

MÁSTER EN EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA RED

TRABAJO FINAL EN E-LEARNING



**“Proyectos de Educación Social a través de
plataformas de Crowdfunding en España”**

Tutor: Daniel Dominguez Figaredo

Alumna: Núria Llopis Roca

Agradecimientos

Me gustaría agradecer este trabajo a todas aquellas personas que se han implicado en él dedicando su tiempo de forma altruista. Gracias a Mercè Moreno Tarrés de la plataforma Goteo, Itxaso Ferreras de la plataforma Migranodearena, Adrian Juan Ramos de Safari crowdfunding, Jaume Albaigès de TecONGlogia, Jorge Garcia del Arco de Improve Change y a Valentí Acconcia, experto asesor en crowdfunding, por su implicación en el grupo de discusión y por haberme regalado sus mejores conocimientos sobre el crowdfunding y el campo social. Gracias también a Rebeca Febrer de la plataforma Smileundo, Iris Molina de la plataforma Realfunding y a Mónica Coca de la plataforma BBVASUMA por su colaboración.

Gracias a Judith Mata porque su tesis doctoral sobre el crowdfunding y las entidades del tercer sector por dar respuesta a muchos de mis interrogantes.

Gracias a mi alrededor, a mi familia y a mis amigos, a los que están y a los que se fueron por apoyarme incondicionalmente en este proyecto y soportar momentos de estrés. Gracias a mi tutor Daniel Dominguez, por dar luz siempre en los momentos de pérdida. Y gracias, finalmente, al profesor Raúl Antón Cuadrado, puesto que sin él y sus “proyectos locos” no estaría hablando de crowdfunding y PESES. Gracias por tu inspiración.

0.ÍNDICE

| | |
|--|----------|
| 1.INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN | 5 |
| 2.OBJETIVOS | 8 |
| 3.MARCO TEÓRICO | |
| Exclusión social: un concepto polisémico | 10 |
| De las categorías zombis a las sociedades mutantes | 16 |
| La exclusión se viste de... | 18 |
| Tipologías de la exclusión | 20 |
| ¿Quiénes son los excluidos? | 21 |
| Causas de la exclusión: necesidades y cambios | 23 |
| Escenarios de exclusión | 27 |
| El futuro: ciudadanía deseada y TIC | 30 |
| ¿Qué es crowdfunding? | 32 |
| El nacimiento de un término y sus implicaciones | 34 |
| Historia de un fenómeno | 35 |
| Fundamentos y tipologías | 36 |
| Pero , ¿como se realiza una campaña de crowdfunding? | 41 |
| Participacion colectiva , cooperación, comunidad....valores CO | 43 |
| Por qué el éxito del crowdfuding | 45 |
| Crowdfunding social | 48 |
| Consideraciones finales | 49 |
| 4. METODOLOGIA | |
| 4.1. Perspectiva metodológica | 51 |
| 4.2. Determinación de fuentes e instrumentos | 52 |
| 4.3. El diseño y el proceso de investigación | 59 |
| 4.4. Aspectos éticos de la búsqueda | 63 |

5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

5.1. Análisis de las plataformas

| | |
|---|-----|
| 5.1.1. Dimensiones e indicadores | 66 |
| 5.1.2. Registro de plataformas crowdfunding en el estado español (2015) | 81 |
| 5.1.3. Elaboración de un censo propio de plataformas | 85 |
| 5.1.4. Comportamiento de las plataformas | 111 |
| 5.1.5. Selección de plataformas contenedoras de PESES | 114 |
| 5.1.6. Modalidades de crowdfunding en PESES | 115 |
| 5.1.7. Nacimiento de plataformas: crisis y expansión | 119 |

5.2. Análisis de los PESES

| | |
|--|-----|
| 5.2.1. La acción crowdfunding en los PESES | 124 |
| 5.2.1. Elección del crowdfunding: motivos y expectativas | 125 |
| 5.2.3. Factores de éxito en los PESES | 127 |
| 5.2.4. La comunidad | 129 |
| 5.2.5. Análisis de proyectos | 131 |

5.2. Crowdfunding y PESES

| | |
|--|-----|
| 5.3.1. Elementos en la intervención comunitaria | 155 |
| 5.3.2. Beneficios del crowdfunding y los PESES | 156 |
| 5.3.3. Límites al modelo de la intervención social | 158 |

6. CONCLUSIONES

160

7. BIBLIOGRAFIA

166

8. ANEXOS

| | |
|---|-----|
| ANEXO 1 Censo de plataformas de crowdfunding de Judith Mata | 179 |
| ANEXO 2 Guía completa de plataformas por Crowdacy.com | 204 |
| ANEXO 3 Guía de plataformas por Universocrowdfunding | 207 |
| ANEXO 4 Guía de plataformas por Infocrowdsourcing | 216 |
| ANEXO 5 Glosario terminológico | 231 |
| ANEXO 6 Grupo de discusión | 233 |

1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

En líneas generales, el Crowdfunding es un sistema de “*financiación colectiva en la puesta en marcha de proyectos mediante aportaciones económicas de un conjunto de personas*” (Ribera, 2012 citado por Asenjo Martínez, 2013). Por su parte, la vertiente digital del crowdfunding puede definirse como aquella “*acción colectiva para conseguir dinero u otros recursos en la que se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de personas u organizaciones de todo tipo (...) ya sean privadas, públicas (...) o sin ánimo de lucro*” (Asenjo Martínez, 2013).

Si bien surge en EEUU en un momento en el que no falta financiación, poco a poco se afianza como una respuesta válida a un contexto coyuntural de difícil y reducido acceso a la misma. (Rodríguez de las Heras Ballel, T. 2013) Su aplicación en el sector social y de la cooperación al desarrollo aporta un doble valor adicional: el de la posibilidad de aumentar una base social cuantitativa por el número de personas vinculadas a un proyecto y cualitativa por el número de personas participando e implicándose de alguna forma en estos proyectos. (Cejudo, A. & RL, X., 2013)

Aquellas personas vinculadas a experiencias de crowdfunding coinciden en la creencia que la labor de una plataforma crowdfunding es algo más que financiación¹. A nivel individual, la persona que participa en la financiación tiene la posibilidad de tener un contacto más directo con las personas que ejecutaran el proyecto, saber en cada momento en qué fase se encuentra el proyecto y realizar preguntas a través de la misma plataforma de crowdfunding. A nivel social, ofrece la posibilidad de hacer una labor pedagógica ante la comunidad y devolver a la sociedad una parte de lo que la sociedad les ha dado. Las recompensas se tienen en cuenta pero, en ocasiones, ocupan un espacio simbólico, porque las personas que participan en este tipo de proyecto lo que quieren es participar.

¹ <https://www.youtube.com/watch?v=k9nUzYmj678> Disponible en Observatorio para la cibernidad <http://www.cibersociedad.net/eventos/webinars.php>

El crowdfunding permite gestionar proyectos aplicando metodologías heterodoxas desde la transparencia, con menos condicionantes, más libertad y, considerando preferentemente su validez social ya que, en última instancia, quien decide si vale la pena el proyecto y decide participar es el público (López de Ávila, A & de Miguel, J.A., 2013).

En los últimos años se han desarrollado una variedad de fórmulas para financiar proyectos a través de crowdfunding. En el contexto de crisis económica actual las administraciones públicas han limitado las subvenciones a organismos, grupos y personas. A este hecho se le suma la reducción de crédito por parte de las entidades financieras. Eso conduce a una realidad en la que muchos de los proyectos que se llevan a cabo en el contexto social educativo carecen del necesario soporte para empezar y/o continuar. En este entorno económico tan negativo se ha acelerado la implantación y desarrollo de esta forma alternativa de financiación para salvar la brecha creada por la congelación del crédito (Rodríguez de las Heras Ballel, T. 2013)

La carencia de estudios sobre este universo, la proliferación de plataformas, modalidades y dinámicas de funcionamiento de las mismas y la cantidad de proyectos que sin esta nueva fórmula, tan líquida como eficaz, se han materializado y que de otra manera hubiera resultado imposible, son algunas de las razones por las que surge el deseo de investigar en este campo. En este sentido, el alcance de esta investigación comprende aquellas acciones de crowdfunding realizadas en España en el ámbito de la educación social, concretamente dentro de la exclusión social, independientemente de la ubicación física del receptor del proyecto, que han tenido lugar en los años 2013 y 2014 justo en el momento de iniciar la investigación.

Para ello, se fija un foco principal: conocer cual es el estado de la cuestión sobre los proyectos del ámbito de la educación social y dirigidos a personas o colectivos en riesgo de exclusión social que emplean plataformas crowdfunding en España. Indagar como se han llevado a cabo estas acciones, conocer las expectativas que han llevado a sus impulsores a elegir esta forma de financiación, determinar sus motivos, quienes son sus actores y qué limitaciones presentan, son algunos de los objetivos que nos planteamos.

La metodología empleada en este proyecto comprende la recogida, revisión y análisis de información de la literatura y la historia del arte actual, la observación directa de

plataformas existentes entre 2013 y 2104 que albergan esta tipología de programas, el análisis de estas plataformas y la selección y recogida de Proyectos de Educación Social en la Exclusión Social (en adelante, PESES). Finalmente, se ha planteado un grupo de discusión de expertos con aquellas personas que forman parte de las mismas plataformas crowdfunding y de algunos de los consultores dedicados específicamente a la temática del crowdfunding social en España. La investigación realizada permite dar respuesta a los objetivos y la abertura de nuevos interrogantes que buscan enriquecer un universo todavía poco explorado dentro del campo académico de los estudios de educación social

2. OBJETIVOS

Responder a la pregunta sobre cual es el estado de la cuestión sobre los PESES realizados a través de las plataformas crowdfunding en España es el objeto principal de nuestra investigación.

Para dar respuesta al tema central se plantean tres objetivos generales y , de acuerdo con Callejo, J. y Viedma, A. (2009), es necesario fragmentarlos en objetivos específicos. Éstos darán respuesta a las preguntas de qué, quién, por qué y cómo del estado del arte y justificarán el procedimiento metodológico posterior.

Estos objetivos son:

1. Analizar las diferentes plataformas crowdfunding en España que albergan PESES
 - Determinar qué categorías y dimensiones se corresponden al concepto de exclusión social
 - Disponer de un censo actualizado de plataformas crowdfunding que operan en el Estado Español
 - Discriminar las plataformas que contienen más de cinco PESES
 - Determinar qué tipo de crowdfunding practican las plataformas contenedoras de PESES
 - Exponer los motivos por los cuales algunas plataformas se mantienen en el tiempo mientras que otras no.
 - Conocer si la crisis económica ha sido un factor determinante para la proliferación de dichas plataformas.

2. Conocer los diferentes proyectos PESES financiados mediante plataformas crowdfunding

Para ello debemos dar respuesta a otros objetivos más específicos:

- Analizar como se ha llevado a cabo la acción de crowdfunding en estos proyectos
- Conocer cuales han sido las expectativas y los motivos por los que han elegido este tipo de financiación.
- Justificar cuales son los factores que determinan el éxito de los proyectos
- Identificar los actores y/o grupos de actores que promueven estas iniciativas (asociaciones, ONGs, etc..)
- Describir las tipologías de proyectos que se han llevado a cabo en los diferentes campos de la educación social en la exclusión social (PESES) en España en estas plataformas.

3. Determinar qué elementos del modelo crowdfunding contribuyen a mejorar los PESES

- Conocer los elementos del modelo que están relacionados con la intervención sociocomunitaria
- Determinar los beneficios en el marco de esa relación
- Determinar barreras e inhibidores al uso del modelo de la intervención social

3. MARCO TEÓRICO

“Confiamos siempre en el pueblo. Negaremos siempre fórmulas dadas. Afirmamos siempre que tenemos que cambiar junto a él y no ofrecerle datos”

Paulo Freire (citado en Anzola, M. 2001, p.153)

Exclusión social: un concepto polisémico

Una de las mayores dificultades que afloran nada más empezar a tratar el universo de la exclusión social es el concepto en sí en sí. Resulta de suma complicación tratar de encontrar una definición unitaria. “Aunque el término es de uso corriente, salta a la vista con facilidad que se trata de una categoría extremadamente ambigua. Tanto, que su universo conceptual incluye, de hecho, situaciones o realidades muy heterogéneas.” (Escudero, 2005 p. 3)

Se escucha, se habla , se crea una imagen, se conforman relatos y se vislumbran de una forma más o menos cercana experiencias de exclusión social. A pesar de esto, sigue faltando un conocimiento preciso, una idea clara que ayude a comprender su naturaleza y sus formas. Hablar y escribir sobre exclusión social es introducirse en un territorio pantanoso de percepciones y sobreentendidos acerca de los malestares y problemáticas de toda índole de nuestra época.

El escritor Paul Veléry diría que el término induce a la incomodidad de las “palabras loro” , puesto que constituye una noción que puebla la cotidianidad y es repetida miles de veces en textos y debates científico-académicos

Hablar de exclusión social es, en definitiva, disertar acerca de una categoría borrosa de un “fourre tout donde cabe todo; de colmado-miscelánea en el que se vende de todo; de balladeur porque sirve para cualquier ocasión, de chicle porque se estira y se alarga a voluntad del usuario” (Estivill, 20013 p.13) No faltan definiciones de exclusión sino

al contrario- en opinión de García Molina (2013) . Tal vez existan demasiadas definiciones de un mismo concepto. Se verá el porqué, pero antes resulta necesario unas previas.

Históricamente, el concepto “exclusión” aparece en la década de los setenta en Francia y se le atribuye al francés René Lenoir en su obra “Les Exclus. Un Français sur dix” (1974) donde el autor afirma que “uno de cada 10 franceses podría considerarse excluido, identificando incluso los grupos sociales en cuestión” (citado en Hernández Pedreño, 2010 p.28) para referirse a la pobreza². Es la primera vez que alguien habla de exclusión como aquel “quedarse al margen de”. Se inicia este término en el fin de la época de los treinta años gloriosos coincidiendo con el inicio de la crisis del petróleo. En la década de los ochenta empieza a perfilarse el concepto, aplicándole y ampliándose a un número mayor de identidades en desventaja social tales como el desempleo de larga duración, aspectos individuales y grupales de vinculación social (inestabilidad familiar, familias monoparentales, aislamiento social, pérdida progresiva de la solidaridad externa, etc.) generadoras de incapacidad para participar en la sociedad como ciudadano. A finales de esta misma década la exclusión comienza a visualizarse como problema social, y no será hasta los noventa que aparecen las primeras preocupaciones políticas sobre el fenómeno. El término de exclusión social sustituye a los de integración e inserción. La exclusión social “no sólo designa el incremento del desempleo a largo plazo y recurrente, sino también a la creciente inestabilidad de los vínculos sociales” (Raya, 2005 p. 248)

Algunos escritores señalan que “exclusión y excluidos” ha existido siempre desde que la historia de la humanidad viviendo en comunidad. Estivill (2003) señala algunos ejemplos de estas formas de exclusión que abarcan desde el confinamiento en Atenas, pasando por el destierro en Roma, hasta el sistema de castas en India, etc. Todos estos ejemplos conforman diferentes manifestaciones de sistemas de estratificación social conforme a los cuales se han edificado las relaciones sociales en las sociedades de referencia. Estos sistemas de estratificación habrían cumplido funciones de integración entre los diferentes subsistemas sociales. Sin embargo, en aquellos tiempos no se identifican en la visión de exclusión sino en términos de pecado, vicio, desviación

² No confundir pobreza con exclusión (Ver figura en Anexo 1 sobre “Pobreza versus Exclusión Social” y sus rasgos diferenciadores. Tezanos, 1999, p.32)

asociados más en el terreno de lo humano y lo religioso y de todo aquello que se acepta o no moralmente.

En el terreno del léxico , el término exclusión proviene de la palabra latina **excludere**. “Ex” significa fuera, exterior y “claudere” cerrar. Por lo tanto la exclusión vendría a significar alguna cosa como “cerrar a fuera”.

Otras palabras de la misma familia serían: clausura del latín clausura (acto de cerrar), inclusión de includere (cerrar a dentro) o reclusión (cerrar)

Desde la sociología Giner, Lamo de Espinosa y Torres (2006) secundan esta idea en su “Diccionario de Sociología” en la que la exclusión es aquella “situación de separación o privación en las que se encuentran determinados individuos o grupos” (p.57). Desde la misma sociología, Castel (2004) apunta que la exclusión puede ser el efecto último, el final del trayecto de otras situaciones problemáticas tales como la precariedad, la vulnerabilidad, la pobreza o la discriminación, pero establece que la categoría en sí no representa su totalidad y no es capaz, per se, de significar las características de cada una. Y es que es posible que, después de la exclusión social, habiten muchas y diversas exclusiones. Exclusiones estructurales por el mundo en actual, exclusiones locales según los países y ciudades , exclusiones institucionales según las instituciones en las que se transita. Pero se puede pensar que hay grandes y pequeñas exclusiones laborales, políticas, económicas, educativas.

Merino (2005) destaca que en su acepción sociológica actual, denota una manera de estar en la sociedad, dándole hincapié a la relación social del sujeto con el resto de la sociedad. Ésta, no vendría definida “por lo que el sujeto es (identidad) sino por lo que carece, por lo que ha perdido” (p.252)

Durkheim y Rousseau la definen desde el paradigma de la solidaridad. Entendido así, la exclusión social supone un fallo en el tejido social y resulta un tanto reduccionista narrarlo como un fenómeno político y económico sin más.

Finalmente, Tezanos (2011) , destaca, por su parte, que la idea de exclusión “puede rastrearse a lo largo de toda la historia de la sociología” ya que una parte de las construcciones teóricas de algunas de las grandes figuras de la sociología han estado

fundadas en la preocupación por la integración social, por la dinámica dentro-fuera. “Esta lógica analítica -dice- puede verse en la fundamentación de los conceptos de marginación social, segregación social, aislamiento, desviación, etc.” (en Raya Diez, 2005 p. 249)

En el turno de las ciencias políticas Subirats (2004) apunta a un fenómeno de carácter estructural, especialmente:

“una situación concreta fruto de un proceso dinámico de acumulación, superposición y/o combinación de diversos factores de desventajas o vulnerabilidad social que pueden afectar a personas o grupos y, que generan una situación de imposibilidad o dificultad intensa de acceder a los mecanismos de desarrollo personal, de inserción sociocomunitaria y a los sistemas preestablecidos de protección social (p.53)

Desde la disciplina de la psicología, la doctora Núñez (2001) parafrasea también a Castel, en una definición a caballo entre la sociología y el psicoanálisis cuando encuentra en la exclusión social una noción que parece “designar más lo sin nombre, lo insoportable del malestar de nuestros días, que a un fenómeno acotado y preciso. Puede llegar a funcionar como una trampa, que anule la necesidad y la oportunidad de reflexión sobre sus alcances teóricos y sobre las acciones a las que ha dado lugar” (p.12). Entiende la exclusión como una construcción social propia de un momento histórico y es desde este punto donde puede definir cómo se producen los excluidos. Núñez distingue tres conjuntos de prácticas de exclusión: el de la eliminación del diferente, el del encierro y/o deportación y el de la dotación a ciertas poblaciones de un estatus especial, que les permita coexistir en comunidad pero que les priva de ciertos derechos de participación en ciertas actividades sociales.

Una visión complementaria la ofrece Hernandez (2010) cuando menciona a Herzog (citado en Sáez Carreras, 2003 p.109) configurando la exclusión como “sería el estado y también el proceso de la operación de creación y mantenimiento de fronteras sociales, es decir, la operación de asignar a una persona un lugar en la sombra y declararla irrelevante en subsistemas específicos”.

Desde la filosofía del derecho Francisco Laporta (1988) lo define como “el proceso social de separación de un individuo o grupo respecto a las posibilidades laborales, económicas, políticas y culturales a las que otros sí tienen acceso y disfrutan.” (p. 188). Lo plantea desde la situación de separación o privación en la que se encuentran determinados individuos o grupos y la concibe como opuesto a inclusión social e incluso a la integración social

Por otro lado y también desde la filosofía, Gaviria (2009) muestra la visión de Foucault sobre la dimensión simbólica de la exclusión: “ésta resulta de la aplicación de los regímenes o discursos de verdad que separan a los individuos por sus conductas en normales y anormales, las cuales ordenan las relaciones sociales” (p.5)

Se suman a la participación las nuevas acepciones de las diferentes instituciones con gran responsabilidad en la lucha contra la exclusión social. Significativo es que las diferentes definiciones encontradas, a menudo, se alejan según desde donde y quienes las planteen.

Así, desde la Comisión de las Comunidades Europeas (1992) se realiza una definición muy particular recayendo el peso del concepto al marco individual por la “imposibilidad de gozar de los derechos sociales sin ayuda, en la imagen desvalorizada de si mismo y de la capacidad de hacer frente a las obligaciones propias” (p.7).

Muy alejado de ello se posiciona la definición del Observatorio de políticas nacionales para combatir la exclusión social de España (1990-4) ya que lo entiende como “el fracaso de, al menos una de las cuatro integraciones civil, económica, social e interpersonal, correspondientes a cada uno de los sistemas legal y democrático; mercado de trabajo; estado de bienestar, familia y comunidad” (p. 252). Posteriormente, la Comisión Europea en el marco del Tercer programa de Pobreza (1990-4) conocido como “Pobreza 3” contemplaría la exclusión social a la suma de tres factores en un grupo denominado “los menos favorecidos”. Estos factores son las desventajas generalizadas en términos de educación, formación profesional, empleo, recursos de financiación de vivienda, etc. La falta de oportunidades en el acceso a las principales instituciones sociales que distribuyen estas oportunidades de vida y la persistencia de todas estas desventajas en el tiempo.

A un nivel más micro, algunas comunidades autónomas se proyectan planes específicos a fin de combatir la exclusión social desde miradas diferentes. Por poner un ejemplo, en el País Vasco se plantea como “imposibilidad de” sobre los conceptos de derechos sociales (trabajo, educación, cultura, salud, vivienda digna y protección social) y de ciudadanía. “Está excluida toda persona que, en mayor o menor medida, se encuentra incapacitada o imposibilitada para el ejercicio de alguno o de varios de los derechos sociales que otorgan status de ciudadanía a un individuo” (Raya, 2005 p.251). Por otro lado, el Plan de Lucha contra la Exclusion Social de la comunidad autónoma de Navarra lo focaliza en un acopio de déficits y carencias “entre las que destacan la educación insuficiente, el deterioro de la salud, los problemas derivados del acceso a la vivienda, la pérdida del apoyo familiar, la falta de oportunidades en el empleo, el desempleo de larga duración, la marginación en la vida social ordinaria, etc,” (Raya, 2005 p. 252)

Por lo que se refiere a entidades y organizaciones, uno de los entes que trabajan desde el frente del campo de batalla investigando los procesos de exclusión en España es la fundación Foessa (Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada) la cual realiza, anualmente y con la ayuda de la entidad Caritas, un informe sobre la exclusión y desarrollo social en España. Para la fundación, según el informe anual correspondiente al 2008 la exclusión es el “proceso social de pérdida de integración que incluye no sólo la falta de ingresos y alejamiento del mercado de trabajo, sino también un descenso de la participación social y, por lo tanto, una pérdida de los derechos sociales” (p.184) . Así, si para esta fundación implica proceso, la visión por parte de la Subcomisión para el estudio de la exclusión social es de hecho tajante y la define como la ruptura del vínculo social, una especie de desconexión social provocada por las graves dificultades para incorporarse a la participación. Finalmente, diferentes grupos de investigación como el del Grupo de Investigación sobre el Análisis económico de la Exclusión Social, creado por el propio Congreso de los Diputados en 1996 aporta una visión más legalista del concepto definiéndola como “(...) algo más que pobreza. A la situación de excluido se llega sumando a la pobreza al menos un estigma adicional: la ilegalidad y/o la rareza” (Anisi, Garcia Laso, et al 2003, citado en Raya Diez, 2005 p.252)

Finalmente, desde una visión más pedagógica, educadores y antropólogos como Molina, Sáez, Venceslao y Delgado (2013) definen la exclusión como un “fenómeno poliédrico, dinámico, multifactorial, multidimensional, generalmente inferiorizante, degradante y hostil para los que sufren y tiende a romper los lazos y vínculos sociales, laborales, culturales e incluso afectivos, de los individuos con la comunidad o la red social de referencia” (p.52) y- añaden la reflexión sobre una cierta despreocupación por parte de aquellos profesionales que trabajan inmersos en ella sobre el trato que recibe el mismo concepto. De esta manera exponen que la exclusión social “forma parte de una red de significantes y conceptos (inadaptación, desadaptación, pobreza, marginación, discriminación, explotación, vulnerabilidad, precariedad, etc) que suelen utilizarse con escasa precisión en lo cotidiano de las aulas en las que se forman los educadores sociales” (p.13). Los autores sitúan la exclusión social como algo puntual, temporal que aparece en un momento singular y que puede tener mayor o menor duración en la vida de cada individuo.

De las categorías zombis a las sociedades mutantes

Ulrich Beck (2002, en Subirats, 2005) sostiene que “la clase social, la industria fordista, la familia tradicional y el estado-nación son ya categorías zombis. Existen, sí, pero se desvanecen y no estructuran el orden social emergente” (p.7)

Establece Molina, Carreras et al (2013) que las prácticas de la exclusión tuvieron y tal vez siguen teniendo una función de orden social. A lo largo de la historia la sociedad se ha construido, conservado y reproducido a si misma

“evitando y excluyendo el otro, el extranjero o el extraño, individuos o grupos que se designan mediante alguna atribución diferenciadora. Distinción y separación entre los unos y los otros, entre ellos y nosotros; cierre o destierro de lo indeseable y lo anormal, estatutos especiales para los diferentes. Estas han sido las lógicas habituales de la exclusión”. (pág.40)

Castel (2004) ha reagrupado las diferentes formas de exclusión presentes a lo largo de la historia de tres tipos o modalidades. En primer lugar, la exclusión como sustracción

completa de la comunidad que puede traducirse en forma de deportación, destierro o exterminio o matanza. En segundo lugar, la exclusión mediante el recurso de la construcción de espacios cerrados en el sí de la comunidad pero separados de ésta. En este caso hace referencia a las instituciones totales que recluyen delincuentes, desviados, enfermos, anormales, etc. Finalmente, en tercer lugar la exclusión como atribución de un estado especial a ciertas poblaciones.

Es en este tercer aspecto y desde la mirada occidental europea que se construye este marco teórico.

Según Petrela (2005) la década de los setenta empieza con una crisis económica provocada tanto por la saturación de los mercados en la que se produce más de lo que se consume como por la crisis del petróleo por su repentina subida de precios. La crisis económica hace tambalear el modelo anterior y acontecen una serie de variaciones de repercusión mundial que continúan hoy en día y que han ido consolidando profundas diferencias y desigualdades en el interior de los denominados países desarrollados. En estos cambios, la industria deja de ser la clave del desarrollo, se inicia la descentralización de la producción y amplios sectores clásicos de empleo desaparecen. Las materias primas se encarecen, se empieza a intuir la posible escasez de recursos naturales y se encarecen las materias primas. El mercado laboral se transforma y expulsa a los más débiles. “El viejo fantasma del desempleo resurge y alcanza porcentajes altos de una población que creía estar protegida y lejos de tales riesgos” (Estivill, 2003, p.8)

Para Molina et al (2013) en esta década “las categorías científicas, los conceptos y las políticas habituales hablan de marginación y de inadaptación” (p. 42)

En la década de los ochenta el riesgo de se democratiza tal y como dice Beck (1998) y se consolida el proceso de expulsión de los obreros del mercado laboral al que ya no conseguirán volver de nuevo. La clase media acomodada, la clase de los integrados, entra en un período de incertidumbre en el que su vida se va cada día más atada por los procesos de precarización laborales, económicos y sociales. Aparece en esta década un nuevo concepto, el de la precariedad. El valor del trabajo como elemento primario de integración y promoción social, hace decantar la mayoría de los análisis sociológicos de la época hacia el análisis de lo económico. Es de esta manera como se llega a al

exclusión a través de la precariedad, pero no solo de la precariedad laboral. Como establece Molina et al (2013) “la generalización de los procesos de precarización de la vida material y social, unida a sentimientos de inseguridad social y vital, lleva asociados nuevos riesgos, sufrimientos, malestares sociales y psíquicos.” (p. 45)

Es así como se entra de lleno en una nueva lógica, que amplía el estudio de los procesos de empobrecimiento, precarización, discriminación o descalificación social de los individuos (Castel, 1977).

No será hasta la década de los noventa que empieza una nueva revolución de procesos económicos y tecnológicos que inundan todos los ámbitos de la vida social. Castells destaca un triple proceso. En primer lugar la hegemonía de una economía global en la que todos los procesos se realizan a tiempo real y en las que fluye el capital, el mercado de trabajo, las organizaciones empresariales, el proceso de producción, la organización, las instituciones, la información y la tecnología operan simultáneamente a nivel planetario. En segundo lugar, la interconexión mundial en las operaciones económicas y en tercer y último lugar la economía adopta la forma de redes de flujos que actúan selectivamente. A todo ello debe añadirse el componente capitalista del individualismo y la individualización creciente que provoca el aislamiento de las personas. Es así como el deshilachamiento de las redes sociales existentes y la fragmentación de la sociedad de la que hace referencia Mingione (1993) se le añade la diversificación de los valores centrales, las barreras para edificar nuevas formas de agrupación y de encontrar soluciones colectivas transversales que superen las rupturas y las distancias. Según Estivill (2003) esta “sería la base de la exclusión social” (p.15) Es así como las sociedades devienen en conjuntos mutantes en las que la liquidez de Bauman empieza a asomar la nariz.

La exclusión se viste de...

Hernandez Pedreño, en “El estudio de la pobreza y la exclusión social. Aproximación cualitativa y cuantitativa” (2010) destaca seis características que arrojan el concepto de la exclusión social:

En primer lugar, un componente estructural porque resulta de causas estructurales y no exclusivamente individuales o causales, es decir, por las transformaciones económicas

y sociales de las sociedades del conocimiento (Subirats y Gomà, 2003). Reafirma Tezanos (2001) postulando que la exclusión social “es el resultado de una determinada estructura social, política, cultural y económica” (p.30)

En segundo lugar, la exclusión es un proceso dinámico y conduce a los sujetos por diferentes etapas. Existe, de esta manera, diferentes grados de exclusión: vulnerabilidad, precarización, exclusión leve, moderada o grave. La ubicación en una fase u otra viene determinada por el ritmo e intensidad del compendio de desventajas sociales, situaciones lejanas a la integración.

En tercer lugar, posee un carácter multifactorial y multidimensional. No se puede explicar en función de una sola causa ni un solo factor desde una única mirada vital, todo lo contrario, se trata de un conjunto de circunstancias interrelacionadas entre sí. La Comisión Europea entre 1993-4 va consolidando el término y lo hace aparecer en el Libro verde en el que enfatiza el carácter estructural de los procesos de exclusión social y en el Libro blanco donde se “caracteriza a la exclusión social por su dinamicidad y multidimensionalidad; destacando su conexión, no sólo con las situaciones de desempleo y rentas insuficientes, sino con los problemas de vivienda, los niveles y oportunidades educativas, la salud, la discriminación, la ciudadanía y la integración” (Moreno, 2000, p. 52)

En cuarto lugar, es un fenómeno heterogéneo puesto que afecta a diversos grupos. Brugué, Gomà y Subirats (2002) relacionan los factores de exclusión con los grupos sociales afectados y las políticas de inclusión. Desfinen ocho colectivos de excluidos: “jóvenes con dificultades intensas de inserción laboral, adultos desempleados de larga duración, colectivos de inmigrantes, mujeres-madres solas, gente mayor dependiente, sectores fuera del bloque de transferencias/servicios del Estado del Bienestar, sectores sin acceso a la vivienda y colectivos especialmente segregados” (pág.32)

En quinto lugar, contiene el factor subjetivo/individuo/personal. La exclusión social es una trayectoria personal y, por tanto, no se puede obviar la incidencia de ciertos factores individuales relacionados con la subjetividad y la atribución de sentido a la propia situación de precariedad, vulnerabilidad o exclusión. Los componentes

individuales inciden en la salud de las personas, en sus habilidades cognitivas y en su rendimiento formativo

Finalmente y, en sexto lugar, es foco de atención de múltiples investigaciones cualitativas y cuantitativas. La exclusión social es, ha sido y será, foco de atención de diferentes estudios. Desde finales de los sesenta, España cuenta con una larga tradición iniciada. Son destacables las investigaciones realizadas desde una perspectiva histórica por parte de Demetrio Casado y la Fundación FOESSA, que suelen ser un referente a nivel nacional

Tipologías de la exclusión

Según Escudero, al repensar el fracaso escolar, se plantea el término de exclusión y propone cuatro clases de exclusión:

Una primera clase denominada “*La constitutiva o substantiva*” consistente en la privación radical de necesidades o derechos humanos básicos como el acceso a la educación, los bienes naturales suficientes para vivir, la salud, los derechos civiles, políticos, sociales y económicos.

Una segunda tipología designada como “*La instrumental*”, en la que los individuos no sufren en sentido fuerte la primera ya que pueden acceder a determinados bienes o servicios, pero no llegan a participar no a disfrutar satisfactoriamente. Por ejemplo la restricción a créditos financieros para las personas, iniciativas cooperativas, empresas.

En un tercer orden “*La exclusión pasiva*” que sería una variedad de la instrumental, representa una forma particular de privación, derivada de condiciones y procesos más amplios de exclusión.

Finalmente, “*la exclusión activa*” que puede aplicarse a situaciones de marginación que suponen una negación abierta y directa de algún derecho o beneficio esencial a individuos colectivos

La exclusión social, como hemos visto, no es un estado fijo sino un proceso dinámico que conduce al sujeto desde las zonas de integración hacia las zonas de exclusión (Castel, 1992). En base a esta idea y partiendo de los postulados de Castel, Raya (2005) traza un itinerario de exclusión estableciendo tres líneas cuyas fronteras son, a nuestro modo de entender, fácilmente franqueables.

En primer lugar se encuentra la zona de integración y cohesión. Está formada por aquellas personas que poseen un empleo estable, pueden consumir bienes sociales, disponen de protección contra los riesgos de la existencia y participan de los valores culturales de su entorno social. El trabajo asalariado es la principal vía de integración de esta zona estable y constituye un seguro en la red de relaciones sólidas y soportes socializadores estables.

En segundo lugar la de vulnerabilidad y precariedad, en la que se inicia una precarización social a causa de factores como el trabajo eventual, precario y residual. Las relaciones son inestables o débiles y existen escasas posibilidades de integración social.

En tercer y último lugar, la zona de exclusión en la que pueden desembocar personas y grupos, sea cual sea la zona en que se encuentren. Se llega, normalmente, después de una trayectoria de desafiliación. En cualquier caso, la permanencia en esta zona no tiene que ser necesariamente definitiva y, aunque en nuestros días es más fácil caer que salir, las trayectorias son reversibles. Expone Garcia Roca (1998) que en la zona de exclusión es donde se produce una acentuación de la marginalidad, la desafiliación o desvinculación en la que se mueven los más desfavorecidos. En ella se encuentran, por lo general, las personas desprovistas de recursos económicos, de soportes relacionales y de protección social.

¿Quiénes son los excluidos?

Profiere Sáez Carreras en boca de Sen (2001) que un sujeto excluido es aquel que no posee la libertad para llevar a cabo actividades importantes que cualquier persona desearía elegir.

Carmen Bel, afirma que no hay exclusión sino excluidos, es decir, personas que sufren esta exclusión. La misma autora nos muestra, en boca de Carreras, el totum revolutum de las individualidades y los colectivos de los excluidos, estableciendo una enumeración de situaciones personales a las que les cuelga la etiqueta de la exclusión:

“Todos aquellos que por decreto del poder económico son declarados población sobrante, los sin techo, mendigos, sin hogar, transeúntes, sin ocupación, parados de subsidio, parados, subocupados, empleados precarios, los sumergidos temporales, jóvenes en búsqueda de la primera ocupación; los sin escuela, los absentistas, los que sufren fracaso escolar, las personas encarceladas, la minoría gitana, los inmigrantes sin papeles; los sujetos, los sujetos sin afecto, los o las sometidos a tráfico sexual, violencia doméstica, mujeres e infancia maltratada, prostitución femenina o masculina, quienes consumen y son dependientes de drogas que menguan severamente sus posibilidades personales y sociales; quienes no poseen recursos básicos; las madres solteras, jubilados y pensionistas con rentas bajas o sin ellas, otros sectores que quedan excluidos y marginados simplemente por razón de sexo, etnia o edad; amplios colectivos femeninos, inmigrantes, refugiados, exiliados, desplazados, enfermos crónicos, personas solas, , jóvenes y niños, que no caben en un mundo como el actual “ (Carreras, en Bel Adell, 2002 p.10)

En definitiva, los excluidos son privados de ciertos contenidos, derechos, necesidades, bienes o servicios. Son apartados del disfrute de ciertos beneficios a los que tiene derecho como las necesidades básicas que les permiten desenvolverse humanamente y social.

Para Freire son seres “fuera de” con lo que la solución no reside, precisamente en convertirlos en “seres dentro de” un mismo sistema que los margina sino en hacer nacer personas que se liberen de sí mismos. Gaviria y Ospina (2009) hablan por Freire cuando afirman que en realidad estos sujetos “no son marginales a la estructura, sino hombres oprimidos dentro de la misma. Alineados, no pueden superar su dependencia mediante “la incorporación” a la misma estructura que es responsable de su dependencia” (p.4)

Causas de la exclusión: necesidades y cambios

“La exclusión social no se explica con arreglo a una sola causa, ni tampoco sus desventajas vienen solas: se presenta como un fenómeno poliédrico, formado por la articulación de un cúmulo de circunstancias desfavorables a menudo fuertemente interrelacionadas” (Subirats et al, 2005, p.13)

Un conjunto de cambios estructurales y necesidades básicas no cubiertas configuran el universo casuístico de la exclusión

Respecto a las necesidades básicas, Dieterlen (2001) las define como aquellas cuya ausencia significa “el fin o la imposibilidad de una forma de vida humana” (p.14). Esta autora relaciona algunas como el poder vivir hasta el final una vida completa, salud, estar suficientemente alimentado, tener alojamiento y libertad de movimiento, usar los cinco sentidos, imaginar, pensar y razonar, relacionarse con las personas y el entorno, amar y ser amados, formarse una concepción del bien, planificar reflexiva y críticamente la propia vida, etc..

Por su parte Tezanos (2003) se refiere a ellas basándose en los derechos reconocidos en la carta de los Derechos Humanos históricos. Son los denominados de la primera, segunda y tercera generación -civiles, políticos, sociales, económicos y culturales que probablemente ampliaría el listado anterior.

Finalmente, y por citar algunos de los organismos internacionales más representativos entre los que se encuentran la OCDE, la UNESCO y el BM, destacar que todos ellos reconocen cuatro categorías de necesidades básicas relacionadas con:

- ✓ El hecho de contar con unos mínimos necesarios para el consumo familiar y personal como el alimento y la vivienda.
- ✓ El acceso a los servicios esenciales en la salud, educación, transporte o agua potable.
- ✓ La vinculación al mundo del trabajo y a la remuneración debida y justa.

- ✓ El disfrute de un entorno saludable y humano, de libertades cívicas y la capacidad de participar en las decisiones sociales y políticas.

Un segundo aspecto a tratar en este apartado de fundamentación tiene que ver con los cambios. Éstos han impactado en la estructura de las desigualdades conformando una sociedad más compleja y pasando de una sociedad de clases a una sociedad con múltiples ejes de desigualdad (género, digitales, edad, relacionales, etc.) Se ha subjetivado la sociedad turnando de una sociedad estructurada, cierta y previsible a una sociedad llena de riesgos y de incertidumbres. Una sociedad líquida como la que define Bauman. Se ha incrementado la exclusión puesto que donde predominaba antes la desigualdad y la subordinación vertical, ahora impera una nueva lógica de polarización en términos dentro/fuera que implica para los excluidos la ruptura de ciertos parámetros básicos de integración social Se ha fracturado el tejido social acelerando la aparición de una nueva escisión social y generando un sociograma de colectivos y masas de excluidos. Es este espectro, Subirats y Gomà (2003) afirman que “la movilidad de las fronteras de la exclusión ha provocado que los índices de riesgo presenten extensiones sociales e intensidades personales altamente cambiantes “ (p.12)

Los cambios obedecen a diferentes órdenes. A continuación, se perfilan algunos ya que las consecuencias que derivan de ellos serán determinantes para la creación de escenarios, categorías y futuros indicadores metodológicos a analizar en este trabajo de investigación.

En primera instancia se encuentra todo aquello que tiene que ver con los cambios sociales. El escenario está ubicado en un sistema de producción capitalista que promueve valores centrados en el individualismo y que tiende a dejar fuera a quienes no son rentables para sus intereses. Tenazos (2011) definiría este individualismo como “individualismo insolidario y búsqueda del lucro y de la codicia (...) –sumado a- la influencia que se ejerce desde determinados organismos internacionales como el Banco Mundial, el FMI, la OCDE que actúan como una especie de “intelectuales orgánicos” (p.40). Todo ello dibuja una tendencia a la desvertebración social y un clima

de violencia y malestar social con cambios y crisis en las instituciones sociales, valores, pautas culturales y las funciones de integración en las redes sociales.

Asociado a estos primeros cambios, convergen transformaciones demográficas, y muy en particular, se podría destacar el envejecimiento de la población, la emancipación de la mujer y la gran variabilidad de formas de convivencia alternativas al concepto de familia tradicional. Este concepto se diluye pero sigue conviviendo con el resto de formas de cohabitación.

Los cambios socioculturales mantienen un vínculo muy estrecho con los anteriores. Las nuevas lógicas espaciales redefinen la dimensión sociocultural. Se incrementa el número de hogares monoparentales y de mujeres con hijos (Sainsbury,1999), la libertad y autonomía de las mujeres es una tendencia a la alza, aumenta la tensión a raíz de la doble jornada laboral de las mujeres y con su emancipación económica se disparan las rupturas matrimoniales. La distribución de los tiempos se encuentra enraizado en las relaciones de género y de familia y las pautas de configuración y uso de espacios físicos no evolucionan a la par y continúan viniendo marcados por los modelos urbanos predominantes. Se incrementan las inestabilidades sociales y se crean nuevos filones de exclusión.

Respecto a las dinámicas de los espacios urbanos se descubre que los espacios “especializados” del tejido urbano fomentan nuevas pautas de movilidad con un acentuado uso progresivo del vehículo particular con lo que son determinantes para difuminar la intensidad relacional. Los procesos de reconstrucción urbanística conllevan a la llamada gentrificación “renunciando a un espacio urbano que produce significaciones y símbolos de todo tipo. Esta operación de vaciado trata de eliminar el conflicto, desactivando aquello que hace emerger vínculos y lazos sociales” (Camallonga, 2014, p. 28). Aumenta la especulación en determinados barrios socialmente degradados y sus habitantes se ven forzados a abandonarlos “con su estigma a cuestas, como una suerte de excedente humano” – prosigue Camallonga. Crece la bolsa de nómadas urbanos que “nunca se verán libres de la tormentosa sensación de transitoriedad, indeterminación y provisionalidad de cualquiera de sus asentamientos.” (Bauman, 2010, p.58)

A todo ello le precede el auténtico motor de las sociedades, la economía y sus constantes fluctuaciones. La transformación de los procesos de producción industrial con la aparición de nuevas formas y modos de organización económica en mercados globalizados (aumento robotización y automatización) conlleva al descenso número de puestos de trabajo y al incremento del desempleo entre jóvenes, mujeres y colectivos menos cualificados. Atrás quedan las estructuras fordistas en las que grandes concentraciones de trabajadores producían grandes cantidades de consumo masivo.

Para Gallie (2000) Conceptos como flexibilización, adaptabilidad o movilidad han reemplazado a la especialización, estabilidad y continuidad. Se produce una globalización económica, en el que las ayudas internacionales al desarrollo merman y el beneficio y la productividad viene por la tan intensa como líquida llamada sociedad del conocimiento.

Finalmente se produce una regresión de las políticas sociales mundiales, en las que , predominan las concepciones neoliberales como la desregularización y la desprotección social y con una gran bajada del intervencionismo estatal. Se desarrollan políticas públicas paliativas de los problemas sociales, que tienden a contener el peligro social pero no a combatir las causas de la exclusión llevando a “la práctica inexistencia política organizada suficientemente firme y fuerte y doctrinalmente fundamentada que pueda oponer eficazmente a dichas regresiones sociales” (Tezanos, 2011 p.40). Un claro ejemplo se muestra en la siguiente figura en el que se visualizan los cuidados intensivos de las políticas a los que se someten los colectivos excluidos inmersos en la exclusión.

| Factores de exclusión | Colectivos excluidos | Políticas frente a la exclusión |
|--|---|--|
| Economía postindustrial e impacto sobre el empleo | Jóvenes con dificultades Intensas de inserción laboral Adultos desempleados de Larga duración | <i>Políticas contra el paro juvenil y el desempleo de larga duración</i> |
| Inmigraciones del Sur hacia UE Nuevos modelos familiares Nueva estructura demográfica | Colectivos de inmigrantes Mujeres-madres solas Gente mayor dependiente | <i>Políticas de rentas mínimas</i> <i>Políticas de servicios sociales</i> |
| Sistemas de protección social contributivos Sistemas Beveridge de protección social con coberturas no universales Servicios sociales insuficientes | Sectores fuera del bloque de transferencias/ servicios del Estado de Bienestar | |
| Funcionamiento excluyente de mercados de vivienda con acción pública débil | Sectores sin acceso a la vivienda Colectivos espacialmente segregados | <i>Políticas de vivienda social</i> <i>Políticas de regeneración urbana</i> |

*Figura 1. Exclusión social: factores, grupos sociales y políticas Fuente: Subirats, Gomà y Brugué , 2005 (p.17)

Escenarios de exclusión

Empezar a trazar algunos de los escenarios en los que pisa fuerte la exclusión, permitirá repensar, para la investigación que ocupa, posibles categorías que delimiten los contextos de la exclusión con el objetivo de poder analizar programas de educación social y plataformas que operan con ellos.

