arrendamiento puro y financiero	Sí	6 a 48 meses	\$28,000,000	2017
Redgirasol	\$500	30 días		N/A	Préstamos de energía solar	Sí	Hasta 60 meses	\$18,000,000	2016
Konsigue	\$250	N/D		\$5,000 - \$1,000,000	Factoraje financiero	Sí	1 a 180 días	N/D	2016

Fuente: elaboración propia

Propeler, de reciente creación, busca conectar inversionistas con empresas mexicanas que tengan al menos tres años de operación y que presenten crecimientos atractivos y sostenidos, es decir, que se encuentren en etapa de scale-up. Mezcal Amores, Swap y Fondeadora³ son algunas de las empresas que se han financiado a través de esta plataforma, estas últimas dos alcanzando un 300% (\$7.5 millones) y 400% (\$8 millones) sobre su meta, respectivamente.

Por su parte, PlayBusiness busca enlazar start-ups con inversionistas a través de su plataforma, las cuales deben tener un enfoque de negocio, es decir, un valor comercial. En ocasiones, se puede combinar uno o más modelos de crowdfunding en una misma plataforma. A partir de 2019, PlayBusiness introducirá las inversiones en franquicias bajo un modelo de regalías, en el cual se ofrece una fracción de los ingresos o ganancias (Belleflamme et al., 2015)

Como se muestra en el cuadro 4.11., las empresas requieren ser valuadas para poder levantar capital en cualquiera de las dos plataformas, cada una con su propia metodología. Aunado a esto, tanto Propeler como PlayBusiness tienen un esquema de todo o nada, donde es necesario que la meta se cumpla para que las empresas puedan acceder al financiamiento; PlayBusiness establece una meta mínima a cumplir y una meta óptima. A la fecha, PlayBusiness ha levantado capital para más de 103 empresas, y Propeler para 7 empresas, por ser una

plataforma nueva y con un mercado más compacto.

TABLA 7. CARACTERÍSTICAS DE PLATAFORMAS DE EQUIDAD Y DE REGALÍAS

	PlayBusiness	Propeler
Inversión mínima	\$1,000	\$15,000
Duración de campaña	30 a 45 días	30 a 45 días
Campañas	+103	7
Montos límite	Desde \$300,000	\$2,500,000 - \$10,000,000
Enfoque	Start-ups y franquicias	Scale-ups
Todo o Nada	Sí	Sí
Valuación de empresas	Sí	Sí
Año	2015	2017

Fuente: elaboración propia

4.2.5. Crowdfunding inmobiliario

La evolución del crowdfunding desencadenó el surgimiento de nuevos modelos de negocios, tales como de factoraje, arrendamiento, energía solar, entre otros. En ese sentido, aparecieron las primeras plataformas para el desarrollo inmobiliario. El crowdfunding de bienes raíces tiene una gran ventaja en cuestión de exposición al riesgo para el inversionista, puesto que el inmueble entra como garantía de su inversión. En el país, se identificaron cuatro plataformas dedicadas al financiamiento colectivo para el desarrollo inmobiliario, ver Tabla 8.

En 2015, se fundaron las primeras plataformas de bienes raíces en México: Briq y Expansive. Un año después, se lanzó Inverspot y finalmente M2Crowd en 2018. El cuadro 4.12. muestra las principales características de estos sitios. A partir de \$5 mil pesos, es posible invertir en Briq,

³ En 2016, Fondeadora vendió sus operaciones a Kickstarter y ahora regresa como el primer banco digital en México, levantando capital a través de la plataforma de equidad, Propeler:

<https://www.economista.com.mx/tecnologia/Fondeadora-regresa-para-que-cada-mexicano-tenga-su-propio-banco-20180905-0057.html>

Expansive y M2Crowd. En contraste, la inversión mínima en Inverspot es de \$50 mil pesos. Además, ninguna plataforma maneja

montos límite en las solicitudes de financiamiento.

TABLA 8. CARACTERÍSTICAS DE PLATAFORMAS DE BIENES RAÍCES

	Briq	Expansive	Inverspot	M2Crowd
Modelo	Deuda	Deuda y patrimonial	Equidad	Deuda, equidad y patrimonial
Inversión mínima	\$5,000	\$5,000	\$50,000	\$5,000
Campañas	96	N/D	130	55
Inversionistas	Más de 18 mil	N/D	1,200	N/D
Total recaudado	\$208,000,000	N/D	300,000,000	\$4,500,000
Duración de la campaña	60 días	60 a 70 días	N/D	N/D
Todo o Nada	No	Sí	No	Sí
Año	2015	2015	2016	2018

Fuente: elaboración propia

Las plataformas de bienes raíces operan con tres esquemas de crowdfunding: deuda, equidad y patrimonial. En el modelo de deuda, el monto total se entrega al desarrollador como préstamo y el inversionista recibe ganancias por el interés de la deuda. Briq, Expansive y M2Crowd tienen esta modalidad en sus plataformas. Por otra parte, en el modelo de equidad, el inversionista se convierte en socio temporal del desarrollador hasta la venta de la propiedad y recibe ganancias de acuerdo con el porcentaje invertido. Inverspot y M2Crowd manejan este esquema de financiamiento. Por último, en la modalidad patrimonial, el inversionista adquiere un porcentaje de la propiedad y obtiene ganancias por la renta de esta y después, por su venta. Expansive y M2Crowd cuentan con este modelo.

5. CONCLUSIONES

En un inicio, el *crowdfunding* comenzó como un mecanismo de recaudación de fondos para causas filantrópicas. No obstante, a medida que ganó popularidad, emergió como una nueva opción para financiar una diversa gama de proyectos, desde culturales hasta empresariales, entre muchos otros. Así

mismo, el modelo de donación fue evolucionando a otros esquemas, llegando a otorgar préstamos empresariales sin intermediación bancaria, capital semilla a startups, préstamos personales para adquirir un automóvil, financiación para un cortometraje a cambio de aparecer en los créditos, entre otros ejemplos de cómo se han utilizado estas plataformas.

Esta investigación analiza el crecimiento que ha tenido la industria del *crowdfunding* en el país, así como la evolución de las plataformas en todos sus esquemas: donación, recompensa, deuda, capital y bienes raíces. Para llevar a cabo este trabajo, se identificaron un total de 26 plataformas en el ecosistema, de las cuales se encontró que el modelo de deuda representa el 46%, seguido del modelo de recompensa con 19% y el de bienes raíces con 15%. Entre 2015 y 2016, se fundaron 15 nuevas plataformas de *crowdfunding*. Aunado a esto, las iniciativas incrementaron en un 498%, y el número de fondeadores en un 82%. También, en 2017 un total de 1,554 empresas se financiaron con modelos no financieros y 7,989 utilizando modelos financieros. Lo anterior, ayuda a visualizar la rápida adopción de las prácticas de

crowdfunding como una opción para financiar proyectos de toda índole.

En lo posterior, se realizó un mapeo de las plataformas para examinar las características principales y su dinámica. En el modelo de donación, las plataformas tienen su enfoque a causas sociales, Donadora tiene una recaudación promedio de \$31,842 pesos y Fondify de \$15,169 pesos –por campaña. En cuanto al de recompensa, el enfoque principal es hacia proyectos artísticos y de emprendimiento. Por su parte, el basado en deuda es variante en cuanto al modelo de negocio, se identificaron cinco enfoques: préstamos personales, empresariales, de arrendamiento puro y financiero, de factoraje, y de energía solar. Así mismo, Kubo Financiero, YoTePresto y Prestadero son las plataformas con mayor participación en el mercado. Las iniciativas de préstamos empresariales, de equidad y de bienes raíces suelen tener un alto valor promedio. Por otra parte, se encontró que plataformas, como Fondeadora y Red Girasol, se han financiado a través de *crowdfunding* de equidad. Y que las plataformas de bienes raíces operan mediante esquemas de deuda y equidad. Cabe destacar que los modelos de deuda, equidad y bienes raíces entran dentro del marco normativo de la Ley Fintech. Por tanto, las plataformas deberán adherirse a esta para poder continuar con su operación.

Entre otros hallazgos, el diseño de cada plataforma es diferente aun cuando compartan el mismo modelo de financiamiento. Las empresas pueden utilizar cualquier esquema para financiarse; sin embargo, los modelos de equidad, bienes raíces y algunos de deuda, sólo pueden ser utilizados por empresas (en cuanto a solicitud de financiamiento). Además, a medida que crece el sector, han surgido modelos de

negocio disruptivos que buscan revolucionar el sistema financiero tradicional. Sin duda la falta de regulación que otorgue certidumbre y seguridad a sus usuarios ha tenido un efecto en el crecimiento del *crowdfunding*. Por tanto, como futura línea de investigación, se sugiere analizar el impacto que ha tenido la Ley Fintech en la evolución de dicha industria. Entre las limitaciones para esta investigación, se encuentra que no existe una lista completa donde se pueda conocer todas las plataformas que operan en el país, la información disponible entre las plataformas varía por lo que dificulta su comparación y no se encontraron datos más actuales sobre las estadísticas del *crowdfunding* en México.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por la beca para cursar la maestría, a la Universidad Autónoma de Sinaloa y a la Facultad de Contaduría y Administración por haberme aceptado y por todo el apoyo recibido.