En primer lugar cabe decir que se trata de grupos de individuos excluidos y espacios excluyentes. Partiendo de esta aclaración y siguiendo los postulados de Raya (2010) cabe decir que la mayor parte de los estudios “consideran los ámbitos vitales relacionados con los ingresos, el empleo y la vivienda como factores de mayor exclusión, seguido del ámbito de la educación. Y un segundo núcleo relacionado con la salud, la integración social y familiar y las relaciones sociales” (p.130) De hecho, en el artículo que propone la autora acerca de las herramientas para el diagnóstico de la investigación en exclusión social, se muestra como es el ámbito del empleo el que suma

cerca de un 24% representando las mayores proporciones de exclusión grave, seguido con un 18% por la situación económica y la vivienda respectivamente.

Así pues, un primer escenario lo conformaría el laboral. Darnell (2009) desde la entidad de Caritas Diocesana de Barcelona y , en referencia al VI Informe sobre la exclusión y desarrollo social en España (2008) de la fundación Foessa afirma que cuando se habla de desigualdad algunos de los factores más representativos que se describen son la precariedad laboral, la temporalidad y los sueldos bajos. Posteriormente se habla de la rebaja del gasto público en referencia a las prestaciones sociales (pensiones, rentas mínimas, etc..) como factores clave de la pobreza. Esto conduce de lleno al segundo escenario, el de la pobreza económica.

Según Bueno Abad (2011) la precariedad económica constituye el inicio de los problemas sociales tales como el paro de larga duración, la precariedad, la contratación ilegal y la economía sumergida. Además, añade que todo ello se agrava con el hecho de tener una enfermedad mental o discapacidad grave. ¿Posibles categorías las del escenario sociosanitario para el análisis? Más adelante se concretará.

El mismo autor introduce al siguiente escenario, el formativo, generador de exclusiones desde edades tempranas, contenedor de fracaso escolar y de nuevas brechas digitales con la introducción de las TIC en la sociedad. El excluido digital es un nuevo excluido social. Las TIC tienen presencia en gran parte de los procesos de participación social y Calvo y Rojas (2007) plantean la existencia “de grupos que tienen sus posibilidades limitadas, nos encontramos ante personas que quedan, en alguna medida, al margen de estos procesos de participación, dando lugar a dinámicas de exclusión digital y social.” (p.145) La educación es la que debe facilitar el acceso a los conocimientos básicos que aseguren estos aprendizajes tecnológicos, ampliándose así el significado del concepto de alfabetización para dar respuesta a las necesidades educativas de instruir en estos nuevos lenguajes.

Cabrera (2002) introduce un nuevo marco generador de exclusión: el espacial, concretamente a los denominados barrios desfavorecidos. César Manzanos (1991) ha tratado de delimitar y explicar lo que llama red de espacios segregativos teniendo en consideración que “cada ámbito de la vida social desarrolla sus propios espacios

segregativos encargados de retirar de la circulación y de aparcar a los sujetos que, por diversas circunstancias, han de ser apartados temporal o definitivamente: aquellos que necesitan un refuerzo reeducativo de tipo disciplinar; los que han de ser aislados por razones de salud pública y peligrosidad social; o quienes simplemente estorban debido a que no cumplen función social alguna y su conducta es anormal e incómoda” (p.88)

Un nuevo contexto se vislumbra en cuanto al ámbito relacional. Problemas sociales vinculados con el aislamiento y la soledad, pérdidas de las relaciones más cercanas, ruptura de entornos, pérdida de espacio entre pueblo, barrio y ciudad, etc. son algunas de las problemáticas relacionales causantes de exclusión según Bueno Abad(2011). A éstas se les puede añadir el debilitamiento de las estructuras familiares: familias monoparentales, circunstancias relacionas con las separaciones o los divorcios, presencia de dependencias a alcohol/drogas, soledad para los miembros de la unidad familiar por la separación o la emigración.

En el terreno de lo político dos factores determinantes inauguran este nuevo escenario : la inmigración y la reclusión.

Respecto a la reclusión, según Smith y Stewart (1969) la prisión es la forma más categórica de exclusión que contempla la ley. Cabrera (2002) añade que la persona que sufre una situación de prisión “queda excluida de la relación y la vida social que ha conocido hasta entonces, y pasa a convertirse en el habitante de un mundo aparte en el que su vida y su tiempo le han sido arrebatados. ” (p.86) Por su parte, Manzanos (1991) enumera cinco etapas de exclusión en la prisión que van desde la ruptura con el mundo exterior, pasando por la desadaptación social y desidentificación personal, a la adaptación al medio carcelario, a la desvinculación familiar, para finalizar en el desarraigo social.

Respecto a la inmigración, Navarrete y Puyal (1996) exponen que “el fenómeno de la inmigración constituye per se una forma de exclusión social” (p.130) . Este supone la imposibilidad de acceder a determinados ámbitos de la realidad y que sirva de ejemplo el país de origen del que emigran. La denominan exclusión territorial. Por otro lado también sufren la exclusión legal que es aquella que “genera el Estado mediante su ordenamiento jurídico y las normativas concretas en relación a la entrada y permanencia

de los extranjeros ” (p.130) en el país de acogida. Aquellos que no cumplan los requisitos de entrada y permanencia serán los excluidos social y legalmente. A todo esto se le añade el primer escenario de la exclusión tratado, la del empleo, llegando a ser una de las formas más graves de exclusión social que sufre el inmigrante debido al elevado número de personas que afecta. Finalmente, un cuarto factor de exclusión en este mismo colectivo la conforma las dificultades de acceso a la propiedad, la falta de los equipamientos básicos del hogar (tal vez un nuevo factor de exclusión a tratar), la falta de espacio y la poca intimidad dentro del hogar

El futuro: ciudadanía deseada y TIC

Perrenoud (2002, en Escudero, 2005) indica, refiriéndose a la exclusión, que cada sociedad “la interpreta a su manera, propone medidas para solucionar lo que pueden llegar a ser antagónicas y, casi siempre, pasa como una patata caliente de unas políticas a otras sin que ninguna reconozca su parte de responsabilidad en ello” (p.3)

Hacer frente a la exclusión pasa, necesariamente, por repensar que tipo de ciudadanía se desea y requiere y como las TIC pueden contribuir no solo a paliar situaciones sino a ayudar a realizar un cambio de chip por parte de la ciudadanía.

En la sociedad del conocimiento resulta obligatorio hablar de personas poseedoras de *competencias sociales*. Con ello y partiendo de los componentes establecidos por Gullota (citado en Garrido y López, 1995) se hace referencia a personas a las que se las reconoce unos roles en la sociedad; son miembros de, se sienten valorados y pueden participar en ella. Por otro lado, “la idea de trabajar competencias ciudadanas se basa en que en ella surgen procesos y una retroalimentación que otros aprendizajes no proporcionan” (Maiztegui, 2007, p.93)

En segundo lugar, se hacen imprescindible los *valores prosociales* de la ciudadanía ante las mentalidades capitalistas. Es necesario el desarrollo de acciones orientadas al beneficio de otras personas sin que exista la previsión de una contraprestación. Roche (1991) lo definiría como:

“comportamientos que , sin la búsqueda de recompensas externas, extrínsecas o materiales , favorecen a otras personas o grupos, según los criterios de estos, o metas sociales, objetivamente positivas y que aumentan la posibilidad de generar una reciprocidad positiva en calidad y solidaria en las que las relaciones interpersonales o sociales consecuentes salvaguardando la identidad, creatividad e iniciativa de los individuos o grupos implicados” (p.85) ¿no se empieza a intuir filosofía crowd?

En tercer lugar, se debe pensar seriamente en el *concepto en sí de ciudadanía*. Establece Alvarez (2014) que este concepto trata de introducir diferentes aspectos legales, morales y políticos de la vida pública y añade que “el aprendizaje de la ciudadanía debe fomentar el respeto por la ley, la democracia y el bien común al mismo tiempo que debe animar el pensamiento independiente y desarrollar herramientas de reflexión y de debate” (p.91) . Para Cogan y Dericott (1998) la ciudadanía en las próximas décadas pasa por una serie de habilidades que cada ciudadano debería poseer. Observar y resolver problemas como miembro de una sociedad global, trabajar con otras personas de modo cooperativo para tomar responsabilidades de los propios roles y preocupaciones dentro de la sociedad, entender aceptar, apreciar y tolerar las diferencias culturales, pensar críticamente, disponer de buena voluntad para resolver los conflictos de una forma no violenta, cambiar el estilo de vida y los hábitos de consumo para proteger el medio ambiente, defender los derechos humanos y disponer de buena voluntad y habilidad para participar en políticas a nivel local, nacional e internacional, son algunas de las propuestas que nos plantean estos autores.

Kubow, Grossman y Ninomiya, sintetizan estas propuestas de *ciudadanía multidimensional* en cuatro dimensiones. La personal, que implica capacidades para comprender y asimilar la realidad, el reparto de responsabilidades y la resolución no violenta de conflictos unido al sentido de pertenencia y la implicación. La social, con un compendio de capacidades destinadas a cooperar, a la capacidad de trabajo en equipo, con objetivos comunes, el saber comunicar asertivamente, etc. La dimensión espacial que permite conocer las diferencias entre las culturas, realidades, nuevas tecnologías y una visión del mundo globalizado. Y una dimensión temporal que contempla una visión global de la realidad, causas y perspectivas de futuro.

Con este catálogo de competencias ciudadanas la cuestión radica no solo “cómo conseguir que los individuos adquieran esas habilidades, de modo puntual, sino también

que se identifiquen y asuman como propios el conjunto de valores que conforma la ciudadanía global” (Cortina y Conill, 2001, p.93) .

En último lugar, no hay fin sin hablar de la responsabilidad personal en una autopraxis auténtica de justicia social. Young (2000) establece que “hoy la justicia no puede reducirse solo a la distribución de la riqueza” (citado en Calvo y Rojas, 2007 p. 148). Depende de una autorresponsabilidad política, del tipo de activismo que queramos practicar y de la implicación que queramos tener. Y es, en este momento, en el que las prácticas de activismo en red, los nuevos usos y posibilidades que nos ofrece las TIC, los valores como la cooperación y la recompensa justa a trabajos colaborativos permiten reflexionar que fenómenos como el crowdfunding bien pueden servir para hacer frente , como ciudadanos, contra algunas consecuencias y tal vez causas de la exclusión social.

Y en este panorama ¿Cómo encaja el crowdfunding?

“No existe una mejor prueba del progreso de una civilización que la del progreso de la cooperación”

John Stuart Mill (1860-1873 en Díaz Benthecourt, 2013)

¿Qué es crowdfunding?

Existen múltiples definiciones de crowdfunding, algunas de ellas con rasgos muy comunes.

La Wikipedia la define en términos de micromecenazgo “ también denominado mecenazgo, financiación masiva, financiación en masa o por suscripción, cuestación popular, financiación colectiva y microfinanciación colectiva es la cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos”

Para Asenjo (2013 p.22) la importancia recae en la **cooperación** y en el **uso de internet** puesto que “ consiste en la cooperación colectiva para conseguir dinero u otros recursos y se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras

personas u organizaciones de todo tipo, tanto privadas como públicas o sin ánimo de lucro”

Ribera (2012 en Asenjo p.22) habla en términos de **financiación colectiva** y para él consiste en “la puesta en marcha de proyectos mediante aportaciones económicas de un conjunto de personas. La financiación o el colectivo puede ser todo lo grande que requiera el proyecto y que permitan las leyes del país en el que se realiza” Muy cercana a esta idea Acconcia, V. , experto en crowdfuding la describe como “ colaboración colectiva consistente en la aportación de recursos económicos por parte de muchas personas para conseguir que se financie un proyecto determinado” (p.6)

Mientras que para la plataforma Indiegogo la importancia recae en “el **entusiasmo compartido** por una idea y una oportunidad para que la gente se involucre”, para los mecenas de Lánzos (2014) el crowdfunding supone la coyuntura para “un **cambio**, hacia algo nuevo y valioso y fácil de concretar”.

Rodríguez de las Heras (2013) “el termino crowdfunding (...) describe un **amplio y variado fenómeno** consistente en la creación de un entorno (electrónico) para la agrupación de un colectivo, la aportación de ideas, recursos y fondos y la interacción en red dirigidas a apoyar conjuntamente proyectos, esfuerzos e iniciativas de individuos, organizaciones o empresas” (p.102)

En definitiva, crowdfunding, Crowd (multitud) Funding (financiación), se define como aquella “acción colectiva para conseguir dinero u otros recursos en la que se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de personas u organizaciones de todo tipo (...) ya sean privadas, públicas (...) con o sin ánimo de lucro.” (Asenjo Martínez, C. , 2013)

Si bien surge en EEUU en un momento en el que no falta financiación, poco a poco se afianza como una respuesta válida a un contexto coyuntural de difícil y reducido acceso a la misma (Rodríguez de las Heras, 2013)

Las personas vinculadas a experiencias de crowdfunding coinciden en la creencia que la labor de una plataforma crowdfunding es algo más que financiación . A nivel individual, la persona que participa en la financiación tiene la posibilidad de tener un contacto más directo con las personas que ejecutaran el proyecto, saber en cada momento en qué fase se encuentra el mismo y realizar preguntas a través de la

plataforma. A nivel social, la posibilidad de hacer una labor pedagógica ante la comunidad y devolver a la sociedad una parte de lo que ésta le ha dado.

El nacimiento de un término y sus implicaciones

Aunque el fenómeno del crowdfunding tiene mucha historia, en referencia al término en sí se le atribuye a Michael Sullivan, fundador de fundavlog, la acuñación de la palabra “crowdfunding” en un intento fallido de crear una incubadora de proyectos en formato videoblog por allá el 2006.

Llamosas (2014) aclara que “estaríamos hablando de que su origen está más cerca que lejos”. Y es que uno de los principales factores que determinan si un proyecto es financiado o no por este sistema de financiación es el de Internet. Actualmente, cuando se habla de crowdfunding en sentido estricto se hace referencia a un proyecto que ha sido sufragado de manera colectiva a través de una plataforma online.

Asociado a la terminología crowdfunding y casi paralela a su aparición aparece el crowdsourcing, que con el soporte del desarrollo de la Web 2.0, enfatiza la creación de redes de personas y externalización de tareas y funciones en las empresas. Se atribuye a Jeff Howe las primeras referencias sobre este nuevo vocablo en su artículo “The Rise of Crowdsourcing” publicado en la revista Wired en el año 2006. Es importante hablar de este término porque presta a la confusión entre el sourcing y el funding. Mientras que el primero se refiere a un modelo de producción colectiva, el segundo se refiere a un modelo de financiación colectiva. En común mantienen el crowd como punto de partida. Posteriormente e íntimamente relacionado con la comunidad, colectividad, muchedumbre o crowd emergen nuevos léxicos como el crowdcreation (creación colectiva), el crowdvoting (votación colectiva) y el crowd wisdom (la sabiduría colectiva.)

Otra de las terminologías que presta a confusión es la de la terminología fundraising, que aparece muy vinculada a dos determinados tipos de crowdfunding, el de donación y el de recompensa. La confusión radica en que, si se analiza el término crowdfunding desde la perspectiva funding. Mata (2014, p.33) cita a Sorribas (2010) el cual en su tesis

doctoral Marketing con causa, elabora una definición completa del término fundraising. Lo define como “la expresión americana que proviene de los términos fund (fondos/recursos) y raising (del verbo raise, que significa captar, recaudar, conseguir, aumentar).” (p.55) Se basa en un conjunto de técnicas para la recaudación de fondos para las entidades no lucrativas.

Finalmente, el término crowdfunding aúna fenómenos muy diversos que comparten tres particularidades: base comunitaria, ruptura de esquemas económicos tradicionales y empleo de nuevas tecnologías. En primer lugar, porque la comunidad es la que permite agrupar esfuerzos, recursos e ideas. En segundo lugar, porque los esquemas jurídicos y económicos de base para alcanzar el objetivo y obtener la financiación son completamente distintos. Anota Rodríguez de las Heras (2013) que “el crowdfunding consigue superar la simple emulación funcional de los modelos de financiación existentes y ofrecer otras funciones y herramientas estratégicas” (p.106) En tercer lugar, porque todo ello no sería posible sin las tecnologías de comunicación que diseñan el espacio en el que se producen las interrelaciones y las intermediaciones.

Historia de un fenómeno

El crowdfunding digital emerge en el entorno de las donaciones y las recompensas y estrechamente vinculado al ámbito de la música y del cine. El modelo inicial de crowdfunding parte de la base que el emprendedor de la campaña da algo al mecenas a cambio de su inversión, que abarca desde una copia del cd, el nombre en los créditos de la película o el documental, una chapa, una camiseta etc.

Una de las primeras campañas se origina en la industria de la música. El quinteto de rock progresivo Marillion, de larga trayectoria musical en sus espaldas, aprovecha el poder de Internet y se erige como uno de los primeros grupos de música capaces de crear su propia website para comunicar. Y no solo eso sino que, además, dispone los andamios para poder vender a través de ella. Es así como se recaudan, desde 1997 hasta el 2001, cerca de 60000 dólares que dan lugar al disco llamado Anoraknophobia y su posterior tour estadounidense. En España, se atribuye al proyecto del largometraje “El Cosmonauta” como pionero de esta modalidad en el año 2009.

Otro modelo próximo al del crowdfunding se ha dado en el movimiento del software libre y las campañas emprendidas por Richard Stallman en los años 80 en el marco de la Free Software Foundation. Y más. Cita Asenjo (2013) a los franceses Colboc y Benjamin cuando en el 2004 lanzan una campaña de donaciones para el rodaje de su película “Demian la Veile”. En solo tres semanas logran alcanzar la cifra de 60000 euros hecho que da paso al posterior rodaje.

Sin embargo, el fenómeno crowdfunding, existe desde hace algunos siglos. “Solo que las tecnologías y la aparición de una nueva mentalidad basada en el Open Source lo han lanzado a lo que Chris Anderson llama los muchos pocos” (Llopis, 2014³). Mas, en el offline, experiencias en microfinanzas existen desde siglos atrás. Mata (2014, en Gutierrez-Rubí y Freire, 2013) hace referencia al filósofo Demócrito (c.460-370 a.C) en referencia a la necesidad de la naturaleza humana de buscar a otras personas con intereses comunes. En 1730 Jonathan Swift, autor de los Viajes de Gullivert, se erige como padre biológico del microcrédito. Y aunque en sus inicios solo unas cuantas mujeres se benefician de esta nueva fórmula, un siglo más tarde, una quinta parte de Irlanda vive de ello. Bien entrado el s.XX, las zonas rurales de Bangla Desh combaten la pobreza a través de un banco independiente de microcréditos que le conduce al doctor Muhammad Yunus directo al Nobel de la Paz. A mediados de los ochenta, Pulitzer convoca a los lectores estadounidenses a donar dinero para terminar la estatua de la libertad. El resultado es que en menos de seis meses se recaudan más de 100.000 dólares gracias a las aportaciones de 125.000 personas. Y sin ir más lejos, bandas como la española Extremaduro nacen con el ADN del futuro crowdfunding. 250 boletos vendidos a razón de 1000 pesetas cada uno dan lugar a su primer disco “Rock Transgresivo” a finales de los 80. A cambio, una copia de la maqueta cuando esta fuera grabada y editada. Empieza a asomar el crowdfunding de recompensa.

Fundamentos y tipologías

Establece Mata (2014) que tres son los pilares para una campaña de crowdfunding:

“un fundraiser emprendedor que cree en su proyecto y tiene capacidad empresarial y habilidades para comunicar y empatizar con una comunidad, unos funders que le

³ Post “Yo, Crowdfunding. Amén” dentro del blog del professor Raúl Antón Cuadrado <http://www.comunicacionextendida.com/yo-crowdfunding-amen/>

apoyan y una plataforma crowdfunding que hace de intermediario entre el fundriaser y los funders” (p.3)

El frundaiser también denominado inversor, promotor o emprendedor es el que elabora el proyecto y busca la idea. Se encarga de llevar a la práctica el boceto teórico del negocio que ha sido elaborado antes en papel. En segundo lugar los funders, llamados también mecenas, donantes, prestamistas, socios, accionistas o destinatarios del servicio son aquellas personas que colectivamente financian la idea. Puede ser a través de donación o de inversión. Y por último, la plataforma gestora que es el sitio web en el que se lleva a cabo el contacto entre los dos primeros. Es un intermediario financiero, o una especie de entidad de crédito online exclusivamente dedicada a proyectos de micromecenazgo (Llamosas, 2014.)

Existen muchas modalidades de **crowdfunding**, pero, dependiendo de la naturaleza del intercambio, han proliferado cuatro de ellas. Aunque la divisoria empieza a estar socialmente extendida en la comunidad, se toma de referencia para su explicación, la divisoria que describe la revista Forbes en 2013 ·Crowdfunding in Europe: The Top 10 Peer-to-Peer Lenders⁴” en la que se citan los cuatro tipos: equity, donation, reward y debt/microfinancing P2P.

En primer lugar, el **crowdfunding** empresarial con ánimo de lucro o de inversión, donde se ofrece una participación de la empresa o un compromiso con el inversor sobre los beneficios por haber participado (**Equitybased crowdfunding**). Se conoce también como suscripción. Los mecenas se convierten en socios del proyecto mediante la aportación de micropagos y , a cambio, reciben acciones y posibles beneficios de la empresa si ésta se muestra solvente en el tiempo. The Crowed Angel o Bihoop son dos ejemplos de plataformas españolas que funcionan mediante esta modalidad de crowdfunding.

Según el informe “Review of Crowdfunding” (2014) en España el modelo equity se caacteriza por operar con dos tipos de plataformas diferentes. Por un lado, una plataforma basada en la financiación de tecnología start-ups o empresas con un modelo de negocio innovador en el que el inversor se convierte en accionista de la sociedad. La otra plataforma se basa en la financiación de los proyectos empresariales de diversos

⁴ Disponible en <http://www.forbes.com/sites/groupthink/2013/04/23/crowdfunding-in-europe-the-top-10-peer-to-peer-lenders/>

sectores como el de la tecnología, la innovación, los restaurantes, el comercio, la distribución, la construcción, el ocio, etc. creando empresas a cambio de una participación social de éstas. El volumen de negocio obtenido en España por este modelo ha aumentado un 40% durante el 2014.

En segundo lugar, el **crowdfunding** de préstamo en el que se ofrece un tipo de interés sobre el dinero recibido (**Lending-based o debt-based crowdfunding**). Es el préstamo P2P o préstamos de personas a personas, puesto que una persona solicita una cantidad a un portal de crowdfunding especializado en préstamos financiados por la multitud. El camino que sigue esta demanda pasa por el estudio acerca de la viabilidad del interesado, se le asigna unos niveles de riesgo y se le indica la cantidad de interés que deberá abonar por el dinero obtenido si finalmente alcanza el objetivo. Los intereses están sujetos a retención y las comisiones que cobran las plataformas están exentas de IVA. Este tipo de plataformas P2P no dependen de la normativa del Banco de España y aunque en breve se regulará, todavía hay un vacío legal. Arboribus es un claro ejemplo de plataforma española que se ocupa de este tipo de crowdfunding.

En el informe “Review of Crowdfunding” (2014) se destaca que España es el país de los 30 países que analiza el informe en el que este tipo de crowdfunding esté menos desarrollado todo y que algunas de sus plataformas han experimentado algún tipo de aumento durante el 2014.

Estas dos primeras modalidades de crowdfunding, serán revisadas y reguladas por la nueva ley que regulará el crowdfunding de inversión y préstamo en España para este año y pasarán a llamarse Plataformas de Financiación Participativa. Por dar cuatro pinceladas al anteproyecto, según Fedeli (2014) el primer anteproyecto de la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial, establece un límite de tres mil euros por proyecto y de seis mil por plataforma por año. Como consecuencia, la plataforma The Crowd Angel ha paralizado temporalmente su actividad ya que la inversión media era de doce mil euros. Adicionalmente, una parte del mercado español ha decaído porque los usuarios se trasladan a las plataformas extranjeras con pocas restricciones o, como en el caso de Reino Unido, Francia y Suecia, directamente sin regulación.

En tercer lugar el **crowdfunding** de recompensa (**reward-based crowdfunding**) en el que se ofrece una contraprestación al mecenas que aporta. Se enfoca a proyectos de difusión dentro del ámbito artístico y creativo y alberga algunos proyectos educativos. Es habitual ofrecer a los donantes algún tipo de recompensa. Si por ejemplo se trata de sacar adelante una publicación impresa se puede regalar un ejemplar (o varios) a las personas donantes. Puede ser positivo establecer varios importes a la hora de donar. En función de la capacidad adquisitiva del donante o su identificación con los objetivos del proyecto, el dinero puede tener un valor relativo. En coherencia con esto se puede establecer varios tipos de recompensas. En cualquier caso, no es recomendable establecer donaciones abiertas, sin prefijar ninguna cantidad.

Rodríguez de las Heras (2013) distingue dos modalidades dentro de esta misma modalidad. Una primera se produce cuando el mecenas obtiene la recompensa de un valor más bien simbólico y que no corresponde al precio de la cantidad aportada. Una segunda en el que la recompensa se corresponde íntegramente con el precio del producto o servicio que el mecenas entrega por anticipado. Ambas partes, impulsor y mecenas, establecen, en este caso, una relación parecida al de un contrato de “compraventa, de obra o de prestación de servicios en el que el aportante anticipa el pago del precio convenido para que el promotor disponga de los fondos que precisa para desarrollar la actividad” (p.109)

Por lo que se refiere al aspecto fiscal, Asenjo (2013) indica que al igual que cualquier producto o servicio estará sujeto a impuestos como el IVA que, en ocasiones alcanza el 21%.

Acconcia, V (2014) remarca que este tipo de crowdfunding permite crear comunidades alrededor de ideas y añade que “es un innovador modo de comunicar y dar forma a los proyectos” (p.7) Este tipo de crowdfunding es el que utilizan plataformas españolas como Verkami, Projeggt, Lanzanos, Ulule, Totsuma, etc.

Según el “Review of Crowdfunding” (2014) en España continua siendo el modelo estrella con un 41,40% del total de fondos recaudados por crowdfunding.

Finalmente, el **crowdfunding** de donación o solidaridad (**Donation-based crowdfunding**), sin ánimo de lucro, en el que no existe contraprestación por la inversión realizada por el mecenas. Las personas que participan como inversores en esta cuarta modalidad lo hacen por el simple hecho de participar en un proyecto solidario o humanitario (Caparrós de Olmedo, S., 2012). Acostumbran a ser colectivos muy

sensibilizados con los proyectos a financiar. Normalmente obedecen a fines sociales y culturales. Es un dinero que se entrega a fondo perdido sin esperar recuperación de la inversión. Existen dos tipos de campaña de este tipo: el denominado “todo o nada” (**fixed funding**) por el cual si no se alcanza la financiación íntegra del importe solicitado no se retira el dinero a los mecenas y se cancela la recaudación y el sistema de “todo cuenta” (**flexible funding**) en el que el impulsor independientemente que alcance el objetivo o no que persigue recauda lo que ha conseguido y aporta las recompensas a los mecenas

A nivel de regulación la aplicación de la Ley 21/2001 de 27 de diciembre en la que se regula las medidas fiscales y administrativas del sistema de financiación de las Comunidades Autónomas de régimen común y Ciudades con Estatuto de Autonomía implica que los usuarios deben declarar al fisco el dinero recibido y que parte de éste debe ser grabado mediante diferentes impuestos en función de donde se localice el donante. La consecuencia es que en función de la localización del donante se reducirá la cantidad que se ha aportado. Por otro lado, el trato fiscal que recibe el destinatario de la donación será diferente a nivel fiscal en función de su personalidad física o jurídica, de quién sea el micro-mecenas y de si existe incluso algún parentesco entre la persona que da con la que colabora el proyecto. Con este tipo de crowdfunding trabajan plataformas españolas como *imporvechange*, *migranodearena* o *miaportación*.

Durante el 2014 el modelo de donaciones ha registrado- tal y como indica el informe *Review of Crowdfunding (2014)*- el mayor crecimiento del mercado de crowdfunding en España durante el 2014 puesto que se ha triplicado el volumen respecto el 2013.

Valentí Aconcia (2014) añade una nueva modalidad, el llamado crowdfunding de **recompensa por donación (donation-reward mix based crowdfunding)** en el que se realizan campañas para recoger fondos para causas solidarias. Señala Aconcia que la especificidad de este tipo de crowdfunding es que “las personas que aportan los fondos para causas solidarias además reciben una recompensa a cambio” (p.14) Estas recompensas las ofrecen particulares con recursos o bien empresas puesto que el dinero que se recauda en el crowdfunding se dona íntegramente y no se usa para producir las recompensas. A este tipo de crowdfunding en algunas páginas especializadas se le conoce como **crowdfunding mixto**.

Asenjo añade tres tipos más expresados en términos más de posibilidades que de tipología en sí de crowdfunding. Estos son:

Proyectos exclusivos, cuyos creadores crean sus propias plataformas para recibir donaciones a través de su páginas web. Se busca una comunicación directa . Normalmente se utilizan para proyectos propios de la misma productora pero no acogen otros proyectos o iniciativas.

Plataformas abiertas de proyectos, en las que los creadores describen sus proyectos contemplando requisitos y resultados potenciales a sus posibles mecenas y sean éstos lo que hagan un llamamiento abierto a financiar el proyecto mediante donaciones directas que son visibles y públicas. En función de la acogida se estima, entonces, el riesgo.

Proyectos en marcha. En este caso las donaciones, sean o no sean con recompensa, se realizan mediante votos en proyectos que se crean de interés para financiar. Los mecenas destinan a los proyectos que se voten según el interés.

Pero , ¿como se realiza una campaña de crowdfunding?

Para aquellos que se aventuren en la experiencia crowdfunding, un buen punto de partida lo constituye el libro “ Las 20 reglas de oro del crowdfunding” escrito por uno de los referentes del crowdfunding en el terreno español Valentí Aconcia.

Cuando uno piensa en crowdfunding debe pensar en lo que Aconcia (2014) denomina “La regla de las 4C” haciendo referencia a la comunidad, los costes, la comunicación y la colaboración.

El proyecto debe iniciarse en comunidad antes de lanzarlo a la plataforma. Así, se recomienda crear perfiles en las redes con el nombre del proyecto, realizar un borrador y testarlo vía mailing por lo que será la primera comunidad formada por los incondicionales (amigos, familiares y personas entendidas en) trabajar con la imagen de la marca, recoger información útil, etc.

Respecto a los costes deben tenerse en cuenta a la hora de fijar el objetivo de recaudación final puesto que hay dos tipos de costes a considerar. Por una parte, los costes del proyecto como son la comisión que recibe la plataforma (entre un 5%-9% aproximadamente), los gastos para la campaña y la de los derivados del sistema de

pago. Por otra parte, los costes de la recompensa como son los de producción y envío de recompensas y el fiscal generado por la aplicación de impuestos por recompensas.

La comunicación es otra de los aspectos primordiales en cualquier campaña de crowdfunding. En la planificación es importante diseñar una estrategia que incluya toda clase de redes sociales y herramientas digitales. En la preparación de la campaña se debe contactar con medios y contactar con aquellas personas cercanas al proyecto y preparar un evento de presentación de la campaña on y offline. Durante la campaña, Aconcia indica que “la comunicación es el termómetro que nos indica la salud de la misma” (p.37) y en la fase postcampaña la comunicación es importante para mantener informados a los mecenas de los proyectos. Finalmente, la colaboración de los mecenas, que en el caso del crowdfunding por recompensa, participan en el impulso de la campaña y, en ocasiones, colaboran con los creadores.

Cuando uno piensa en iniciar una campaña es imprescindible fijar el objetivo y la duración de ésta. Respecto al objetivo debe ser lo que muchos denominan SMART (specific, measurable, achievable, realistic y time-related, es decir, específico, medible, alcanzable, realista y acotado en el tiempo.)

Respecto a la duración óptima de una campaña se establece un promedio, en general, de 40 días. Las campañas de crowdfunding que alcanzan el 30% de la recaudación durante la primera semana tienen un 90% de posibilidades de llegar a cumplir el 100% de su objetivo inicial y es probable que una vez éste se haya alcanzado, si todavía se dispone de tiempo para seguir recaudando, seguirá la recaudación con mayor velocidad que antes.

Otro punto a tener en cuenta es la de rodearse de un buen equipo de personas con el objetivo de repartir tareas ya sean de producción (de vídeo, creación de imágenes, de contenidos, diseño de recompensas, etc), de comunicación (mailings, notes de prensa, dinamización redes, etc) o de gestión (calcular costes, tomar decisiones, etc.)

Con el objetivo de mantener la confianza en los mecenas se debe apostar por los valores de la credibilidad y la transparencia. Estos solo se consiguen mediante la comunicación y visualización del trabajo de fondo (realizando vídeos, mostrando al equipo de trabajo etc.) y con una estrategia social media de comunicación constante. Finalmente, la constancia es uno de los pilares fundamentales para que una campaña resulte exitosa y para ello la resolución de dudas a los visitantes, la mejora en la descripción del proyecto, mantener activas las actualizaciones de campaña junto con el

blog y la comunicación en las redes sociales son algunos de los aspectos clave para la consecución del objetivo principal.

Participación colectiva , cooperación, comunidad....valores CO

Rodríguez de las Heras (2013) afirma que “el crowdfunding es, sobretodo, una manifestación más de los movimientos sociales de implicación comunitaria y acción colectiva” (p.102) “La gente no siente que esté apoyando algo ajeno, lo viven como algo propio” añade Teixidor (2012)

Y es que el crowdfunding va más allá y contempla lo que Llopis (2014) denomina “la filosofía de los CO: coopera, comparte, colabora y cocrea en comunidad”⁵.

Para Cejudo y Ramil (2013) si bien inicialmente nace como apoyo para la financiación, “en el sector social y de la cooperación al desarrollo aporta un valor adicional: la posibilidad de aumentar nuestra base social cuantitativa (número de personas vinculadas a un proyecto) y cualitativamente (número de personas implicadas participando de alguna forma en estos proyectos)” (p.2)

Para Antoni Gutiérrez-Rubí, sociólogo y asesor de comunicación, se va imponiendo un cambio de modelo en el que el consumidor ya no se limita a consumir, sino que demanda influir en los pasos previos, “codecidir, cocrear, coconsumir”⁶. Un proceso democratizador en el que no importa el nivel socioeconómico, sino que se piensa, se siente y se quiere. Para ello se requieren no solo clientes, sino usuarios (que no compran pero lo usan), y también ciudadanos (que ni compran ni usan, pero opinan). Afirma tajantemente Gutiérrez-Rubí que es necesario incorporar cuantos más usuarios y ciudadanos sea posible puesto que si las empresas ven a las personas solo como clientes, acabaran perdiéndolos.

Para Goteo este componente es esencial puesto que aprovecha la inteligencia colectiva y cuenta no solo con la aportación monetaria sino también con el talento de la

⁵ Post “Jugando con Tableros” dentro del blog del professor Raúl Antón Cuadrado www.comunicacionextendida.com sobre la experiencia del uso de Pinterest en el Aula del Máster “Comunicación y Educación en Red” de la UNED

<http://www.comunicacionextendida.com/jugando-con-tableros-pinterest-en-el-aula/>

⁶ Leído en

http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/04/15/actualidad/1334513302_326979.html

comunidad que les rodea que aporta diferentes servicios (fotografía, diseño, programación...). Para Enric Senabre, portavoz de esta plataforma, lo fundamental es que el proyecto tenga “un retorno colectivo que permita que haya recursos compartidos, además de un interés social. Pero también ha de tener un rastro digital, algo que muestre cómo se ha hecho, un vídeo, un dietario... Si no, se pierde la oportunidad de que se pueda hacer algo similar en otro lugar⁷”.

El crowdfunding supone una oportunidad para sumar principios y maneras de trabajar que acercan la sociedad a los proyectos que esta apoya. Cejudo y Ramil (2013) refutan esta afirmación mostrando algunas de las características del crowdfunding que ya anotaba Senabre de la plataforma Goteo como la creación de una comunidad alrededor de los proyectos (frente a la comunidad alrededor de la organización), la lógica del crowdsourcing basada en las multitudes inteligentes, el ciudadano como prosumer, los nuevos modelos de proyectos para nuevas formas de participación y financiación y, por último, la unión de formas de participación como el voluntariado, la implicación, el activismo, la donación, las redes, etc.

Por otro lado, y según una investigación encargada a los hermanos Pepa y Luíís Miguel Barral de la empresa de investigación sociológica Two Much acerca de los motivos por los que la gente financia proyectos a través de la vía del crowdfunding, focalizado en la plataforma de crowdfunding Lánzanos y entregado en abril de 2104, no deja de ser curioso que el tipo de proyectos que más atrae a los mecenas, ciudadanía que apuesta por este nuevo modelo, se encuentren en el TOP 15 ocupando primer y tercer lugar respectivamente argumentos como que el proyecto es de bienes sociales (primer motivo) o bien que sea un proyecto solidario que se ocupe de los olvidados (tercer motivo).⁸

Tal vez una de las mayores inquietudes del sector social no sea únicamente la financiación de los diferentes proyectos sino también la manera de poderse adaptar a esta nueva realidad social. Cejudo y Ramil (2013) lo dejan bien claro:

⁷ http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/04/15/actualidad/1334513302_326979.html

⁸ Informe completo sobre http://www.lanzanos.com/uploaded/Crowdfunding_mecenas_Conclusiones.pdf Motivaciones para proyectos pág. 22

“La propuesta para avanzar hacia los nuevos modelos, y salir del corto plazo, es poner el foco en lo que de verdad es significativo y en que, al igual que las organizaciones, las personas también buscamos nuevas formas de relacionarnos, nueva identidad y otro sentido de pertinencia a grupos.” (p.4)

Por qué el éxito del crowdfunding

Dice Caparrós (2012) que el crecimiento del crowdfunding ha sido espectacular. La autora lo atribuye a diferentes factores entre ellos la facilidad de acceso gracias a internet, no requiere de muchas inversiones, el mecanismo de pago es rápido y fácil, no posee formalismos rígidos ni hay intermediarios y sustituye fórmulas de financiación tradicional a las que “bien el proyecto, bien el emprendedor no tienen acceso por distintas razones o que, en un entorno de crisis, son imposibles de conseguir la mayoría de veces” (p.5)

Se suscribe en el informe “The Crowdfunding Industry Report” de mayo de 2012 en el año 2011 se alcanza la cifra de 1,5 billones de dólares en todo el mundo mediante el crowdfunding. Durante el año 2012 se financiaron un millón de campañas crowdfunding por todo el mundo en diferentes proyectos (Massolution, 2012) entre ellos algunos del tercer sector.

Según una encuesta encargada a la Asociación Española de Crowdfunding sobre las plataformas españolas de crowdfunding durante el año 2014 se afirma que en el año 2013 el crowdfunding financió en todo el mundo 1,2 millones de proyectos culturales, empresariales y sociales a un coste nulo sobre las arcas públicas.⁹

A finales del 2010 y por primera vez en España, nacen dos plataformas nacionales de crowdfunding: Verkami y Lánzanos y en junio de 2013 el número de plataformas según Mata (2014) asciende a 88. Así, aunque recauden un 0,7% de la financiación mundial, el 11% de las plataformas tienen sede principal en el Estado español.

En abril de 2012 la plataforma “Universo Crowdfunding” fija en 452 plataformas a nivel mundial y realiza una estimación de alrededor de unas 536 al finalizar el año. En el 2013 se acercan a las 600 de las cuales 60 se encuentran en España.

⁹ Información extraída del estudio <http://web.spaincrowdfunding.org/wp-content/uploads/2014/06/INFORME-DE-LA-ENCUESTA-DE-LA-ASOCIACION-ASOCIACION-DE-CROWDFUNDING.pdf>

Según el “Crowdfunding Industry Report” (2012-13),¹⁰ en 2012 existen 570 plataformas a nivel mundial de diversa temática y modo de funcionamiento. Pero la proliferación y auge de esta modalidad se produce de una forma tan rápida que sólo en España, entre 2012 y 2013, se pasa del registro de poco más de 18 plataformas a más de un centenar (Asenjo Martínez, C. , 2013). A finales del segundo semestre del 2014, España cuenta con 105 plataformas crowdfunding de las cuales 31 contienen algún proyecto de educación social en la exclusión social. Al mismo tiempo, algunas de ellas se dedican exclusivamente a financiar proyectos sociales a través de diferente modalidades de crowdfunding (donación, recompensa, etc.)¹¹Asenjo (2013) , revisando las estimaciones de la consultoría Gartner Group, cita que las previsiones de 2013 en vistas al 2020 son que entre un 30%-35% de los fondos de inversión dedicados a empresas tienen que provenir de inversiones individuales a través del crowdfunding. Valentí Acconcia ya cita en su libro “Las 20 reglas de oro del crowdfunding” que en todo el mundo durante el año 2013 el crowdfunding ha recaudado cinco mil millones de dólares.

El éxito del crowdfunding se explica, según Gutiérrez-Rubí, por cuatro ideas. En primer lugar la fuerza de lo pequeño “mi aportación de 10 euros es pequeña, pero con otros 10, y 10 más... se hace fuerte.” En segundo lugar, por la fuerza de lo ejemplar, del compromiso individual “si yo quiero que cambie una situación, o que exista un determinado producto o servicio, me comprometo y hago algo, aunque sea poco”. También influye la atracción de los primeros pasos, de lo iniciático, y actúo porque tiene que ver con mi manera de ver el mundo, porque creo en ello”. Y finalmente en quinto lugar, porque todas las plataformas de crowdfunding acaban creando comunidades de intereses. “Mi sensibilidad no es individual, sino que me junto con otra gente y lo comparto con otros”.

Pero no se puede desenredar de algunas raíces que han contribuido a la expansión de este fenómeno. Revela Rodríguez de las Heras (2013) que “uno de los efectos más

¹⁰ The Crowdfunding Industry Report (2012 y 2013) <http://www.crowdsourcing.org/research>

¹¹ Datos extraídos de las principales páginas de crowdfunding en España:

<http://www.universocrowdfunding.com/principales-plataformas-crowdfunding/>

<http://www.crowdcy.com/crowdfunding-espana/> [http:// web.spaincrowdfunding.org/miembros/](http://web.spaincrowdfunding.org/miembros/)

consultado a la vez a uno de los expertos en crowdfunding actualmente en España, Luis Migiuel Barral, socio fundador de Two Much Research Studio, agencia de investigación social creada en 1990 y profesor de investigación social

visibles y de consecuencias más profundas de la negativa coyuntura económica de los últimos años ha sido la retracción del crédito disponible y un dramático recorte de las fuentes de financiación” (p.101) De una forma casi paralela a la restricción del crédito en España, surge, a nivel mundial el “fenómeno” del crowdfunding. Establece Asenjo (2013) que mientras se produce un movimiento de recesión en la financiación, se origina un importante crecimiento en esta nueva tendencia de forma más pronunciada en aquellos países en los que la presencia de internet está más extendida. Añade que “la actual crisis económica y financiera ha afectado negativamente a la posibilidad de acceder a pequeñas empresas y familias al crédito, de aquí la gran importancia que está adquiriendo el crowdfunding de préstamo de personas a personas y el crowdfunding de inversión” (2013, p.23)

El descenso de la inversión pública ha hecho tambalear proyectos científicos, artísticos, culturales y sociales. En referencia a lo social, cita Mata (2014) en su tesis doctoral que “este sector ve como las necesidades sociales a cubrir cada vez son mayores, y, en cambio, sus canales de financiación tradicionales, como las subvenciones públicas, las aportaciones de las obras sociales de la banca o los patrocinios de las empresas disminuyen” (p.3)

Fedeli (2014) en el artículo “La lógica del crowdfunding” destaca que en el momento que los bancos europeos recortan los créditos por la crisis económica, aparece el crowdfunding de préstamo o crowdlending, que gestiona préstamos o microcréditos entre particulares y compañías o viceversa. Del mismo modo, se populariza el crowdfunding de inversión o equity crowdfunding, en el que el inversor asume una participación en el capital de la empresa. Es decir, que las recompensas por invertir son beneficios, rentas, acciones o participaciones en la firma.

En España, la falta de financiación ha llevado al Gobierno español a lanzar su propia plataforma de crowdfunding (<http://www.precipita.es>) por parte de la secretaria de Estado de Investigación, Innovación y Desarrollo, Carmen Vela. De Lorenzo (2014) realiza una crítica dura al gobierno popular atendiendo a que el Gobierno “culpable de los recortes que han provocado la fuga de cerebros, recurre a donantes particulares para financiar proyectos frenados por su brutal política de austeridad”

Pero, ¿es la aparición del crowdfunding una respuesta exclusiva a la crisis económica? Cejudo y Ramil (2013) despiertan el interrogante al afirmar que “estas nuevas formas de financiación son un ejemplo claro de que la crisis que vive el sector social, cultural y solidario no solo es económica sino de modelos que ya no funcionan, y modelos nuevos a los que todavía cuesta adaptarnos” (p.2)

Crowdfunding social

El inicio de las plataformas crowdfunding para fines sociales se encuentra en Kiva. Surgió en EEUU en el año 2005 con el objetivo de “conectar a las personas a través de préstamos para aliviar la pobreza”. En España, nacen algunas plataformas de esta misma naturaleza, destinadas exclusivamente a proyectos en el tercer sector. En estas plataformas se encuentra el espacio idóneo para el lanzamiento de proyectos de educación social en la exclusión social.

En un estudio realizado por la comunidad www.thesocialmovers.com en el último trimestre del 2014 destaca en referencia a las entidades del tercer sector que trabajan con la exclusión social que:

“La situación que estamos viviendo marca un cambio de rumbo en el que las entidades del Tercer Sector deberán adoptar nuevas estrategias de financiación, relación, captación y solidaridad”. Y añade: “siendo casi el 60% de las entidades encuestadas las que afirman que los cambios socioeconómicos han afectado o están afectando bastante (21,75%) o mucho (34,8%) a su modelo de financiación “ (p.3)

Establece Rodríguez de las Heras (2013) que el crowdfunding es “una manifestación más de los movimientos sociales de implicación comunitaria y acción colectiva” (p.102) La tecnología y las posibilidades que ofrece la Red crean un entorno idóneo para el nacimiento de todo tipo de iniciativas como ésta, puesto que posibilita el acceso de un grupo de personas en interacción directa y multilateral a un coste muy bajo.

Por su parte Cejudo y Ramil (2103) afirman que “desde el momento en que estamos hablando de una implicación que va más allá del dinero surge el término crowdsourcing” (p.6) (ver glosario) estrechamente vinculado con las tecnologías 2.0 y consistente en una convocatoria abierta en la que muchas personas participan y desarrollan un proyecto.

Adrián Aguayo anota que últimamente la sociedad está asistiendo a una proliferación de herramientas tecnológicas destinadas a la financiación colectiva de proyectos y observa que “en el actual contexto podríamos reflexionar y preguntarnos si esta es una buena respuesta a la crisis vigente y una alternativa a los crecientes recortes sociales y subvenciones a proyectos de ONGs”.

Marta Reina, de la Fundación Hazlo Posible, en el Primer Seminario de Software para el 3r Sector celebrado el 3 de octubre de 2012, establece una media del 40% de las entidades que consiguen financiación a través de crowdfunding.

Pero el crowdfunding no es un “sanalotodo” y todavía está por estudiar su sostenibilidad. Lo que está claro es que algunas entidades están haciendo posible algunos proyectos gracias a este método de financiación. Y en este sentido, puede ser un instrumento para que las diferentes entidades del tercer sector sean capaces de “conectar con un colectivo que se pueda sentir parte de la solución, pasando del fundraising al friendaising (Cejudó y Ramil, 2013)

Consideraciones finales

Uno de los indicadores más significativos que ilustra que un fenómeno existe y que empieza a adquirir relevancia es la producción literaria alrededor del mismo. En el universo crowdfunding todo y que la producción escrita todavía es escasa, los avances que se están produciendo a nivel escrito son notables. Así, proliferan obras como la de Gutierrez-Rubí y Juan Freire autores del “Manifiesto crowd: la empresa y a la inteligencia de las multitudes” (2013) toda una obra de referencia en este sector, Enric Rivera con su “Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva, un cambio tecnológico, social y económico” (2012) e investigaciones como la de la tesis doctoral de Judith Mata (2014) como referente del tercer sector “Las campañas de crowdfunding. Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales.” (2014) Estudios por parte de diferentes plataformas como Lánzanos, medios de comunicación como RTVELAB que han dedicado espacios a plataformas como Verkami, o informes por parte de asociaciones españolas como la Asociación Española de Crowdfunding o la

Asociación Española de Fundraising han contribuido al relato del estado del arte del crowdfunding desde el 2008 hasta la actualidad. Un estado del arte cambiante y líquido.

Afirma Jonás Sala, uno de los cofundadores de Verkami aquello de que la rentabilidad y el enriquecimiento no sea aquello que motiva los proyectos es lo que hace que triunfen. Jonás cita a David contra Goliat. “Consumidores cansados de la arbitrariedad del mercado, crisis económica y autocracia de las entidades financieras frente al empoderamiento de pequeños gestos que llevan a triunfos y autor y obra en su poder muy al margen de la opinión de los bancos¹²” (Llopis, 2014). De las Heras (2013) habla de la filosofía de la “fuerza de lo pequeño” y del “potencial de la multitud” (p.114)

Por su parte, Cejudo y Ramil (2013) enaltecen “co-creación, co-laboración, co-operación, era colaborativa, multitudes inteligentes, organizaciones abiertas, conocimiento compartido, procomún, convergencia, sociedad activa, transparencia radical, innovación abierta, como conceptos que suenan cada vez con más fuerza”, (p.5) e insisten que el crowd existe gracias a la motivación.

A bote pronto el crowdfunding lleva consigo una nube de tags de participación, horizontalidad, transparencia, sentimiento de comunidad, inteligencia colectiva, poder de decisión, colaboración en Red, creatividad, motivación, constancia, trabajo e ilusión.

Bien cabría el crowdfunding dentro de las teorías de decrecimiento de Latouche “hay que empezar a ver las cosas de otra manera para que se puedan convertir en otras, para que podamos concebir soluciones verdaderamente originales e innovadoras” (2007, p.85) Es necesario, entonces, apostar por construir una base social significativa.

Pero mucho más. Dice Castells que con la Red, se deben reprogramar redes y recablear mentes. Cambio social, poder de la información, comunicación en red. Una oportunidad para que las minorías y los excluidos queden representados, se escuche su voz y con ayuda desgarran brechas. Algo se está moviendo entre la multitud y ha venido para quedarse.

¹² Post “Yo, Crowdfunding. Amén” dentro del blog del profesor Raúl Antón Cuadrado <http://www.comunicacionextendida.com/yo-crowdfunding-amen/>

4. METODOLOGIA

4.1. PERSPECTIVA METODOLÓGICA

“Al presentar las coordenadas básicas de un estudio, es conveniente explicitar cuáles son las principales opciones metodológicas que se seguirán en el resto del trabajo” (Santana, 2013 Pág. 49)

El proyecto se acerca a un enfoque metodológico centrado en la investigación cualitativa en la que, siguiendo al profesor Ortí en Callejo, J. y Viedma, A. (2009), se trata de investigar especialmente motivaciones, es decir, los motivos por los que los grupos de actores eligen esta forma de financiar, promocionar y trabajar colaborativamente en sus proyectos de educación informal.

Por otro lado, y continuando con las indicaciones de Ortí, el uso de la metodología cualitativa permite conocer el discurso de las personas implicadas en estas acciones: la forma en qué estas acciones se han llevado a cabo (dificultades, facilidades, expectativas, percepciones, etc.) y quienes y por qué han promocionado estos proyectos. Estas respuestas se encuentran en la palabra de aquellos que han participado directamente en alguna de estas acciones como impulsores de proyectos, de aquellos que son expertos en la materia ya que se dedican profesionalmente o bien en el relato de aquellas personas que ponen a disposición su espacio o plataforma y deciden cederlo para dar cabida a este tipo de proyectos.

Siguiendo a Bryman y Burgess, 1994 (citado por Corbetta, 2010) el procedimiento de la investigación cualitativa se realiza a través de un proceso dinámico en el que interaccionan diferentes técnicas que se pueden utilizar de forma simultánea. Continuando con Corbetta, 2010 (pág. 302) las técnicas que se contemplan en este proyecto para el análisis de la realidad social responderán a las tres acciones de “observar, preguntar y leer”. Se describen en el capítulo que prosigue.

4.2. DETERMINACIÓN DE FUENTES E INSTRUMENTOS


La búsqueda de información para realizar el estado del arte se ha basado en las siguientes fuentes:

- Revisión bibliográfica:
 - ✓ Selección de autores más academicistas que han realizado y publicado estudios en relación a los dos objetos de estudio: crowdfunding y PESES (Programas de Educación Social en la Exclusión Social)
- Bases de datos bibliográficos: Dialnet, Catálogo de la UOC (biblioteca virtual) , UNED (Lincoo +,recursos y colecciones) de la Biblioteca Nacional Española, etc.
- Bases de datos con resúmenes: Educación (ERIC) e ISOC (servicio del CSIC)
- Buscadores web especializados: Google Academics
- Artículos de revistas científicas
- Libros y capítulos de libros
- Artículos de conferencias
- Tesis en línea: TESEO , gestionada por el Ministerio de Cultura Español, TDX (Tesis Doctorals en Xarxa), Dart-Europe, Cybertesis y NDLTD. Ocupa un espacio importante en la investigación la referencia de la tesis doctoral de Judith Mata “Las campañas de crowdfunding. Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales” de junio de 2014.
- Informes
 - ✓ Selección de autores varios y bloggers que han publicado artículos, capítulos, libros, posts, videos, podcasts y guías relacionados con el crowdfunding y con el campo de la exclusión social.
 - ✓ Selección de entidades especializadas en estudios e investigaciones , entre otras, de crowdfunding. Es el caso de <http://www.massolution.com/>, la Asociación Española de Crowdfunding <http://web.spaincrowdfunding.org/> etc.

- Entidad de referencia del fundraising en España: Asociación española de fundraising (www.aefundraising.org)
- Plataformas de crowdfunding de referencia en el territorio español:

| | | | |
|--|---|--|--------------------------------------|
| <u>Coopfunding</u> | <u>Crowdthinking</u> | <u>Emprendelandia</u> | <u>Goteo</u> |
| <u>Indiegogo</u> | <u>Kuabol</u> | <u>Lanzanos</u> | <u>Potlatch</u> |
| <u>Totsuma</u> | <u>Ulule</u> | <u>Namelebee</u> | <u>Apontoque</u> |
| <u>Fanstylers</u> | <u>Fromlab</u> | <u>Fundlike</u> | <u>Goalfunds</u> |
| <u>kickstarter</u> | <u>Libros.com</u> | <u>Latahonacultural</u> | <u>Thecrowdangel</u> |
| <u>Molafm</u> | <u>nvivo</u> | <u>Pentian</u> | <u>Getyourcase</u> |
| <u>Projeggt</u> | <u>Realizatolibro</u> | <u>Rockandream</u> | <u>Seedandclick</u> |
| <u>Siamm</u> | <u>Unitedfoodrepublic</u> | <u>Verkami</u> | <u>Vorticex</u> |
| <u>Todosaunacrowdfunding</u> | <u>Yuujo</u> | <u>Bbvasuma</u> | <u>Betternow</u> |
| <u>Deportistasolidarios</u> | <u>Improvechange</u> | <u>Microdonacioneshazloposible</u> | |
| <u>Migranodearena</u> | <u>Miaportacion</u> | <u>Smilemundo</u> | <u>Teaming</u> |
| <u>Worldcoo</u> | <u>Ecocrowdfunding</u> | <u>F4.org</u> | <u>Notanraras</u> |
| <u>Montatulunademi</u> | <u>Patrocinados</u> | <u>Precipita</u> | <u>Win1dream</u> |
| <u>Arboribus</u> | <u>Zank</u> | <u>Inverem</u> | <u>Grow.ly</u> |
| <u>Microinversores</u> | <u>Nestarter</u> | <u>Sociosinversores</u> | <u>Bestaker</u> |
| <u>Bihoop</u> | <u>Bizup</u> | <u>Creoentuproyecto</u> | <u>Crowd2b</u> |
| <u>Inversore</u> | <u>Lanzame</u> | <u>Megustatuidea</u> | <u>Mynbest</u> |
| <u>Partizipa</u> | <u>Uniempren</u> | <u>Safaricrowdfunding</u> | <u>Lemonfruits</u> |
| <u>Fundedbyme</u> | <u>Crowdcube</u> | <u>Realfunding</u> | <u>Circulantis</u> |
| <u>Comunitae</u> | <u>Ecrowdinvest</u> | <u>Lendico</u> | <u>Zencap</u> |

- Blogs y páginas webs que son punto de referencia en:

 En el ámbito del crowdfunding

- ✓ Universo Crowdfunding (<http://www.universocrowdfunding.com/>)
- ✓ Crowdacy (<http://www.crowdacy.com/>)
- ✓ Infocrowdsourcing.com : (<http://www.infocrowdsourcing.com/>)

- ✓ Crowdfunding Safari: <http://www.safaricrowdfunding.com/>

📁 En el ámbito social y de las TIC:

TenolONGia (<http://www.tecnolongia.org/>) de Jaume Albaigès, Se define el mismo como “Ingeniero de formación” y se dedica a “ayudar a organizaciones no lucrativas en el desarrollo integral de su estrategia tecnológica”

TWO MUCH (<http://twomuchrs.com/nosotros.html>) empresa de los hermanos Pepa y Luís Miguel Barral, dedicada a los estudios de investigación social.

Además de la revisión bibliográfica

- Opinión de expertos en grupo de discusión:
 - ✓ **Valentí Acconcia** (<https://vanacco.com/>) : emprendedor, experto y asesor en crowdfunding. Desde 2011 ha sido cofundador de varias start-ups tales como Projejt, Juntalia y Crowdacy en la industria del crowdfunding. Como consultor es un apasionado creador de campañas y disfruta ayudando a empresarios y emprendedores a alcanzar sus metas y construir comunidades alrededor de sus ideas. Autor del libro: “La 20 reglas de oro del crowdfunding”
 - ✓ **Jorge Garcia del Arco**, co-fundador de Improvechange. Ayuda a las organizaciones a mejorar. Colaborador con TEDx Bilbao
 - ✓ **Jaume Albaigès**, se define como ingeniero de formación, con más de 10 años dedicado a ayudar organizaciones no lucrativas en el desarrollo de su estrategia tecnológica. Miembro del Observatorio del Tercer Sector, del patronato de la Fundació Comtal, colaborador con diferentes ONL y autor del blog <http://www.tecnolongia.org/> . Ha realizado estudios sobre campañas crowdfunding.
 - ✓ **Adrian Juan Ramos**, responsable de marketing digital y comunicación de Bigben Interactive España y consultor junior en la plataforma Safari

Crowdfunding <http://www.safaricrowdfunding.com/> Vinculado en la selección de personal en el ámbito social (Cruz Roja) y gestor de RRHH.

- ✓ **Itxaso Ferreras**, Project manager de la plataforma <http://www.migranodearena.org/> en la fundación Real Dreams. Ha trabajado en Médicos sin Fronteras en Sudán del Sur, gestionando los recursos humanos y llevando toda la actividad financiera y contable del proyecto. También ha trabajado como técnica de marketing/fundraising por la misma ONG. Ha realizado tareas de técnica y directora de comunicación para diferentes medios de comunicación.
- ✓ **Mercè Moreno** Miembro del equipo gestor de la plataforma de crowdfunding para proyectos con 'ADN abierto' <https://goteo.org/> (Platoniq/Fundación Fuentes Abiertas). Coordina el nodo Goteo Barcelona, organizando actividades, realizando captación y asesoría de proyectos, formación en crowdfunding abierto para proyectos culturales, asociativos y juveniles y ocupándome de relaciones institucionales. Ha participado en diferentes campañas de comunicación, cocreación y se muestra interesada por todo aquello que tiene que ver con el mundo audiovisual, el arte digital, la performance, la cultura libre y el activismo.

- Opinión de expertos en las redes sociales:

- ✓ **Ángel González Romero** (<http://angelgonzalezromero.com/>) : fundador de universo crowdfunding y asesor de la Comisión Europea en Crowdfunding
- ✓ **Enric Senabre** (<https://www.linkedin.com/in/esenabre>) Cofundador de goteo.org y profesor en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
- ✓ **Luis Miguel Barral** (<http://www.luismiguelbarral.com/>) Profesor de investigación social y Socio Fundador de Two Much research studio, agencia de investigación social creada en 1990.
- ✓ **Rubén Gutiérrez** (<http://es.ulule.com/rubengutierrezm/>) Project Manager en Ulule y Doctor en Física. Responsable de Ulule en España. Encargado del desarrollo y prospección de propuestas y proyectos de

crowdfunding y estrategia de comunicación en el social media- tal y como se define él mismo.

- ✓ **Emilia Caralt:** (<http://www.fundacionrealdreams.org/ser-partners.html>)
CEO de migranodearena.org

- Asistencia al **Congreso #Crowddays** (<http://crowddays.com/>) que tuvo lugar los días 22 y 23 de mayo de 2015 en el CosmoCaixa de Barcelona. Definido en su web como “el evento más grande sobre crowdfunding realizado hasta la fecha en nuestro país” (España). Contó con “más de 20 ponentes, profesionales de más de 12 plataformas de todos los tipos de crowdfunding, más de 30 actividades incluyendo ponencias, workshops y mesas redondas” La asistencia al congreso permitió el establecimiento de contactos y la selección de expertos-profesionales del crowdfunding para la investigación.
- Asistencia al **evento de FabLab Barcelona**, que tuvo lugar el 30 de abril de 2015 en uno de los principales laboratorios de la red mundial de Fab Labs “talleres de fabricación e innovación a pequeña escala”. El evento era un Meetup (<http://www.meetup.com/es/ulule-barcelona>) y la organización corría a cargo de Ruben Gutiérrez, CEO de la plataforma Ulule en España
- Visualización de la **webinar/hangout** del Observatorio para la Cibersociedad: <http://www.cibersociedad.net/eventos/webinars.php>

Los instrumentos y técnicas que se contemplan son:

- **Revisión de la documentación institucional existente**

Forma parte de la recogida de información. En este momento inicial se revisan todos aquellos documentos que se puedan encontrar acerca el objeto de estudio con el objetivo de adquirir conocimiento sobre el crowdfunding en el campo de la educación social y concretamente de la exclusión social (PESES) . La revisión de la documentación aporta información relevante para definir algunas de las preguntas y temas a tratar formulados en el posterior grupo de discusión entre expertos.

- **Estudio de casos:** Análisis de plataformas

Se analizan las **plataformas crowdfunding** procedentes de fuentes:

1. Las plataformas que contienen las páginas crowdacy.com, universocrowdfunding.com, infocrodsourcing.com.
2. El censo elaborado por Judith Mata en su tesis doctoral “Las Campañas de Crowdfunding. Su eficacia en proyectos lucrativos y causas sociales” (2014)

En base a ellas se realiza un censo propio de plataformas activas que operan desde España.

De estas plataformas se discriminan cinco categorías:

1. Tipo de crowdfunding
2. Nombre de la plataforma
3. Descripción de la plataforma
4. Categorías
5. PESES

La categoría sobre PESES responde a la pregunta de si la plataforma analizada contiene o no algún proyecto de educación social en la exclusión social. La respuesta a esta categoría obedece, a la vez, al cumplimiento de al menos uno de los tres criterios:

1. En primer lugar, como se autodefine la misma plataforma y si , en su definición cabe el ámbito de la exclusión social.
2. En segundo lugar, qué categorías contempla dentro de la misma plataforma considerando como categorías válidas solidaridad, educación, participación, comunidad, social.
3. En tercer lugar, la respuesta es afirmativa si alberga en la plataforma más de cinco tipo de PESES.

Los PESES vendrán determinados por 8 categorías y 21 dimensiones establecidas después del análisis de la definición de exclusión social durante los años 2013 y 2014.

El resultado del estudio de casos de plataformas crowdfunding conduce directamente al diseño de un censo propio de plataformas actualizadas discriminadas por los criterios anteriormente citados.

- **Observación directa:** Análisis de proyectos de Educación Social en la Exclusión Social (PESES)

Esta técnica se aplica de forma simultánea al grupo de discusión de expertos. Consiste en la observación directa y análisis de proyectos de educación social que han tenido lugar, desde enero 2013 hasta diciembre de 2014, en las diferentes plataformas crowdfunding que trabajan en España, financiando proyectos PESES.

Se registran todos los PESES contenidos en todas las plataformas crowdfunding de orientación específica de temática socioeducativa, más social por otras más generales, que albergan un amplia variedad de ámbitos.

Por otro lado, este proceso se realiza de forma simultánea al grupo de discusión de expertos en plataformas puesto que son estos expertos los que aportan gran parte de la información acerca de los PESES más significativos que se han dado en el año 2013-2014 en sus plataformas. De los proyectos llevados a cabo en las diferentes plataformas se realiza un total de 14 análisis de PESES.

- **Grupo de discusión con expertos**

A través de esta técnica se pretende indagar en motivaciones que permiten comprender, a través del discurso de los expertos, proyectos, plataformas promotoras, expectativas, limitaciones, procedimientos y conocer actitudes y opiniones. Esta técnica se lleva a cabo dentro de una conversación debidamente planeada y diseñada para obtener información de un campo concreto de interés (García, 2003) Además, también permite responder a las preguntas del por qué y cómo (expectativas, motivos, limitaciones y descripción de cómo son los procesos) correspondientes a los objetivos planteados. La muestra la conforman 6 expertos representantes del universo crowdfunding en el estado español, tres expertos representantes de plataformas que albergan proyectos de educación social en exclusión social y tres expertos consultores de crowdfunding de renombre en el momento actual.

- **El análisis de los datos**

Se realiza a partir de la información obtenida en el análisis documental, la observación directa, las entrevistas cualitativas abiertas a los expertos y el grupo de discusión. Se presenta en forma de narraciones y descripciones , utilizando a menudo las mismas palabras de los entrevistados. Se realizan síntesis y generalizaciones mediante clasificaciones. La forma en que se procesa y traduce este material es de forma unitaria y no varía en función de la procedencia del material.

4.3. EL DISEÑO Y EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

El diseño metodológico, “es sólo una parte del proyecto de investigación, aun cuando pueda llegar a ser la más importante “ (Callejo, J. y Viedma, A. Pág 83).

El proceso se inicia en el diseño de la investigación. En primer lugar, se define el tema. Éste, contiene una “relevancia sustantiva” (Santana, 2013) puesto que la importancia de la investigación opera en el significado social del tema tratado. La necesidad de realizar la investigación acerca del crowdfunding y los Programas de Educación Social en la Exclusión Social (PESES) responde a la dimensión de aquella persona que investiga “vocacional, pasional y curiosa” (Geddes, 2003 Santana, A. , 2014 pág. 16). Existe gran desconocimiento, falta de tradición literaria y es un mundo todavía preescolar en el campo de la educación social.

Una vez definido y delimitado el tema se plantea el esqueleto del guión, empezando por la formulación de una hipótesis. Es necesario argumentar- tal y como establece Santana (2013)- que la existencia de un tema general de interés no supone ninguna garantía que cualquier aspecto con él relacionado sea problemático. Se replantea que la validación de hipótesis responde a un enfoque positivista-deductivo y el análisis de cuestiones abiertas en el que se centra esta investigación corresponde más a un interpretativo-inductivo. Así que, finalmente, se opta por prescindir de esta supuesta hipótesis.

Se define cual es la pregunta de investigación , los objetivos generales y los específicos y la metodología para la consecución de éstos. Una vez cerrado el guión inicial se obtiene el primer borrador de lo que serán las pautas iniciales para la investigación.

Ésta empieza con la búsqueda de bibliografía y fuentes documentales secundarias definiendo los dos focos de acción: exclusión social y crowdfunding. La exploración de todo tipo de registros bibliográficos es amplio y operan, en el off y en el online. Se realiza la revisión de la documentación institucional existente con una triple finalidad, adquirir conocimiento sobre los objetos de estudio en un momento inicial, elaborar un marco teórico alrededor de los dos universos a considerar en la investigación y facilitar la aparición de campos para formular posibles interrogantes durante el grupo de discusión.

A medida que avanza el conocimiento en los focos de acción asoman nuevas dudas y nuevos apartados del corpus del trabajo a reconsiderar del guión elaborado. Salvando el miedo inicial, se opta por empezar a escribir, puesto que la búsqueda documental corre el riesgo de eternizarse. “No empezar nunca a escribir es recetar improductividad” – tal y como establecen Przeworski y Salomon (1998, en Santana , 2013) Los primeros borradores no son ordenados. De echo, se intenta cumplir con los consejos aportados por Plimpton y Crowther , 1975 en Sancho, 2014, Pág. 33 Traducción del catalán): “Escribe libremente y de manera tan rápida como puedas y sácalo todo en el papel. No corrijas, no reescribas hasta que no lo hayas sacado todo. Reescribir es una excusa para no continuar”.

Los primeros párrafos empiezan a edificar el marco teórico a partir del cual nacerán las futuras categorías que determinaran qué proyectos incluir dentro del análisis.

La redacción se inicia al entender que la sucesión de apartados no puede seguir una “estructura lineal estricta” Borge (2010) puesto que las diferentes etapas se interrelacionan entre ellas De esta manera, en los primeros momentos, se alterna la redacción de la metodología, con el marco teórico, al análisis de diferentes plataformas, la elaboración de las diferentes categorías, etc. Este proceso resulta, inicialmente, un tanto caótico.

Seguidamente el estudio se centra ya en el enfoque metodológico cualitativo que pretende investigar -siguiendo al profesor Ortí- “motivaciones, representaciones y, en

general, aquellos objetivos cuya principal manera de manifestarse es a través del discurso de la gente” (citado en Callejo, J y Viedma, A. Pág. 102). Tiene lugar en un proceso dinámico en el que intervienen diferentes técnicas que se utilizan de forma simultánea- siguiendo las indicaciones de Bryman y Burgess (citadas en Corbetta, 2010). Éstas, dan respuesta a los objetivos específicos.

A continuación, tiene lugar el estudio de plataformas para descartar aquellas plataformas que albergan modalidades de financiación en las que no se contemplan los PESES o bien aquellas plataformas que, independientemente del tipo de crowdfunding que practican, no contienen proyectos PESES en ninguna de sus modalidades. Con ello, se realiza una primera selección de plataformas generales y/o más específicas de los que se realiza un estudio de ellas mediante la técnica del estudio de casos y el posterior barrido y recogida de proyectos PESES que han tenido lugar durante los años 2013 y 2014 para su observación y categorización. Ello da lugar a un censo propio de plataformas.

El compendio de proyectos PESES de cada plataforma se obtiene preguntando directamente a las plataformas vía twitter, vía mail y consultando la web de la propia plataforma. Se establece contacto con:



@coopfunding, @crowdthinking,
 @emprendelandia @goteofunding
 @Indiegogo @Kuabol @Lanzanos
 @tot_suma @Namlebee
 @bbvasuma @BetterNowEs
 @MDonaciones @migranodearena
 @miaportacion @Teaming
 @inverem @Nestarter
 @sociosinversore @uniempren
 @theRealFunding @GetYourCase
 @Potatchbcn @DeporteconCausa
 @MicroInversor

bajo el tweet: “@nombreplataforma Hola, hay alguna manera de saber con qué proyectos sociales trabajásteis entre 2013 y 2014? #investigocrowdsocial Gracias”

Se recibe respuesta de @Teaming @MDonaciones @BBVASuma @Namlebee @uniempren @goteofunding @Sociosinversore @theRealFunding @miaportacion @Improvechange @Hazloposible

De los resultados obtenidos y el conjunto de proyectos recogidos, se realiza una selección y observación directa no participante de 14 proyectos diferentes en los que se recopilan "datos sobre comportamientos no verbales" (Corbetta, P. Pág. 304) dando respuesta a los objetivos específicos que consisten en identificar los actores y/o grupos que promueven estas iniciativas.

Paralelamente, el grupo de discusión con expertos tiene lugar en una conversación debidamente planeada (García, 2003) para obtener información sobre el quienes, por qué y el como planteados en el tercer, cuarto y quinto objetivo específico. Salvando el factor del sesgo ocasional atribuible a la propia subjetividad del experto, los focus groups constituyen una buena herramienta para conocer el estado de la cuestión de una temática incipiente de la que falta construcción de narrativa. Se redacta un patrón de mail para invitar a los diferentes representantes de 7 plataformas entre generalistas y específicas y tres asesores del universo crowdfunding. Las primeras respuestas son, en su mayoría favorables, y se opta por la creación de un [doodle](#) con el objetivo de fijar día y hora. El doodle no resulta atractivo puesto que solo una de las personas responde y se opta por una segunda ronda de mailing. En medio del proceso, diferentes expertos aconsejan ponerse en contacto con plataformas más sociales. Se realizan nuevos contactos, esta vez, por la red social twitter. Al fin, acceden al grupo de discusión 6 personas. Por un lado, cuatro asesores expertos en crowdfunding como son Valentí Acconcia co-fundador de <http://www.crowdacy.com/> y <https://www.indiegogo.com/partners/juntalia> , Jorge Garcia del Arco, co-fundador de la plataforma, actualmente inactiva, <http://www.improvechange.org/>, Jaume Albaigès autor de <http://www.tecnolongia.org/> y Adrian Juan Ramos consultor junior en la plataforma <http://www.safaricrowdfunding.com/>, por otro, dos representantes de plataformas contenedoras de PESES como son Itxaso Ferreras, project manager de la plataforma <http://www.migranodearena.org/> en la fundación Real Dreams y Mercè Moreno Miembro del equipo gestor de la plataforma <https://goteo.org/> .

El encuentro tiene lugar el jueves 23 de julio de 2015 a las 16 horas vía hangout. Se emite en directo por el canal youtube de la investigadora y tiene una duración de 1h y 27 minutos.

Se puede visualizar en :<https://www.youtube.com/watch?v=WegZSC4SxWA>

Finalmente, el análisis de datos a partir de toda la información obtenida cuya presentación de los resultados se realiza “en forma de narración, mediante relatos de episodios, descripción de casos, utilizando a menudo las mismas palabras de los entrevistados (...)” En este caso de los contactos establecidos y en voz de los diferentes expertos. (Corbetta, P. Pág. 367)

A medida que se avanza en la redacción se observa la progresión a la que se refiere Borge (2010, Pág. 20 en Santana, 2013) “la investigación empieza y acaba en la teoría-toma como punto de partida lo que se ha establecido en investigaciones previas, plantea nuevos interrogantes, y, a su vez, abre las puertas a nuevos trabajos”.

4.4. ASPECTOS ÉTICOS DE LA BÚSQUEDA

Cuando se habla de rigor científico no solo se hace referencia a una serie de aspectos metodológicos y procesuales, sino al hecho de que todas las partes de la investigación deben traducirse en un compromiso ético. De esta manera, se fijan ocho puntos básicos que conforman el universo ético de la investigación:

1.En primer lugar, la intención de no “reinventar la rueda” que diría Santana (2013). “Una buena revisión del estado del arte minimiza la probabilidad de repetir lo que ya está hecho” (King y Verba, 2000 en Santana, 2013, pág.61). En este sentido se busca bibliografía y se cita textualmente a diferentes autores referenciando y contextualizando, en cada momento, su discurso, tratando de no reproducir todo lo que expusieron y contrastando y comparando opiniones con otros autores.

2.En segundo lugar y respecto al grupo de discusión, se envía un mail a todos los participantes del grupo en CCo informando en todo momento quien está invitado a participar. Se opta por el CCo para evitar saturar el correo de los posibles participantes

al grupo, pero se proporciona la información sobre los destinatarios del correo para que cada uno de los miembros conozca al resto de invitados.

3. Se establece un compromiso por parte de la investigadora de compartir los resultados del estudio y difundirlos en abierto. Para ello se opta por una licencia Creative Commons de Reconocimiento NoComercial (byNc)

4. Se señala el compromiso, además, de hacer difusión de los diferentes trabajos que realizan los expertos del grupo de discusión celebrado el 23 de julio de 2015.

5. Se realiza una firme revisión de los contenidos y de las citas con el objetivo de evitar cualquier tipo de plagio y poner a disposición de los futuros lectores e interesados todos aquellos estudios y variables específicas del trabajo. Esto permite contrastar interpretaciones y la ampliación de conocimientos.

6. En cuanto a los criterios de elección de expertos del grupo de discusión se busca la objetividad. Se opta por un conjunto de expertos elegidos entre el campo social, plataformas crowdfunding contenedoras de PESES y algunos consultores crowdfunding con más relevancia y presencia en las redes sociales del Estado español. El objetivo es el de conseguir una visión holística y general por parte de diferentes expertos.

7. En séptimo lugar, se busca el consentimiento informado. Es decir, todas las personas que aparecen en esta investigación han expresado la voluntariedad en participar.

8. Finalmente, se persigue un compromiso de objetividad en la interpretación de los datos y en la cita textual de las diferentes intervenciones.

5. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para dar respuesta a la pregunta de la investigación, se plantean tres objetivos generales entorno a las plataformas, a los proyectos PESES y al crowdfunding cuya respuesta se encuentra en el discurso y la opinión de los diferentes expertos dentro del grupo de discusión y de la literatura encontrada.

5.1. ANÁLISIS DE LAS PLATAFORMAS

Para poder analizar las diferentes plataformas crowdfunding en España que albergan PESES (objetivo general primero) y que contemplaron más de cinco PESES durante los años 2013 y 2014, es necesario establecer una serie de categorías y dimensiones que delimitan el universo de los PESES. Para ello, y dando respuesta al primero de los objetivos específicos es necesario determinar qué categorías y dimensiones se corresponden al concepto de exclusión social.

CATEGORÍAS PARA DETERMINAR PROYECTOS PESES

La construcción de las categorías para determinar los PESES es imprescindible en este momento inicial ya que permite realizar la selección y análisis de los diferentes PESES que han albergado, durante el 2013 y el 2014, todas las plataformas crowdfunding españolas y para discriminar las plataformas contenedoras o no de estos proyectos.

Para ello, se revisan diferentes divisorias de factores de exclusión social que otros autores han construido anteriormente para, finalmente elaborar una tabla propia de categorías.

En primer lugar, Bhall y Lapiere, (1995, en Soriano Díaz, 2001) determinan tres dimensiones principales de la exclusión: en primer lugar una económica, que es directamente la pobreza y vendría constituida por desempleados, rechazados del mercado de trabajo, etc.. En una segunda posición lo social ya que “el desempleo no priva únicamente de ingresos, sino que además despoja al desempleado de su condición social y le niega toda existencia en la sociedad.” (p.25) Y en tercera posición una

dimensión de índole política que aparece en el momento que la persona se ve privada de sus derechos humanos y políticos.

En segundo lugar, García Serrano y Malo (1996) en su estudio sobre el comportamiento económico de los excluidos establecen hasta siete niveles de exclusión social teniendo en cuenta ya no los factores que la originan sino su intensidad:

1. Integración total
2. Erosión de las redes sociales
3. Pobreza integrada
4. Pobreza económica
5. Exclusión social (supervivencia gracias a la economía sumergida, problemas relacionados con la residencia habitual y erosión de las redes sociales familiares)
6. Exclusión social severa (supervivencia gracias a la economía sumergida tanto irregular como delictiva o la mendicidad. Si existen ingresos son escasos. Serio deterior de los hábitos y las normas sociales; graves problemas relacionados con la residencia habitual e incluso inexistencia de la misma.
7. Marginación o muerte social del individuo

En tercer lugar, Raya Díez (2010) en el artículo “Aplicaciones de una herramienta para el diagnóstico y la investigación en exclusión social” establece una doble divisoria formada por dimensiones (6) y según el grado de intensidad

5.1.1. DIMENSIONES E INDICADORES

1. Indicadores de Exclusión en el ámbito de los Ingresos (divididas entre Graves-Moderadas y Leves) Ingresos:
 - Volumen de ingresos
 - Hábitos de consumo
 - Procedencia de los ingresos
2. Indicadores de Exclusión en el ámbito del Empleo
 - Exclusión en el Mercado laboral

Hogares en los que la persona S.P. lleva más de un año en desempleo
Persona de referencia (entrevistada) mayor de 45 años, lleva más de un año en desempleo.

Hogares con ningún activo empleado

3. Indicadores de exclusión en el ámbito de la vivienda

Hogares sin domicilio fijo, con gran movilidad, durmiendo en lugares inadecuados (chabolas, cuadras, almacenes, garajes, cuevas, etc)

Persona de referencia mayor de 25 años con hijos mayores de 30 sin hijos que viven con la familia por motivos económicos

4. Indicadores de exclusión en el ámbito de la salud

Carencia de cobertura sanitaria por desconocimiento o ausencia de derecho

Dificultad para seguir tratamiento médico debido a limitación de ingresos

5. Exclusión social y relaciones sociales

Se sufren conductas delictivas/asociales asociadas acompañadas por un conflicto familiar

6. Exclusión de la educación

No acceso (grave):

Desescolarización de menores en el tramo de enseñanza obligatoria

Presencia de analfabetismo en personas jóvenes (nacidas después de 1960)

Personas con menos de seis cursos de enseñanza obligatoria (personas nacidas después de 1960)

Gráfico: Intensidad de la Exclusión por ámbitos vitales

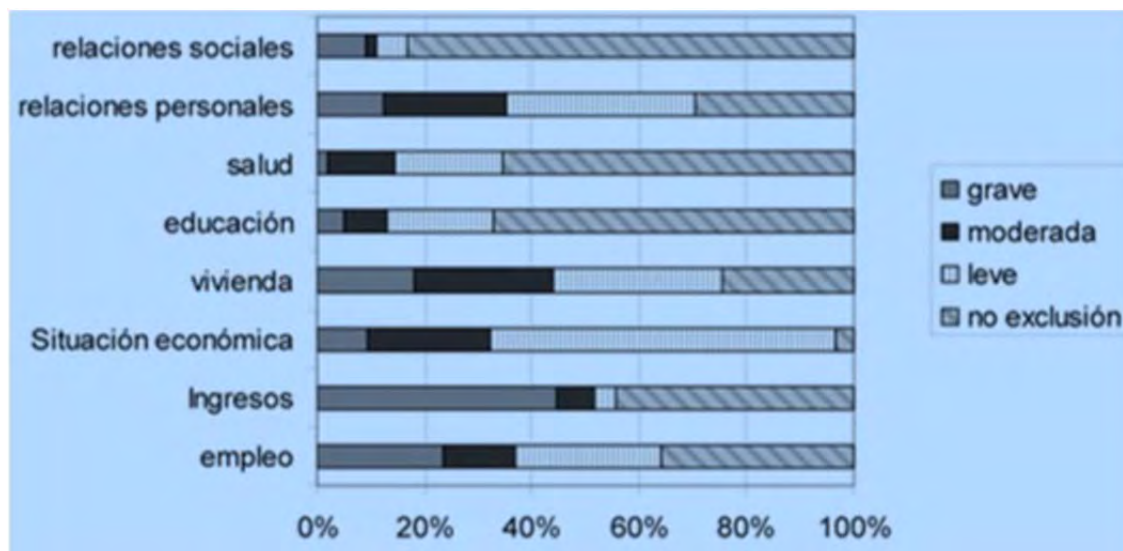


Figura: 2 Aplicaciones de una herramienta para el diagnóstico y la investigación en exclusión social Fuente: RAYA DIEZ, E. (2010)¹³

En cuarto lugar se destaca el trabajo realizado por la fundación Luis Vives (2007, p.31) que construye la enumeración de los 10 grupos vulnerables y en riesgo de pobreza/exclusión social, enunciado en el Anexo I del Plan nacional de Inclusión 2006-2008 desde cinco perspectivas:

Desde la perspectiva de la edad: personas mayores, infancia, jóvenes

Desde la perspectiva del género: las mujeres

Desde la perspectiva de la salud: personas con discapacidad

Desde la perspectiva étnica y cultural : población inmigrante y población gitana

Otros grupos: familias, población reclusa o exreclusa y las personas sin hogar

En quinto lugar es sustancial el trabajo realizado por Rizo López (2006), muy diferente a lo visto hasta ahora, la cual establece nueve grupos de excluidos (mujeres con cargas familiares no compartidas, paradas y parados de muy larga duración, mayores de 65 años y enfermos entre 18 y 65 años sin pensión o sólo con pensión asistencial, la gente de la calle, los aislados, jóvenes toxicómanos, judicializados y medicalizados, etnia gitana, excluidos rurales, e inmigrantes extranjeros) repartidos en 32 categorías:

¹³ Primer informe del Observatorio de procesos de exclusión y de incorporación social Documentos de trabajo social núm. 48 ISSN 1133-6552/ ISSN Electrónico 2173-8246

| | |
|---|---|
| Jóvenes toxicómanos, judicializados y medicalizados | 22.- Toxicómanos y ex toxicómanos 23.-Presos y ex presos 24.-Enfermos de Sida y otros 25.- Prostitución masculina y femenina 26.- Jóvenes de alto riesgo de familias no IMI (Ingreso Mínimo de Inserción o Integración) |
| Etnia gitana | 27.- Chabolistas 28.- Gitanos no españoles (rumanos, portugueses) |
| Excluidos rurales | 29.- Ancianos sin recursos o a cargo de familiares 30.- Jornaleros |
| Inmigrantes extranjeros | 31.-Países del este de Europa 32.-Africanos 35.-Hispanoamericanos 34.-Otros |
| Mujeres con cargas familiares no compartidas | 1.- Madres solteras 2.-Abandono de familia 3.- Separadas 4.- Divorciadas 5.- Con cónyuge hospitalizado, emigrado, encarcelado... 6.- Abuelas y tías con niños a cargo 8.- Familias numerosas |
| Paradas y parados de muy larga duración | 9.- Mujeres menores de 45 años 10.- Hombres menores de 45 años 11.- Mujeres mayores de 45 años 12.- Hombres mayores de 45 años |
| Mayores de 65 años y enfermos entre 18 y 65 años sin pensión o sólo con pensión asistencial | 13.-Enfermos o discapacitados pobres entre 18 y 65 años 14.- Mayores de 65 años con cargas familiares |
| La gente en la calle | 15.- Transeúntes 16.-Mendigog 17.-Sin techo 18.- Hombres y mujeres en la calle, mayores de 40 años y dedicados a la prostitución |
| Los aislados | 19.- Alcohólicos 20.- Psiquiatrizados 21.- Bohemia y farándula |

Figura 3 “¿A qué llamamos exclusión social? “ Fuente: RIZO LÓPEZ, A. (agosto 2012

) (p.15)¹⁴

En sexto lugar resulta interesante la labor de precisión en la categorización de los factores, del trabajo “Análisis de los factores de la exclusión social” publicado por la Fundación BBVA con la colaboración de Generalitat de Catalunya y publicada en el año 2005

Los indicadores que se proponen son “indicadores de vulnerabilidad o riesgo de exclusión social” o indicadores de exclusiones que se dan en distintos ámbitos sociales, pero no de procesos de exclusión social en mayúsculas. Este modelo permite sistematizar elementos (espacios, factores e indicadores) que intervienen en los procesos de exclusión social y los colectivos vulnerables a dichos procesos. Una muestra acotada de los indicadores a continuación.