6. REFERENCIAS

- Afluente (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 07 marzo 2019, desde <https://www.afluente.mx/>
- Ahlers, G.K.C., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(4), 955–980. Doi: 10.1111/etap.12157
- Asociación de Plataformas de Fondeo Colectivo [AFICO] (2019). Plataformas asociadas. Consultado 13 marzo 2019, desde <http://www.afico.org/sello.html>
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585–609. Doi: 10.2139/ssrn.1836873
- Belleflamme, P., Omrani, N., Peitz, M. (2015). The economics of crowdfunding platforms. *Information Economics and Policy*, 33, 11–28. Doi: 10.1016/j.infoecopol.2015.08.003
- Briq (2019). Sobre nosotros. Consultado 12 marzo 2019, desde <https://www.briq.mx/>

- Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., & Wright, M. (2015). New financial alternatives in seeding entrepreneurship: Microfinance, crowdfunding, and peer-to-peer innovations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(1), 9–26. Doi: 10.1111/etap.12143
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV] (2017). Reporte de inclusión financiera 8. Recuperado de <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/divulgacion-de-inclusion-financiera-26625>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV] (2016). Reporte de inclusión financiera 7. Recuperado de <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/divulgacion-de-inclusion-financiera-26625>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV] (2018). Reporte de inclusión financiera 9. Recuperado de <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/divulgacion-de-inclusion-financiera-26625>
- Crowdfunding México. (2017). Evolución del ecosistema de crowdfunding en México. Consultado 10 marzo 2019, desde <http://www.crowdfundingmexico.mx/>
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión (2018). Disposiciones de carácter general aplicables a las Instituciones de Tecnología Financiera. Recuperado de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5537450&fecha=10/09/2018
- Donadora (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 04 marzo 2019, desde <https://donadora.mx/>
- Doopla (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 07 marzo 2019, desde <https://www.doopla.mx/>
- Expansive (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 12 marzo 2019, desde <https://expansive.mx/>
- FINV (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 09 marzo 2019, desde <https://finv.mx/>
- Fondify (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 04 marzo 2019, desde <https://fondify.org/>
- Griffin, Z. (2012). Crowdfunding: Fleecing the american masses. *Journal of Law, Technology & the Internet*, 4(2), 375–410.
- Ideame (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 05 marzo 2019, desde <https://www.idea.me/>
- Inixar (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 05 marzo 2019, desde <https://www.inixar.com/>
- Inverspot (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 12 marzo 2019, desde <https://inverspot.mx/>
- Kickstarter (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 05 marzo 2019, desde <https://www.kickstarter.com/mexico>
- Konsigue (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 08 marzo 2019, desde <https://www.konsigue.com/>
- Kubo financiero (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 08 marzo 2019, desde <https://www.kubofinanciero.com/>
- LaTasa (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 09 marzo 2019, desde <https://latasa.mx/>
- Lendera (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 09 marzo 2019, desde <https://www.lendera.mx/>
- Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión (2018). Ley para Regular las Instituciones de Tecnología Financiera. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LRITF_090318.pdf
- M2Crowd (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 12 marzo 2019, desde <https://www.m2crowd.com/>
- Massolution (2015). The Crowdfunding industry report 2015. Estados Unidos. Recuperado de: <http://reports.crowdsourcing.org/>
- MiCochinito (2019). Sobre MiCochinito. Consultado 05 marzo 2019, desde <https://www.micochinito.com/>
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1–16. Doi: 10.1016/j.jbusvent.2013.06.005
- Morduch, J. (1999). The microfinance promise. *Journal of Economic Literature*, 37(4), 1569–1614. Doi: 10.1257/jel.37.4.1569
- Paschen, J. (2017). Choose wisely: Crowdfunding through the stages of the startup life cycle. *Business Horizons*, 60(2), 179–188. Doi: 10.1016/j.bushor.2016.11.003
- Pitchbull (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 07 marzo 2019, desde <https://www.pitchbull.com/>
- Play Business (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 06 marzo 2019, desde <https://playbusiness.mx/>
- Poetz, M. K., & Schreier, M. (2012). The value of crowdsourcing: can users really compete with professionals in generating new product ideas? *Journal of Product Innovation Management*, 29(2), 245–256. Doi: 10.1111/j.1540-5885.2011.00893.x
- Prestadero (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 08 marzo 2019, desde <https://prestadero.com/>
- Propeler (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 06 marzo 2019, desde <https://propeler.mx/>
- Red Girasol (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 09 marzo 2019, desde <https://www.redgirasol.com/>
- Rentería, C. (2016). Plataformas de crowdfunding en América Latina. Consultado el 13 de marzo de 2019, desde <https://idl-bnc-idrc.dspace.direct.org/handle/10625/55828>
- Schwiebacher, A., Larralde, B. (2010) Crowdfunding of small entrepreneurial ventures. *SSRN Electronic Journal*, 10, 1–23. Doi: 10.2139/ssrn.1699183

Sharma, S., Lertnuwat, N. (2016). The financial crowdfunding with diverse business models *Journal of Asian and African Social Science and Humanities*, 2(2), 74-89.

Social Crowd (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 05 marzo 2019, desde <http://www.socialcrowd.mx/>

YoTePresto (2019). Preguntas frecuentes. Consultado 08 marzo 2019, desde <https://yotepresto.com/>

Howe, J. (2006, 01 de junio). The Rise of Crowdsourcing. *Wired*. Recuperado de <https://www.wired.com/2006/06/crowds/>