Espacios, factores e indicadores de exclusión:

1. Ámbito Económico
2. Ámbito Laboral
3. Ámbito Formativo
4. Ámbito Socio sanitario
5. Ámbito Vivienda
6. Ámbito Relacional
7. Ámbito Político
8. Ámbito Contexto Espacial

1. ÁMBITO ECONÓMICO

Renta. Factores

a. Pobreza. Indicadores:

- Pobreza relativa: según gasto (hogares por debajo del 60% del gasto medio equivalente por hogar) y según renta (tres umbrales: 50-25 y 15% de la renta disponible)

¹⁴ Recuperado 19 julio 2015 : <http://polis.revues.org/5007> ; DOI 10.4000/polis.5007

- Pobreza en el consumo (alimentación)
- Pobreza subjetiva (hogares que manifiestan dificultad para llegar a final de mes)
- Pobreza absoluta (hogares que no pueden comprarse ropa nueva, que no pueden permitirse comer carne o pescado al menos una vez cada dos días, porcentaje de la renta mediana(cesta básica)

b. Dificultades financieras del hogar

- Retrasos en el pago de servicios básicos
- Desahucios
- Incapacidad de ahorro

c. Dependencia de la protección social

- Pensiones no contributivas y asistenciales
- Prestaciones asistenciales por desempleo
- Becas no universitarias
- Rentas Mínimas de Inserción (personas y hogares que las reciben)
- Ayudas económicas
- Ayudas no monetarias (protección social)

d. Sin protección social

- Tasa de desprotección de las prestaciones por desempleo (personas en paro que no perciben ningún tipo de prestación sobre el total de personas en paro)
- Tasa de desprotección relativa de las RMI

2. ÁMBITO LABORAL

Acceso al Mercado Laboral. Factores

a. Desempleo. Indicadores

- Desempleo
 - Desempleo de larga duración
- b. Desempleo sin prestación
- Desempleo sin prestación
- c. Subempleo
- Subempleo
 - Empleo a tiempo parcial
 - Suspensión de Empleo
 - Empleo de bajo salario
- d. Descualificación
- Falta de experiencia laboral
- e. Imposibilitación
- Incapacidad
 - Abandono del trabajo anterior por enfermedad o discapacidad propia

Condiciones Laborales. Factores

- a. Precariedad
- Falta de derechos laborales: relación laboral sin contrato o sin relación salarial ni contrato
 - Precarización de los derechos laborales
 - Inseguridad laboral (accidentes laborales y enfermedades profesionales)
 - Empleo de bajo salario
 - Temporalidad

3. ÁMBITO FORMATIVO

Acceso al Sistema Educativo. Factores

- a. Desescolarización. Indicadores
 - Menores de 16 años no escolarizados
- b. No acceso a la Educación Obligatoria Integrada
 - Personas cursando Educación Especial

Capital formativo. Factores

- a. Analfabetismo. Indicadores
 - Analfabetos y sin estudios
- b. Analfabetismo funcional
 - Analfabetos funcionales
- c. Niveles formativos bajos
 - Personas con estudios primarios
 - Personas cursando educación de adultos
- d. Fracaso escolar
 - Personas que no se gradúan en Educación Obligatoria
- e. Abandono del sistema educativo
 - Personas que no se gradúan en Educación Obligatoria y no cursan enseñanzas compensatorias
- f. Barrera lingüística
 - No conocimiento de la lengua de las Comunidades Autónomas
 - No conocimiento de la lengua castellana

4. ÁMBITO SOCIOSANITARIO

Mortalidad Factores

- a. Mortalidad infantil prematura. Indicadores
 - Mortalidad infantil
 - Mortalidad perinatal

- b. Mortalidad evitable
 - Mortalidad por enfermedades sensibles a prevención primaria
 - Mortalidad por enfermedades sensibles a cuidados médicos

- c. Mortalidad relacionada con malas condiciones de vida
 - Mortalidad por enfermedades atribuibles a contaminación del medio ambiente
 - Mortalidad por enfermedades infecciosas y parasitarias
 - Mortalidad por enfermedades relacionadas con el uso de drogas

Morbilidad Factores

- a. Enfermedades que provocan exclusión social
 - Adicciones estigmatizadas socialmente (abuso o dependencia de opiáceos/alcohol)
 - Trastornos mentales estigmatizados socialmente (psicosis, retardos específicos del desarrollo, retraso mental, alteraciones orgánicas y retraso mental, trastornos mentales de la infancia)
 - Enfermedades infecciosas estigmatizadas socialmente (tuberculosis, sífilis, lepra, poliomielitis, cólera, tifus, hepatitis B, SIDA)
 - Enfermedades que provocan malformaciones
 - Alteraciones de la imagen corporal (obesidad graves y/o mórbida, acromegalia y enanismo)

- Deficiencias que provocan una exclusión social institucionalizada por secuelas anatómicas y funcionales (deficiencias anatómicas, trastornos mentales que provocan discapacidad, déficit sensitivos o por accidente, deficiencias del sistema nervioso)
 - Discapacidades graves que generan dependencia
- b. Enfermedades que sufren los colectivos excluidos
- Enfermedades atribuidas a la contaminación del medio ambiente (fiebres tifoideas, bronquitis crónica, asma, etc.)
 - Enfermedades infecciosas relacionadas con malas condiciones de vida (disentería, paludismo, peste, tuberculosis respiratoria, etc.)
 - Enfermedades relacionadas con el uso de drogas (hepatitis B, SIDA, etc.)

5. ÁMBITO VIVIENDA

Accesibilidad Factores. Indicadores

- a. No acceso a la vivienda
- Acceso en precariedad (ocupación)
 - No accesos a la vivienda (infravivienda con usos de espacios alternativos o sin vivienda: alojamiento alternativo, desahucios, censados en hogares colectivos)

Condiciones de la vivienda Factores

- a. Malas condiciones de la vivienda
- Deficiencias en instalaciones básicas (sin agua corriente, sin retrete, sin agua caliente, sin baño o ducha o sin electricidad)
 - Deficiencias en equipamientos básicos (sin frigorífico, lavadora, etc.)
 - Problemas estructurales del edificio (goteras, humedades, etc.)
- b. Malas condiciones de habitabilidad
- Hacinamiento

- Promiscuidad (menos de un dormitorio para cada dos personas)

6. ÁMBITO RELACIONAL

Redes familiares Factores

- a. Deterioro de las redes familiares y/o parentales (violencia doméstica).

Indicadores

- Mujeres maltratadas en el núcleo familiar
- Menores maltratados
- Ancianos maltratados

- b. Escasez o debilidad de redes familiares y/o parentales

- Núcleos familiares encabezados por una sola persona con otras dependientes a su cargo
- Personas que no viven en un núcleo familiar propio: tutelas, orfanatos, asilos, residencias, etc.
- Núcleos familiares unipersonales (mayores de 65 años)

Redes sociales Factores

- a. Escasez o debilidad de redes sociales de proximidad

- Escasez de espacios de contacto interpersonal (personas que no hablan nunca con sus vecinos)
- Escasa red de amistades (personas que no estudian, no trabajan y no forman parte de ninguna organización)
- Escasez de contactos interpersonales (personas que se ven menos de una vez al mes con amigos y parientes que no residen con ellos y personas que no han hablado con nadie durante una semana)

7. ÁMBITO POLÍTICO

Ciudadanía Factores

- a. No acceso a la ciudadanía. Indicadores
 - Extranjeros sin papeles
- b. Acceso restringido a la ciudadanía
 - Extranjeros residentes
 - Extranjeros residentes sin alta laboral
 - Extranjeros residentes afiliados con alta laboral
- c. Privación de derechos por proceso penal
 - Distribución de la población reclusa
- d. Privación anterior de derechos por proceso penal
 - Ex presos

Participación Factores

- a. No participación política y social
 - No sindicación
 - No pertenencia a un partido político
 - No asociacionismo
 - Abstención electoral

8. ÁMBITO CONTEXTO ESPACIAL

Físico Factores

- a. Deterioro de edificios, viviendas y servicios. Indicadores

- Núcleos abandonados
 - Conservación de edificios
 - Viviendas desocupadas
 - Insuficiencia de servicios básicos (viviendas sin alcantarillado y sin abastecimiento público de agua)
- b. Deterioro del espacio público
- Desarrollo de planificación urbana
 - Estado de los parques, jardines y áreas naturales municipales
 - Edificios públicos sin uso
 - Alumbrado público
- c. Deficiencias en la movilidad
- Presencia transporte público (poca presencia)

Sociocultural Factores

- a. Estigmatización del territorio
- Rechazo social
 - Ubicación de equipamientos e infraestructuras (vertederos, prisiones, etc.)
- b. Inseguridad ciudadana
- Faltas y delitos
 - Autopercepción de inseguridad
- c. (Des)cohesión social
- Asociacionismo: pocos locales asociativos en el barrio
- d. Ausencia de equipamientos y recursos
- Presencia de equipamientos y recursos en Sanidad (atención primaria y especializada)

- Presencia equipamientos y recursos en Educación
- Presencia equipamientos y recursos en Servicios Sociales
- Presencia equipamientos y recursos en Vivienda

Económico Factores

a. Marginación económica

- Decaimiento económico (PIB)
- Presencia/ausencia del pequeño comercio
- Presencia/ausencia hotelera

En base al marco teórico analizado y a las diferentes propuestas revisadas, teniendo especial interés en la última tratada, se propone la construcción de una clasificación propia para la selección y análisis de los Proyectos de Educación en la Exclusión Social (PESES). Ésta la forman ocho categorías distribuidas en 21 dimensiones. Son:

1. Ámbito Económico

Pobreza absoluta dificultades de consumo de alimentos básicos

2. Ámbito Laboral

Desempleo de larga duración (sin prestación)

Economía sumergida, sin derechos laborales, temporalidad, irregularidad

Descualificación: subempleo, sin experiencia laboral, bajo salario, temporalidad constante

3. Ámbito Formativo

Analfabetismo

Desescolarización

Abandono sistema educativo

Excluidos de la sociedad digital

4. Ámbito Sociosanitario

Drogodependencias (abuso alcohol, drogas)

Enfermedades infecciosas estigmatizantes (tuberculosis, sífilis, lepra, poliomielitis, cólera, tifus, hepatitis B, SIDA)

5. Ámbito Vivienda (falta de acceso a una vivienda digna)

Suministros básicos

Colectivos Afectados por La Hipoteca

Ocupación de vivienda

Hacinamiento

6. Ámbito Relacional- Estructura Familiar

Malos tratos

Personas que no viven en un núcleo familiar propio: tutela, orfanatos, asilos, residencias

Personas solas

7. Ámbito Político

Inmigración

Reclusión

8. Ámbito Contexto Espacial

Vivienda en Suburbios socialmente considerados como excluidos

En segundo lugar, se plantea, disponer de un censo actualizado de plataformas crowdfunding que operan en el Estado Español, respondiendo al segundo objetivo específico.

5.1.2. REGISTRO DE PLATAFORMAS CROWDFUNDING EN EL ESTADO ESPAÑOL (2015)

Para dar respuesta al segundo objetivo específico planteado “Analizar las diferentes plataformas crowdfunding en España que albergan PESES” , se plantea la elaboración de un censo propio de plataformas crowdfunding existentes en el estado español, sea cual sea su tipología. Respecto a esto, autores como Mata “sitúan las campañas y los proyectos solidarios exclusivamente en las plataformas de donación o recompensa y no incluyen ni préstamo ni inversión” . Mata lo afirma basándose en la autora Sally Outlaw en su libro “Cash from the Crowd” (p.7) Pero el concepto de “social” al que Mata se refiere se basa en la definición fijada por la plataforma Lánzanos basados en proyectos no lucrativos que desgravan en la Agencia Tributaria puesto que no existe un “lucro institucional ni privado”. El concepto que en esa investigación ocupa no es el no lucrativo sino el concepto exclusión social.

La gran dispersión habida en las redes sociales sobre el tema hace casi imposible poder realizar un listado único, completo y censado de las plataformas crowdfunding habidas por el momento.

De las fuentes documentales encontradas se destaca el registro realizado por Mata, J., en su tesis doctoral presentada en julio de 2014 cuyos datos se refieren al 2013.

La elaboración de su propio censo ha contribuido a la orientación para la elaboración de uno propio. No obstante, tal y como se observará a lo largo del trabajo, la continua aparición y desaparición de plataformas en tan solo dos años indica que cualquier tipo de divisoria establecida debe ser revisada cada cierto periodo puesto que corre el riesgo a desactualizarse con facilidad.

Mata, J., realiza un censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio de 2013 (ver anexo 1). Constan registradas:

- 12 plataformas generalistas (activas)
- 4 plataformas generalistas (no activas)
- 6 plataformas solidarias (activas)
- 9 plataformas solidarias (otro formato, activas)
- 4 plataformas solidarias (otro formato, no activas)
- 14 plataformas artísticas, creativas o culturales (activas)
- 4 plataformas artísticas, creativas o culturales (no activas)
- 4 plataformas científicas (activas)
- 19 plataformas, empresas y startups (activas)
- 4 plataformas empresas y startups (no activas)
- 8 plataformas otras temáticas

Consultado a Luís Miguel Barral (@luismi_barral) sociofundador de la agencia de investigación social en 1990 “Two Much research studio” y experto en campañas de crowdfunding sobre espacios en internet que contemplan un listado de plataformas crowdfunding, junto con la información proporcionada por Mata, J se empieza a observar las dimensiones del universo tratado.

Entre 25 de mayo del 2015 y 16 de junio del 2015 se consulta cada una de las páginas contenedoras de división y listado de plataformas crowdfunding y analizado cada una de sus plataformas.

Algunas de las páginas más representativas que informan sobre las plataformas son las siguientes:

1. <http://www.crowdacy.com/crowdfunding-espana/>
2. <http://www.universocrowdfunding.com/principales-plataformas-crowdfunding/>
3. <http://www.infocrowdsourcing.com/plataformas/page/2/?ft=crowdfunding>

Estas páginas muestran las plataformas que existen actualmente a pesar que algunas de estas, desde la misma página, ya se expone que están cerradas o que no constan proyectos. Cada una de ellas establece su propia clasificación de plataformas atendiendo a la tipología de crowdfunding (donación-inversión-recompensa-préstamo-mixto) y clases de proyectos (ciencia, salud, sociales, gastronomía, etc.).

En **crowdacy.com** (ver anexo 2) constan registradas 107 plataformas de las cuales son:

53 de recompensa
24 de donación
19 de inversión
5 de préstamo
3 mixtas de recompensa-inversión
1 mixta de donación-recompensa
1 de préstamo-microcrédito
1 por determinar

En **universocrowdfunding.com** (ver anexo 3) constan registradas 91 plataformas de las cuales son:

27 empresas , Startups
24 general
19 proyectos artísticos, creativos o culturales
11 proyectos sociales
5 de ciencia
3 de deportes y crowdfunding
1 de gastronomía
1 de salud

En **infocrowdsourcing.com** (ver anexo 4) constan registradas 72 plataformas crowdfunding españolas e internacionales de las cuales son:

17 de empresas/Startups

15 de generalista

9 de solidaridad

9 de artísticos

7 de música

4 de ciencia

4 de emprendedores

2 de deportes

1 de productos

1 de editorial

1 de cine

1 de Emprendedores, música, productos, solidaridad, viajes

1 de viajes

A junio de 2015 constan registradas legalmente en España 85 plataformas crowdfunding activas. Cabe destacar que de éstas 37 son de recompensa, 2 de préstamo, 17 de donaciones, 18 de inversiones, 4 mixtas de las cuales 2 son de donación-recompensa y 2 son de recompensa-inversión y, finalmente, 7 plataformas son de la variedad crowdlending dentro del crowdfunding. .

Disponer de un registro de plataformas válidas y activas facilita el trabajo en la discriminación de plataformas, futuros proyectos PESES y, en definitiva, en la delimitación del universo investigado.

Remarcar que el registro se realiza durante los meses de mayo y junio de 2015 con lo que algunas de las plataformas que albergaban PESES durante los años 2013 y 2014 pueden no estar activas en el momento del registro y puede perderse toda la información sobre los proyectos que contenían.

Citar que en este análisis se descarta las plataformas propias o plataformas abiertas por la falta de definición de las mismas y por no disponer de recursos suficientes para rastrear todas las entidades españolas que han optado por ello.

5.1.3. ELABORACIÓN DE UN CENSO PROPIO DE PLATAFORMAS

Para establecer la selección de plataformas se tiene en cuenta:

1. Como se autodefine la misma plataforma: si en su definición cabe el ámbito de la exclusión social.
2. Qué categorías contempla dentro de la misma plataforma. Se considera una categoría válida: solidaridad, educación, participación, comunidad, social.
3. Si alberga en sus plataformas más de cinco tipo de PESES. Los PESES vendrán determinados por 8 categorías y 21 dimensiones establecidas después del análisis de la definición de exclusión social durante los años 2013 y 2014

El cumplimiento de los tres criterios determinará la inclusión de dicha plataforma para su análisis y posterior análisis de proyectos

Estrategias para encontrar la información :

- Búsqueda en las página de las mismas plataformas crowdfunding
- Seguimiento de las plataformas y sus proyectos a través de las diferentes RRSS en las que tienen presencia. Muchas veces se dispone de más información a través de las redes de difusión que desde la propia plataforma
- Contacto con consultores-expertos en crowdfunding
- Contacto con los responsables de comunicación de las diferentes plataformas de crowdfunding.

1.DE RECOMPENSA

| TIPO CROWD. | PLATAFORMA | DESCRIPCIÓN | CATEGORÍAS | PESES |
|--------------------|---|--|--|--|
| Recompensa | https://www.coopfunding.net/ | Plataforma de cofinanciación libre y cooperativa que nace para promover la autofinanciación de proyectos cooperativos. Surge de la mano de la Cooperativa de Autofinanciación Social en Red (CASX) y de la Cooperativa integral Catalana (CIC) | 7 categorías: educación, revolución integral, economía, música, salud, tecnologías reapropiadas y desobediencia. | Sí Descartado: Los proyectos PESES de ayuda a refugiados de catástrofes (Nepal), Guerras (kurdos) y derechos de vivienda (Colectivos Baladre) pertenecen a PESES del 2015-08-02 |
| Recompensa | http://crowdeduca.com | Promover la conexión entre el conjunto de la sociedad y las personas autoras y las destinatarias de proyectos de aprendizaje y desarrollo humano en cualquier ámbito, a través de la financiación colectiva de dichos proyectos | No constan | Sí Descartada: Se realizará en un futuro http://crowdeduca.com/proyectos-3/proximos-proyectos-2/ |
| Recompensa | http://www.crowdthinkin.org/es | Es una plataforma de apoyo colectivo de ideas. | 4 categorías: Innovación, negocio, Cultura, social | Sí |
| Recompensa | http://goteo.org/ | Red social de financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida (servicios, infraestructuras, microtarefas y otros recursos) desde donde impulsar el desarrollo autónomo de iniciativas | 9 categorías: Social, tecnológico, comercial, diseño, comunicativo, educativo, cultural, | Sí |

| | | | | |
|------------|---|--|--|---|
| | | creativas e innovadoras, que contribuyen al desarrollo del procomún, el conocimiento libre y/o el código abierto) | ecológico y científico | |
| Recompensa | https://www.indiegogo.com/partners/juntalia | Equipo de profesionales que convierte ideas en proyectos a través del crowdfunding. | 24 categorías: Animales, arte, baile, comida, comunidad, cómic, deportes, diseño, educación, fotografía, juegos literatura, medioambiente, moda, música, película, pequeña empresa, política, religión, salud, teatro, tecnología, transmedia, video, web | Sí Descartada porque los dos PESES que contemplan desde España, bajo la categoría de Comunidad, pertenecen al 2015 (run for Nepal y proyecto educativo en Palestina) |
| Recompensa | http://www.lanzanos.com/ | Es una forma de financiar ideas y proyectos creativos basado en el concepto de financiación en masa. | 16 categorías: música, ciencia, deportes, software, solidaridad, naturaleza, fotografía, cine, pintura y cómic, misceláneas, universidad, libros, teatro y danza, eventos, videojuegos y tecnología. | Sí |
| Recompensa | http://www.potlatch.es/ | Es una plataforma de financiación colectiva que parte de la base que en tiempos difíciles la aportación de muchos posibilita hacer realidad proyectos que benefician a | 27 categorías Estilo de vida, artes escénicas, música, licencias libres, fotografías, | Sí Descartada porque solo se detecta un PESES y corresponde al año 2012. |

| | | | | |
|------------|---|---|--|---|
| | | todos. Pequeños gestos que cambian el mundo. | comunitarios , film, infantil, libros y publicaciones, ilustración y cómic, arte, periodismo, documental, alimentos, eventos, DIY, salud, educación, gestión cultural, cultura, medio ambiente, tecnología, I+D, Investigación y Ciencia, asd y dsa. | |
| Recompensa | http://www.totsuma.cat/ | Plataforma catalana para la financiación colectiva que tiene como diferencial su vocación social y compromiso con la construcción nacional catalana. Pretende ser la herramienta que haga posible financiar todo tipo de proyectos que compartan un mínimo común denominador de voluntad de progreso y de soberanía del país. | 12 categorías Social, medios, exposiciones, editorial, defendemos la tierra, campañas, música, lengua, deporte, derechos civiles, cultura y audiovisual. | Sí |
| Recompensa | http://es.ulule.com/ | Participa en la financiación de proyectos creativos e innovadores, recibe recompensas exclusivas | 14 categorías Películas y videos, música, solidarios y sociales, editorial y periodismo, artes escénicas, juegos, arte y foto, deportes, craft y comida, tecnología, moda y diseño, cómics, niños y educación y patrimonio. | Sí Descartada porque de los 85 proyectos sociales, algunos de los cuales son PESES no se encuentra ninguno que la iniciativa arranque desde España |

| | | | | |
|------------|---|---|--|---|
| Recompensa | http://www.namebee.com/ | Plataforma para proyectos sociales y políticamente comprometidos. Cualquier proyecto de adhesión a uno o más de los siguientes principios: Economía Alternativa, Otros Política, Otros Cultura, Ecologismo, Derechos Humanos, Utopías / distopías, Transformando / Espacios Recuperación, memoria histórica, Equidad de Género, las luchas indígenas, Antimilitarismo, Palestina, Red & Negro ... y otros | 14 categorías Economía alternativa, otros política, otros cultura, ecologismo, derechos humanos, utopías/distopías , memoria histórica, derechos animales, igualdad de género, luchas indígenas, antimilitarismo, rojo y negro, palestina y otros | Sí |
| Recompensa | http://apontoque.com/ | Crowdfunding deportivo | Contempla 28 categorías correspondientes a 28 deportes diferentes. No existe la categoría de educación, ni solidaridad | No. Alberga un proyecto de solidaridad: Vuelta a España a pie (http://www.apontoque.com/es/proyecto/3037/vuelta-a-espana-a-pie/) Preguntado directamente a la plataforma contestan que albergan tales proyectos solo si tienen carácter deportivo o relacionados con la actividad física. |
| Recompensa | http://www.banded.com/ | Espacio de gestión y relación que posibilita que artistas, salas y fans colaboren por un objetivo común: la organización de un concierto | 3 categorías: Artistas Salas Promotores | No |
| Recompensa | http://www.emprendelan.com/ | Lugar de encuentro entre las personas con ideas que | No dispone de categorías | No |

| | | | | |
|------------|---|--|--|---|
| | dia.es/ | crean empleo y personas que confían en ellas. Forma parte de una economía más colaborativa. | específicas. Se incluye dentro de la categoría laboral | |
| Recompensa | http://xn--crowdfundingspaa-uxb.com/ | Pretende ser una plataforma de proyectos creativos | 12 categorías: comunitario, film, diseño, juegos, libros de texto, moda, otros, tecnología, alimentación, arte, comunitario y danza. | No, Contempla un banco de tiempo denominado TIC TAC BANC (http://xn--crowdfundingspaa-uxb.com/) pero nace en el 2015. La plataforma está activa desde marzo 2014 |
| Recompensa | http://www.fanstylers.com/ | Encuentro entre nuevos creadores, diseñadores y amantes de la moda | 3 categorías : Mujer , hombre y mujer y hombre con 14 subcategorías | No |
| Recompensa | http://www.fromlab.com/ | Plataforma digital que permite a creadores de productos físicos e inventos conseguir financiación para hacer realidad sus proyectos | 5 categorías: Casa, Cocina, Gadgets, Niño, Moda | No, se trata de inventos sin repercusión en población en riesgo de exclusión social |
| Recompensa | http://fundlike.com/ | Es una plataforma de crowdfunding donde se publican proyectos e iniciativas que necesiten recaudar fondos. Además de gestionar la recaudación y poner en contacto creadores y cofinanciadores, Fundlike gestiona y consigue de forma gratuita marcas patrocinadoras que colaboren con las campañas de forma desinteresada. | 11 categorías: Moda, arte, cultura, deporte, gastronomía, música, tecnología, cine, teatro, fotografía y solidaridad. | No. A pesar de la categoría solidaridad los tres proyectos que desde esta misma plataforma se engloban bajo esta categoría forman parte del diseño (colección de prendas exclusivas) la comunicación (una new start |

| | | | | |
|------------|---|---|---|---|
| | | | | pop, una emisora de radio online) y Panacea (un pan artesano). Más información http://fundlike.com/campaigns/category/solidaridad/ (recuperado el 14 de junio del 2015) |
| Recompensa | http://www.goalfunds.com/ | Es la primera plataforma de crowdfunding deportivo de alto rendimiento del mundo. | No se especifican | No |
| Recompensa | https://ilovescience.es/ | Plataforma internacional para la financiación de proyectos científicos | En proyectos 3 categorías: Bioinformática, cáncer y Alzheimer | No |
| Recompensa | http://www.injoinet.com/ | Plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores. Asesora a emprendedores con el análisis previo del proyecto y la realización del prototipo. | 4 categorías: Creador Seguidores Aportaciones Recompensas | No |
| Recompensa | https://www.kickstarter.com/ | Basado en la financiación de proyectos creativos | 15 categorías: Arte, historia, artesanía, danza, diseño, moda, cine y video, comida, juegos, periodismo, música, fotografía, publicación, tecnología y teatro. | No |
| Recompensa | http://www.kuabol.com/ | Consigue financiación colectiva e impulsa ideas a nivel cultural, empresarial, educativo, social, tecnológico, de | 7 categorías: Cultural, educación, empresarial, investigación, | No, solo contempla uno http://www.kuabol.com/project.php?id_proyectos |

| | | | | |
|------------|---|--|--|--|
| | | investigación, ocio y deporte. | ocio y deporte, social y tecnología | <u>74</u> Feminicidio.net Es una plataforma muy reciente y solo alberga 18 proyectos |
| Recompensa | http://www.latahonacultural.com/ | Plataforma para facilitar la financiación de proyectos culturales, basada en el crowdfunding o financiación compartida. | No constan categorías. Los proyectos son exclusivamente culturales | No |
| Recompensa | http://libros.com/crowdfunding/ | Una editorial basada en el crowdfunding. Gracias a la colaboración de mecenas y profesionales del sector, editan ebooks y libros en papel. | Abiertos a todo tipo de proyectos de varios géneros y estilos pero de una sola categoría: novelas, poesía, cuentos, cómics o libros de fotografía. | No |
| Recompensa | http://mola.fm/ | Web crowdfunding con intervención profesional. Se trabaja para profesionalizar al artista, creativos, personas, al servicio de la música | 9 categorías: Coral, dance, folk, hip-hop, house, pop, rock, soul y world | No |
| Recompensa | http://www.nvivo.es/crowdfunding/index.php | Portal que ofrece la posibilidad a artistas musicales de organizar conciertos utilizando el crowdfunding como herramienta para obtener el aforo mínimo necesario. Con ella ayudará a artistas y promotores a planificar fechas libres de sus giras sin riesgo, validando la demanda de un artista en una localidad determinada mediante la preventa de un número mínimo de entradas que asegure la rentabilidad del concierto. | No se aprecian | No |

| | | | | |
|------------|---|--|--|----|
| Recompensa | http://pentian.com/ | La plataforma crowdfunding que permite todo lector ser editor | No se contemplan | No |
| Recompensa | http://www.projeggt.com/kifund/ | Es la primera plataforma nacida en España dedicada al crowdfunding exclusivamente para respaldar proyectos audiovisuales. | 12 categorías: Audiovisual, comic, cultura, diseño, deportes, juegos, medio ambiente, moda, música, salud, startups y tecnología | No |
| Recompensa | http://www.realizatolibro.com/ | Plataforma que te permite editar tu propio libro | No se contemplan | No |
| Recompensa | http://www.rockanddream.com/ | Apuesta por la música en directo, ofrece al público bandas y espacios para la música en vivo, la posibilidad de financiar colectivamente sus conciertos | No se contemplan | No |
| Recompensa | http://www.seedandclick.com/ | Plataforma de crowdfunding de donación y recompensas modelo que abarca todos los sectores con el objetivo de ayudar a los empresarios con ideas de negocio o proyectos comerciales para financiar sus proyectos. | 3 categorías: Cultura, deportes y entretenimiento | No |
| Recompensa | http://www.siamm.es/ | Para proyectos creativos y artísticos | 14 categorías: Fotografía, cine y video, música, comics, publicaciones, danza, teatro, deporte, videojuegos, artes plásticas y otros. | No |
| Recompensa | http://todosaunacrowdfunding.es/ | Micromecenazgo para defensa y conservación del patrimonio Cultural. Es una plataforma de crowdfunding sin ánimo de lucro, promovida por a Asociación Hispania | 2 categorías: música clásica y tradicional y restauración y consolidación de monumentos | No |

| | | | | |
|------------|---|--|--|----|
| | | Nostra para la financiación de proyectos relacionados con el Patrimonio histórico, cultural y natural | | |
| Recompensa | http://unitedfoodrepublic.com/ | Aparece con el objetivo de apoyar a un nuevo concepto culinario y lo acerca a los barrios | No constan | No |
| Recompensa | http://www.verkami.com/ | Financia proyectos originales de creadores independientes. Se ha convertido en la mayor plataforma de crowdfunding catalana, en poco tiempo, de todo tipo de proyectos culturales. | 12 categorías: Alimentación, ciencia y tecnología, diseño, juegos, arte, comunitario, film, música, artes escénicas, cómic, fotografía y publicaciones. | No |
| Recompensa | http://www.vorticex.org/ | Es la primera web global de financiación y participación colectiva (crowdfunding y crowdsourcing) para ciencia e investigación. Impulsa I+D+i y ofrece asesoramiento y formación en microcenazgo y participación distribuida | No constan | No |
| Recompensa | http://www.yuujoo.com/ | Permite la búsqueda de recursos económicos para aquellos proyectos que sean de carácter formativo y de soporte a la formación | 8 categorías: Comunicación, Internet, marketing, multimedia, ocio, productividad, programación y diseño y web social. | No |

2. DE DONACION

| TIPO CROWD. | PLATAFORMA | DESCRIPCIÓN | CATEGORÍAS | PESES |
|--------------------|---|---|---|---|
| Donación | https://www.bbvasuma.com/suma/ | Plataforma digital de financiación colectiva que pretende aglutinar y dar visibilidad a proyectos de ONGs | Respuesta Humanitaria y Causas Sociales | Sí |
| Donación | https://www.betternow.org/es | Ofrece la posibilidad rápida, fácil y gratis de crear tu propia página de recaudación de fondos y , así, ayudar a los demás. | 2 Categorías Causas y Proyectos solidarios | Sí |
| Donación | http://colaboramas.org/ | Plataforma crowdfunding para el uso de instituciones, obispos, congregaciones, parroquias, centros concertados y ONGs religiosas. | Proyectos Usuarios Donación | Sí Descartada Dispone solo de tres proyectos |
| Donación | http://www.improvechange.org/ | Plataforma creada a raíz de la desaparecida FlipperOver.Org en la que no sólo se alberga el crowdfunding social sino una gran consultoría de campañas de comunicación para causas sociales | 4 categorías: Consultoría social, desarrollo it para lo social, eventos sostenibles y fundraising social | Sí Descartada Actualmente la plataforma no está activa con lo que los retos no se pueden visualizar ¹⁵ |
| Donación | http://microdonaciones.hazloposible.org/ | Es una plataforma desde la que las personas pueden impulsar con pequeñas aportaciones económicas proyectos solidarios de distintas ONGs que tendrán un impacto positivo en numerosas personas. Es una iniciativa de la fundación Haz lo Posible. Microdonaciones ofrece la plataforma, Haz lo posible los proyectos y los particulares la | Funciona por 5 tipos de proyectos: educación, exclusión social, infancia, salud, medioambiente | Sí |

¹⁵ El propio fundador de la plataforma, Jorge García del Arco, participante del grupo de discusión lo comenta via mail el 23.06.2015 al pedir información sobre la plataforma

| | | | | |
|----------|---|---|---|--|
| | | recaudación | | |
| Donación | http://www.migranodearena.org/ | Cada usuario se crea su propio reto de forma gratuita con el objetivo de recaudar fondos para una institución benéfica que cada particular elija. Crear un reto y elegir una causa. Todo lo que se recauda llegue o no al objetivo se destina íntegramente a la causa | 16 categorías: Animales, cooperación, deportes, derechos humanos, discapacidad, exclusión social, educación y cultura, infancia y jóvenes, investigación, integración sociolaboral, medio ambiente, mujer, personas mayores, salud, tecnología y comunicación y otros. | Sí |
| Donación | http://www.miaportacion.org/ | Proyecto sin ánimo de lucro que pretende comunicar y cubrir necesidades que tiene la gente más desfavorecida. Intenta dar respuesta a una pregunta que algunas veces nos hacemos “me gustaría hacer algo por los demás pero no sé qué hacer”. | 4 categorías: Comida, económica, material y tiempo | Sí |
| Donación | http://www.smilemundo.org/ | Organización sin fines de lucro que utiliza la innovación para educar y crear conciencia. | No constan. Actualmente inactiva. Del 2012-4 constan 70 proyectos no lucrativos | Sí Descartada porque la plataforma no está en funcionamiento* 16 |
| Donación | https://www.teaming.net/ | Iniciativa que nació en 1998 y que ayuda a los demás mediante microdonaciones de 1 euro | 4 grupos (particulares, ONGs, empresas y | Sí |

¹⁶ En conversación con Rebeca Ferrer el 23 de junio de 2015 expone que desde smilemundo.org trabajaron en una primera fase con plataforma crowdfunding financiando pequeñas y medianas organizaciones. Pero finalizaron el proyecto y actualmente la plataforma no se encuentra activa. Desde la asociación trabajan dando un enfoque creativo dentro del ámbito de la educación como es el caso del proyecto SmileUrbo.

| | | | | |
|----------|---|---|---|----|
| | | que se destinan a una causa social | otros) que impulsan campañas en 12 categorías: Adicciones, ayuda a enfermos, cooperación internacional, defensa de los animales, discapacidad, educación, familias, infancia y juventud, inmigración, investigación, otros, tercera edad | |
| Donación | http://www.worldcoo.com/ | Es una empresa social con la misión de ayudar a entidades a conseguir su financiación para desarrollar proyectos de alto impacto | 7 categorías: Salud, alimentación, educación, general, pobreza y alimentación, agua y energía y emergencias | Sí |
| Donación | http://ecocrowdfunding.es/ | Agencia de Crowdfunding Ambiental. Asesora en el diseño y lanzamiento de campañas de educación ambiental, investigación, publicación o cualquier proyecto centrado en el medio ambiente | No constan a pesar que destacan estas 4 modalidades de proyectos : Restauraciones del medio natural, Proyectos de educación ambiental, Estudios y publicaciones sobre medio ambiente, Proyectos de creación de empresas de economía verde | No |

| | | | | |
|----------|---|---|---|---|
| | | | y productos basados en Ecodiseño | |
| Donación | https://f4r.org/web/ | Donaciones para investigación y ciencia como factor de progreso y de bienestar social. | No encontradas | No dedican dinero a la investigación de enfermedades raras. Excluida de la lista de PESES puesto que queda fuera de la categoría enfermedades estigmatizantes |
| Donación | http://montatulunademiel.com/ | Recauda dinero entre amigos y familiares para la luna de miel | Funciona por paquetes de regalos que el “mecenas” regala | No |
| Donación | http://www.notanraras.org/ | nace con la idea de ayudar a personas invisibles a ser visibles ante la sociedad. | Enfermedades raras y Asociaciones. Existe un amplio listado para cada uno de ellos. | No, puesto que no consta en el listado de enfermedades con estigma |
| Donación | https://www.patrocinalos.com/ | Plataforma de patrocinio deportivo mediante el sistema de crowdfunding. Patrocinan élite, profesionales y aficionados. Ponen en juego patrocinios directos entre toda la comunidad. | 34 categorías: Aguas bravas, atletismo, biathlom, bodyboard, boxeo, ciclismo, curlong, esgrima, esquí, gimnasia, golf, judo, karate, kiteboard, lucha, motociclismo, natación, otros, paddel surf, pádel, patinaje, piragüismo, rugby, salto de trampolín, snowboard, squash, surf, tenis de mesa, tiro al arco, | No |

| | | | | |
|----------|---|--|---|--|
| | | | triathlon, vela, voleibol, voley playa y windsurf. | |
| Donación | http://www.precipita.es/ | Programa de patrocinio y mecenazgo de la Fundación Española para la ciencia y la tecnología (FECYT) | 3 categorías: biomedicina, biología y medicina. | No |
| Donación | https://www.win1dream.com/es | es una red social cooperativa que te ayuda a alcanzar tus sueños. Está en inglés y en español. Se colabora | 25 categorías: Arte, negocios y economía, celebraciones, cine, teatro, educación, diversión, eventos, moda y belleza, gastronomía, salud, hobbies, viviendas e inmobiliaria, ayuda humanitaria, lujo, música, otros, mascotas, red social, ciencia, social, social network, solidaridad, deportes, tecnología, transportes y viajes. | No, No hay proyectos que surjan desde España |

3. DE PRÉSTAMO

| TIPO CROWD. | PLATAFORMA | DESCRIPCIÓN | CATEGORÍAS | PESES |
|--------------------|---|--|--------------------------|--|
| Préstamo | https://www.arboribus.com/web/ | Permite a pequeños inversores y particulares apoyar a empresas que han sido solventes durante años, a través de préstamos. Arboribus el espacio donde los inversores pueden prestar dinero a empresas solventes previamente analizadas. Escoge las empresas, el importe y el tipo de interés al que quieres prestar. En una subasta transparente se agrupan las mejores ofertas y, si la empresa acepta el préstamo, lo devuelve en cuotas mensuales | No | No |
| Préstamo | https://www.zank.com.es/ | Préstamos que buscan un préstamo de bajo coste y ahorradores que buscan un buen retorno y se unen para beneficiarse mutuamente | Funciona por finalidades | No, es difícil encontrar los proyectos |

4. DE INVERSIÓN

| TIPO CROWD. | PLATAFORMA | DESCRIPCIÓN | CATEGORÍAS | PESES |
|--------------------|---|---|---|--------------|
| Inversión | http://www.inverem.es/ | Web de financiación colectiva donde una pequeña inversión puede crear un gran proyecto empresarial | 19 categorías: Agricultura, ampliación de capital, comercio, construcción, cultura, ecología, educación, erótico, exportación/importación, franquicia, hostelería, industria, Internet, ocio, otros, patentes I+D+I, Servicios, Software, Tecnología | No |
| Inversión | http://micro-inversores.com/ | Plataforma de crowdfunding dirigida a emprendedores, empresas y startups que quieran desarrollar una idea o un proyecto con un componente innovador importante. | 31 categorías: Arte, biotecnología, ciencia, cine, comercio, comics, comunicación, construcción, cultura, deporte, diseño, educación, finanzas, fotografía, gastronomía, industria, innovación, libros, marketing, medio | No |

| | | | | |
|-----------|---|---|--|------|
| | | | ambiente, moda, mundo animal, música, ocio y tiempo libre, salud, servicios inmobiliarios, social, teatro, tecnología, turismo y videojuegos | |
| Inversión | http://www.nestarter.com/ | Plataforma de crowdfunding y ayuda a startups, de habla hispana, generando una comunidad activa de emprendedores y financiadores. | 11 categorías: Iniciativas sociales, patentes/I+D, Comercio, Import/export, tecnología, franquicias, marketing, crowdsourcing , desarrollo web, otras, eficiencia energética. | Sí . |
| Inversión | http://www.sociosinversores.com/ | Unen emprendedores con inversiones | 16 categorías: Agroalimentación, comercio y distribución, construcción e inmobiliaria, ecología y energía, educación y cultura, exportación e importación, hostelería, industria, Internet e icommerce, marketing y comunicación, ocio y espectáculos, patentes e I+D+I, salud y belleza, | No |

| | | | | |
|-----------|---|--|---|----|
| | | | sanidad, servicios, software y tecnología. | |
| Inversión | https://www.bestaker.com/ | Es un escaparate de proyectos de gran creación de valor y alto potencial de rentabilidad en los que pueden invertir grandes y pequeños inversores. De reciente creación. Cuenta con dos proyectos : proyecto visión y roams. | No | No |
| Inversión | https://www.bihoop.com/ | Plataforma de inversión en Startups de nueva creación | 28 categorías: Redes sociales, arte y diseño, B2B, Servicios Empresas, Bienes de consumo, Business consulting, deportes, educación, Elath, elearning, energía renovable, entretenimiento, fabricación, Internet-consumo, Internet-eCommerce, moda y cuidado, movil-apps de consumo, móvil-apps mCommerce, móvil venta de apps, ocio, retail, sanidad y salud, servicios financieros, servicios IT, sin animo de lucro, | No |

| | | | | |
|--------------------|---|---|--|----|
| | | | tecnología, tecnología médica, turismo y restauración y otros. | |
| Inversión | http://www.bizup.es/ | Plataforma de crowbuying* cerrada para vender, comprar e invertir en stratups, proyectos, pymes y traspasos de negocios | No | No |
| Inversión | http://www.creoentuproyecto.com/ | Dedicado a proyectos empresariales | No | No |
| Inversion | https://www.crowdcube.es/ | Es una plataforma de crowdfunding de inversión para empresas en fases de crecimiento. Busca, elige, ponte en contacto con los fundadores y decide si quieres convertirte en socio de la empresa. Sin comisiones antes, durante o después de la inversión. Es la plataforma equity crowdfunding de referencia en el reino Unido que llega a España con más de 40 millones de euros y 130 proyectos financiados de todos los sectores | 19 categorías: Arte y diseño, consumo, educación, medio ambiente, cine, Tv y teatro, alimentación, salud y fitness, internet, telecomunicaciones, turismo y entretenimiento, industrial, media y servicios creativos, energético, servicios profesionales, retail, deportes, nuevas tecnologías, otros y aceleradora. | No |
| Inversión | http://crowd2b.com/ | Plataforma de financiación participativa que invierte en proyectos empresariales de la economía real. | 7 proyectos | No |
| Equity- crowdf. | https://www.fundedbyme.com/es/ | Plataforma sueca que ha desembarcado en España, une crowdfunding de recompensas con crowdfunding de | 16 categorías: Deporte, productos de consumo, | No |

| | | | | |
|-----------|---|---|---|----|
| | | participaciones | servicios, educación, minorista, diseño, moda, sector inmobiliario, comida, tecnología, medios y entretenimiento, otros, salud, deporte, energía y finanzas | |
| Inversión | http://www.inversorem.com/ | Plataforma que permite a emprendedores buscar financiación para lanzar startups o crecer negocios con potencial. UY a inversores privados, buscar, buscar negocios rentables o startups donde invertir dinero a cambio de participaciones | No | No |
| Inversión | http://www.lanzame.es/ | Apuestan por Start-Ups lideradas por grandes emprendedores y por las cosas bien hechas. Se definen como el primer Pledge Fund* en España, que te ayuda a invertir en startups. | No | No |
| Inversión | http://www.megustatuida.com/ | Dinero para proyectos, rentabilidad para la inversión | 9 categorías: Agricultura, blog, comunicación y nuevas tecnologías, distribución de productos, hostelería y otros servicios, nuevas ideas, ocio y wellness, otros, textil y complementos | No |

| | | | | |
|-----------|---|--|---|----|
| Inversión | https://mynbest.com/ | Mynbest es una empresa basada en crowdfunding gracias a una plataforma de conexión entre inversores y emprendedores, con ella podemos crear campañas como esta y así conseguir que muchas empresas encuentren a los socios inversores perfectos para su crecimiento. | Categorías vacías | No |
| Inversión | http://partiza.com/ | Buscan personas que tengan experiencia y conocimientos para desarrollar un negocio y le ayudan a concretarlo y financiarlo con la ayuda de los usuarios | No constan | No |
| Inversion | http://www.seedquick.com/ | En fase de desarrollo (portal en construcción) | 3 categorías: Culturales, empresariales y tecnológicos | No |
| Inversión | https://www.thecrowdfunder.com/ | La primer plataforma de crowdfunding que permite invertir online en una selección de startups de base tecnológica con la rigurosidad y solidez de un Venture Capital. | No constan | No |

5. MIXTA

| TIPO CROWD. | PLATAFORMA | DESCRIPCIÓN | CATEGORÍAS | PESES |
|--------------------------|---|--|--|---|
| Donación- Recompensa | http://getyourcause.com/ | Se anuncian como todo aquello que necesitas para conseguir financiar aquello que más te importa, ya seas un emprendedor, un simpatizante de una ONG o simplemente una persona con un sueño. | 25 categorías: Animales y mascotas, arte, negocios y emprendedores, medio ambiente, crisis económica, educación, eventos y celebraciones, familia y amigos, diseño y estilo, cine y video, funerales, juegos, vivienda, amor y pareja, cuidados médicos, música, sin ánimo de lucro, fotografía, publicaciones, religiones y fe, investigación, deportes, tecnología, viajes y voluntariado | Sí |
| Recompensa- Inversión | http://www.uniempren.es/ | Plataforma desarrollada con la financiación del Ministerio de Educación, en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los estudiantes universitarios, cuya finalidad es promover e incentivar el autoempleo dentro de la comunidad universitaria. Desde la plataforma puedes conseguir la financiación que necesitas para desarrollar tu proyecto y sacarlo adelante, encontrar a ese/a socio/a que necesitas para completar tu equipo humano y también colaborar para | 3 categorías: Educación, otros y sector servicios | Sí, Descartado porque no hay historial para poder visualizar los PESES de años anteriores. |

| | | | | |
|-----------------------|---|---|--|----|
| | | que otro proyecto salga adelante aportando financiación al mismo. | | |
| Donación - recompensa | http://www.safaricrowdfunding.com/ | Plataforma de financiación colectiva dirigida a cubrir las necesidades de financiación de Startups, micropymes y pymes. Combinan donación y recompensa. | 6 categorías: Tecnología, ciencia, salud e investigación, consumo e e-Commerce, entretenimiento y gaming, cultura y viajes y otros. | No |
| Recompensa-Inversión | http://www.lemonfruits.com/es | Invierte en negocios y proyectos empresariales. Conectando emprendedores y jóvenes empresas con inversores y colaboradores. | 7 categorías: Apps móviles, deportes, gastronomía, salud, sociedad, tecnología y turismo | No |

6. CROWDLENDING

| TIPO CROWD. | PLATAFORMA | DESCRIPCIÓN | CATEGORÍAS | PESES |
|--------------------|---|--|--|---|
| Crowdlending | http://www.realfunding.org/es: | Préstamos sin intereses para proyectos que mejoran el mundo | Proyectos sociales | Sí Descartada por contener solo 3 proyectos* ¹⁷ |
| Crowdlending | https://www.circulantis.com/ | Es el lugar donde los ahorradores pueden conseguir una excelente rentabilidad a corto plazo financiando directamente a laa wmpresas con la garantía de su activo más valioso: los créditos comerciales a cobrar de sus clientes de elevada solvencia | 15 categorías : Construcción y actividades diversas, energía e Industrias de energía , Electricidad, gas y Agua, Comercio y servicios-artículos, productos, reparación y servicios, ingeniería, alimentación y bebidas , química, petroquímica, caucho y plástico, deportes, ocio, espectáculos, eventos, servicios culturales y plataformas online, | No |

¹⁷ En conversación via mail el 23.06.2015 con Iris Molina, representante de realfunding.org comenta “Empezamos a operar en septiembre de 2014, nuestra plataforma está dirigida exclusivamente a proyectos de impacto social, medioambiental y/o cultural. Hasta ahora, hemos abierto 3 campañas con entidades sociales. La primera la lanzamos con una cooperativa de Sevilla dedicada al reparto de paquetería en triciclos eléctricos que da empleo a personas con el síndrome de Asperger. Conseguimos acabar esta campaña con éxito, el préstamo fue de 5.000€ con nuestro anterior modelo con intereses. La segunda campaña la lanzamos con una L'auró, una sociedad limitada laboral que se dedica a la realización de actividades como la horticultura y la zooterapia para niños y jóvenes con diversas discapacidades. El préstamo solicitado ascendía a 43.000€ pero no conseguimos completarlo. Actualmente, tenemos otra campaña abierta con una asociación cultural sin ánimo de lucro que se dedica a la recuperación de un olivar abandonado y que además, emplea a personas discapacitadas en las tareas de recuperación. El préstamo solicitado es de 40.000€”

| | | | | |
|--------------|---|---|--|------------|
| | | | transporte y logística, naval, construcción, productos y servicios portuarios, electrónica y alta tecnología, automoción, automóviles y motos, maquinaria y herramientas, medio ambiente, hostelería y turismo,. | |
| Crowdlending | https://www.comunitae.com/ | Una nueva forma de invertir, financiando empresas y particulares, obteniendo una rentabilidad reservada hasta ahora a los inversores profesionales. | No constan | No constan |
| Crowdlending | https://www.ecrowdinvest.com/ | Plataforma de financiación colectiva. Los inversores rentabilizan mejor su capital y saben a dónde va su dinero, los promotores de los proyectos consiguen préstamos a mejores tipos de interés y siempre se genera un impacto social positivo. No apuestan por ningún proyecto especulativo. | No constan | No constan |
| Crowdlending | https://www.lendico.es/ | La primera plataforma internacional de crédito entre personas: a precio justo y sin bancos, bajo un estricto control de riesgo. | En 5 categorías de riesgo: A-B-C-D-E- | No constan |
| Crowdlending | https://www.zencap.es/ | Plataforma de crowdlending en la que inversores particulares pueden invertir dinero de forma directa en pequeñas y medianas empresas sin intermediarios financieros. | 6 categorías: Financiación de capital circulante, inversión en activos fijos, capital para fines de expansión, pago de | No |

| | | | | |
|--------------|---|--|--|----|
| | | | impuestos u obligaciones de seguros, refinanciación de deudas, otros | |
| Crowdlending | https://www.grow.ly/ | Plataforma que permite la obtención de mayor rentabilidad para los ahorros, prestando a pymes con amortizaciones mensuales de capital e intereses. | No constan | No |

5.1.4. COMPORTAMIENTO DE LAS PLATAFORMAS

Una de las primeras cosas que se puede observar fácilmente cuando se empieza a explorar por el universo del crowdfunding es la aparición y desaparición de plataformas de forma veloz. Resulta tan líquido el mundo del crowdfunding que incluso se llega a experimentar la desaparición automática, mediante observación directa, de plataformas en escasas semanas durante la investigación. Plataformas como **curable** <http://www.curable.es/> o **sport2help** <http://sport2help.org/> en fecha 25 de mayo de 2015 se encuentran activas y el 16 de junio de 2015 ya no lo están.

El caso de la plataforma <http://www.curable.es/> es destacable puesto que fallece antes de desarrollarse. En su web figura todavía en construcción durante el 2013. Hubiera podido ser una plataforma de crowdfunding en la que se contemplaba algún tipo de PESES. En su página de inicio, activa pero inmóvil consta, todavía, lo siguiente:

“Será la plataforma que permita financiar proyectos relacionados con el mundo sanitario. Operaciones, intervenciones quirúrgicas, tratamientos médicos, investigación de enfermedades, creación de medicinas y vacunas, investigaciones científicas, desarrollo de medicinas, causas sanitarias, creación de centros de salud, fabricación de tecnologías y aparatos sanitarios...curable es para empresas y emprendedores del sector, compañías farmacéuticas, asociaciones y fundaciones, ONG’s, colectivos pro salud, investigadores, científicos, centros de investigación, particulares y familias”¹⁸.

¹⁸ Definición extraída de la misma plataforma <http://www.curable.es/>

En cuanto a la desaparición más destacable de plataformas que en algún momento albergan algún tipo de PESES se destaca la plataforma de donación **doafund** (<https://doafund.com/>) creada para frenar desahucios. Las últimas noticias observadas corresponden al mes de julio de 2014 a través de uno de los únicos perfiles activos que se encuentran en la red social Facebook (<https://www.facebook.com/Doafund>). Otra plataforma destacable de donación era **lohagopor.com** (<http://blog.lohagopor.com/>) una plataforma que permitía hacer algo porque la gente lo necesitaba. Consistía en crear un reto solidario y la plataforma contribuía en hacer difusión. Todo lo recaudado se destinaba, íntegramente, a la ONG elegida. **Trustparency.es**, era otra plataforma de donación algo diferente a las anteriores (<http://www.trustparency.es/web/home.htm>). Constituía la primera plataforma de storytelling para proyectos sociales con una propuesta centrada en comunicación y en gestión de comunidad

También se localizan en las redes, plataformas que albergan PESES pero por el sistema de recompensa. Sería el caso de **1x1microcredit.org** (<http://www.1x1microcredit.org/>) a medio camino entre el crowdfunding y la organización social sin ánimo de lucro dedicado a respaldar a emprendedores a salir de la pobreza.

Por otro lado, se observa la reconversión de plataformas en empresas específicas del sector sobre el cual trataba la plataforma crowdfunding. Este es el caso de la plataforma **filmutea.com**, plataforma de recompensa dedicada a proyectos crowdfunding cinematográficos y audiovisuales (<http://www.filmutea.com/>). Actualmente, se encuentra reconvertida en una productora de cine.

Un proceso común, es el de las plataformas pequeñas que son absorbidas por otras de más grandes, algo que sucede, frecuentemente en las PIMES. Un ejemplo de ello se muestra en la plataforma **juntalia** (<http://juntalia.com>) reconvertida o absorbida por la gran plataforma estadounidense **indiegogo**. O bien el de las plataformas cuyo dominio ya no existe y parece estar comprada por los japoneses. Sería el caso de las plataformas **mamamonedero** (<http://www.mamamonedero.com/>), **joinmyproject** (<http://joinmyproject.com>), **yoquierograbar** (<http://yoquierograbar.com/>), o bien **inproxect.com** (<http://inproxect.com/>). El contenido de los “nuevos” dominios nada tienen que ver con el crowdfunding.

Existen incluso reconversiones de plataformas que terminan, finalmente, resultando inactivas. Este sería el caso de **improvechange.org** (<http://www.improvechange.org/>) plataforma creada a raíz de la desaparecida **FliperOver.Org** en la que no sólo se alberga el crowdfunding social sino una gran consultoría de campañas de comunicación para causas sociales.

Otra cuestión es el de las plataformas que continúan activas pero, actualmente, vacías de proyectos. Sería los casos de **injoinet** (<http://www.injoinet.com/>), plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores y de **mynbest.com** (<http://www.mynbest.com/>) contenedora de proyectos sociales, culturales o empresariales.

La falta de definición de algunas de las plataformas es otra coyuntura que resulta curiosa a simple vista. La plataforma **colbrain** (<http://www.colbrain.net/>) los mismos expertos en crowdfunding no logran determinar qué tipo de crowdfunding practican.

Otros portales practican la colaboración entre medio y crowdfunding. Un ejemplo claro sobre cómo esta combinación puede llegar al buen entendimiento es el del medio de comunicación **información sensible** (<http://informacionsensible.com/>) puesto que permite a los periodistas proponer reportajes y que estos sean financiados por los lectores, a pesar que no todas las noticias que alberga el portal sean financiadas por este sistema.

Para concluir sobre la elaboración de este censo resulta necesario recapitular algunos de los aspectos encontrados:

Se puede afirmar que resulta muy difícil disponer de un listado actualizado sobre las plataformas crowdfunding activas por varios motivos. En primer lugar, por la liquidez de algunas de ellas. Existen plataformas frágiles con una duración inferior a dos años. Durante el mismo estudio se ha observado la desaparición de algunas de ellas. En segundo lugar, aparecen nuevas formas de crowdfunding como sería el caso del crowdlending y nuevos modelos como el caso de las plataformas mixtas como también el de los conceptos asociados al crowdfunding. Todo ello fruto de la velocidad constante de esta nueva fórmula, que dificultan la elaboración de un censo claro, con

unas categorías definidas. Resultaría probable que, en el momento de la publicación de este estudio, aparezcan nuevas fórmulas de crowdfunding. Este hecho ha determinado la creación de un compendio de conceptos, anexos al estudio, para poder entender la globalidad del universo tratado (Ver glosario terminológico. Anexo 5).

El movimiento constante condiciona además el abandono de algunos dominios cuando la plataforma desaparece, el mantenimiento de la plataforma sin alimentarla de proyectos y/o la conservación de los mismos dominios revendidos a la causa japonesa con objetivos que nada tienen que ver con el crowdfunding.

5.1.5. SELECCIÓN DE PATAFORMAS CONTENEDORAS DE PESES

Del censo propio elaborado con la actualización de las plataformas crowdfunding que operan en el Estado español, se realiza una selección de éstas incluyendo exclusivamente aquellas plataformas que cumplen los tres criterios citados (definición, categorías y contención de más de cinco PESES) y descartando para el estudio las demás, dando respuesta al tercer objetivo específico: discriminar las plataformas que contienen más de cinco PESES.

Se puede afirmar que en España, entre los años 2013 y 2014, activas todavía a 1 de agosto de 2015, a hay un total de 14 plataformas crowdfunding que contienen proyectos PESES siguiendo los criterios establecidos para el análisis, de las cuales 10 corresponden al crowdfunding de recompensa, 9 de donación, 5 de inversión y 1 mixt

PLATAFORMAS DE RECOMPENSA

<http://www.crowdthinking.org/es>

<http://goteo.org/>

<http://www.lanzanos.com/>

<http://www.totsuma.cat/>

<http://www.namebee.com/>

DE DONACIÓN

<https://www.bbvasuma.com/suma/>

<https://www.betternow.org/es>

<http://microdonaciones.hazloposible.org/>

<http://www.migranodearena.org/>

<http://www.miaportacion.org/>

<https://www.teaming.net/>

<http://www.worldcoo.com/>

DE INVERSION

<http://www.nestarter.com/>

MIXTAS

Donación-recompensa: <http://getyourcause.com/>

5.1.6. MODALIDADES DE CROWDFUNDING EN PESES

Una vez realizada la criba final de plataformas contenedoras de PESES se trata de determinar qué modalidad de crowdfunding practican éstas, dando respuesta al cuarto objetivo específico marcado.

Existen opiniones favorables en la línea de Hana Yang que “aboga por las plataformas especializadas y solidarias “ (en Mata, 2014 p.112) cuando hace referencia al denominado crowdfunding social.

La misma divisoria que establece Mata (2014) en su tesis doctoral respalda las plataformas de donación y recompensa para su análisis en detrimento de cualquier otra modalidad.

Por otro lado, el informe emitido por Ágora Social “Comparativa de plataformas crowdfunding para ONG” (2015) acerca el resumen y comparativa de 11 plataformas crowdfunding operativas en España, muchas de las cuales están especializadas en la captación de fondos para causas sociales, contempla cinco plataformas de donación (BBVA Suma, Better Now, Goteo, Microdonaciones, Migranodearena), cinco de recompensa (Lánzanos, Namlebee, Potlatch, Ulule, Verkami) y una mixta de Donación-Recompensa (Get your Case).

Elaborado por:
ÁGORA
social

| | PARTICULARIDADES | SISTEMA | COMISIÓN (gastos bancarios aparte) | PLAZO PARA RECAUDAR | DONACIÓN MÍNIMA | PROPORCIONA INFORMAC. DE DONANTES | PROYECTOS SIMULTÁNEOS | RECOMPENSAS | CERTIFICADO DEDUCCIÓN |
|---|---|---------------------------|------------------------------------|-----------------------------|-----------------|--|-----------------------|-------------|-------------------------|
| BBVA SUMA <i>bbvasuma.com</i> | Las ONG deben tener cuenta en el BBVA. | Todo cuenta | 0% | Libre | 1 € | SI (aunque admite donaciones anónimas) | SI | NO | SI (enviado por la ONG) |
| BETTER NOW <i>www.betternow.org/es</i> | Recaudación de fondos entre conocidos y amigos a favor de una ONG. La recaudación se abona a la ONG mes a mes. | Todo cuenta | 7,5% | Libre | - | SI | SI | NO | SI |
| GET YOUR CAUSE <i>getyourcause.com</i> | Necesaria una cuenta Premier o Business de PayPal para recibir aportaciones de mecenazas. | Todo cuenta | 6% | Libre | - | SI | SI | OPCIONAL | NO |
| GOTEO <i>goteo.org</i> | Para proyectos que generen retornos colectivos. Se puede colaborar con servicios, recursos materiales, infraestructuras o haciendo tareas. Objetivo mínimo de financiación: 3.000 € | Todo o nada para 1ª ronda | 8% | 2 rondas: 40 días + 40 días | 5 € | SI (nombre de usuario, donación y datos facilitados por donante para envío de la recompensa) | NO | OPCIONAL | SI |
| LÁNZANOS <i>lanzanos.com</i> | El proyecto debe reunir en 3 meses 100 votos de usuarios para pasar a la fase final de recaudación. Hay patrocinios empresariales. | Todo o nada | 1% (proyectos solidarios) | 90 días | - | SI | SI | SI | NO |
| MICRODONACIONES <i>microdonaciones.net</i> | Para ONG constituidas en España y declaradas de utilidad pública. Los mecenazas pueden hacer microdonaciones mensuales periódicas. | Todo o nada | 0% | 3 meses | 1 € | SI | NO | NO | SI (enviado por la ONG) |
| MI GRANO DE ARENA <i>miграноdearena.org</i> | Recaudación mediante retos, que el promotor comparte con amigos, conocidos, etc. La recaudación se abona a las ONG mes a mes. | Todo cuenta | 0% | Libre | - | SI | SI | NO | SI |
| NAMLEBEE <i>namlebee.com</i> | Proyectos políticos o sociales (economías alternativas, ecologismo, derechos humanos, antimilitarismo.). Objetivo mínimo: 500 €. | Todo o nada | 5% | 40 días u 80 días | 10 € | SI | SI (2 máx.) | SI | NO |
| POTLATCH <i>potlatch.es</i> | Para proyectos que beneficien a muchos. | Todo o nada | 5% | 45 días | 10 € | SI (nombre usuario y donación. Mensajes privados mediante la plataforma) | SI | SI | NO |
| ULULE <i>es.ulule.com</i> | No aceptan proyectos destinados a financiar partidos políticos, movimientos ideológicos, religiones o sectas. | Todo o nada | 5% | 90 días | 5 € | SI | SI (2 máx.) | SI | NO |
| VERKAMI <i>verkami.com</i> | Para proyectos creativos y artísticos. | Todo o nada | 5% | 40 días | - | SI (nombre usuario y donación. Mensajes privados mediante la plataforma) | NO | SI | NO |

* Figura 4 Cuadro Comparativo de plataformas crowdfunding para ONGs Fuente: Ágora Social (9 febrero 2015)¹⁹

Jaume Albaigès (2015) , ingeniero, experto en TIC y con larga tradición en ONL opina que, a corto plazo, no contempla un crowdfunding que no sea de donación y/o recompensa en relación a estos proyectos. “Habría que realizar una mutación cultural importante no por los potenciales donantes ni por los potenciales impulsores. Esta visión todavía es utópica.” Expone que en el Reino Unido hay algo parecido al crowdfunding denominado “bolos de impacto social” que sí tratan de financiar PESES mediante la consecución de inversión de capital privado en el que el que paga los intereses es el propio Estado. Viene a ser una especie de equity o inversión de capital privado en el que, igualmente, es difícil evaluar el retorno de la inversión.

Mercè Moreno (2015) , miembro del equipo gestor de Goteo y activista en la red, advierte que es necesaria la coexistencia de las plataformas de donación y recompensa junto con plataformas de equity o lending y que cada una debe atender a necesidades bien diversas. En su opinión, las necesidades que generan los PESES seguirán siendo atendidas por el crowdfunding de recompensa o de donación. No aventura ninguna

¹⁹ Cuadro extraído del informe comparativo realizado por Ágora Social <http://agorasocial.com/blog-plataformas-de-crowdfunding-para-ong/>

tendencia y anota que las necesidades tal vez de los diferentes proyectos PESES sean diferentes o atienden a fases de maduración diferentes.

Por otro lado, Adrián Juan Ramos (2015), responsable de marketing digital de safaricrowdfunding, discrepa de la adscripción de los PESES a modalidades específicas de donación o recompensa y pone el ejemplo de una plataforma que está al nacer el próximo mes de septiembre del 2015. La tarea que está a punto de iniciar la plataforma labolsacocial.com sobre proyectos que generan impacto social se asienta en una base de plataforma de equity crowdfunding. Adrián Juan (2015) opina que “coexistir diferentes tipos de crowdfunding van a tener que coexistir a la fuerza” Señala que, tal vez, el crowdfunding de recompensa atiende a las primeras fases del crowdfunding de un proyecto emprendedor, puesto que se pueden recaudar unos 4500-4600 euros en España. En algún momento si el proyecto quiere ir más allá va a tener que atender al crowdlending o al equity crowdfunding. En su opinión evolucionará hacia el equity.

Referente de la evolución de los PESES hacia el equity, Albaigès (2015) contempla la opción de ir hacia el uso del equity si el PESES genera algún tipo de beneficio económico. Lo ejemplifica con los diferentes mecanismos de generación de empleo para colectivos en riesgo de exclusión que existen en España como los centros especiales de empleo para personas con discapacidad o las empresas de inserción, que no dejan de ser empresas con una actividad determinada. Proyectos de este talante bien podrían apoyarse perfectamente en un equity o en crowdlending a tipo cero. Pero solo en el caso de que los PESES puedan generar algún tipo de retorno. En esos casos es posible ir a modalidades diferentes a donación o recompensa puesto que la clave está en que ofrezcan algún retorno.

Mercè (2015) menciona un ejemplo de un proyecto de 5500 euros para realizar un deshidratador solar de fruta y verdura. Es un claro ejemplo sobre como el crowdfunding de recompensa y donación pueden permitir orientar a proyectos muy concretos que a posteriori que generan sostenibilidad. Es un modelo de proyecto que integra diferentes componentes o factores. “Un factor educativo sobre el uso del producto, una comercialización de productos a partir de la inserción laboral y el impulso e implicación de la comunidad y recuperación de la actividad rural que se estaba perdiendo”.

Para Itxaso Ferreras (2015) , project manager de la plataforma Migranodearena, el tipo de crowdfunding que practican no contempla recompensas. El crowdfunding de donación podría encajar perfectamente el concepto de PESES.

Acerca el uso de plataformas generalistas o mas específicas, Albaigès (2015) considera que esto va en función de los PESES. Hay PESES que resultará indiferente el tipo de plataforma mientras que para otros la elección de un tipo de plataforma más generalista o específica será determinante.

El crowdfunding de donación en el caso de Migranoderena pone todo el tipo de facilidades para que las personas alcancen recursos aunque no se alcance el 100% de los recursos previstos.

Moreno (2015) , advierte que cada plataforma acoge una comunidad fiel que se alinea con la tendencia de cada plataforma. Depende de las propuesta puede haber plataformas más o menos adecuadas. En el caso de los PESES “hay una base social y una intención de impacto social” con lo que hay plataformas que responden más a esta tendencia que otras.

La introducción del factor recompensa en los PESES es cuestionable. Albaigès (2015) cree que existe una dificultad por parte de los impulsores para decidir esas recompensas en el ámbito social. Esto es así tanto en el caso de migranodearena, inicialmente orientado más al P2P, como Hazloposible ya que no tienen sistema de recompensa y tal vez puedan ser las plataformas que más se dedican a proyectos sociales. El valor se aporta por lo que aporta el proyecto más que por una recompensa. Lo argumenta atendiendo que “ (...) al ser iniciativas que tradicionalmente se han gestionado con recursos a cambio de nada, sean recursos institucionales o sean particulares, sino que han venido por el valor de lo que se estaba haciendo en el proyecto más que por algo que se fuera a obtener a cambio, culturalmente eso sigue ahí y sigue siendo complicado que los impulsores de los proyectos se puedan imaginar qué tipo de recompensa establecer en este tipo de proyectos para que supongan un incentivo o un atractivo para que los mecenas impulsen sus proyectos”. Desde este razonamiento parece dificultoso un crowdfunding de recompensa en el caso de los PESES.

No obstante, existen alternativas a las recompensas tradicionales para este tipo de proyectos. Moreno (2015) , no coincide del todo con Albaigès (2015) , porque aunque es cierto que PESES a simple vista no tiene la oportunidad de ofrecer productos de recompensa , cree que es necesario activar la creatividad de algunos impulsores que caen en la dinámica de ofrecer como recompensa la típica chapa o camiseta y apuesta por la creatividad del impulsor, ofreciendo, tal vez, una recompensa en formato servicio ya sea en forma de taller mucho más vinculado en el fondo con la filosofía de estos proyectos más de tipo social que no la contraprestación en forma de producto.

5.1.7. NACIMIENTO DE PLATAFORMAS: CRISIS Y EXPANSIÓN

Este apartado pretende exponer los motivos por los cuales algunas plataformas se mantienen en el tiempo mientras que otras no, indagando si la crisis económica ha sido un factor determinante para la proliferación de dichas plataformas. Con ello se responde al quinto y sexto objetivo específico planteado en relación a las plataformas crowdfunding.

Establece Albaigès (2015) que “hemos tenido un cierto boom de aparición plataformas”- añade - “algunas de ellas ya no existen, otras que han aparecido en fases posteriores tampoco existen porque tal vez no han sido capaces de aglutinar una masa crítica de mecenas/financiadoras o de proyectos a su alrededor” - y concluye- “ Lo importante es que aquellas que se han consolidando se mantengan.”

Un punto de inicio nos lleva a pensar en los elementos que debe contemplar las plataformas que condicionen su estabilidad. En un informe elaborado por la Asociación Española de Crowdfunding en el 2014 sobre una encuesta realizada a 30 plataformas crowdfunding en el Estado español fuera cual fuera la modalidad de crowdfunding practicada, se apunta que un 24% de las plataformas consideran la necesidad de transmitir confianza, transparencia y rigor a través de ellas mismas (p.10) Desde la visión de Valentí Acconcia (2015) , emprendedor, experto y asesor en crowdfunding, cree que lo importante es lo que ofrece cada plataforma: qué herramientas aporta para realizar el seguimiento de campaña, en cuantos idiomas puede comunicar y qué costes supone el envío de las recompensas, entre otras. Adrián Juan Ramos (2015) añade el componente del grado de maduración de cada plataforma.

Pero para el tipo de proyectos que ocupan los PESES, proyectos sin aparente intención de lucro, las plataformas vienen a estar respaldadas por ONGs o fundaciones que han existido, por lo general, anteriormente al lanzamiento de las mismas. Serían dos claros ejemplos las plataformas Goteo y Migranodearena. Goteo es fundación (<https://goteo.org/about#info4>) nacida y creada por una asociación, ambas sin ánimo de lucro. Según Moreno (2015) se encuentra “en pleno crecimiento no por la plataforma sino por los proyectos asociados a toda su actividad. Es una entidad sin ánimo de lucro y ONG desde el principio”. Una muestra de ello el premio que Goteo ha recibido durante el 2014 a la ONG más sostenible por el Foro Cívico Europeo²⁰. Está claro, afirma Mercè Moreno, que “la sostenibilidad no pasa por un ánimo de lucro”.

Migranodearena, por su parte, nace bajo la tutela de la fundación Real Dreams (<http://www.fundacionrealdreams.org/>). Afirma Itxaso Ferreras que “las plataformas más sociales han aparecido bajo paraguas de fundaciones.”

Ejemplos parecidos los aportan la plataforma Deportistassolidarios.org, constituida previamente en la fundación Deportistas Solidarios en Red²¹, Smilemundo que se autodefine como “organización sin ánimo de lucro que usa la innovación para educar y sensibilizar”²² o Microdonaciones.net bajo la fundación Hazloposible.

La permanencia de este tipo de plataformas viene respaldada por una ong o fundación, y no sólo esto, el tráfico de visitas y la masa crítica de mecenas y donantes, en definitiva, la comunidad a la que Albaigès citaba anteriormente, puede ser una de los factores determinantes para la permanencia de estas plataformas en el tiempo.

Por otro lado, plataformas apadrinadas por la herencia de las supervivientes obras sociales de bancos y cajas muestran cierta estabilidad. Sería el caso de la plataforma bbvasuma.com, del banco BBVA, que se autodefinen como plataforma digital de donaciones para emergencias y causas solidarias.

²⁰ Más información sobre el premio en el blog de goteo en: <https://goteo.org/blog/3763>

²¹ Más información en <http://www.runners.es/noticias/actualidad/articulo/nace-la-fundacion-deportistas-solidarios-en-red>

²² Más información en <http://smilemundo.com/es/>

Sin embargo el respaldo de una entidad, ong, empresa social o fundación poco efecto tendría sin la labor constante de la comunidad, del equipo que mantiene viva la plataforma y que la actualiza, de las tareas de comunicación realizadas y sin la apuesta integral por los proyectos que contiene.

En referencia al factor crisis como condicionante para una apuesta firme en el crowdfunding y la proliferación de plataformas, afirma Mata (2014) que la “crisis iniciada en el Estado español en torno al 2008 puede haber afectado en positivo, incrementando la solidaridad de muchas personas llevadas por la realidad de unas necesidades sociales crecientes, pero que ha llevado a una disminución del nivel medio de las aportaciones” (p. 101) Eso lo atribuye al descenso de la renta de los ciudadanos o por las pocas opciones económicas para poder participar las personas que se han unido en los últimos dos años.

Desde la Fundación Hazloposible se afirma que la crisis ha agudizado la necesidad de financiación de muchas ONGs y existen muchos proyectos a los que merece la pena dar soporte. Incluso desde la plataforma GetYourCase se incluye una categoría denominada “Crisis Económica” en la que se contemplan 6 proyectos crowdfunding.

Por su parte, Rivera (2012) expone que, en todo caso, el éxito del crowdfunding no es debido a una sola clave puesto que existen muchas como internet, automatización, globalización y crisis social y económica. Establece que “lo más relevante es que las razones del éxito de un proyecto no son exclusivamente financieras (...) sino que la clave está sobre todo en el interés que genera el producto o servicio que se ofrece y el proyecto que se promueve” (p.12)

El mismo autor, aporta un gráfico con los factores que afirma que hacen viable el crowdfunding

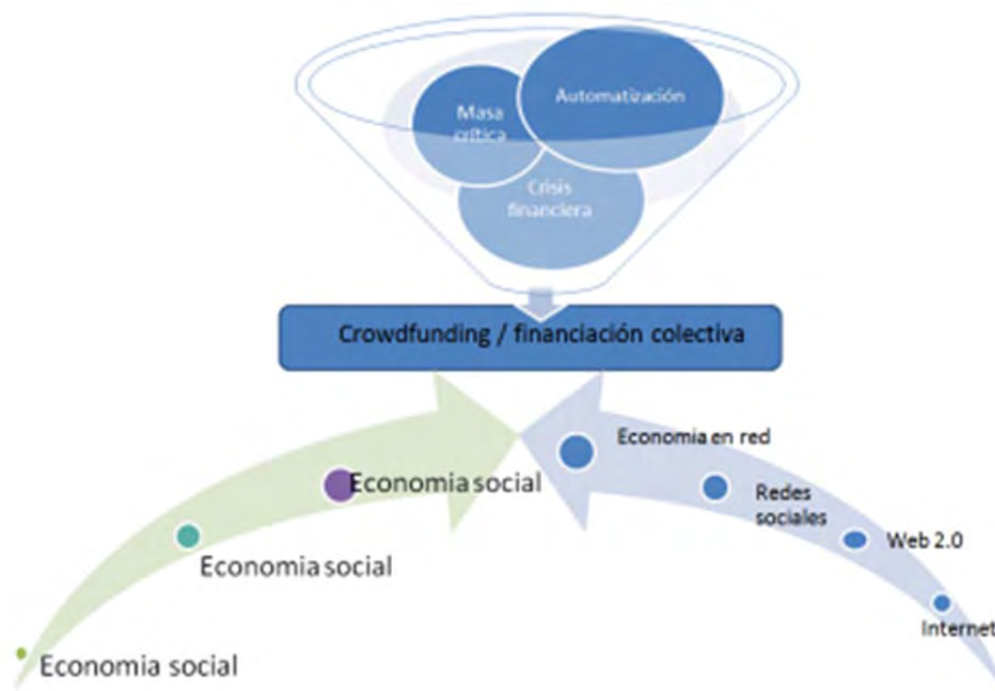


Figura 5: Factores que hacen viable al crowdfunding²³

Este gráfico representa nuevamente los valores del crowdfunding en general aplicado al ámbito comunitario: aumento de economía social y , en especial, del modelo cooperativo, aumento de las redes de intercambio (bancos de tiempo, favores, monedas locales, asociaciones, etc) , masa crítica en el uso de internet, crisis financiera internacional, popularización de las herramientas de automatización, la evolución de internet hacia la interactividad, la participación, las redes sociales y la economía en red, etc.

Respecto al papel de las diferentes administraciones públicas sobre el crowdfunding y la crisis financiera, Mata (2014) constata que “es un hecho que la Administración, como agente de acción social y velador del estado de bienestar, está perdiendo protagonismo por la falta de recursos” (p.205). En este sentido, Albaigés (2015) ha percibido algunos mensajes un “tanto felices” por parte de representantes de la Administración animando a organizaciones e iniciativas comunitarias a “buscarse la vida para quitarse un peso de encima más que como una convicción para acompañar estas dinámicas”.

²³ Ebook en pdf- Enric Rivera Butzbach (2012) CROWDFUNDING: la eclosión de la financiación colectiva –ISBN 978-84-686-0888-4

Adrian Juan Ramos (2015) constata que la Administración o bien observa el fenómeno de crowdfunding con cierto recelo o bien esperando que les salve determinadas situaciones con un interés particular por su parte. Pone el ejemplo de precipita.es (<http://www.precipita.es/>) como plataforma crowdfunding creada por parte de la Administración para la investigación. Añade que las asociaciones de empresarios y las cámaras de comercio también lo utilizan, aunque más orientado a la modalidad del equity y a la inversión, puesto que la agenda para el empleo 2020 contempla como una de las condiciones para recibir subvenciones que las organizaciones contengan programa de crowdfunding en sus instituciones.

Así, la respuesta al objetivo planteado podría acercarse al sí. La crisis financiera global ha ocasionado la proliferación de esas plataformas y el Estado ha visto en este sistema una oportunidad para encontrar una nueva vía de financiación, para los PESES y otro tipo de proyectos, no vista hasta el momento. Pero, también se demuestra, en boca de los expertos y concedores del crowdfunding, que éste no ha sido el único motivo.

5.2. ANÁLISIS DE LOS PESES

El objetivo general planteado en relación a los PESES a estudiar responde al hecho de conocer los diferentes proyectos PESES financiados mediante plataformas crowdfunding. Para dar respuesta a ello, se plantean cinco objetivos específicos que contemplan desde un breve recorrido sobre como ha tenido lugar la acción de los PESES en el territorio español, pasando por las motivaciones que despiertan en los mecenas para actuar, identificando actores y grupos promotores de estas iniciativas y factores de éxito, para finalizar en el análisis de una muestra de 14 PESES que han tenido lugar en España los años 2013 y 2014 por esta vía.

5.2.1. LA ACCIÓN CROWDFUNDING EN LOS PESES

Para conocer el universo de los PESES en las diferentes acciones crowdfunding es necesario conocer cual ha sido la evolución de éstos a lo largo de los años 2013 y 2014 en España. Con ello se pretende encontrar una respuesta directa del objetivo específico primero de este segundo apartado.

Expone Albaigès (2015) , que, desde la perspectiva de organizaciones clásicas o convencionales la financiación de proyectos de intervención social a partir del crowdfunding todavía es una cuestión bastante minoritaria y excepcional. Cita a la plataforma Hazlo posible en la que se concentran probablemente una parte significativa de estos proyectos (sociales) que no necesariamente encajan todos dentro de la categoría PESES. Afirma que “probablemente, también tengamos esparcido, un poco por allí, un poco por allá en plataformas como Migranodearena o como Goteo algunas iniciativas que pudieran encajar un poco dentro de esta línea, aunque forzando un tanto el concepto, puesto no es el ámbito donde más claramente las organizaciones han apostado por este tipo de financiación”.

Según este autor, dentro de todo lo que ha sufrido el tercer sector en general, cree que, al final, las organizaciones de acción social todavía son las que han conseguido conservar sus fuentes de financiación tradicionales y la mayor parte de sus recursos siguen proviniendo de fuentes tradicionales como las administraciones o alguna Obra Social. El crowdfunding todavía es bastante experimental para este tipo de proyecto,

porque quizás más que en los ámbitos del tercer sector, el crowdfunding se está utilizando más para financiar otros ámbitos como el cultural y otros espacios.

Queda mucho por demostrar en el ámbito de la educación social y del crowdfunding. No existe mucha literatura porque no existe mucha casuística todavía y tal vez una buena praxis sería, según Alabaigès, “ir cogiendo poco a poco casos muy individuales y ver un poco como han evolucionado”.

5.2.2. ELECCIÓN DEL CROWDFUNDING: MOTIVOS Y EXPECTATIVAS

Establece Mata (2014) que no existe un único motivo para que los mecenas quieran colaborar puesto que “los drivers pueden ser muy diferentes y muy diversos” (p.103). Se puede hablar de causas altruistas pero según Ágora Social (2013 en Mata, 2014) existen muchas motivaciones y cita siete más: preocupación (por algo que afecta de forma personal y directamente o por un problema de tipo más general), deber (sentimiento de obligación moral) , culpa, (para salvar la conciencia) beneficios personales (desde el reconocimiento público de una buena obra hasta la pasión personal por alguna temática) , autoestima (el concepto de dar altruistamente) , gregarismo (cuando la petición viene de familiares y/o amigos y es difícil decir que no) y posteridad (el caso de las personas que realizan grandes donaciones en vida)²⁴.

Apunta la misma autora, según un estudio de la fundación iWith.org, que del total de internautas que participan solidariamente online el 5-15% lo hace con aportaciones dinerarias de las cuales el 41% se traduce en forma de ayuda a proyectos concretos, el 11% en cuota periódica u el 10% en donaciones formato microcuotas mensuales de 1%.

Otro estudio de los investigadores sociales Pepa y Luis Miguel Barral , realizado durante el mes de abril de 2014, a petición de la plataforma de crowdfunding social Lanzanos sobre los motivos por los cuales las personas financian proyectos vía crowdfunding señala que:

“Hemos recibido un préstamo de 770 horas de vida de mecenas- haciendo referencia a las encuestas realizadas- Tras escucharlas, detectamos que el crowdfunding hace al mecenas sentirse bien y estas son sus principales razones” (p.8)

²⁴ Aefundraising Asociación Española de Fundraising La ciudadanía como fuente de financiación http://www.afundacion.org/docs/socialia/ciudadania_fuente_financiacion.pdf

En primer lugar “contribuye a crear lo que me gusta”, en segundo lugar “Apoyo directamente a los creadores del proyecto. Sin intermediarios” En tercer lugar “Contribuyo a crear cosas innovadoras” y en cuarta posición “Estoy aportando al impulso emprendedor” Destacan los hermanos Barral que es necesario señalar dos beneficios más que actúan como un “eco armónico” , uno que posee un carácter más épico “Siento que no somos tan dependientes de los poderes tradicionales” (p. 9) y otro más romántico: ”Ayudo a que los sueños se hagan realidad” (p.9)

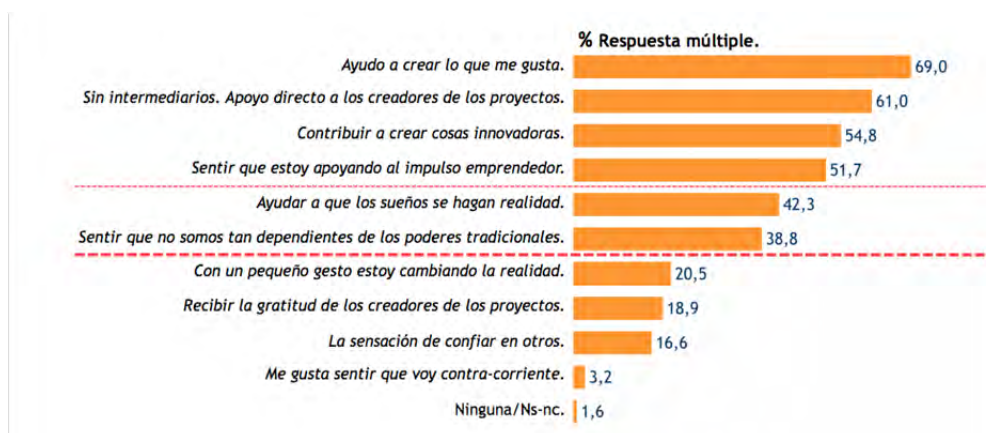


Figura 6. ²⁵¿Por qué la gente financia proyectos vía crowdfunding?”

En el mismo estudio también destacan el papel de los mecenas. De ellos establece una divisoria en función del grado de sensibilidad. Se sostiene que hay tres tipos de mecenas: los entusiastas, los moderados y los fríos y establece que “cuanto mayor es la frecuencia de participación, mayor es la proporción de entusiastas y menor la de moderados y fríos” (p.11) . Los autores entienden la sensibilidad como la actitud desde donde el mecenas otorga un sentido al crowdfunding y definen dos de las actitudes predominantes como ChangeMaker o “forma que tenemos los ciudadanos para poder mejorar el mundo” y la pragmática que parte de la base que “está bien para que algunos proyectos salgan adelante con el apoyo de la gente, pero poco más” Todo y que ambas actitudes están presentes en los tres tipos de mecenas o donantes, entre el grupo de entusiastas predomina el ChangeMaker y en los fríos predomina la pragmática. A pesar de ello, la cuantía que aportan pragmáticos, moderados y fríos es similar.

²⁵ Pepa y Luís miguel Barral (Abril 2014) ¿Por qué la gente financia proyectos vía crowdfunding?” en http://www.lanzanos.com/uploaded/Crowdfunding_mecenas_Conclusiones.pdf

Otro apunte interesante en el estudio de los hermanos Barral es la conclusión a la que llegan sobre el grado de atractivo del proyecto como factor determinante para realizar una aportación en personas no vinculadas al proyecto. Ellos aportan más que familiares y/o amistades de los impulsores afirmando que “los leños son aportados por los mecenas que conectan con el valor al desnudo del proyecto” (p.16)

Finalmente, Salvetti y Llombart (2014) en el estudio “El perfil del donante en España” a demanda de la Asociación Española de Fundraising señalan que en época de crisis la persona que dona dinero a una ONG sigue aportando por solidaridad ya que “siente que es justo y más necesario, ahora más que nunca en época de crisis, solidarizarse con los más necesitados” (p.9), y aunque el estudio no se base específicamente en el crowdfunding muestra elementos motivacionales comunes. Un 59% de los donantes lo son por solidaridad, un 22% lo son por ideales tales como cambiar el mundo y un 20% colabora por satisfacción personal y el hecho de sentirse bien consigo mismo. A pesar que el número de donantes no ha caído durante los ocho años de crisis, sí que se ha notado los efectos de la crisis en la rebaja del importe de la donación aportada por cada donante en caída en un 41%. Así, tal y como indica el estudio, se ha pasado de 184 euros de media en el 2006 a los 133 del 2014.²⁶

5.2.3. FACTORES DE ÉXITO EN LOS PESES

Para dar respuesta al tercer objetivo específico planteado cabe definir cuales son los factores que determinan el éxito de los proyectos.

Acconcia (2015) determina varios puntos clave para el éxito de un proyecto. El consultor explica dos reglas “la 30-90-100” y la del “poder del 100” : La primera consiste en conseguir un 30 % de la financiación en los 7 primeros días de campaña. La segunda, consiste en conseguir el 100% de la financiación lo más rápido posible. Pero estos dos puntos van ligados a la comunidad y a la atracción del propio proyecto. Para Acconcia (2015) , “el crowdfunding es algo más que financiación. Es una creación colaborativa” En el momento que se consigue conectar con una comunidad y esa comunidad decide impulsar el proyecto, no sólo compartiendo la financiación del propio sino también comunicando, se consigue una financiación orgánica. Es en este

²⁶ http://aefundraising.org/upload/90/12/Estudio_perfil_donante_2012- Resumenprensa.pdf

punto donde se encuentra la clave. Es decir, que existen muchos factores para garantizar el éxito y a la vez muchos factores para que fracase y este es uno de los motivos por los cuales la mitad de las campañas mundiales no triunfan.

Albaigès, en su artículo “Factores clave, casos de éxito y retos del crowdfunding en las ONG”²⁷ expone cuatro factores determinantes para el éxito de los proyectos tales como la calidad, la innovación, la actualidad del proyecto y la base social existente e implicada. La conclusión a la que llega es que tres de las características están directamente relacionadas con el proyecto a financiar y otra tiene más relación con la comunidad que lo va a impulsar. Cuantos más factores confluyan a la vez, mayores serán las probabilidades de éxito de los proyectos.

Para Mata (2014) los puntos que conforman el decálogo que conduce una campaña al éxito (ordenados de mayor a menor peso ponderado) son: “un proyecto que conecte al colectivo, con un objetivo de financiación realista, un pitch poderoso, con unas recompensas atractivas, el realizar una buena difusión de la campaña, alcanzar el 20% del objetivo durante las dos primeras semanas, disponer de un buen vídeo de campaña, realizar una buena difusión en el lanzamiento, con actualizaciones del proyecto y con una duración total de la campaña que no supere los 40 días” (p.210) .

Ferreras (2015) expone que para que tenga éxito un PESES y los diferentes retos lleguen a su fin, se requiere de una comunicación clara, sencilla y directa. “Quien mueve el reto es importante que lo explique bien , con todas las herramientas que pueda y que la ONG le acompañe. Y si detrás de todo ello hay una empresa esta es importante que implique a sus canales”

Garcia del Arco (2015) impulsor de Improvechange.com opina que lo más importante, después de haber intentando realizar crowdfunding a través de la plataforma Flipover es la estrategia integral y no el canal. Después de hacer prospección de diferentes mercados opina que “el crowdfunding para el ámbito social, hay que adaptarlo muy bien” Y añade “tal vez se está sobrevendiendo en exceso los pocos casos de éxito y no siempre es en el ámbito social”.

²⁷ Artículo del 24 de mayo de 2012 en el blog del autor <http://www.tecnologia.org/?p=1351&lang=es>

Finalmente y, respecto a los PESES, Mata (2014) anota, como uno de los resultados de su estudio, que el índice de éxitos de proyectos lucrativos no es superior al de los proyectos no lucrativos e incluso, según el estudio realizado con las diferentes campañas de las plataformas Verkami, Goteo, Hazloposible y Worldcoo se demuestra que el índice de éxito para las causas sociales, donde se ubicarían los PESES, es inferior. Esta constatación lo que hace es abrir nuevos interrogantes acerca los PESES por la vía del crowdfunding.

5.2.4. LA COMUNIDAD

Identificar los actores y/o grupos de actores que promueven estas iniciativas, en definitiva, determinar quien es esta comunidad y qué papel juega es el cuarto objetivo específico de este apartado.

García del Arco (2015) afirma que “Sin crowd no hay comunidad y añade que esto no va de tecnología sino de sociología.” En un marco parecido, Acconcia (2015) destaca que es importante tener una orientación “be to crowd” orientado a la comunidad y, si se puede, con alguna recompensa puesto que el poder de la recompensa puede aglutinar a muchas personas que se sientan atraída pro el proyecto.

Centrado en los PESES, Moreno (2015) es de la opinión que personas en riesgo de exclusión social se encuentran en la dificultad que los propios potenciales donantes son los mismos miembros de la comunidad precaria a la que están intentando atender. Por ello, es muy importante la extensión de comunidades y resulta especialmente necesario “trabajar para buscar colectivos de apoyo, ya sea por activismo ya sea por una afinidad profesional o por los motivos que sean, para ampliar esta comunidad y llegar a otros sectores.”

Para Albaigès (2015) el tema de la comunidad en tipo de proyectos PESES es todavía más importante. De ella dice que los destinatarios de estos proyectos, normalmente, son personas de una comunidad que están localizadas geográficamente muy alejadas con lo cual la necesidad o capacidad de levantar adhesiones a través de la red se hace incluso un poco más difícil que en otros ámbitos puesto que al final “un producto de tipo cultural u otros de los que estamos más acostumbrados a ver con el crowdfunding

probablemente las fronteras geográficas tienen poco impacto porque para el producto puede que haya interés, haya o no haya recompensa, más allá de la comunidad de referencia de los impulsores”. En los PESES es importante la comunidad porque conseguir realizar una intervención muy localizada a nivel territorial con personas que están físicamente distante, por mucha tecnología (internet) que haya no es tan evidente. Por eso se entiende que la necesidad de esa comunidad nuclear pueda empezar a dar apoyo a ese proyecto en un momento inicial y de alguna manera conseguir una intervención comunitaria para proyectos. “Buscar apoyos más allá de la primera corona –dice Albaigès- es mucho más crítico de lo que podría ser en otros casos donde a lo mejor el producto se vende solo”. Por eso el papel de la comunidad es especialmente relevante en este tipo de proyectos. Además, si no se trata de un proyecto muy innovador que no suele haber muchos ejemplos en este sentido, habrá mucha más capacidad de conseguir aportaciones por la vía del P2P , es decir, que aquellas comunidades cercanas a los impulsores del proyecto sean capaces de atraer a otros colaboradores, que el propio proyecto en sí sea capaz de generar esa dinámica que atraiga a nuevos colaboradores en sí por la vía del crowdfunding.

Reforzando la importancia de esta comunidad, Acconcia (2015) aconseja que antes de empezar el diseño de campaña primero resulta necesario encontrar la comunidad. De un parecer semejante, Moreno (2015) considera que aunque la campaña produzca un movimiento de comunidades, estas comunidades deben estar activas antes del proyecto y durante la campaña deben mantenerse en constante movimiento. La misma campaña tiene que servir para activar la comunidad. En definitiva, “la comunidad no tiene que estar activa sino viva”.

Respecto si hay un perfil común de mecenas, no se disponen de datos suficientes que informen sobre el perfil de los mecenas del crowdfunding y concretamente del mecenas en PESES. Sin embargo, un estudio publicado por la Asociación Española de Fundaciones (AEP) durante el mes de febrero de 2015 proporciona cierta información que podría advertir al crowdfunding de donación para causas solidarias sobre un perfil determinado. El informe realiza un escáner del donante tipo español a partir de las fuentes tributarias entre los años comprendidos entre el 2012-2010. Se indica que por sexo, los hombres son los que más donaciones realizan, representando un 69,39% de las personas físicas que efectúan algún tipo de donación. La cuantía media que aportan los

hombres (206,63 euros) es superior a la de las mujeres (189,33 euros). En este punto, el estudio aclara que esto es consecuencia a que las donaciones conjuntas en las que se identifica a un solo cónyuge, suele figurar, por motivos sociológicos, el varón. Respecto al estado civil, las personas casadas son las que más aportan con 76,18%, seguidas por los solteros que aportan un 12,78%, mientras que los divorciados se sitúan en tercera posición representando un 6,13% del total de donaciones fiscales. En referencia a la edad, la mayoría de aportaciones provienen de personas con edades comprendidas entre los 50 y 54 años seguidos por las personas de edades entre 55 y 59 años. Los declarantes sin descendientes (46,19%) aportaron más que las personas físicas con dos descendientes (25,77%) y los declarantes con un solo descendiente (19,25%). Finalmente, respecto al ámbito geográfico español, la comunidad de Madrid encabeza el colectivo más importante de donaciones, participando una media del 24%, seguida de Cataluña con una media de 19,69% y Andalucía, con una media de 11,63%.

La dimensión que se empieza a investigar y se disponen de los primeros datos es acerca la repetición de los mecenas de una comunidad en otras comunidades y proyectos de una misma plataforma. En el caso de Goteo los casos de repetición o de mecenas que apoyan a más de un proyecto está cerca del 20 %. En el caso de Migranodearena, actualmente Ferreras (2015) afirma que estudiando si los donantes vuelven a repetir y todo y que los donantes de ONG deciden las causas que les convencen, no existe una estadística de las personas que repiten. El caso de esta plataforma, son las propias personas que atraen a nuevos contactos P2P para donar en la ONG. El valor está en que se capta público que luego se puede convertir en socios y apoyos de la ONG.

5.2.5. ANÁLISIS DE PROYECTOS

Finalmente, describir algunas de las tipologías de proyectos que se han llevado a cabo en los diferentes campos de la educación social en la exclusión social (PESES) en España en estas plataformas responde al último objetivo de éste apartado. Para ello, se recoge una muestra de un PESES de forma aleatoria por cada plataforma analizada que cumple los tres requisitos acordados (Ver apartado “selección de plataformas contenedoras de PESES”)

Establece el informe de la AEFR “Asociación Española del Frundaising” que “dada la coyuntura internacional, lo que genera mayor sensibilización al donante actual/potencial continúa siendo la pobreza y la infancia” (p.17) Como se observará a continuación, ambos campos son contenedores potenciales de PESES.

PLATAFORMA: <http://www.crowdthinking.org/ca/>



Plataforma de apoyo colectivo para ideas, proyectos y empresas. Permite realizar búsquedas por importes y por países.

PROYECTO: Ya no me PARO

http://www.crowdthinking.org/project/ya-no-me-paro_5340



Descripción: Consiste en un trueque entre profesionales y servicios como parte de solución al desempleo

Se pretende formar una asociación, a partir de un movimiento social, para desvincular la palabra desempleo con la palabra parado y promover el trueque de servicios y profesiones como solución alternativa al desempleo.

Promovida a título personal por Rocío Jimenez Martinez

Tipo de crowdfunding: Todo y permanecer en una plataforma crowdfunding de recompensa el proyecto no es de crowdfunding realmente, es una comunidad de trueque. Mediante la descarga de un cartel en el que debe poner “Ya no me paro + Nombre Profesión” se pretende buscar profesionales que ofrezcan sus servicios a modo de trueque.

Tipo de exclusión: Laboral

Año : 2013

Difusión redes: Facebook, twitter y página web, actualmente no activa yanomeparo.com

Objetivo: Se desconoce si se ha logrado o no

PLATAFORMA: <https://goteo.org/?lang=es>

Plataforma de solidaridad directa entre organizaciones y personas



Goteo es una red social de financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida (servicios, infraestructuras, microtarefas y otros recursos) desde la que impulsar el desarrollo autónomo de iniciativas, creativas e innovadoras, cuyos fines sean de carácter social, cultural, científico, educativo, periodístico, tecnológico o

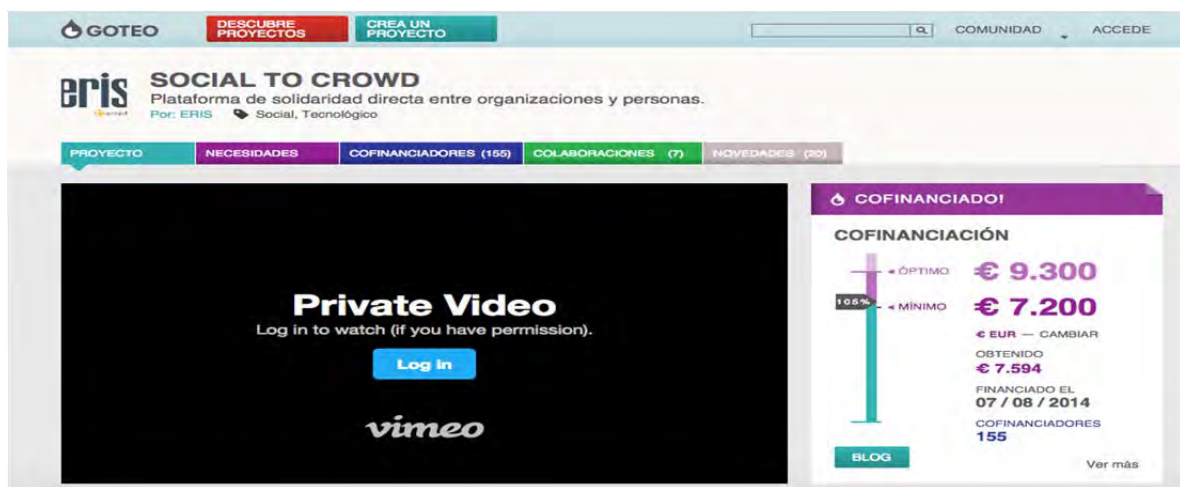
ecológico, que generan nuevas oportunidades para la mejora constante de la sociedad y el enriquecimiento de los bienes y recursos comunes.

Permite buscar proyectos por contenido , por categoría, por lugar y por retorno.

Plataforma en varios idiomas

PROYECTO: Social to crowd

(<https://goteo.org/project/social-to-crowd>)



Descripción: El objetivo de este proyecto es favorecer y apoyar las donaciones de cualquier tipo de material físico destinado a un proyecto social, principalmente para cooperación para facilitar campañas locales específicas.

El proyecto contempla, como cada proyecto de goteo, la descripción, las necesidades especificando el importe necesario para cada necesidad, los cofinanciadores (o mecenas), lo colaboradores (aquellas personas que opinan sobre el proyecto) y un apartado para las novedades. El proyecto contempla un conjunto de necesidades no monetarias (colaboradores, técnicos de ONG, embajadores, etc..). En definitiva, contempla necesidades de activismo y de trabajo comunitario

Tipo de crowdfunding: De recompensa

Tipo de exclusión: Puede recogerlas todas y va en función de cada organizaciónn

Año : 2014

Difusión redes: Twitter, Facebook y blog.

Objetivo: Conseguido, de los 7200 euros solicitados se consiguen 7594

PLATAFORMA: <http://www.lanzanos.com/>



Es la primera plataforma de crowdfunding en España. Se centra en recaudar fondos a través de microaportaciones para financiar los proyectos de aquellos emprendedores que carecen de recursos económicos necesarios para llevarlos a cabo por cuenta propia.

PROYECTO: Economato Social- Ciudad de Badajoz

(<http://www.lanzanos.com/cofinancia/proyectos/economato-social-ciudad-de-badajoz/>)



Descripción: El objetivo de la asociación “Economato de Badajoz” es la de dar asistencia a personas excluidas o en riesgo de exclusión social como consecuencia de sus dificultades económicas, sociales y familiares, mediante la distribución a bajo coste de alimentos y productos básicos. Se trata de construir un establecimiento destinado a facilitar la adquisición de artículos de primera necesidad a personas con dificultades socio-económicas

Tipo de crowdfunding: De recompensa

Tipo de exclusión: Económica

Año : 2013

Difusión redes: Twitter, Facebook y página web

Objetivo: Conseguido

PLATAFORMA: <http://www.totsuma.cat/>

The screenshot shows the website for totSuma+, a Catalan crowdfunding platform. The header includes the logo 'totSuma+!!!' and navigation links: 'navega', 'crea', 'aprèn', 'qui som', 'blog', and 'contacte'. Below the header, there are statistics: '165 projectes totals', '11152 aportacions', '397262 euros aportats', '97 casos d'èxit', '9948 aportacions', and '349700 euros recollits'. The main content area features a campaign for the book 'L'infant i els dibuixos' by Marta Fabregat. The campaign title is 'L'infant i els dibuixos' and the goal is 'Ajuda'ns a publicar-lo'. The campaign has a goal of 2000 €. The image shows a child's drawing of a landscape with a rainbow and a girl.

Es una plataforma de financiación colectiva que tiene como distintivo su vocación social y compromiso de construcción nacional catalana. Quiere ser una herramienta que haga posible financiar todo tipo de proyectos que compartan un mínimo común denominador de voluntad de progreso y de soberanía para el país.

PROYECTO: Becas equinoterpia para jóvenes en riesgo de exclusión social
(<http://www.totsuma.cat/projecte/1118/beques-equinoterapia-per-a-joves-en-risc-d'exclusio-social>)



DESCRIPCIÓN: El objetivo de este proyecto es el de contar con becas para realizar proyectos de equitación terapéutica dirigida a personas que tengan dificultades de aprendizaje, inserción social y laboral, así como dificultades físicas, psíquicas y mentales.

Su creador es la entidad sin ánimo de lucro Centre Equinoterapia Cadí Moixeró SCCL

Tipo de crowdfunding: De recompensa

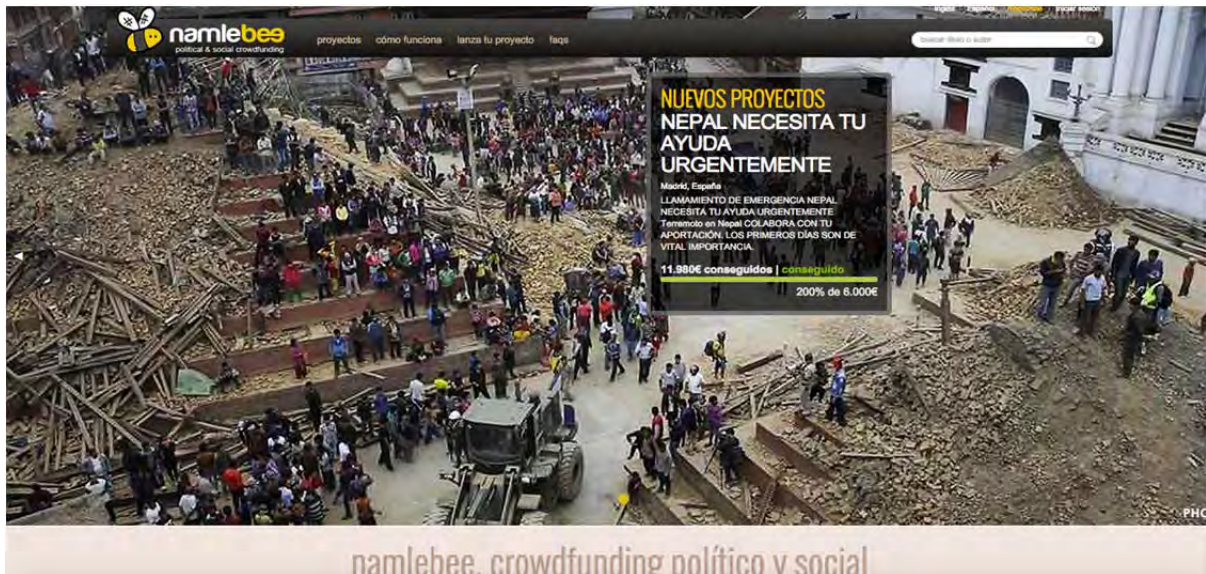
Tipo de exclusión: Sociosanitario, formativo, laboral y económico

Año : 2014

Difusión redes: Twitter y Facebook. No dispone de página web propia del proyecto.

Objetivo: No conseguido

PLATAFORMA: <http://namlebee.com/>



Portal de crowdfunding para proyectos social y/o políticamente díscolos

PROYECTO: Muriendo de hambre en Yarmuk

(<http://namlebee.com/muriendo-de-hambre-en-yarmuk?np=proyecto&pro=87>)



Descripción: El objetivo de este proyecto es el de recaudar dinero para la fundación Jafrá una de las pocas organizaciones con acceso al campo de refugiados palestinos en Siria para repartir comida y medicinas entre la población como consecuencia del bloqueo impuesto

Tipo de crowdfunding: De recompensa

Tipo de exclusión: Económica, política, espacial, vivienda y sociosanitaria

Año : 2014

Difusión redes: 293 redes sociales

Objetivo: Conseguido, 1790 euros conseguido de los 1700 solicitados

PLATAFORMA: <https://www.bbvasuma.com/suma/>



The screenshot shows the BBVA Suma website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Respuesta Humanitaria' and 'Causas Solidarias'. The main header features the BBVA logo and the word 'Suma'. A search bar is present with the text 'Causas/Entidades' and a magnifying glass icon, with a link to 'Ir a buscador avanzado'. The main content area is divided into two sections. On the left, there is a promotional banner for Unicef featuring a smiling woman and the text 'BBVA a favor de unicef'. Below the banner, a green bar contains the text 'Súmate y haz tu donación' and a short paragraph about the campaign. On the right, a summary box titled '¿Qué es Suma?' displays the following statistics: 'Total recaudado en Suma 885.278 €', 'Causas Solidarias 272.164 €', and 'Respuesta Humanitaria 613.114 €'.

BBVA SUMA es una plataforma digital de financiación colectiva donaciones para emergencias y causas solidarias

PROYECTO: Aprendiendo y enseñando a alimentar

(<https://ngo.bbvasuma.com/cause/aprendiendo-y-ensenando-a-alimentar>)

Descripción: El objetivo de este proyecto era conseguir que los niños y niñas de Nicaragua puedan acceder a una alimentación adecuada. Se pretende fortalecer las capacidades familiares y comunitarias de prevención y protección de la salud y la desnutrición en 3 municipios rurales y sus comunidades del Departamento de Madriz de Nicaragua.

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Sociosanitaria y económica.

Año : 2013

Difusión redes: Twitter, Facebook y google +

Objetivo: No conseguido 0 euros de 4760

PLATAFORMA: <https://www.betternow.org/es>

The image shows a screenshot of the BetterNow website. At the top, there is a navigation bar with the BetterNow logo and the tagline "Raise money for your favorite charity". The main header features the text "CAUSA SOLIDARIA" and a search prompt: "¿Quieres donar para la recaudación de un amigo? Busca aquí". Below this, there is a section titled "ORGANIZACIONES EN BETTERNOW" with a link to "Todas las organizaciones >". This section displays logos for several organizations: "ade" (Asociación de Desarrollo), "OPS" (Organización Panamericana de Salud), "Comparte" (Fundación de Solidaridad), "Acción Global Sostenible", and "mujeres" (Fundación). The bottom section, "CÓMO FUNCIONA LA RECAUDACIÓN DE FONDOS EN BETTERNOW", is divided into three numbered steps: 1. "CREA TU PÁGINA DE RECAUDACIÓN" (Elige la causa que quieres apoyar y crea tu), 2. "INVOLUCRA A TUS AMIGOS" (Corre la voz en las redes sociales y recibe), and 3. "JUNTOS MARCÁIS UNA GRAN DIFERENCIA" (represented by an illustration of a tree growing from coins).

Es una plataforma social de recaudación de fondos online para organizaciones benéficas en Europa

PROYECTO: Una oportunidad, un futuro

(<https://www.betternow.org/es/proyectos-sociales-de-futuro-proyecto>)



The screenshot shows a crowdfunding campaign page. At the top, there is a banner with the title 'UNA OPORTUNIDAD, UN FUTURO' and the text 'Prosofut está detrás de este proyecto'. Below the banner, there are social media sharing buttons for Facebook (Like, Share, 20) and Twitter (Tweet, 10). The main description is under the heading 'DESCRIPCIÓN' and details the project's goal of helping young people from disadvantaged backgrounds. On the right side, there is a summary of the campaign: '20 € recaudado' and '1 Recaudadores'. Below this are two buttons: 'CREA TU RECAUDACION' (blue) and 'DAR DONACIÓN' (green). Further down, there is a 'CONTACTO' section with an email address 'laurasosad@yahoo.es' and a phone number '637737979'. At the bottom right, there is a 'DONACIONES' section showing a donation from 'Jesper Juul Andersen' for 12 €.

Descripción: El objetivo de este proyecto es ayudar a los jóvenes de 18 años, en exclusión social, que han pasado por centros de protección (la mayoría de ellos provienen de familias desestructuradas como delincuencia, maltrato, consumo, pobreza, etc) a insertarlos laboralmente para que puedan salir de entornos nocivos e inadecuados. Para ello se les pretende ofrecer un hogar que les permita construirse un futuro mejor.

Organizado por Laura Sosa

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Económico, laboral, formativo, sociosanitario, vivienda y relacional

Año : 2014

Difusión redes: Twitter, Facebook,

Objetivo: No conseguido, solo se recauda un 6% (20 euros)

PLATAFORMA: <http://microdonaciones.hazloposible.org/>

microdonaciones.net | Apoya proyectos que hacen del mundo un lugar mejor para todos

Fundación **hazloposible**

REGÍSTRATE ▶▶ ACCESO USUARIOS ▶▶

Síguenos en:

ENCUENTRA UN PROYECTO Y DONA | ¿QUÉ ES MICRODONACIONES? | PREGUNTAS FRECUENTES

Una casa hogar para menores huérfanos de Gabón

Juntos mejor para la educación y el desarrollo

Gabón es un país en el oeste de África Central, antigua colonia francesa, a pesar del desarrollo creciente de Libreville,...

Ver más »

DONAR

Recaudado **230 €** de **2.000 €** **22 días**

Últimas microdonaciones

- Un corazón para Altagracia Por: Silvia
- Un corazón para Altagracia Por: Silvia
- Colonias sin barreras, diversión para todos Por: nsanta
- Colonias sin barreras, diversión para todos Por: Ángel Hernández

Recaudado **384.870 €** como recaudadores

s.hazloposible.org/proyectos/detalle/?idproyecto=276

Es una plataforma desde la que se impulsan pequeñas aportaciones económicas para proyectos solidarios de distintas ONG. La iniciativa parte de la Fundación Hazloposible porque se confía en el trabajo que realizan cada día las ONG para mejorar la vida de millones de personas a través de proyectos que actúan sobre necesidades muy concretas.

PROYECTO: No los dejes en la calle

(<http://microdonaciones.hazloposible.org/proyectos/detalle/?idProyecto=99>)

microdonaciones.net | Apoya proyectos que hacen del mundo un lugar mejor para todos

Fundación **hazloposible**

REGÍSTRATE ▶▶ ACCESO USUARIOS ▶▶

Síguenos en:

ENCUENTRA UN PROYECTO Y DONA | ¿QUÉ ES MICRODONACIONES? | PREGUNTAS FRECUENTES

No los dejes en la calle

Fundación Acorde

ESTE PROYECTO ACABA EL DÍA 14 DE OCTUBRE, 12:00 am.

Recaudado **765 €** de **2.000 €**

Total de donantes: 10

Compártelo con tus amistades

Publicalo en tu web/blog

Descripción del proyecto | **Imágenes**

La **Fundación Acorde** estamos construyendo un centro de rehabilitación psicosocial de 460 m2 para prestar **atención legal, social, sanitaria y psicológica** a las personas que sufren **patología dual (adicción a una sustancia y a la vez un trastorno mental grave)**. Atenderemos aproximadamente a 80 personas que actualmente en la Comunidad Autónoma de Cantabria **no tienen un recurso especializado** para su problemática y si no les damos un recurso de forma inmediata **su pronóstico será malo**: sufrimiento, exclusión social, delincuencia, prisión, suicidio...

Últimas microdonaciones

- No los dejes en la calle Por: damian

Descripción: El objetivo de este proyecto es el de construir un centro de rehabilitación psicosocial para prestar atención legal, social, sanitaria y psicológica a las personas que sufren patología dual. Cantabria no tiene un recurso especializado para esta problemática y si no se les proporciona un recurso el pronóstico de estas personas será malo: sufrimiento, exclusión social, delincuencia, prisión, suicidio, etc.

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Sociosanitaria

Año : 2013

Difusión redes: Twitter, Facebook, Linked In y Google plus.

Objetivo: No conseguido. Se recaudan 765 euros de 2000. Al ser plataforma de modalidad “all or nothing “, lo recaudado, al no cumplir el objetivo, se devuelve.

PLATAFORMA: <http://www.migranodearena.org/>



The image shows a screenshot of the website migranodearena.org. The top navigation bar includes links for 'Proyectos de ONG', 'Crea tu reto por una buena causa', 'Sobre migranodearena.org', and 'Blog'. There is also a 'MI CUENTA' section and social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube. The main header features the logo 'migranodearena.org' with the tagline 'un reto, una finalidad' and a menu with 'CREA TU RETO', 'PERSONAS', 'ONG', 'EMPRESAS', and 'EVENTOS'. The main content area displays a campaign titled 'Plan Nutricional para mujeres con VIH/SIDA'. The text on the campaign reads: '750.000 mujeres de la India tienen VIH. Con tu ayuda, ofreceremos un Programa de Nutrición a mujeres con VIH/sida para mantener su equilibrio nutricional y proteger su sistema inmunológico. DONA AHORA y ACTÚA para mejorar esta situación.' Below this is a red button that says '¡CREA TU RETO AHORA!'. To the right of the text is a photograph of a woman and a child, with a doctor in the foreground. Overlaid on the photo is the text: 'BAGELESHMI TIENE VIH/SIDA + DESNUTRICIÓN. UNA COMBINACIÓN MORTAL. 750.000 MUJERES DE LA INDIA TIENEN VIH.' The name 'Vicente Ferrer' is visible at the bottom of the photo area. There are also small logos for 'Din.it' and 'Hootlet' in the top corners of the photo area.

Es una plataforma de crowdfunding solidario (donaciones en grupo), que tiene como objetivo recaudar fondos a favor de las ONG. Acerca la solidaridad a los ciudadanos facilitando una nueva forma de aportar su granito de arena a favor de una causa social. Se parte de la base que la suma de pequeños granitos de arena puede mejorar la vida de muchas personas.

PROYECTO: Transpirenaica social y solidaria 2014

(<http://www.migranodearena.org/es/reto/3931/transpirenaica-social-y-solidaria-2014/>)



Descripción: El reto de este proyecto es el de caminar durante 42 días desde cabo Higuer (País Vasco) hasta el Cabo de Creus (Cataluña). La marcha social está liderada por jóvenes de organizaciones como Fundación Éxit , Casal dels Infants, Fundación Carles Blanch, Fundació Ires y Formació i Treball que luchan diariamente para vencer la exclusión social.

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Contempla todas las exclusiones a través de la tarea que realizan las organizaciones a las que van destinadas los retos.

Año: 2014

Difusión redes: Twitter, Facebook,

Objetivo: No conseguido. Se recudan 3277 euros de 6000, sin embargo se destinan los euros recaudados al proyecto independientemente de la no consecución del objetivo final, ya que es una plataforma de modalidad “keep it all”, es decir, lo que se recauda se dirige directamente al proyecto.

PLATAFORMA: <http://www.miaportacion.org/>

The screenshot shows the homepage of MiAportacion.org. The header includes the logo and navigation links. The main content area features a post titled "200€ para pagar la luz de la casa de acogida" with a description of a family in need and a "MI APORTACION" button. A summary box on the right indicates a total need of 200€, with 0% contributed and 200€ remaining. An illustration of a family is shown on the right side of the page.

Es un proyecto sin ánimo de lucro que pretende comunicar y cubrir las pequeñas necesidades de personas en situación socio-económica desfavorable a través de entidades sociales. Las necesidades pueden ser económicas, materiales y de voluntariado y se cubren por personas que buscan ayudar a otras de forma muy concreta. Mi aportación.org quiere dar respuesta a una pregunta que algunas veces nos hacemos : “me gustaría hacer algo por los demás pero no sé que hacer”

PROYECTO: 500 euros para las necesidades básicas de Emilia y sus hijos

(http://www.miaportacion.org/barcelona/500_para_las_necesidades_basicas_de_Emilia_y_sus_hijos/748/37)

The screenshot shows a post on the MiAportacion.org website titled "500€ para las necesidades básicas de Emilia y sus hijos". The post includes a description of a woman and her children in need of financial support. A summary box on the right indicates a total need of 500€, with 100% contributed. A comment section on the right shows a list of comments and a "COMENTARIOS" form with fields for name, email, and comment, and an "ENVIAR" button.

Descripción: El objetivo de este proyecto es conseguir 500 euros para asegurar las necesidades familiares básicas de toda la familia de Emilia (alimentación, salud, vivienda, escolarización de los hijos, etc).

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Vivienda, sociosanitario, formativo y económico.

Año : 2013

Difusión redes: Twitter, Facebook y google +

Objetivo: Conseguido. Aunque no se hubiera alcanzado lo recaudado se hubiera destinado al proyecto.

PLATAFORMA: <https://www.teaming.net/>



The screenshot shows the Teaming website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Ayuda', 'Accede', 'Regístrate', and 'Español'. A blue button labeled 'Crea un Grupo' is visible. Below the navigation bar, a green bar contains 'Inicio', '¿Qué es Teaming?', 'Grupos', and 'Colabora con Teaming'. The main content area displays 'Ya somos 4145 Grupos Teaming' and search options: 'Buscar Grupos', 'Buscar Grupos', and 'Ver todos los Grupos'. A filter section on the left lists various categories with checkboxes and counts. The main group listing is for 'Ayuda directa a familias', featuring an illustration of firefighters holding a red heart with the text 'BOMBEROS AYUDAN'. The group was created on 14/10/2014 and has 272 Teamers. A blue button 'Únete a este Grupo' is located at the bottom right of the group card.

Filtra los Grupos por:

Categoría

- Adicciones (38)
- Ayuda a enfermos (408)
- Cooperación
- Internacional (223)
- Defensa de los animales (1369)
- Discapacidad (357)
- Educación (356)
- Familias (396)
- Infancia y Juventud (496)
- Inmigración (69)
- Investigación (171)

Ayuda directa a familias

Los Bomberos de Madrid, ejemplo de solidaridad y transparencia

Bomberos Ayudan es una Asociación de Bomberos de Madrid que, viendo la grave situación por la que atraviesa la sociedad en estos momentos, surge para ayudar con la fuerza del colectivo de bomberos a personas y/o entidades o asociaciones necesitadas. Los fondos recaudados se destinan a financiar las distintas situaciones o campañas solidarias en las que participa o promueven y que siempre son de ayuda directa. [Leer más...](#)

creado el 14/10/2014 272 Teamers

Únete a este Grupo

Es una iniciativa solidaria que nació en 1998 y que ayuda a los demás mediante microdonaciones de 1 euro al mes. Desde el 1998 al 2011 Teaming se aplica a varias empresas. A partir del 2012 se lanza Teaming Online para llegar a todo el mundo. En la actualidad, 1000 empresas de 40 países diferentes ya hacen teaming y entre todas ellas recaudan 200000 euros al mes que son destinados a causas sociales.

PROYECTO: Xamfrà: Música y escena para la inclusión social
(<https://www.teaming.net/xamfra-musicaiescenaperlainclusiosocial>)



The screenshot shows the Teaming website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Inicio', '¿Qué es Teaming?', 'Grupos', and a search bar labeled 'Buscar Grupos'. A blue button 'Crea un Grupo' and a link 'Accede' are also visible. The main content area features a group titled 'XAMFRÀ: Música i escena per la inclusió social' with a date of '05/06/2013' and the label 'ONG'. Below the title is a description in Spanish: 'Una iniciativa educativa y artística para la inclusión social. Xamfrà es un proyecto social y educativo que hace uso de la música y las artes escénicas para favorecer la convivencia y la inclusión social en la comunidad. Trabajamos para la inclusión de personas en situación de vulnerabilidad y riesgo de exclusión social. Actualmente 300 niños y jóvenes de 24 países diferentes participan en nuestras actividades. Visita nuestro proyecto en www.xamfra.net. Al unirse aportarás 1€ al mes al Grupo.' To the left of the text is a graphic with the hashtag '#ensagradolamúsica ¿a tu?' and an image of a guitar. Below the graphic are social media sharing buttons for Facebook (82 likes), Twitter (8 tweets), and Google+ (8 +1s). A blue button 'Únete a este Grupo' is positioned below the text. At the bottom of the page, a blue bar displays '225 Teamers'.

Descripción: Es una iniciativa educativa y artística para la inclusión social. Xamfrà es un proyecto social y educativo que hace uso de la música y las artes escénicas para favorecer la convivencia y la inclusión social en la comunidad. Se trabaja para la inclusión de personas en situación de vulnerabilidad y riesgo de exclusión social. Actualmente 300 niños y jóvenes de 24 países diferentes participan en las actividades

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Relacional, espacial y formativo.

Año : 2013

Difusión redes: Twitter, Facebook, Google plus

Objetivo: No hay una cuantía a alcanzar. Aportan 225 teamers (o mecenas)

PLATAFORMA: <http://www.worldcoo.com/es/ong/>



Worldcoo nace en el año 2012 como una herramienta online gratuita que permite a las empresas de e-commerce financiar proyectos sociales y de cooperación a través de sus usuarios.

PROYECTO: Programa de Apoyo a la Infancia y a Familias en España

[\(http://www.worldcoo.com/es/proyectos-1/programa-de-apoyo-a-la-infancia-y-a-familias-en-espana/\)](http://www.worldcoo.com/es/proyectos-1/programa-de-apoyo-a-la-infancia-y-a-familias-en-espana/)

PROYECTO ABIERTOS

PROYECTOS FINANCIADOS

CATEGORÍAS

- Salud
- Medio Ambiente
- Educación
- General
- Política y Alimentación
- Agua y Energía
- Emergencias
- Derechos Humanos

Presupuesto

- Alimentación 900€

900€

Descripción

Ayuda en Acción es una organización española de cooperación internacional, que tras más de 30 años de existencia y de trabajo en zonas desfavorecidas de América Latina, África y

Programa de Apoyo a la Infancia y a Familias en España

ESPAÑA

Las niñas y los niños son quienes están soportando más directamente la consecuencia de la crisis. La infancia es muy sensible a las dificultades de su entorno familiar y a la disminución de cobertura y calidad de los servicios públicos. Una inadecuada nutrición, atención médica e insuficientes estímulos educativos en esta etapa pueden tener consecuencias irreversibles que condicionarán su bienestar y su adecuado desarrollo físico, emocional y social.

Comparte este proyecto

Financiado gracias a:

zacaris.com

DONANTES

324

TOTAL FINANCIADO

324€

36% financiado

Zacaris clientes **324€**

Descripción: El objetivo de este proyecto es el de dar apoyo a las familias vulnerables y con pocos recursos para amortiguar el impacto que están sufriendo y mejorar sus condiciones de vida

Tipo de crowdfunding: De donación

Tipo de exclusión: Económico, sociosanitario y formativo.

Año : 2014

Difusión redes: Twitter, Facebook y Linked In

Objetivo: No conseguido. Se consigue un 36% de la financiación (324 euros en total)
Sin embargo es una plataforma “all or nothing” con lo que si no se recauda el 100% del objetivo final, lo recaudado se devuelve.

PLATAFORMA: <http://www.nestarter.com/>



Pretende ser un referente en la financiación colectiva o en masa de proyectos empresariales e iniciativas sociales. Un gran grupo de personas puede ser una gran fuente de estímulos y pueden participar en la financiación de proyectos muy creativos y beneficiosos tanto económicamente (proyectos empresariales) como gratificantes (apoyar iniciativas sociales)

PROYECTO: Tapicería REMAR Tejidos y Vida

(<http://www.nestarter.com/projectdetail/tapiceria-remar-tejidos-y-vida>)



DESCRIPCIÓN: El objetivo de este proyecto es el de crear un taller de tapicería en el que se ofrecen trabajos de diseño de colores y estilos modernos. El objetivo es proporcionar a mujeres en situación de exclusión social: pobreza extrema, maltrato y abandono, con cargas familiares, adicciones varias, prostitución, enfermedad, violencia de género, inmigrantes sin recursos, un medio de entorno seguro, además de elementos necesarios para el desarrollo como la capacitación, en este caso, la ampliación de un taller de tapicería.

Tipo de crowdfunding: De inversión

Tipo de exclusión: Todas las exclusiones

Año : 2014

Difusión redes: 293 redes sociales

Objetivo: No conseguido con un 0% de financiación total

PLATAFORMA: <http://getyourcause.com/>



GetyourCase.com es una plataforma construida dentro del modelo de crowdfunding. Fue lanzada en 2013 y aspira a conseguir millones y millones de contribuciones. El objetivo principal es ayudar a personas a conseguir sus sueños.

PROYECTO: 3 Torneo Benéfico Vóleyplaya SantQuirzepelsInfants

(<http://getyourcause.com/es/cause/3%C2%BA%20Torneo-ben%C3%A9fico-voleyplaya-SantQuirzepelsInfants-99>)

★ 3º Torneo benéfico voleyplaya SantQuirzepelsInfants



Niños del proyecto

0% Completado

Creado por Luis Alberto Gómez

Asensio

Contacto

0 €

RECAUDADO DE 3.000 € REQUERIDO

23/09/2014

0 comentarios

0 aportaciones

Tweet

g+1 0

Aportar

Últimas Aportaciones (0)

Sin aportaciones. Se el primero en

DESCRIPCIÓN: El objetivo de este proyecto es el de recaudar dinero para la ONG apadrinaunavida.org de Chimbote (Perú) ayudando a niños entre 6 y 16 años en la escolarización y alimentación.

Tipo de crowdfunding: Mixto de donación-recompensa

Tipo de exclusión: Económica y formativa

Año : 2014

Difusión redes: Twitter, Facebook y Google +

Objetivo: No conseguido. Se recaudan 0 euros de los 3000 requeridos

Encontrar diferentes PESES en las plataformas crowdfunding no es una tarea fácil. Si bien, durante el periodo 2013-2014 probablemente han existido PESES no presentes en esta investigación correspondientes a otras plataformas, ha resultado difícil su análisis puesto que con las plataformas inactivas han desaparecido los proyectos. Sería el caso de smilemundo.org, 1x1microcredit.org, doafund.com, lohagopor.com o trustsparency.es.

Miembros de algunas de las plataformas que han dejado de realizar proyectos PESES mediante crowdfunding opinan que realizar un PESES y que éste sea viable resulta algo complicado. Es el caso de Rebeca Febrer de smilemundo.org la cual afirmaba, mediante e-mail (conversación del pasado 23 de junio de 2015) que el tema del crowdfunding es muy interesante y también necesario, pero cuesta mucho realizar un proyecto sostenible a medio plazo” Todo y lo afirmado, valora muy positivamente la experiencia de haber contribuido con pequeñas organizaciones de todo el mundo

Otras plataformas como es el caso de [crowdthinking](http://crowdthinking.com) o [betternow](http://betternow.com) se ha tenido que recurrir al rastreo página por página de los proyectos, no siempre PESES, que albergaban.

Además, existen plataformas con proyectos PESES como es el caso de [Realfunding](http://Realfunding.com) que no se han tratado puesto que contemplan menos de 5 PESES en su interior. Iris Molina, una de sus representantes, exponía, al comentar que habían iniciado tres campañas en el ámbito social: “En general, ofrecemos financiación tanto a entidades del tercer sector, como a empresas sociales que con el desarrollo de su actividad, originen un impacto social, medioambiental y/o cultural positivo” Sin embargo, sus proyectos, todavía escasos en el ámbito de los PESES, ha determinado su descarte en esta investigación.

Finalmente, existen plataformas con PESES que contemplan un historial de los proyectos realizados ya sean con la recaudación conseguida o no. Son plataformas algo más desarrolladas en el sentido que contienen buscadores de proyectos. Este es el caso de [BBVASuma](http://BBVASuma.com) con un buscador avanzado de proyectos activos como finalizados que las ONG han dado de alta ordenadas por la fecha que fueron dados de alta <https://ngo.bbvasuma.com/ngo/search#causes>, goteo que permite filtrar por año y por

categoría <https://goteo.org/blog/3920> y <http://stats.goteo.org> o microdonaciones que tienen públicos todos los proyectos en <http://bit.ly/l4ITSf> .

Dicho esto, de los 14 PESESs analizados en los años 2013-2014, cuatro cumplieron con su objetivo (“Social to crowd” de Goteo, “Economato social ciudad de Badajoz” de la plataforma Lánzanos, “500 euros para las necesidades básicas de Emilia y sus hijos” de Miaportacion y “Muriendo de hambre en Yarmuk” de la plataforma Namlebee), ocho no alcanzaron el objetivo de recaudación a pesar que el proyecto “ Transpirenacia Social y Solidaria 2014“ al ser Keep it all pudo financiarse al 50 % y dos se desconoce el resultado. Estos dos corresponden al proyecto “Ya no me paro” de la plataforma crowdthinking la cual resulta imposible determinar si se ha alcanzado el objetivo final o no puesto que no hay indicadores por ningún lado. Por otro lado, la plataforma teaming no fija ningún objetivo a alcanzar, con lo cual si no hay objetivo cuantificable no se pudo llegar a ninguna conclusión y el proyecto resulta un saco sin fondo en el que las ayudas de los mecenas contribuyen a mejorar los proyectos, pero no a financiarlos íntegramente.

No se puede establecer una correlación directa entre el tipo de plataforma y los PESES. Es decir, no se puede deducir que una plataforma más conocida socialmente o con más funcionalidades (por ejemplo, que contenga historial de proyectos, que se pueda visualizar en diferentes idiomas, etc) sea garantía de éxito en la consecución del proyecto puesto que la muestra es muy pequeña (un proyecto aleatorio por plataforma que cumple con los criterios establecidos). Eso se conseguiría en un estudio integral de todos y cada uno de los PESES que se puedan encontrar en cada plataforma en una investigación, Para ello sería necesario emplear mucho más tiempo que el que ocupa un trabajo de máster.

Tampoco se puede llegar a la conclusión que cuanto más cercano sea el proyecto a la comunidad receptora más probabilidades de éxito tenga. Sin embargo, de los cuatro proyectos aleatorios conseguidos con éxito, dos de ellos el foco de atención y las necesidades a cubrir son las de dos comunidades cercanas al territorio de los posibles mecenas : Ayuda para Emilia y sus hijos y el economato social para las familias con dificultades de Badajoz.

Referente al tipo de exclusión, predomina el económico en siete de los catorce proyectos, seguido de la categoría sociosanitaria, laboral y formativa. Dos de los catorce proyectos contemplan las ocho tipologías de exclusión fijadas puesto que los fondos recaudados van directamente a diferentes organizaciones que operan con PESES de diferentes necesidades.

En cuanto a las redes sociales más utilizadas para realizar la difusión de los PESES la red social Facebook y Twitter tienen presencia en cada una de ellas con un perfil propio de cada PESES, seguidas de los blogs de cada plataforma de forma más generalista y no tanto por PESES. Le sigue la herramienta google plus, la red de contactos profesionales Linked In y la posibilidad, en menor caso, de compartir la campaña directamente de la plataforma a 293 redes diferentes, pero sin disponer de un perfil determinado para cada PESES.

5.3. CROWDFUNDING Y PESES

En tercer lugar, determinar qué elementos del modelo crowdfunding contribuyen a mejorar los PESES, forma parte del tercer objetivo general. Para ello, discernir los elementos relacionados con la intervención sociocomunitaria, determinar los beneficios de esta relación y describir algunas de las limitaciones al uso del modelo de la intervención social, van a permitir completar el círculo del estudio, dando respuesta a la pregunta inicial planteada, conocer cual es el estado del arte de los PESES del Estado español financiados a través de la modalidad del crowdfunding.

5.3.1. ELEMENTOS EN LA INTERVENCIÓN COMUNITARIA

Conocer los elementos del modelo que están relacionados con la intervención sociocomunitaria, es el primer objetivo específico al que se debe responder en este último apartado.

Una primera aproximación sobre los elementos relacionados en la intervención sociocomunitaria se puede encontrar en el interior de los mismos principios del crowdfunding elaborados por la Asociación Española de Crowdfunding en el “Informe de la encuesta de la Asociación Española de Crowdfunding sobre las plataformas españolas de crowdfunding” publicado el pasado mes de junio del 2014, en lo que se refiere a:

- ✓ El crowdfunding democratiza el acceso a la financiación y a la igualdad de oportunidades
- ✓ Constituye una alternativa a la falta de financiación para proyectos sociales
- ✓ No sólo permite la financiación de proyectos sino también promueve la colaboración de personas para alcanzar objetivos comunes tanto sociales como empresariales en línea con la actual sociedad 2.0 y la eclosión de las redes sociales como medio de comunicación de dicha sociedad.

- ✓ Es un elemento de concienciación social que permite hacer llegar a un mayor número de personas a proyectos de ámbito social, permitiendo educar a las personas en la importancia y la gran labor de estos sectores, muchas veces desconocidos y olvidados. (p.4)

En el “Manifiesto Crowd” (2013) Guriérrez-Rubí y Freire destacan el compromiso personal como un bien puesto que va más allá de la aportación económica. Se presta tiempo, se facilita espacios físicos o virtuales, se propone ideas o ayuda a la difusión, etc. y “éstas son formas de participar en la financiación colectiva de iniciativas individuales (o de grupos reducidos) que se convierten en comunes. (p.94) La implicación de las personas las convierte en prosumidores.

5.3.2. BENEFICIOS DEL CROWDFUNDING Y LOS PESES

Determinar los beneficios en el marco de esa relación, forma parte del segundo de los objetivos específicos planteados en este apartado.

Establece Tosas en su artículo “La tecnología al servicio de las causas sociales” que cuando la tecnología se pone al servicio de las causas sociales, estas adquieren eficiencia gracias a la implantación de aplicaciones innovadoras. Pone de ejemplo el llamado “crowdfunding solidario” ámbito en el que se ubican los PESES y establece que estas tecnologías trasladan al entorno 2.0 los sistemas tradicionales de donaciones destinadas al desarrollo de proyectos con fines sociales. Dice que “con la llegada de internet, la solidaridad ha encontrado un canal más que viable para la financiación colectiva”.

En ello discrepa Garcia del Arco (2015) cuando afirma que “esto no va de tecnología sino de sociología” y hace referencia al estudio “The crowdfunding industry report 2015” y al Informe Moving Mainstream de la Universidad de Cambridge a nivel europeo en los que se demuestra que los cálculos en general se hacen en acumulado (totalidad de crowdfunding, startups, P2P, etc.) y que, por lo tanto, no todo es crowdfunding. En su opinión, la parte que más crece es la de la financiación de startups más que de crowdfunding y comunidad.

Lo cierto es que hasta el 2009 el crowdfunding no había hecho su aparición en el tercer sector de forma exclusiva- tal y como afirma Hana Yang en su artículo “Adiós al fundraising tradicional. Bienvenido al crowdfunding para causas sociales”. En él, afirma que una ONG podía idear campañas de fundraising pero solo en plataformas en las que se realizaban, además, otras demandas. En este sentido cita a la plataforma estadounidense Fundly como ejemplo de plataforma en el que los mecanismos colectivos de financiación para ONG comenzó a popularizarse.

Afirman Gutierrez –Rubí y Freire (2013) en su “Manifiesto Crowd” , respondiendo a la pregunta acerca hasta dónde puede llegar la capacidad transformadora de los proyectos de tecnología social, que muchos de los proyectos realizados a través de estas plataformas “demuestran la capacidad de coordinación ciudadana que permite la tecnología y facilitan el desarrollo de proyectos que pasan de la crítica a la acción constructiva” –y añaden- “las tecnologías sociales permiten crear y gestionar recursos e infraestructuras, producir y difundir conocimiento de todo tipo, y coordinar agentes diversos para generar nuevas economías más inclusivas y sostenibles” (p.61)

Introducen además el concepto del procomún y mencionan a la plataforma Goteo ya que es una plataforma que hace posible “desarrollar propuestas que, por un conjunto de voluntades individuales, se convierten en realidades colectivas” (p.93). Destacan de ella “su relevancia, la calidad de los proyectos que impulsa y la esencia conceptual de la propia organización que se sustenta en la cultura del procomún” (p.94) y alaban la forma en que esta plataforma construye su propia comunidad y sus microcomunidades agrupadas por intereses culturales, sociales, empresariales, activistas, etc.

Finalmente en el binomio Crowdfunding-PESES, además del aspecto tecnológico, se abre la posibilidad de trabajar, como reto de futuro, en una retroalimentación entre comunidades dentro de la misma plataforma y entre plataformas . García del Arco y Moreno Tarrés plantean qué mecanismo haría conectar comunidades de diferentes proyectos dentro de unas mismas plataformas. Adrián Juan Ramos manifiesta que en plataformas como goteo de orientación más social sí que se puede hacer ya que el ámbito común es el ámbito social. Pero en plataformas en las que se contemplan proyectos de diferentes naturaleza puede resultar tanto difícil establecer microcomunidades. Sea como fuere, el reto está presente y puede ocasionar el

crecimiento y el trabajo colectivo entre comunidades y la difusión, proliferación, y consecución de PESES.

5.3.4. LÍMITES AL MODELO DE LA INTERVENCIÓN SOCIAL

Para finalizar este análisis, determinar barreras e inhibidores al uso del modelo de la intervención social, es un buen punto final que abre las puertas a la formulación de nuevos planteamientos, interrogantes y propuestas para continuar la investigación entre crowdfunding y PESES, en un estadio todavía muy inicial en el mundo académico.

Apunta Mata (2014) que íntimamente vinculada a las razones que impulsan a las personas a enrolarse en la financiación de un proyecto crowdfunding aparecen unos contrapesos. Mayoritariamente vienen dados por la desconfianza de los ciudadanos respecto a la eficiencia y honradez de diferentes ongs, la derivación de la responsabilidad de cubrir ciertas necesidades sociales al Estado y la falta de capacidad de comunicación de las tareas que diferentes entidades del tercer sector realizan. Añade, además, las propias limitaciones y contras de las campañas crowdfunding como es el de la escalabilidad de proyectos que hace complicada la financiación de grandes proyectos o ocasionan que éstos se dilaten en el tiempo, la inseguridad jurídica, el agotamiento y el tamaño limitado de las comunidades, la polarización de iniciativas y el coste derivado de las comisiones, tasas, impuestos y gastos.

García del Arco de Improvechange dice que lo más importante, después de haber intentado realizar crowdfunding a través de Flipover, es la estrategia integral. Pone el ejemplo de una campaña de Navidad de Fundraising localizada solo en Bizcaya en la que estuvieron 18 días trabajando en red con el Colegio de Médicos, dos empresas, un medio de comunicación local y la colaboración de 200 voluntarios, 14 millones y medio de impacto en redes sociales, 40 apariciones en medios y 336000 euros. Piensa que esto no se habría podido realizar en dos años y medio con el crowdfunding. Así que. Como él mismo plantea “El crowdfunding para el ámbito social, después de explorar varios mercados, hay que adaptarlo muy bien- y añade- tal vez se está sobrevendiendo en exceso los pocos casos de éxito y no siempre es en el ámbito social”.

Como ya se ha indicado anteriormente, “el crowdfunding no es una panacea y todavía está pendiente que se demuestre su sostenibilidad” (Mata, 2014 p.4)

Para finalizar, Jaume Albaigès, en su artículo “Factores clave, casos de éxito y retos del crowdfunding en las ONG” apunta alguna dirección sobre cuales deberían ser los retos que se enfrentan las ONGs, en los que quedan incluidos algunos de los PESES, para hacer frente a algunas de las limitaciones que encuentra el crowdfunding en el modelo de la intervención social.

En primer lugar, demostrar que el crowdfunding funciona a gran escala. Para ello Jaume propone la captación en red, con proyectos de colaboración por parte de diferentes entidades, puesto que el importe de los proyectos (en ellos algunos PESES) oscilan entre 3000-6000 euuros. .

En segundo lugar, repensar la presentación y comunicación de los proyectos de una forma mucho más cercana a los mecenas o donantes de la que existe ahora

En tercer lugar, aprender a gestionar campañas de difusión mediante la movilización de la propia base social

En cuarto lugar, conocer y fidelizar a los nuevos donantes. Albaigès propone “analizar a los donantes que han apoyado a un proyecto crowd para segmentarlos (base social, segunda corona, nuevos públicos) , analizarlos y fidelizarlos. Todo ello evita el riesgo de observar el crowdfunding como un alternativa a la falta de financiación de las fuentes tradicionales. Opina que sería un error tratar de financiarse siempre a través de este método: “Si sólo se ve a golpe de proyecto se vivirá en una montaña rusa”. La apuesta está en el fortalecimiento de la base social.

Finalmente y , en quinto lugar, explorar las variantes del crédito y la inversión para conocer qué parte de la actividad de las ONL y sus PESES pueden reformularse para ganar una mayor sostenibilidad financiera.

6. CONCLUSIONES

Indican Gutierrez –Rubí y Freire (2013) en su “Manifiesto Crowd” que “La fuerza de la unión personal para la acción común parece dotar al crowdfunding de un inmenso valor cultural, social y económico en la Sociedad Red” (p.94). Por su parte, los hermanos Barral establecen que “el crowdfunding permite sumarse al cambio desde la facilidad” (p.9)

Tal y como se ha apuntado en un inicio, en los últimos años se han desarrollado una variedad de fórmulas para financiar proyectos a través de crowdfunding. Fruto de la carencia de estudios sobre este universo, la aparición constante de nuevas plataformas y la cantidad de proyectos o campañas, surge el deseo de investigar en este campo cuyo eje central recae en conocer cual es el estado de la cuestión sobre los PESES que emplean plataformas crowdfunding en España.

Para ello, ha sido necesario explorar en las redes en la caza de información. La búsqueda ha partido de diferentes fuentes tales como la revisión bibliográfica, bases de datos (bibliográficos, con resúmenes, etc,), buscadores web especializados, artículos de revistas científicas, artículos de conferencias, tesis en línea, informes, entidades de fundraising, blogs y páginas web especializadas, la opinión de los expertos en las redes, en grupo de discusión y en el congreso #Crowddays, asistencia a diferentes eventos en FabLab Barcelona y las diferentes plataformas de crowdfunding existentes en el Estado español. Se ha contemplado las técnicas de revisión de fuentes secundarias, estudios de casos, observación directa, grupo de discusión y análisis de datos.

Toda la investigación ha adquirido un compromiso ético basado en el consentimiento informado, la no repetición de contenidos, la difusión del trabajo en abierto bajo una licencia CC byNC, compromiso de difusión de los trabajos de los expertos, rigurosidad y objetividad en la reproducción de argumentaciones e imparcialidad en la interpretación de resultados.

El análisis de las diferentes plataformas ha conformado el primer objetivo general. Para ello era de base el establecimiento de las categorías y dimensiones que conforman los PESES con el fin de confeccionar un listado de plataformas contenedoras de estos. Así, se establecen ocho categorías (laboral, formativo, económico, sociosanitario, de

vivienda, relacional-familiar, político y espacial) y 21 dimensiones que permiten acotar los PESES. Una vez establecidas, se redactan los criterios que permiten aceptar o descartar una plataforma contenedora de PESES durante los años 2013 y 2014. Como se ha visto, son tres los criterios elegidos y se basan en la propia autodefinición de la plataforma, las categorías que la misma plataforma contiene y si estas plataformas acogen más de 5 PESES durante los años 2013-2014 en base a las categorías y dimensiones PESES anteriormente fijadas.

Se ha optado por la elaboración de un censo propio de plataformas crowdfunding en base al censo elaborado por Judith Mata durante el 2013 y los censos que registran las páginas más representativas sobre las plataformas crowdfunding en el estado español como son crowdacy.com, universocorwdfunding.com e infocrowdsourcing.com puesto que cada una de ellas establece su propia divisoria de plataformas.

Podemos empezar a llegar a conclusiones a partir de la elaboración del listado propio actualizado sobre las plataformas crowdfunding.

Su creación ha sido una tarea laboriosa, costosa y obedecía a varios motivos. En primer lugar, la continua aparición y desaparición de plataformas ocasiona que los diferentes censos resulten desactualizados de forma veloz. Durante el transcurso de la elaboración de un censo propio de plataformas crowdfunding en España durante los meses de mayo y junio del 2015 se observa la desaparición de diferentes plataformas crowdfunding.

Se le suma a todo ello el handicap que algunas de las plataformas que durante los años 2013-2014 contenían PESES (doafund.com, lohagopor.com, trustparency.es, 1x1microcredit.org, etc.) no están activas con lo que no se puede consultar el conjunto de PESES realizados. En segundo lugar, aparecen nuevas formas de crowdfunding como sería el caso del crowdlending y nuevos modelos como el caso de las plataformas mixtas como también el de los conceptos asociados al crowdfunding. En tercer lugar, la liquidez constante de las plataformas ocasiona el abandono de algunos dominios cuando la plataforma desaparece, el mantenimiento de la plataforma sin disponer de proyectos y/o la conservación de los mismos dominios revendidos a otros fines ajenos al crowdfunding

Finalmente, la elaboración definitiva de un censo propio se establece en base a los criterios de la modalidad de crowdfunding (recompensa, donación, préstamo, inversión, mixtas y de crowdlending) , descartando las plataformas abiertas por no disponer de

tiempo ni recursos suficientes para la investigación que nos ocupa. Podemos afirmar que en el mes de junio de 2015 constan registradas legalmente y activas en España 85 plataformas crowdfunding (37 de recompensa, 2 de préstamo, 17 de donaciones, 18 de inversiones, 4 mixtas de las cuales 2 son de donación-recompensa y 2 son de recompensa-inversión y 7 plataformas crowdlending).

Del análisis resultante de cada una de las 85 plataformas resultan catorce plataformas que cumplen con los tres criterios establecidos contenedoras de más de cinco PESES durante los años 2013 y 2014 en el estado Español. Se elige aleatoriamente un PESES por cada plataforma de las 14 validadas.

Una vez realizado el censo se puede determinar, en rasgos generales, que las modalidades que más PESES contemplan son las de donación y de recompensa, obedeciendo a las observaciones realizadas por Hang, Mata y el propio Albaigès, quien, a corto plazo, no prevé un crowdfunding en PESES que no sea por la modalidad de donación y/o recompensa. A pesar de esto, se puede llegar a débiles conclusiones puesto que las tendencias apuntan a un probable futuro de coexistencia de las plataformas de donación y recompensa junto con plataformas de equity o lending. Y aunque que cada una debe responder a necesidades bien diversas o los diferentes proyectos PESES atiendan a fases de maduración diferentes, en algún momento si el proyecto quiere ir más allá va a tener que atender, probablemente, al crowdlending o al equity crowdfunding. Si evoluciona hacia el equity será porque el PESES llegue a generar algún tipo de beneficio económico. Proyectos PESES como empresas de inserción o centros de creación de empleo podrían apoyarse en un equity o en crowdlending a tipo cero.

Respecto a las plataformas de recompensa versus las de donación, deducir que el valor de la colaboración crowdfunding en un PESES se aporta por lo que aporta el proyecto más que por una recompensa, y, aunque, inicialmente parezca dificultoso establecer una recompensa para estos proyectos, existen alternativas a las recompensas tradicionales para los PESES. Para ello, Moreno, de la plataforma Goteo, opina que será necesario activar la creatividad de algunos impulsores quienes van a tener que ofrecer, tal vez, una recompensa en formato servicio de tipo social más que la contraprestación en forma de producto.

Referente al boom de aparición de plataformas que se ha podido experimentar estos últimos años, concluir que solo aquellas plataformas con un grado de maduración

consolidado de hace tiempo son las que se han podido mantener activas. En el caso de las plataformas contenedoras de PESES precisar que han sido por ONGs o fundaciones que han existido, por lo general, anteriormente al lanzamiento de las mismas.

Acerca la influencia del factor crisis como elemento determinante para la proliferación de nuevas plataformas especificar que si bien la crisis ha intensificado la necesidad de financiación de algunas ONGs, no ha sido un factor condicionante puesto que existen otros motivos de peso como la proliferación de las nuevas tecnologías, la globalización, el auge de los valores comunitarios, la cooperación, el aumento de las redes de intercambio, popularización de las herramientas de automatización, la economía en red, etc.

Respecto al papel de las diferentes Administraciones públicas, éstas han visto en el crowdfunding una forma de salvaguarda para determinadas necesidades y huecos que por ellas mismas no han sido cubiertas.

El segundo objetivo general planteado respondía al hecho de conocer los diferentes proyectos PESES financiados mediante plataformas crowdfunding. Para ello se ha cuestionado cual había sido la trayectoria de los PESES en los últimos años, llegando a la conclusión que el crowdfunding, a día de hoy, resulta todavía bastante experimental para este tipo de proyectos y se utiliza más como vía financiación de otros ámbitos como el artístico y cultural. No existe literatura sobre PESES y crowdfunding y para crearla será necesario recoger los PESES uno por uno para saber como han evolucionado.

Sobre las motivaciones que impulsan a los diferentes mecenas a colaborar en un PESES, no existe un estudio específico de ello pero sí varias investigaciones que contemplan las razones por las que diferentes colectivos realizan una donación. Se destaca, en general, la solidaridad como motivo principal y las ganas de cambiar el mundo en un segundo lugar.

En cuanto a los factores de éxito de los PESES se señalan varios como determinantes como son la calidad, la innovación, la actualidad del proyecto, la base social existente e implicada, es decir, una comunidad, una comunicación clara, sencilla y directa y una estrategia integral. A pesar de ello, Mata (2014) indica, como uno de los resultados de su investigación, que el índice de éxitos de proyectos lucrativos no es superior al de los proyectos no lucrativos.

Respecto a la comunidad, se remarca la necesidad de realizar prospección y captación de nuevos colectivos, incluso antes de empezar el diseño de la campaña, para llegar a más sectores de los PESES, puesto que los destinatarios de estos proyectos, normalmente, son personas de una comunidad que están localizadas geográficamente muy alejadas con lo cual la necesidad o capacidad de levantar adhesiones más allá de la primera corona de esta comunidad geográfica es una tarea dificultosa.

Sobre si existe un perfil común de mecenas, no se disponen todavía datos suficientes que informen sobre un perfil determinado, a pesar que sí que existen estudios sobre un perfil medio de donante correspondiente al del varón de entre 50-54 años, casado y sin descendientes. A pesar de ello existe un estudio realizado por la plataforma goteo que indica que un 20% de los mecenas de una comunidad vuelven a realizar aportaciones en otras comunidades de la misma plataforma.

Referente a los 14 PESES analizados no se puede deducir que una plataforma con un reconocimiento social o con más funcionalidades sea garantía de éxito en la consecución del proyecto puesto que la muestra es muy pequeña.

Tampoco se puede llegar a la conclusión que cuanto más cercano sea el proyecto a la comunidad receptora más probabilidades de éxito tenga.

En la muestra elegida predomina la exclusión económica seguida por la sociosanitaria, laboral y formativa. Por otro lado, se consolidan twitter y Facebook como las redes sociales más utilizadas para realizar la difusión de los PESES.

El tercer objetivo general ha consistido en determinar qué elementos del modelo crowdfunding han contribuido a mejorar los PESES. Para ello conocer los elementos del modelo que están relacionados con la intervención sociocomunitaria es una de las preguntas planteadas para dar respuesta a este objetivo general. Responder que el crowdfunding democratiza el acceso a la financiación y a la igualdad de oportunidades, representa una alternativa a la falta de financiación para proyectos sociales y promueve la colaboración de personas para alcanzar objetivos comunes tanto sociales como empresariales. Finalmente se destaca como elemento de concienciación social que permite llegar a un mayor número de personas proyectos del ámbito social.

Determinar que los beneficios recaen en la aparición de un nuevo canal para la financiación colectiva, resaltando la capacidad de coordinación ciudadana, la facilitación en el desarrollo de proyectos que pasan de la crítica a la acción constructiva, la posibilidad de crear y gestionar recursos e infraestructuras, producir y difundir

conocimiento de todo tipo y coordinar agentes diversos para generar nuevas economías más inclusivas y sostenibles.

En cuanto a las limitaciones, concluir que la mayoría vienen dadas por la desconfianza de los ciudadanos respecto a la eficiencia y honradez de diferentes ongs, la derivación de la responsabilidad de cubrir ciertas necesidades sociales al Estado, la falta de capacidad de comunicación de las tareas que diferentes entidades del tercer sector realizan, las propias limitaciones y contras de las campañas crowdfunding como es el de la escalabilidad de proyectos, la inseguridad jurídica, el agotamiento y el tamaño limitado de las comunidades, la polarización de iniciativas y el coste derivado de las comisiones, tasas, impuestos y gastos.

Finalmente y para concluir esta investigación, no podemos dar la espalda a todos aquellos interrogantes que han aparecido en la misma y apuntar a posibles retos de cara al futuro.

Así, queda pendiente conocer si es posible mediante el uso del crowdfunding financiar los costes personal y organización de las entidades sociales. Desconocemos si el crowdfunding por sí solo puede financiar a toda una estructura o bien únicamente funciona para financiar PESES muy concretos. Y, respecto a éstos, plantearnos si los puede subvencionar in eternum o bien solo es capaz de dar respuesta a un impulso inicial del PESES o a una parte del mismo. ¿Puede el crowdfunding financiar PESES que requieran de un gran capital? Y ¿existen profesionales capacitados en el sector de los PESES con capacidad y creatividad para buscar comunidades, colaboraciones y realizar tareas de crowdfunding? ¿a qué precio, a qué esfuerzo y bajo qué coste? Y ya que hablamos de comunidad, como preveer y vencer la brecha digital desde ambos lados?

Tal vez, el auténtico reto se plantee, nuevamente, en la regla de las Cos: co-creación, colaboración, co-operación, de multitudes inteligentes, de organizaciones abiertas, de conocimiento compartido extrapolado en el crowdfunding, sus modalidades y lo que resulta un elemento básico la cooperación del crowd, es decir, de la comunidad.

7. BIBLIOGRAFIA

ACCONCIA, V (2014) *Las 20 reglas de oro del crowdfunding* Autoedición digital vanacco.com

AGORA SOCIAL (2013) Asociación Española de Fundraising *La ciudadanía como fuente de financiación* Recuperado el 1 de agosto de 2015 http://aefundraising.org/upload/99/36/ciudadania_fuente_financiacion.pdf

AGUAYO, A (17.10.2012) *Herramientas de crowdfunding para el tercer sector*. Fundación Gestión y Participación Social Entrada de blog Recuperado el 18 de julio de 2015 http://www.asociaciones.org/index.php?option=com_content&view=article&id=708&Itemid=1

ALBAIGÈS, J. (8.02.2012) *Tercer sector, crisis, innovación y TIC* Entrada a blog Recuperado el 30 de julio de 2015 <http://www.tecnologia.org/?p=1325&lang=es>

ALBAIGÈS, J. (24.05 2012) *Factores, claves de éxito y retos del crowdfunding* Entrada a blog Recuperado el 30 de julio de 2015 <http://www.tecnologia.org/?p=1351&lang=es>

ALBAIGÈS, J. (29.12.2012) *7 nuevas plataformas de crowdfunding que pueden usar las ONL* Entrada a blog Recuperado el 30 de julio de 2015 <http://www.tecnologia.org/?p=1391&lang=es>

ALVAREZ, J.A. (2014) *Desarrollo prosocial en el medio penitenciario: bases teóricas del "Programa de Compromiso Social* Centro Penitenciario de "el Dueso" España Postconvencionales No. 7-8 julio 2014, ISSN 220-7333 Escuela de Estudios Políticos y Administrativos Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4807449&orden=1&info=link>

ANISI, D. & GARCIA LASO, M. y otros 2003 *Análisis económicos de la exclusión social*. Consejo Económico y Social, Madrid

ANZOLA, M. (julio-agosto-septiembre 2001) *La Exclusion Social ¿Condición o circunstancia?* Escuela de Educación Revista Educere, artículos, Año 5 núm 14 Universidad de los Andes. Chile Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/19609>

ASENSIO MARTINEZ, O (2013) *El crédito en España y la utilización del crowdfunding como alternativa de financiación del crédito personal* Universidad de Valladolid Recuperado el 16 de julio de 2015 en <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3648/1/TFG%20OLGA%20ASENJO.pdf>

BEL ADELL, C. (2002) *Exclusión social: orígenes y características* Curso: “Formación específica en compensación educativa e intercultural para agentes educativos” Murcia 30 de enero de 2002 Recuperado el 18 de junio de 2015 http://enxarxats.intersindical.org/nee/CE_exclusio.pdf

BLANCO, L. (12.09.2014) *Y el crowdfunding se hizo mayor* El Mundo Tendencias Recuperado el 23 de diciembre de 2014 <http://www.elmundo.es/cataluna/2014/09/12/5412db6922601d17648b4586.html>

CEJUDO, A & RAMIL, X. (2013) *Crowdfunding. Financiación colectiva en clave de participación* Asociación española de Frundaising Recuperado el 14 de julio de 2015 http://www.compromisoempresarial.com/wp-content/uploads/Crowdfunding_financiacion_colectiva.pdf

CANO HILA, A.B. (2014) *La educación social: ¿antídoto contra la exclusión social o mecanismo de estigmatización social?* Revista RES número 14, Enero 2014 Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/60943>

CAPARRÓS DE OLMEDO, S. (2012) *Experiencias de crowdfunding en el estado español y Cataluña: principales características, retos y obstáculos* X.net Recuperado el 18 de julio de 2015 <http://2012.fcforum.net/experiencias-crowdfunding-caracteristicas-retos-obstaculos/>

BALLÚS, N., CAMALLONGA, S., GIMÉNEZ, R., PEDROCHI, M., PUIGDOMÉNECH, L., FUSTER, N. & SAMBOLA, G. (2014) *Territorios habitables* Barcelona Editorial UOC

BARRAL, P. & BARRAL, L.M (abril 2014) *¿Por qué la gente financia proyectos vía crowdfunding?* Investigación social realizada entre la comunidad e Mecenases de Lánzanos Recuperado el 18 de julio de 2015 http://www.lanzanos.com/uploaded/Crowdfunding_mecenases_Conclusiones.pdf

BAUMAN, Z (2010) *Tiempos líquidos* Barcelona Editorial Tusquets

BUENO ABAD, J.R. (2011) *Concepto de representaciones sociales y exclusión*. Acciones e Investigaciones sociales Recuperado el 2 de agosto de 2015 <https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/ais/article/view/182>

BURGOS, S (2012) *Una multitud para sostener la creatividad* El País (sección sociedad) 15 de abril de 2015. Recuperado el 17 de julio de 2015 http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/04/15/actualidad/1334513302_326979.html

BLOG SALMON El Crowdfunding de Extremoduro, esta vía de financiación no es tan nueva (23 de junio de 2012) Recuperado el 23 de diciembre de 2014 <http://www.elblogsalmon.com/emprendedores/el-crowdfunding-de-extremoduro-esta-via-de-financiacion-no-es-tan-nueva>

BRUGUÉ, Q. & GOMÀ, R. & SUBIRATS (2002) *De la pobreza a la exclusión social Nuevos retos para las políticas públicas* Revista Internacional de Sociología, 33, 7-45 Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=713037>

CABRERA CABRERA, P.J. (2002) *Cárcel y exclusión* Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales 35 Recuperado 2 de agosto de 2015 http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/35/estudio5.pdf

CABERO, J. (2003 Solicitado: 11-02-03 / Aceptado: 29-03-03) *Replanteando la tecnología educativa* REVISTA Comunicar Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://tecnologiaedu.us.es/cuestionario/bibliovir/replanteand.pdf>

CALLEJO GALLEGO, J. & VIEDMA ROJAS, A. (2009) *Proyectos y estrategias de Investigación Social: La perspectiva de la intervención* Mc Graw Hill Madrid

CALVO, A., ROJAS, S (Recibido 15.01.07/ Aceptado 27.02.07) *Exclusión social y tecnología* Revista COMUNICAR num 29 v.XV, 2007 Revista Científica de

Comunicación y Educación ISSN: 1134-3478 Recuperado el 2 de agosto de 2015
<http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/1360>

CAPARRÓS DE OLMEDO, S. (2012) *Experiencias de crowdfunding en el estado español y Cataluña: principales características, retos y obstáculos* X.net Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://2012.fcforum.net/experiencias-crowdfunding-caracteristicas-retos-obstaculos/>

CASTEL, R. (1992) *De la exclusión como estado a la vulnerabilidad como proceso* Revista Archipiélago numero 21 Recuperado el 2 de agosto de 2015
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2763435>

CASTRATARO, D. (12.12.2014) *A social history of Crowdfunding* Social Media Week Recuperado el 23 de diciembre de 2014
<http://socialmediaweek.org/blog/2011/12/a-social-history-of-crowdfunding/>

CEJUDO, A. & RAMIL, X. (2013) *Cowdfunding. Financiación colectiva en clave de participación* Recuperado el 2 de agosto de 2015
http://www.compromisoempresarial.com/wp-content/uploads/Crowdfunding_financiacion_colectiva.pdf

COGAN, J. y DERRICOTT, R. (1998) *Citizenship for the XXI Century. An International Perspective of Education*. London:Kogan Pages. Recuperado el 2 de agosto de 2015
https://books.google.es/books?id=c7wHuGx59PoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

CORBETTA, P. (2010) *Metodología y Técnicas de Investigación Social* McGraw Hill Madrid

CORTINA, A. y CONILL, J., (Eds.) (2006) *Educación en la ciudadanía*. Institución Alfonso el Magnánimo Valencia Recuperado el 2 de agosto de 2015
http://www.deciencias.net/blog/2006-12/06-12-30.Ciudadania_activa.pdf

DARNELL, M (2009) *Pobresa i exclusió social . Dades i comentari* Càritas Diocesana de Barcelona Recuperado el 2 de agosto de 2015
<http://www.fundaciojoanmaragall.org/questions/wp-content/uploads/2013/07/Dades-Pobresa-i-exclusi%C3%B3-social.-Dades-i-Comentari.-Merc%C3%A8-Darnell1.pdf>

DE LORENZO, J (24.09.2014) “*La secretaria de Estado de investigación recurre a donantes particulares para proyectos frenados por los recortes*”. Recuperado el 18 de julio de 2015 Revista La Celosía Telefónica Fundación <http://www.lacelosia.com/la-secretaria-de-estado-de-investigacion-recurre-a-donantes-particulares-para-proyectos-frenados-por-los-recortes/>

DÍAZ BETTHENCOURT, A. (2013) *Emprendimiento e innovación social. Instrumentos de apoyo y buenas practicas*. Recuperado 16 de julio de 2015 en http://www.consulta-europa.com/ES/Eventos/Innovacion_Social/Crowdfunding.pdf

DIERTERLEN, P. (2001) *Derechos, necesidades básicas y obligación institucional*. En a .Ziccardi (coord.), *Pobreza, desigualdad social y ciudadanía: los límites de las políticas sociales en América Latina*. Buenos Aires. CLACSO-FLACSO Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20101029063258/3gordon.pdf>

DRAKE, D. (23.04.2013) *Crowdfunding in Europe: The Top 10 Peer-to-Peer Lenders* Revista Forbes Recuperado el 19 de julio de 2015 <http://www.forbes.com/sites/groupthink/2013/04/23/crowdfunding-in-europe-the-top-10-peer-to-peer-lenders/>

ESCUDERO MUÑOZ, J.M. (2005) *Fracaso escolar, exclusión educativa: ¿De qué se excluye y cómo?* Profesorado, revista de currículum y formación del profesorado, 1 (1), Universidad de Murcia Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://digibug.ugr.es/handle/10481/15197#.Vb4p7xPtmko>

ESTIVILL, J. (2003) *Panorama de la lucha contra la exclusión social . Conceptos y estrategias* ISBN 92-2-313652-0. Recuperado el 2 de agosto de 2015

FEDELI, G. (11.06.2014) *La lògica del crowdfunding* Diario Publicable (Sección Sociedad) Recuperado el 18 de julio de 2015 <http://www.diariopublicable.com/sociedad/2478-la-logica-del-crowdfunding.html>

FERNANDEZ-ZUBIETA, A n (2013) *Comunicación Congreso “Crowdfunding para la ciencia y la investigación”* Revista Vorticex D

FREIRE, P. (1990) *La naturaleza política de la educación. Cultura, poder y liberación*. Introducción de Henry Giroux. Barcelona. Paidós

FOUCAULT, M. (2001) *La verdad y las formas jurídicas*. Barcelona Gedisa

FUNDACION FOESSA (2014) *VI Informe sobre la exclusión y desarrollo social en España* Madrid Recuperado el 2 de agosto de 2015 http://www.foessa.es/publicaciones_periodicas.aspx

GADJA, O., ASCHENBECK-FLORANGE, T.N. (2014) European Crowdfunding Work AISBL *Review of Crowdfunding in Europe, North America and Israel* Recuperado el 18 de julio de 2015 <http://www.eurocrowd.org/files/2014/12/ECN-Review-of-Crowdfunding-Regulation-2014.pdf>

GARCIA, A. (19. 03.2013) Crowdfunding solidario, ayudar entre todos con poco dinero Eroski Consumer Recuperado el 1 de agosto de 2015 http://www.consumer.es/web/es/solidaridad/economia_solidaria/2013/03/19/216196.php

GARCÍA, J.L (2009) *Metodología Cualitativa y Evaluativa* UNED

GARCIA MOLINA, J & SÁEZ CARRERAS, J. & VECESLAO, M. Y. & DELGADO RUIZ, M. (2013) *Sociología de l'exclusió social* Editorial UOC Recuperado el 2 de agosto de 2015 http://cataleg.uoc.edu:2082/search~S1*spi?/dSocioling%7Bu00FC%7D%7Bu00ED%7Dstica+---+Europa+---+Diccion/dsocioling+europa+diccionarios/-3,-1,0,B/frameset&FF=dsociologia+de+1%27exclusio+moduls+didactics&1,1.?save=b1052277

GARCIA SERRANO, C. Y MALO, M.A. (1996) *El comportamiento económico de los excluidos. Un modelo para la política social* en VV.AA “Pobreza y necesidad y discriminación” Fundación Argentaria, ed. Visor Madrid Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=605425>

GAVIRIA, M.B. & OSPINA, H . F. (2009) *¿Es la institución educativa productora y reproductora de exclusión social?* Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3662668>

GINER, S. & LAMO DE ESPINOSA, E. & TORRES ALBERO, C. (2013) *Diccionario de sociología* Alianza editorial

HERNANDEZ PEDREÑO, M. (2010) *El estudio de la pobreza y la exclusión social. Aproximación cuantitativa y cualitativa* ISSN 0213-8646 Revista Interuniversitaria de Formación del profesorado, 69 (24,3) Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27419173003>

GUTIERREZ-RUBÍ, A. & FREIRE, J. (2013) *Manifiesto Crowd La empresa y a inteligencia de las multitudes LABO Laboratorio de tendencias* ISBN: 978-84-939066-7-2 Recuperado el 18 de julio de 2015 <http://manifiestocrowd.com/>

LATOUCHE, S. (2004) *Sobrevivir al desarrollo* Barcelona Ed. Icaria & Madera

LÓPEZ DE ÁVILA, A. & de Miguel, J.A., (2013) *El estado del arte del emprendimiento Lean en España ELS España Lean Startup 2013* Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://javiermegias.com/blog/2014/02/libro-espana-lean-startup-nation-2013-estado-de-arte-emprendimiento/>

LLAMOSAS, G (31 marzo 2014) *¿Es el crowdfunding el futuro de la financiación de proyectos?* El País (sección economía) Recuperado el 15 de julio de 2015 <http://www.monedarota.com/es-el-crowdfunding-el-futuro-de-la-financiacion-de-proyectos/>

MAIZTEGUI, C. (2007) Vol 5, n.4 *La participación como una opción transformadora en los procesos de educación ciudadana* REICE. Revista electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia, y Cambio en Educacion Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://www.rinace.net/arts/vol5num4/art8.htm>

MANZANOS BILBAO, C. et al (1991) *Cárcel y Marginación social* Tercera Prensa S.A. San Sebastian recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=187497>

MARILLION *Anoareknophobia Pre-Order Press Released* (1.04.2001) Recuperado el 23 de diciembre de 2014 <http://www.marillion.com/news/newsitem.htm?id=5>

MASSOLUTION 2015 CF *The crowdfunding industry report* Recuperado el 2 de agosto de 2015 http://reports.crowdsourcing.org/index.php?route=product/product&product_id=54&tracking=55257edaa26ec

MORENO, L. (2000) *Ciudadanos precarios, la última red de protección social* Barcelona: Ariel Recuperado el 2 de agosto de 2015 http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/50/Recen03.pdf

NAVARRETE LORENZO, M. Y PUYAL ESPAÑOL, E. (1996) *Los inmigrantes extranjeros como objeto de exclusión* Tesis para la obtención del grado de doctor Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=170214>

NAVARRO LASHAYAS, M.A. (s.f.) Análisis psicosocial de la exclusión residencial extrema en la población migrante Recuperado el 11 de julio de 2015 <http://migraciones.ugr.es/cddi/images/tesis/NavarroLashayas2013a.pdf>

NÚÑEZ, V. (Diciembre 2000-Junio 2001 pp 11-19) *La exclusión social, espada del Damocles contemporáneo* Universidad de Barcelona Pedagogía Social Revista Interuniversitaria 6-7 Segunda época Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2658793>

PERICACHO GÓMEZ, F.J. (2012) Exclusión y Educación Social : reflexiones en torno a su problematización y complejización (RES) Revista de Educación Social Número 14, enero 2012 [Recuperado 14 junio de 2015 http://www.eduso.net/res/pdf/14/proble_res%2014.pdf]

PETRUS, A. (1997) Pedagogía social Barcelona Ariel Educación

RAYA DIEZ, E. (2010) *Aplicaciones de una herramienta para el diagnóstico y la investigación en exclusión social* Documentos de trabajo social n.º 48 ISSN 1133-6552/ ISSN Electrónico 2173-8246 Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3655851>

RAYA DIEZ, E., (2005) *Categorías Sociales y personas en situación de exclusión. Una aproximación desde el País Vasco* ISSN: 1131-8635 Cuadernos de relaciones laborales N.º 2 Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/CRLA0505220247A>

RIZO LÓPEZ, A. (Publicado 07 agosto 2012) *¿A qué llamamos exclusión social? », Polis* [En línea], 15 | 2006, DOI 10.4000/polis.5007 URL Recuperado el 24 de julio de 2015 <http://polis.revues.org/5007>

RIVERA BUTZBACH, E (2012) Crowdfunding. La eclosión de la financiación colectiva (ISBN: 978-84-686-0888-4) Recuperado el 31 de julio en

<http://www.microtemas.com/libros/crowdfunding/ebook-pdf-crowdfunding-microtemas-edicion1-junio-2012-indice-y-capitulo1.pdf>

RODRIGUEZ DE LAS HERAS BALLELL, T Coord. Barbara Weinschelbaum (2013) El crowdfunding: una forma de financiación colectiva, colaborativa y participativa de proyectos EUDEBA Universidad de Buenos Aires Facultad de Derecho núm.3 Año 2 ISSN: 2314-0186 Recuperado 15 de julio de 2015 <http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/pensar-en-derecho/revistas/3/el-crowdfunding-una-forma-de-financiacion-colectiva-colaborativa-y-participativa-de-proyectos.pdf>

RODRIGUEZ DE LAS HERAS BALELL, T (2014) *El crowdfunding como mecanismo alterativo de financiación de proyectos* REDEM Revista de Derecho Empresarial Universidad Carlos III de Madrid Núm. 1 Febrero 2014 Pág.120-140 ISSN 2215-373X Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://www.redemcr.org/contenido/el-crowdfunding-como-mecanismo-alternativo-de-financiacion-de-proyectos/>

ROMANS, M.; PETRUS , A.; TRILLA, J. *De profesión educador(a) social*. Barcelona : papeles de Pedagogía. Paidós, 200

RUBIO GUERRERO, J.J., SOSVILLA RIVERO, S. & MENDEZ PICASO, M.T. (10 febrero de 2015) *Perfil del donante tipo en España a partir de las fuentes tributarias 2002-2010* Asociación Española de Fundaciones (AEF) ISBN: 978-84-606-6519-9 Recuperado el 2 de agosto de 2015 http://www.fundaciones.org/EPORTAL_DOCS/GENERAL/AEF/DOC-cw55644782c0e78/PerfildeldonantetipoenEspaNa2002-2010.pdf

SANCHO, J. ((2014) *Com escriure i presentar el millor treball acadèmic Guia pràctica per a estudiants i professors*. Eumo Editorial Vic Barcelona

SANTANA LEITNER, A. (2013) *Fundamentos para la investigación social* Alianza editorial Madrid

SALVETTI & LLOMBART (noviembre 2014) *El perfil del donante en España* Asociación Española de Fundraising Recuperado el 18 de julio de 2015 http://www.aefundraising.org/upload/92/16/Resumen_Prensa_Estudio_Perfil_Donante_2014.pdf

SIMON, P. (15.07.2013) *Mark Kelly, on the origins of crowdfunding* Huffintonpost. (Última consulta 23.12.2014) http://www.huffingtonpost.com/phil-simon/mark-kelly-on-the-origins_b_3600476.html?utm_hp_ref=business

SPAINCROWDFUNDING (junio 2104) por www.spaincrowdfunding.org Recuperado el 18 de julio de 2015 <http://web.spaincrowdfunding.org/wp-content/uploads/2014/06/INFORME-DE-LA-ENCUESTA-DE-LA-ASOCIACION-ESPANOLA-DE-CROWDFUNDING.pdf>

SORIANO DÍAZ, A. (Diciembre 2000-Junio 2001) *Políticas y economía en la exclusión social* Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria n. 6-7 Segunda época Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2658797>

SUBIRATS, J. & GOMÀ, R. (Dir) (2003) *Un paso más hacia la inclusión social. Generación de conocimiento, políticas y prácticas para la inclusión social.* Plataforma de ONGs de Accion Social Recuperado el 2 de agosto de 2015 <http://www.documentacion.edex.es/docs/1301unipas.pdf>

TABARROK, A. (21.05.2012) *The father of Microcredit* Leído en Marginal Revolution Recuperado el 23 de diciembre de 2014 <http://marginalrevolution.com/marginalrevolution/2012/05/the-father-of-microcredit.html>

TASCÓN, M y QUINTANA, Y. (2012) *Ciberactivismo Las nuevas revoluciones de las multitudes conectadas* Madrid Ed. Catarata

TEZANOS, J, F. (1999) *Tendencias de dualización y exclusión social en las sociedades avanzadas. Un marco para el análisis* En J. F. Tezanos Ed., *Tendencias en desigualdad y exclusión social* . tercer foro sobre tendencias sociales. Madrid: Sistema

TEZANOS, J.F. (2011) *Desigualdad y exclusion social en las sociedades tecnológicas* Revista del ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales 35 REcuperado el 2 de agosto de 2015 http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/revista/numeros/35/e-studio2.pdf

TEZANOS, J.F (2003) *La libertad de los iguales.* Sistema, 173 Universidad de Granada Recuperado el 2 de agosto de 2015

http://www.empleo.gob.es/es/publica/pub_electronicas/destacadas/Revista/numeros/75/est01.pdf

THE SOCIAL MOVERS El Estado del tercer sector Recuperado el 18 de julio de 2015

http://www.aefundraising.org/upload/72/83/0000352_EstadoTercerSector2014.pdf

TOSAS, G. (7.08.2014) La tecnología al servicio de las causas sociales La Vanguardia Innovacion Recuperado el 2 de agosto de 2015

<http://www.lavanguardia.com/tecnologia/innovacion/20140807/54412839342/tecnologia-servicio-causas-sociales.html>

WARDROP, R., ZHANG, B., RAU, R. & GRAY, M. (february 2015) Moving Mainstream. The european alternative fiance benchmarking report Recuperado el 2 de agosto de 2015

<http://issuu.com/cambridgejbs/docs/2015-uk-alternative-finance-benchma?e=1935864/11498153>

YANG, H (15.02.2014) *Adios al fundraising tradicional. Bienvenido al crowdfunding para causas sociales* Huff Post Recuperado el 2 de agosto de 2015

http://voces.huffingtonpost.com/hana-yang/adios-al-fundraising-tradicional_b_4796069.html

YOUNG, I.M (2000) *La justicia y la política de la diferencia* Madrid Cátedra

Webgrafia

<http://www.universocrowdfunding.com>

<http://www.crowdacy.com/crowdfunding-espana>

<http://web.spaincrowdfunding.org>

<http://www.cibersociedad.net/eventos/webinars.php>

<http://www.crowdsourcing.org>

<http://digital.csic.es>

<https://es.wikipedia.org>

<http://manifiestocrowd.com/>

<http://www.massolution.com/>

http://www.aefundraising.org/buenas_practicas/

<http://www.thesocialmovers.com/>

8. ANEXOS

ANEXO 1

Censo de plataformas de crowdfunding registradas en el Estado español a junio 2013.

Censo de Judith Mata:

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | | |
|---|--|---------------------------------------|---|---|------------|----------------|---------------------------------|-------------------------|---|-------------------|------|--|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 | |
| Plataformas generalistas (activas) | | | | | | | | | | | | |
|  | Pertenecen a Teunology SL. Los fundadores fueron Ignacio Ariaga, Carlos Hervás y Rafael Cabanillas. Gregorio López-Triviño es el Presidente ejecutivo desde noviembre de 2012. | Diciembre 2010 (activa) | ¿Tienes una idea? Deja que la financiamos entre todos | Abierta a todo tipo de proyectos creativos de países de habla hispana. Es necesario recaudar 100 votos en el espacio "La caja" para ser lanzado en la plataforma. | Recompensa | All or nothing | A elegir | 5% 1% sin lucro | Proyecto Autor Apoyos Recompensa La caja Embajador Partner | 69 | 191 | |
|  | Creado por Joan Sala y sus hijos Jonás y Adrià. Sede en Mataró (Barcelona). | Diciembre 2010 (activa) | Crowdfunding para amantes de la creación | Apoya ideas diferentes y artistas innovadores para financiar proyectos originales y creadores independientes. | Recompensa | All or nothing | 40 días | 5% | Proyecto Creador Meceñas Aportación Recompensa | 120 | 180 | |
|  | Fundación Fuentes Abiertas. Colabora Ministerio de Cultura, CeNCA y COCB Lab, entre otros. Se unió con Intecbaseq para crear Crowdsasuna crowdfunding de la salud en Euskadi. | Noviembre 2011 (activa) | Crowdfunding the commons | Red social de financiación colectiva y colaboración distribuida para impulsar proyectos que contribuyan al procomún, el conocimiento libre y el código abierto. | Recompensa | All or nothing | Doce rondas de 40 días cada una | 8% | Proyectos Impulsor Usuario Colaborador Retorno colectivo Recompensas individuales | 17 | 49 | |
|  | Titular Crowdthinking SL, con domicilio social en Barcelona. | Febrero 2013 (activa) | La fábrica de ideas | Tienen cabida no solo los proyectos de I+D+i, sino que también empresariales, culturales y benéficos, con o sin necesidades de financiación. | Recompensa | All or nothing | 40 días | - | Ideas Proyecto Aportación Acciones Crowdthinking Emprendedor Recompensas Meceñas | 0 | 22 | |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Cleim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio 2012 2013 | |
|---|---|---------------------------------------|---|--|------------|---------------------------|-------------------------------------|-------------------------|--|--------------------------------|----|
|  | MMC presente en Francia, Alemania y UK abre su sede en Madrid a través de Borja Prieto. | Noviembre 2012 (activo) | Pioneros de la financiación participativa | MMC pers los creadores con proyectos interesantes: música, cómics, libros, pero también tecnología, videojuegos, patrimonio, fotografía, cine... | Recompensa | All or nothing | 180 días máximo | 5% | Proyectos Inversiones Meconas Aportaciones | 0 | 18 |
|  | Titular comunitae.com SL con sede en Madrid. Creado por Arturo Cervera. | Junio 2009 (activo) | Se hacen realidad | Contacta personas que necesitan financiación con otras que quieren obtener rentabilidad por su dinero, de forma alternativa a la banca tradicional. Apoyo de Cabiedes & Partners, Good Investment, François Debaix y Capital Riesgo Good Invest. | Préstamo | All or nothing | - | 2% | Préstamo Crédito Rentabilidad | 0 | 6 |
|  | Titular Ideas crowdfunding SL con sede en Barcelona. | Febrero 2012 (activo) | Lanzamiento de proyectos y empresas | Realmente nos involucramos en los proyectos que lanzamos. Creemos que esa es la única manera de sacarlos adelante... | Inversión | Keep it all (mín del 70%) | 2 rondas de 30 + 60 días (mín. 70%) | 5% | Ideas Proyecto Recompensa Emprendedor Meconas Inversiones | 0 | 5 |
|  | Let's Projeegt SL con domicilio en Barcelona. Fundado por Valentí Aconcia. | Enero 2012 (activo) | Incubating ideas with crowdfunding | Projeegt es crowdfunding con asesoramiento experto. Como crowdfunding asesoramos a creadores y marcas en la creación de campañas de crowdfunding. | Recompensa | Keep it all | 45 días | 5% | Creador Meconas Ideas Aportación Recompensa | 0 | 5 |

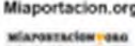



Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------|--|---|------------|----------------|-------------------|--------------------------|--|----------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Kickproject.com  | El titular es QSTAR S.L.U., con domicilio social en Barcelona. | Agosto 2011 (activo) | Una nueva forma de financiar la creatividad | Una nueva forma de financiar la creatividad. Puedes crear y apoyar campañas desde cualquier país. | Recompensa | Keep it all | 180 días máximo | 5% | Proyecto Creadores Colaboradores Recompensas | 9 | 1 |
| Idearapida.com  | Creado por Idea Rápida SL, con sede en Madrid. | Junio 2013 (activo) | Crowdfunding 2.0 | Creadores independientes, colaboradores, emprendedores, promotores culturales, asociaciones y ONG encontrarán un punto de encuentro para financiar y colaborar mutuamente. | Recompensa | A elegir | Sin límite | 4% éxito 8% sin éxito | Creador Proyecto Recompensas Colaboradores Idea Emprendedores | 0 | 0 |
| Somosamalgama.com  | Pertenece a Grupo Amalgama XXI SL, con sede en Zaragoza. | Junio 2013 (activo) | Una plataforma de financiación colectiva | Una plataforma de financiación colectiva en la que creadores y financiadores trabajan juntos para materializar iniciativas y proyectos de cualquier índole. | Recompensa | All or nothing | 24 y 42 días | 5% | Creadores Proyectos Meta | 0 | 0 |
| Potlatch.es  | La web pertenece a Púrpura Visual, con domicilio en Barcelona | Septiembre 2012 (activo) | Una plataforma de financiación de proyectos para el bien común | Espacio pensado para todo el que tenga inquietudes, ya sea proponiendo o apoyando proyectos de interés cultural, científico, tecnológico, social... y que a través de su realización beneficie a un gran número de gente. | Recompensa | All or nothing | 45 días | 5% | Mecenas Recompensas Creador Proyecto | 0 | 0 |




Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio 2012 2013 | |
|--|--|---------------------------------------|--|---|------------|----------------|----------------------------|-------------------------------|---|--------------------------------|---|
| Plataformas generalistas (no activas) | | | | | | | | | | | |
| Fandyu.com  | El titular es FMH ventures SL, con domicilio social en Madrid. | Enero 2012 (no activa) | La plataforma para financiar tu proyecto | Una plataforma de crowdfunding de proyectos creativos, emprendedores o sin ánimo de lucro. | Recompensa | All or nothing | A elegir: 30, 60 o 90 días | 6% 3% sin lucro | Proyecto Emprendedor Patrocinador Aportación Programa de compensaciones | 20 | 0 |
| Mynbest.com  | El titular es Mynbest Crowdfunding SL, con sede en Barcelona. | Junio 2012 (no activa) | Crowdfunding for your projects | Promocionar y potenciar proyectos ayudándoles a conseguir financiación a través de su plataforma. | Inversión | All or nothing | 90 días máximo | Entre un 5 y 10% 3% sin lucro | Proyecto Creador Inversor Aportación Recompensa | 3 | 0 |
| Volanda.com  | El titular es Volanda SL, con sede social en Madrid. | Abril 2011 (no activa) | Red de innovadores | Plataforma de apoyo, financiación y seguimiento dirigida a creadores y emprendedores que buscan lanzar proyectos creativos e innovadores. | Recompensa | All or nothing | Sin límite | 5% 0% sin lucro | Proyecto Autor Apoye Recompensas | 1 | 0 |
| Fandinguea.com  | El Grupo 11-B, estudiantes de un curso de Formación Profesional Específica de Diseño Web y Multimedia. | Noviembre 2012 (no activa) | Plataforma crowdfunding del Campo de Gibraltar | Un referente donde poder compartir y, sobre todo, poder conseguir que creadores/impulsores de proyectos vean como esas ideas ven la luz. | Recompensa | Sin definir | Sin definir | Sin definir | Sin definir | 0 | 0 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio 2012 2013 | |
|---|--|---------------------------------------|--|--|-----------------|-----------------------|----------------------|-------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-----------|
| Plataformas solidarias (activas) | | | | | | | | | | | |
|  | <p>Pertenece a la fundación Miaportación, con sede en Barcelona. Creada por Manuel Roca, cofundador de Atrápalo</p> | <p>Mayo 2010 (activa)</p> | <p>Ayuda a gente necesitada con sus pequeñas necesidades</p> | <p>Pone en contacto necesidades de ONGs y asociaciones con personas que quieren cubrirlos. Necesidades económicas, materiales, sanitarias o comida.</p> | <p>Donación</p> | <p>Keep it all</p> | <p>Sin límite</p> | <p>0%</p> | <p>Necesidades Aportaciones</p> | <p>18</p> | <p>16</p> |
|  | <p>Creada por la Fundación Hazlo posible, con sede en Madrid</p> | <p>Enero 2012 (activa)</p> | <p>Apoya proyectos que hacen del mundo un lugar mejor para todos</p> | <p>Orientada exclusivamente a la financiación de proyectos de ONGs constituidas en España.</p> | <p>Donación</p> | <p>All or nothing</p> | <p>3 meses</p> | <p>0%</p> | <p>ONG Donaciones</p> | <p>4</p> | <p>11</p> |
|  | <p>Creada por la Fundación Real Dreams, con sede en Barcelona</p> | <p>Enero 2012 (activa)</p> | <p>La forma más fácil y segura de ayudar</p> | <p>ONG constituidas en España presentan sus proyectos en la plataforma.</p> | <p>Donación</p> | <p>Keep it all</p> | <p>Sin límite</p> | <p>0%</p> | <p>ONG Apoyos</p> | <p>7</p> | <p>10</p> |
|  | <p>Asociación Trustpency, con sede en Getafe (Madrid), fundada por Sergio Aguado, Jose Luis Muñoz y Ramón Urdemolins</p> | <p>Diciembre 2012 (activa)</p> | <p>Transparency to trust</p> | <p>Trustpency es la primera plataforma de #storytelling para proyectos sociales que ofrece la oportunidad de mostrar a los donantes el impacto social alcanzado con su aportación.</p> | <p>Donación</p> | <p>Keep it all</p> | <p>Sin definir</p> | <p>0%</p> | <p>Donantes</p> | <p>0</p> | <p>9</p> |




Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Clasificación de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------|---|--|-----------|----------------|-------------------|----------------------|--|----------------|-------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | Worldcoo SL, con sede en Creixell (Barcelona). Fue fundada por Sergi Figueras, Auriel Bou i Bernat Mir. Posteriormente, se une a la empresa Kic InnoEnergy y a inversiones privadas. | Enero 2012 (activa) | Co-funding cooperación | Web interactiva donde los usuarios proponen proyectos de ingeniería de cooperación y las personas interesadas pueden hacer microdonaciones para estos proyectos. | Donación | All or nothing | De 30 a 180 días | 0% | Donación Sponsor Mentor | 0 | 7 |
|  | Improve Change SL, con sede social en Barakaldo. Creado por Jorge Garcia, Alicia Garcia, Iker Etxebarria y Sergio Garcia. | Diciembre 2012 (activa) | Ayudando a dar vueltas a los retos sociales | Ayuda a proyectos solidarios de personas en España. | Donación | All or nothing | 90 días | 0% | Usuario promotor Usuario aportante Aportación Reto | 0 | 2 |
| Plataformas solidarias (otro formato) (activas) | | | | | | | | | | | |
|  | Creada por la Fundación Teaming, con sede en Sant Cugat del Valles | Enero 1998 (activa) | Microdonaciones desde 1998 | Plataforma de microdonaciones a 1 euro al mes. Formación de grupos liderados por el Teaming manager; grupos del trabajo, familiares o amigos que financian causas sociales. Forma de voluntariado corporativo. | Donación | Keep it all | Sin límite | 0% | Teaming manager - Teamer - Grupo Teaming - Donación | 329 | 1.480 |


Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------|-----------------------------------|---|-----------|-------------|-------------------|----------------------|-------------------------------------|----------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | Asociación Sport2help, con sede en Barcelona. Fundado por Dennis Torres, Marc Morató y Xavi Roca | Noviembre 2012 (activo) | Healthy donations | Plataforma para financiar proyectos solidarios a través del deporte. Cada supporter tiene su perfil donde explica sus retos y a qué entidad quiere ayudar. No hay un objetivo fijo de financiación. | Donación | Keep it all | Sin límite | 2% | Supporter Helper Challenge Donativo | 0 | 15 |
|  | Fundado por Aleksandra Zenka. Cuenta con el apoyo de iwth. | Septiembre 2012 (activo) | The world you create | Proyectos para ayudar a personas, conservar el medio ambiente o proteger a los animales. La plataforma selecciona proyectos de ONG y los somete a votación, el ganador recibe una subvención. | Donación | Keep it all | Sin límite | 0% | Donación ONG Subvención | 0 | 13 |
|  | Iniciativa de la Fundación Deportistas Solidarios en Red | Junio 2011 (activo) | Únete al Deporte con Causa | Si crees que el mundo necesita un cambio, aquí tienes un lugar para actuar. Apoya un reto, dona a una causa. | Donación | Keep it all | A elegir | 5% | Reto Causa Eventos Donación | 0 | 4 |
|  | La plataforma la crea Integra Información y Comunicación SL, con sede en Madrid | Marzo 2013 (activo) | Colabora con poco, ayuda a muchos | Una plataforma de crowdfunding para el uso de instituciones, obispos, congregaciones, parroquias, centros concertados y ONG religiosas. | Donación | Keep it all | Media 90 días | 0% | Proyectos Usuarios Donación | 0 | 3 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|--|--|---------------------------------|--|--|--------------------------|----------------|-------------------|----------------------|--|----------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Bbvasuma.com  | Iniciativa del Grupo BBVA. | Febrero 2012 (activa) | Cumple tu sueño o descubre cómo ayudar a otros | Una iniciativa del Grupo BBVA que ofrece a sus clientes particulares, interesados en recaudar fondos para sus causas. | Donación | All or nothing | Sin límite | 0% | Creadores Usuarios Causas Donaciones | 4 | 1 |
| Socialbid.es  | Titular de los empresarios Eduardo Giménez y Rodrigo Aguirre, con el apoyo de eBay, Caja Navarra y MRW. | Enero 2012 (activa) | Famosos con causa | Plataforma online que se define como un outlet solidario y de subastas de experiencias con famosos. Se difunde a través de Facebook y los ingresos se destinan a ONG. | Recompensa | Keep it all | Sin límite | - | - | 0 | 0 |
| 1x1Microcredit.org  | Equipo de profesionales con un comité honorífico (exdirector UNESCO, Federico Mayor Oreja o Alfredo Pastor IESE y exsecretario de Estado de Economía de España). | Enero 2013 (activa) | Making dreams happen | Apoya a emprendedores a salir de su situación de pobreza. Propone dar financiación a emprendedores pobres a través de microcréditos ofrecidos por inversores sociales privados. | Préstamo Microcrédito | Sin definir | Sin límite | 4% | Emprendedor Socio local Micropréstamo Inversor social | 0 | 0 |
| Enicative.com  | El promotor es Interactiva Proactiva SL, con domicilio social en Barcelona. | Septiembre 2012 (activa) | Apoyamos el desarrollo de las entidades sin ánimo de lucro | Primera plataforma que favorece el impulso y desarrollo de las entidades sin ánimo de lucro, mediante la implicación gratuita de los usuarios. Se trata de un sistema de votación. | Donación | All or nothing | 60 días | 5% | Empresa Donación | 0 | 0 |





Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Clasificación de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------|---|---|-----------|----------------|-------------------|----------------------|--|----------------|-------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | Worldcoo SL, con sede en Creixell (Barcelona). Fue fundada por Sergi Figueras, Auriel Bou i Bernat Mir. Posteriormente, se une a la empresa Kic InnoEnergy y a inversiones privadas. | Enero 2012 (activa) | Co-funding cooperación | Web interactiva donde los usuarios proponen proyectos de ingeniería de cooperación y las personas interesadas pueden hacer microdonaciones para estos proyectos. | Donación | All or nothing | De 30 a 180 días | 0% | Donación Sponsor Mentor | 0 | 7 |
|  | Improve Change SL, con sede social en Barakaldo. Creado por Jorge Garcia, Alicia Garcia, Iker Etxebarria y Sergio Garcia | Diciembre 2012 (activa) | Ayudando a dar vueltas a los retos sociales | Ayuda a proyectos solidarios de personas en España. | Donación | All or nothing | 90 días | 0% | Usuario promotor Usuario aportante Aportación Reto | 0 | 2 |
| Plataformas solidarias (otro formato) (activas) | | | | | | | | | | | |
|  | Creada por la Fundación Teaming, con sede en Sant Cugat del Valles | Enero 1998 (activa) | Microdonaciones desde 1998 | Plataforma de microdonaciones a 1 euro al mes. Formación de grupos liderados por el Teaming manager; grupos del trabajo, familiares o amigos que financian causas sociales. Forma de voluntariado corporativo | Donación | Keep it all | Sin límite | 0% | Teaming manager - Teamer - Grupo Teaming - Donación | 329 | 1.480 |





Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Carpetas junio 2012 2013 |
|---|--|---------------------------------------|-----------------------------------|---|-----------|-------------|----------------------|-------------------------|-------------------------------------|--------------------------------|
|  | Asociación Sport2help, con sede en Barcelona. Fundado por Dennis Torres, Marc Morató y Xavi Roca | Noviembre 2012 (activo) | Healthy donations | Plataforma para financiar proyectos solidarios a través del deporte. Cada supporter tiene su perfil donde explica sus retos y a qué entidad quiere ayudar. No hay un objetivo fijo de financiación. | Donación | Keep it all | Sin límite | 2% | Supporter Helper Challenge Donativo | 0 15 |
|  | Fundado por Aleksandra Zenka. Cuenta con el apoyo de iwth. | Septiembre 2012 (activo) | The world you create | Proyectos para ayudar a personas, conservar el medio ambiente o proteger a los animales. La plataforma selecciona proyectos de ONG y los somete a votación, el ganador recibe una subvención. | Donación | Keep it all | Sin límite | 0% | Donación ONG Subvención | 0 13 |
|  | Iniciativa de la Fundación Deportistas Solidarios en Red | Junio 2011 (activo) | Únete al Deporte con Causa | Si crees que el mundo necesita un cambio, aquí tienes un lugar para actuar. Apoya un reto, dona a una causa. | Donación | Keep it all | A elegir | 5% | Reto Causa Eventos Donación | 0 4 |
|  | La plataforma la crea Integra Información y Comunicación SL, con sede en Madrid | Marzo 2013 (activo) | Colabora con poco, ayuda a muchos | Una plataforma de crowdfunding para el uso de instituciones, obispos, congregaciones, parroquias, centros concertados y ONG religiosas. | Donación | Keep it all | Media 90 días | 0% | Proyectos Usuarios Donación | 0 3 |





Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|--|--|---------------------------------|--|--|--------------------------|----------------|-------------------|----------------------|--|----------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Bbvasuma.com  | Iniciativa del Grupo BBVA. | Febrero 2012 (activa) | Cumple tu sueño o descubre cómo ayudar a otros | Una iniciativa del Grupo BBVA que ofrece a sus clientes particulares, interesados en recaudar fondos para sus causas. | Donación | All or nothing | Sin límite | 0% | Creadores Usuarios Causas Donaciones | 4 | 1 |
| Socialbid.es  | Titular de los empresarios Eduardo Giménez y Rodrigo Aguirre, con el apoyo de eBay, Caja Navarra y MRW. | Enero 2012 (activa) | Famosos con causa | Plataforma online que se define como un outlet solidario y de subastas de experiencias con famosos. Se difunde a través de Facebook y los ingresos se destinan a ONG. | Recompensa | Keep it all | Sin límite | - | - | 0 | 0 |
| 1x1Microcredit.org  | Equipo de profesionales con un comité honorífico (exdirector UNESCO, Federico Mayor Oreja o Alfredo Pastor IESE y exsecretario de Estado de Economía de España). | Enero 2013 (activa) | Making dreams happen | Apoya a emprendedores a salir de su situación de pobreza. Propone dar financiación a emprendedores pobres a través de microcréditos ofrecidos por inversores sociales privados. | Préstamo Microcrédito | Sin definir | Sin límite | 4% | Emprendedor Socio local Micropréstamo Inversor social | 0 | 0 |
| Enicative.com  | El promotor es Interactiva Proactiva SL, con domicilio social en Barcelona. | Septiembre 2012 (activa) | Apoyamos el desarrollo de las entidades sin ánimo de lucro | Primera plataforma que favorece el impulso y desarrollo de las entidades sin ánimo de lucro, mediante la implicación gratuita de los usuarios. Se trata de un sistema de votación. | Donación | All or nothing | 60 días | 5% | Empresa Donación | 0 | 0 |




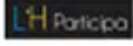
Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campana | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio 2012 2013 | |
|---|---|--|---|--|------------|----------------|----------------------|-------------------------|--|--------------------------------|---|
| Plataformas solidarias (otro formato) (no activas) | | | | | | | | | | | |
|  | El titular es Valioo Opinión SRL, con domicilio en Madrid, una empresa de servicios de marketing. | Marzo 2010 (no activa) | - | Sistema de retribución de opiniones con fin social. Las empresas clientes de Valioo remunerar las evaluaciones y comentarios de los usuarios de Valioo a favor de la ONG elegida. | Donación | Keep it all | Sin límite | 25% | Productos y servicios Empresa clientes Usuarios Evaluaciones ONG | 14 | 0 |
|  | El titular es ASPgens, empresa de soluciones para webs con el patrocinio de Sanitas. | Marzo 2010 (no activa) | Haz algo por la gente que lo necesita | Se marcan retos personales y se elige una ONG receptora de las donaciones. | Donación | All or nothing | Sin límite | 0% | Reto Donaciones | 2 | 0 |
|  | Su titular era Local Network Media SL. Cesó su actividad el 21 junio 2011. | Mayo 2009 (no activa desde septiembre 2011) | Dona dinero a ONG sin gastar ni un euro | Generar fondos a partir de búsquedas hechas desde publicidad complementaria. Cesó su actividad con unos ingresos de 850 euros a repartir entre 34 entidades. | Donación | Keep it all | Sin definir | Sin definir | Sin definir | 0 | 0 |
|  | El titular es Kyglloo Experiences SLNE, con sede social en Barcelona. | Enero 2012 (no activa para fines solidarios) | Sin definir | Es una plataforma de sorteos solidarios y sociales online con fines de recaudar fondos y comunicar proyectos de ONG. Funciona por invitación y a través de participaciones (eKoupons) via mail o Facebook. | Recompensa | Keep it all | Sin límite | 0% | Grupos (grouping) Cadena (linking) eKoupon Invitación Regalo Amigo Patent pending Winner Social winner | 0 | 0 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|--|---|---------------------------------|--|--|------------|--------------------------|-------------------|----------------------|--|----------------|-------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Plataformas artísticas, creativas o culturales (activas) | | | | | | | | | | | |
| Montatuconcierto.com  | Montatuconcierto SL, con sede en Alicante. | Diciembre 2011 (activa) | Entre todos lo hacemos posible | Microfinanciación de conciertos bajo un modelo de demanda, si hay suficientes usuarios fans que lo hagan viable, se confirma y pasan a usuarios promotores. | Recompensa | All or nothing | Sin definir | 8% beneficio | Artista Fundador Usuario Fan Usuario Promotor | 713 | 1.264 |
| Libros.com  | El titular es Ideoico Technologies & Communities SL, con sede en Salamanca. | Octubre 2012 (activa) | The new way to publish books | Plataforma para financiar la edición de libros físicos o digitales. Con más de 11.000 usuarios registrados. | Recompensa | All or nothing | 45 días | Sin definir | Libros Autor Apoyos Recompensas | 4 | 5 |
| Siamm.es  | Creado por Gonzalo de la Figuera, Agustín Tafalla y Jaime Borobia a través de la empresa Siamm Producciones SC, con domicilio social en Zaragoza. | Junio 2013 (activa) | Punto de encuentro para una guerrilla de creadores e innovadores en busca de un ejército de intrépidos mecenas | Financiación para proyectos creativos y artísticos de todo tipo: música, audiovisuales, teatro, literatura, fotografía, cómic, videojuegos, diseño, tecnología, etc. | Recompensa | Keep it all (mínimo 80%) | 25 y 40 días | 6% | Creador Proyecto Recompensa Mecenas | 0 | 4 |
| Fromlab.com  | Propiedad de Fanfunding SL, con sede en Valencia. Está dirigida por Mireia Valdecabres y forma parte de la actual edición Plug & Play España. | Abril 2013 (activa) | Crowdfunding para todos | Permite a creadores de productos físicos e inventos conseguir financiación para hacer realidad sus proyectos. Conocida también como fanfunding es | Recompensa | All or nothing | 40 días | 6% | Cliente Mecenas Producto Reserva | 0 | 4 |


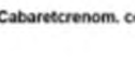



Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas JUNIO | |
|---|---|---------------------------------------|--|--|------------|----------------|----------------------|--------------------------|---|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | El titular es ETCR events and relocation SL, con sede en Madrid. Con el apoyo del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. | Mayo 2012 (activo) | Punto de encuentro entre creadores y mecenas en la red | Punto de encuentro entre creadores y mecenas, especializada en proyectos culturales (artes escénicas, patrimonio cultural, diseño, música, artes plásticas, publicaciones y audiovisuales) | Recompensa | All or nothing | 40 días | 8% | Proyectos Mecenas Recompensas | 5 | 1 |
|  | El titular es la productora Filmutea SL, con sede en Barcelona. | Mayo 2012 (activo) | Make films. Share your talent | Plataforma para creadores, tanto de la industria audiovisual como de la publicitaria y del entretenimiento en general. | Recompensa | Keep it all | 40 días | 4% éxito 7% sin éxito | Proyectos Mecenas Recompensas | 15 | 0 |
|  | Propiedad de Circolo de Lectores SA. Domicilio social Barcelona. Dirección Julio Ramón, Pablo Irún, Eva Cornejo, Carlos Ciza y Timon Regas. | Mayo 2013 (activo) | Invirtiendo en cultura | Alzate es una plataforma de inversión colectiva destinada a financiar proyectos de libros, música y arte con la ayuda de la comunidad y el apoyo de empresas reconocidas. | Inversión | All or nothing | 30 días | 5% | Creador Inversor Partner | 0 | 0 |
|  | El promotor es la Associació Juvenil l'Hospitalet Participa, que tiene como objetivo la creación cultural en la ciudad de L'Hospitalet. | Diciembre 2012 (activo) | | Plataforma segura y fácil de utilizar para que los creadores puedan dar a conocer sus proyectos y los evaluadores puedan financiarlos. | Recompensa | All or nothing | 30 días | 5% | Creadores Avaliadores Proyecto Premios Donativo | 0 | 0 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------------|---------------------------------------|---|------------|-------------------|----------------------|-------------------------|---|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | Pertenece a Mola Music SL, con sede social en Palma de Mallorca. | Mayo 2013 (activa) | - | Plataforma de crowdfunding exclusiva para la industria musical. | Recompensa | All or nothing | 60 días | 5% | Artista Fan Profesional Promotoras | 0 | 4 |
|  | El titular es Arts Funding scp, con sede en Lleida, y fue creado por Mercé Ballespi y Albert Arnauat. | Junio 2012 (activa) | Crowdfunding arts | Ayuda a financiar cualquier proyecto creativo e innovador a través del crowdfunding o micromecenazgo. | Recompensa | All or nothing | 40 días | 3% | Spreading arts Recompensas Proyecto Aportaciones Creadores Impulsores Agentes culturales | 0 | 3 |
|  | El titular es Netowak Media SL, con sede en Sant Fost de Campsentelles. | Enero 2012 (activa) | Film crowdfunding | Especializada en cine y proyectos audiovisuales para España y los países de habla hispana. Plataforma sectorial: distribuidores, creativos y financiadores. | Recompensa | All or nothing | 40 días | 5% | Creador Kifunders o micromecenazgos Recompensas | 5 | 2 |
|  | Live Deed SL, con sede en Barcelona. Creada por Aroa Armada | Octubre 2012 (activa) | Sin él no hay música en directo | Un espacio de gestión y de relación que posibilita que artistas, salas y fans colaboren por un objetivo común: la organización de un concierto. | Recompensa | All or nothing | 17 días | 6% | Artistas Salas Prevista Concierto Sondeo | 0 | 2 |
|  | Titular es Firstclap Music SL, con sede en Barcelona | Febrero 2012 (activa) | Playground for music lovers | Financia proyectos musicales e incluye un catálogo musical. Ranking de músicos más valorados. 31 canciones y 8 álbumes registrados. | Recompensa | All or nothing | De 10 a 100 días | 0% | Artistas Clapfunding Mecenasgo Usuarios Recompensas | 31 | 1 |





Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Clasificación de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campana | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---|-----------------------------------|--|------------|---------------------------------|----------------------|-------------------------|--|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | De Interaudio Post Pro SL, con sede en Valencia. | Octubre 2012 (activo) | | Espacio específicamente pensado por y para la música, gestionado por profesionales del sector dispuestos a asesorarte en todas las etapas de tu proyecto. | Recompensa | All or nothing | 40 días | 4% | Artistas Bandas Creadores Recompensas Aportaciones | 0 | 0 |
| Plataformas artísticas, creativas o culturales (no activas) | | | | | | | | | | | |
|  | Los contenidos se encuentran bajo Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial- CompartirIgual 3.0. | Enero 2012 (no activa - junio 2013) | | Crowdfunding de libros. Financia proyectos literarios y de corte periodístico. | Recompensa | All or nothing | 40 días | | Iniciadores Mecenajes Recompensas | 7 | 0 |
|  | La web no registra actividad desde el 11/12/2010 según el informe de Google Sites. | Octubre 2011 (no activa) | | Se define como un punto de encuentro para jóvenes emprendedores. | Recompensa | All or nothing | Sin definir | Sin definir | Sin definir | 0 | 0 |
|  | Es la plataforma de crowdfunding vinculada a la revista Rock estatal. | Octubre 2012 (no activa) | Crowdfunding para músicos | La primera plataforma de crowdfunding especializada en bandas de Rock. | Recompensa | All or nothing | Sin definir | Sin definir | Sin definir | 0 | 0 |
|  | El titular es Rock & Dream, con domicilio en Granada | Junio 2012 (no activa) | Crowdfunding for live music | Rock & Dream ofrece a público, bandas y espacios para la música en vivo la posibilidad de financiar colectivamente sus conciertos. | Recompensa | Keep it all (mín del 75%) | | | Concierto Asistentes Aportaciones Managers Promotores Artistas Recompensas | 0 | 0 |





Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------------|--|--|-----------|----------------|----------------------|-------------------------|--|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Plataformas científicas (activas) | | | | | | | | | | | |
|  Taracea.fecyt.es taracea: | El titular es la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT), con sede en Madrid. | Julio 2011 (activa) | La ciencia del mañana se está construyendo hoy | Programa de patrocinio y reconocimiento de la FECYT, en exclusiva para los proyectos que estén acreditados por ella. | Donación | Keep it all | Sin límite | - | Proyecto Donación Benefactor Recompensas | 51 | 4 |
|  Vorticex.org VORTICEX | El titular es Vorticex Crowdsourcing and Crowdfunding Research Platform SL, con sede en Navarra. | Febrero 2012 (activa) | Crowdfunding en I+D+i ciencia e investigación | La financiación y colaboración colectiva de proyectos de investigación y ciencia a través de Internet. | Donación | Keep it all | 60 días | 5% | Donaciones Colaboraciones Recompensas Meconas | 0 | 4 |
|  Ilovescience.es I LOVE SCIENCE | El creador de Ilovescience, es Iue I Love Science SL. | Diciembre 2012 (activa) | Abraza la ciencia | Plataforma internacional para la financiación de proyectos científicos. | Donación | All or nothing | De 30 a 60 días | 1% | Proyectos científicos Donaciones Recompensa Proyectos | 0 | 1 |
|  f4r.org F4R FUND FOR RESEARCH | El titular es Asociación FUNDS4 RESEARCH, con sede en Barcelona. | Junio 2012 (activa) | Crowdfunding para investigación y ciencia | Búsquedas de financiación para llevar a cabo proyectos de investigación y lograr mayor concienciación de la sociedad, administraciones públicas y diferentes agentes sociales. | Donación | All or nothing | Entre 30 y 45 días | 5% | Aportaciones Proyectos Equipo investigación Meconas | 0 | 1 |




Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campana | Fee de la plataforma | Términos | Campañas JUNIO | |
|---|--|---------------------------------------|---|---|------------|-------------------|----------------------|---|---|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Plataformas empresas y startups (activas) | | | | | | | | | | | |
|  | Javier Vilaseca, CEO & Founder de Insane Marketing SL, con sede en Madrid. | Diciembre 2010 (activa) | Líderes en inversión colectiva | Ofrece a emprendedores la oportunidad de encontrar inversores para sus proyectos y a inversores de participar en proyectos empresariales que les generen rentabilidad. | Inversión | All or nothing | 90 días | 5% | Emprendedor Inversión Equity crowdfunding | 508 | 614 |
|  | El titular es PartiZipa Colaboración en el Desarrollo de Negocios SL, con sede en Madrid. | Noviembre 2007 (activa) | Nuevas formas de hacer negocios | Pioneros en España del P2C lending para proyectos empresariales. Analizan los proyectos, los seleccionan y ofrecen a inversores particulares. | Préstamo | Sin definir | Sin definir | Variable | Emprendedor Proyectos Ideas Inversor Mercado Participación | 46 | 278 |
|  | Propiedad de Inversión empresarial SL, con domicilio social en Córdoba. | Abril 2012 (activa) | Una pequeña inversión puede crear un gran proyecto empresarial | Alternativa a los emprendedores que buscan una financiación para sus ideas, y una oportunidad para los inversores de financiar proyectos. | Inversión | All or nothing | 90 días máximo | - | Proyecto Inversores Financiación Emprendedor Rentabilidad | 0 | 140 |
|  | El titular es Injoinet Technologies SL, con domicilio social en Madrid. | Junio 2011 (activa) | Hoy lo haremos posible | Plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores. Asesora a emprendedores con el análisis previo del proyecto y la realización del prototipo. | Recompensa | All or nothing | 90 días máximo | 5% + Fijo por servicios desde 200 a 2.750 € | Proyecto Creador Seguidores Aportaciones Recompensas | 13 | 12 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|---|---------------------------------------|---------------------------------|--|-------------------------|----------------|----------------------|-------------------------|--|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  | Propiedad de Rad de Ynversion SL, con sede en Santander | Enero 2013 (activa) | La inversión con y. | Funcionamos en equipo poniendo en relación a los emprendedores que publican su proyecto en nuestra web con los potenciales inversores de dichos proyectos | Inversión | All or nothing | 90 días | 4 o 5% 500 € fee | Proyecto Emprendedor Inversor Acciones Rentabilidad | 0 | 11 |
|  | Solvare Capital SL, con sede en Barcelona. Fundador Juan Álvarez de Lara. Colaboraciones de universidades (UB, UPC, UDC), fundaciones y el Ayuntamiento de Barcelona. | Junio 2012 (activa) | Sin definir | Plataforma online de financiación colectiva para proyectos con necesidad de capital para convertirse en proyectos empresariales. | Recompensa | All or nothing | 90 días | 7% | Creator Emprendedor Supporter Sponsor Advisory Board | 0 | 5 |
|  | Propiedad de Lemon Sales Business SL, Mataró (España) y Países Bajos. | Marzo 2013 (activa) | Crowdfunding your ecosystem | Plataforma abierta a la participación de personas que desean invertir o que quieren contribuir al crecimiento de jóvenes Empresas que les sean afines. Esta financiación puede ser intercambiable por acciones o por colaboraciones. | Recompensa Inversión | All or nothing | 60 días | 7% | Emprendedor Proyecto Colaborador Inversión | 0 | 4 |
|  | El creador es Isaac Quesada, de EmprenTree SL, con domicilio social en Barcelona. | Noviembre 2012 (activa) | Crowdfunding para emprendedores | Ayuda a recaudar fondos económicos para los emprendedores con el objetivo de poner en marcha startups, negocios, microempresas. | Recompensa | Keep it all | 60 días | 5% | Emprendedor Recaudar Proyecto Cofinanciadores Aportaciones Recompensas Negocio | 0 | 3 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campana | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|--|--|---------------------------------------|--|---|-----------|-------------------|----------------------|--|--|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
|  Arboribus.com | Titular Arbol Financo SL, con domicilio social en Barcelona. Creado por Josep Nebot y Carles Escolano. | Diciembre 2012 (activa) | Conectando empresas e inversores | Inversiones que oscilan entre 20 y 2.000 € en empresas que necesitan financiación y con solvencia demostrada. | Préstamo | All or nothing | 30 días | 2-3% | Inversiones Empresas | 0 | 2 |
|  Puentis.com | De Puentis 2012 SL, con domicilio en Barcelona. Creado por Ana Muñoz y Pilar de Torres. | Marzo 2013 (activa) | Donde inversores prestan a empresas | Plataforma de unión entre empresas e inversores, haciendo posible la inversión directa de préstamos en un entorno sencillo y transparente. | Préstamo | Keep it all | Sin definir | 2-3,5% empresa 0,25% inversor | Empresa Préstamos Inversor | 0 | 2 |
|  Thecrowdangel.com | El titular es Inversady Capital Company SL, con sede en Barcelona. | Febrero 2012 (activa) | Business angeling made easy | Plataforma de crowdfunding que permite invertir online en una selección de startups investment ready. 490 Crowd Angels registrados. | Préstamo | All or nothing | 60 días máximo | Varia | Deal Flow Business Angel Crowd Angels Partners Participación | 2 | 0 |
|  Seedquick.com | El mismo propietario que Lanzanos, Technology SL, con domicilio social en Ciudad Real. | Junio 2012 (activa) | Con pequeñas participaciones pueden ser parte de grandes empresas | Dirigido a startups e incorpora el crowdsourcing (mejora colectiva) y el crowdfunding (financiación colectiva) del proyecto. | Inversión | Sin definir | 10 días | 5% | Proyectos Compensar Mezclas | 0 | 0 |
|  Inversore.com | Sin definir | Mayo 2013 (activa) | Crowdfunding para startups | La primera plataforma de crowdfunding en España para invertir directamente en startups permite a emprendedores buscar financiación para lanzar startups o crear negocios con potencial. | Inversión | All or nothing | Sin definir | 5% | Equity crowdfunding | 0 | 0 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|--|---------------------------------|--|---|-------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|---|----------------|----------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| <p>Lanzame.es</p>  | <p>Daniel Puchau y Joan Arús, dos de los fundadores de Lanzame Capital SL, con domicilio en Barcelona. Cuenta con el apoyo de Institut Català de Finances.</p> | <p>Junio 2012 (activo)</p> | <p>El lugar donde las oportunidades de negocio se hacen realidad</p> | <p>En Lanzame creamos en los emprendedores como personas, no como proyectos. Por eso, siempre estaremos a su lado para ayudarle en los primeros, y difíciles, pasos de la creación de su startup.</p> | <p>Inversión</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Proyectos Ideas Patrocinador</p> | <p>0</p> | <p>0</p> |
| <p>Megafounder.com/es</p>  | <p>Dos socios, Jonathan García, exdirector de banca, y su abuelo, que ganaron el premio Yuzz de Fundación Banesto en Girona 2012.</p> | <p>Agosto 2012 (activo)</p> | <p>Forma parte de tus proyectos favoritos</p> | <p>Entusiastas de los nuevos métodos de financiación.</p> | <p>Razonancia</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Fundador Proyectos Pública Aportación</p> | <p>0</p> | <p>0</p> |
| <p>Megustatuidea.com</p>  | <p>Grupo de profesionales con más de 10 años de experiencia en el sector financiero y mundo empresarial.</p> | <p>Febrero 2013 (activo)</p> | <p>Dinero para proyectos, rentabilidad para tu inversión</p> | <p>Búsqueda de financiación para nuevas ideas de negocios, donde se podrán encontrar grandes oportunidades de inversión.</p> | <p>Inversión</p> | <p>All or nothing</p> | <p>Sin límite</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Emprendedor Proyecto Inversor</p> | <p>0</p> | <p>0</p> |
| <p>AD-ventures.es</p>  | <p>Titular AD Ventures (Artesanos Digitales Ventures), Incubadora de Negocios 2.0, con sede en Madrid.</p> | <p>Enero 2012 (activo)</p> | <p>Incubadora de negocios digitales</p> | <p>Invertir en las startups de la incubadora de Negocios Artesanos Digitales Ventures. Es una plataforma privada a la que solo se puede acceder por invitación y registro previo.</p> | <p>Inversión</p> | <p>Keep it all</p> | <p>Sin límite</p> | <p>Sin definir</p> | <p>Empresa Emprendedor Inversor Participaciones</p> | <p>0</p> | <p>0</p> |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|---|---|---------------------------------------|--|---|------------|-------------------|--|---------------------------------|---|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Bihoop.com  | Propiedad de Bihoop Ventures SL, con domicilio en Barcelona. Co-founders José Carlos Vallejo, Eugenio Vudex, Karine Rochou, Ignacio Ribes y Jordi Deu. | Marzo 2013 (activa) | Invirtiendo en emprendedores | Plataforma integral de inversión colectiva en empresas de nueva creación. Emprendedores al servicio de emprendedores. | Inversión | All or nothing | Sin límite | 6% IVA | Emprendedor Inversor | 0 | 0 |
| Bestaker.com  | Davalor Consultoría Estratégica y Tecnológica S.L. | Mayo 2013 (activa) | Collective high yield microinvestments | Bestaker es un sitio de confianza y alta rentabilidad para pequeños y grandes inversores de todo el mundo. | Inversión | Sin definir | Sin límite | Sin definir | Crowdfunding Proyectos Inversión Rentabilidad Dividendo Acciones | 0 | 0 |
| Plataformas empresas y startups (no activas) | | | | | | | | | | | |
| Comproyecto.com  | El titular es Intemejano SL, con domicilio social en Madrid. | Agosto 2011 (no activa) | Motor de desarrollo de proyectos | Plataforma de apoyo integral al emprendedor: crowdfunding + e-commerce + servicios. Ofrecen un servicio para facilitar el desarrollo del tejido empresarial y el desarrollo profesional. | Recompensa | All or nothing | 56 días mínimo y 90 días máximo | 5% sin luoro fee 100 € | Responsable Participante Aportación Recompensa | 11 | 58 |
| Nuuuki.com  | El titular del sitio web www.nuuuki. com es Alexis Vegas Egea. | Marzo 2013 (no activa) | Idea. Desarrolla. Emprende. | Ofrece la posibilidad de crear empresas y puestos de trabajo directamente desde la red. Se aportan ideas de negocio y se facilita su puesta en marcha. | Inversión | All or nothing | 80 y 120 días | 0% | Proyecto Emprendedor Inversor Participación Social box | 0 | 6 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio 2012 2013 |
|---|--|---------------------------------------|--|--|------------|----------------|-------------------------------|-------------------------|---|--------------------------------|
|  | El titular es KreanduTech SL, con sede en Palma de Mallorca y con la colaboración del Centro de Innovación de Microsoft. | Marzo 2011 (no activa) | Cartena de jóvenes creadores | Plataforma que crea una comunidad de inversores de apoyo a iniciativas empresariales innovadoras. | Recompensa | All or nothing | 50 días | 5% | Proyecto Emprendedor Inversor | 0 0 |
|  | Iniciativa de dos universitarios gallegos. | Julio 2012 (no activa) | Crowdfunding para proyectos empresariales | Apoya ideas diferentes e ideas innovadoras. | Inversión | Sin definir | Sin definir | Sin definir | Proyectos | 0 0 |
| Plataformas otras temáticas | | | | | | | | | | |
|  | Fundadores Albert Plana, Joan Carrp y Roger Lloret, y Associació Xarxa Digital Catalana "Xadica", con sede en Granollers, Barcelona. | Marzo 2013 (activa) | La plataforma catalana de finançament col·lectiu per a projectes de país | Herramienta que hace posible financiar cualquier tipo de proyectos que compartan un mínimo común denominador de voluntad de progreso y soberanía de Catalunya. | Recompensa | All or nothing | 45 días máximo | 5% | Idea Sumador Promotor Aportaciones Recompensa | 0 5 |
|  | Fernando Sierra y Luis Jiménez, creadores de Doafund SL, con sede social en La Coruña. | Febrero 2012 (activa) | Ayúdale a mantener su hogar | Contacta familias con dificultades para hacer frente a su hipoteca con personas y organizaciones que aportan patrocinios sociales. | Donación | Keep it all | Tiempo de pago de la hipoteca | 0% | Patrocinio Ayuda | 0 4 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Sitio oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campeña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas Junio | |
|--|--|---------------------------------------|---|--|-------------------------|---------------|----------------------|-------------------------|--|-------------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Información sensible. es  | Sensible Code SL, una compañía creada en Madrid en 2012 con el CIF B-66511854 y administrada por el periodista Daniel Montero. | Enero 2013 (activa) | Información Sensible es algo más que un nuevo medio de comunicación | Una plataforma donde profesionales de la información pueden proponer reportajes, libros, documentales o trabajos informativos a los lectores, siendo estos quienes deciden o no su financiación. | Donación | Al or nothing | 10 días | 10% | Reportaje Periodista Lector | 0 | 2 |
| uniempren.es  | Desarrollada por la Universitat de València, con la financiación del Ministerio de Educación, en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los Estudiantes Universitarios. | Abril 2013 (activa) | Ayudamos a nuestros emprendedores universitarios | Ayudar a conseguir financiación para que las personas emprendedoras universitarias puedan desarrollar su proyecto empresarial o social. | Recompensa Inversión | Al or nothing | 40 días | 5% 3% sin lucro | Mecenas Socio Aportación Estudiantes Inversiones | 0 | 2 |
| unitedfoodrepublic.com  | Propiedad de Grupo HS3 SL, con domicilio social en Barcelona. Su creador es Gunnar Sprengel, propietario de la primera cadena de Bubble Tea en Barcelona. | Enero 2013 (activa) | Connecting food lovers | Punto de encuentro entre empresarios y amantes de la comida e incentivar las nuevas ideas en el sector gastronómico. A cambio recibirá cupones a canjear en ese proyecto financiado. | Recompensa | Al or nothing | Entre 30 y 60 días | 5 y 10% | Food lovers Consumidores Prepago Cupones Creador | 0 | 0 |
| DIRUTZA Dirutza.com  | No se especifica | Marzo 2012 (no activa) | Dirutza es la plataforma de crowdfunding diseñada para presentar y apoyar proyectos que se desarrollan en euskera | Dirutza es una plataforma de microfinanciación colectiva con el objetivo de apoyar la creación y promoción de proyectos que aporten valor a la cultura vasca. | Recompensa | Al or nothing | 42 días | 0% | Proyecto Recompensa | 0 | 0 |

Censo propio de plataformas registradas en el Estado español a junio 2013

| Site oficial Logotipo | Fundador o promotores de la plataforma | Inicio de la actividad (estado) | Claim de la plataforma | Autodescripción | Tipología | Modalidad | Tiempo de campaña | Fee de la plataforma | Términos | Campañas junio | |
|--|--|---------------------------------|---|--|------------|----------------|-------------------|----------------------|--|----------------|------|
| | | | | | | | | | | 2012 | 2013 |
| Patrocinales.com  | VERSUS Multimedia SL es el promotor de la plataforma con sede en Madrid. | Mayo 2010 (activo) | La primera red de crowdfunding deportivo. | Red social de deportes que funciona como plataforma de crowdfunding y como punto de encuentro entre patrocinadoras y deportistas. | Donación | Keep it all | De 30 a 180 días | | Patrocinador Recompensas Deportistas | 0 | 0 |
| Crowdshirt.com  | Sin especificar | Marzo 2012 (no activa) | Crowdfunding para camisetas. | Creadores independientes de camisetas proponen sus diseños para que sean votados en la red, la comunidad decide cuáles de ellos pasaban a la fase de producción. | Recompensa | All or nothing | Sin definir | Sin definir | Sin especificar | 0 | 0 |

ANEXO 2

Guía completa de plataformas crowdfunding en España por Crowdacy.com

| Nombre | Descripción | Tipo |
|-----------------------|--|-------------------------|
| 1x1 Microcredit | Somos una organización sin ánimo de lucro con la misión de apoyar a emprendedores a salir de su situación de pobreza. | Préstamo / microcrédito |
| Apontoque | Crowdfunding deportivo | Recompensa |
| Arboribus | Arboribus es el espacio donde las personas pueden prestar dinero a empresas sólidas y rentables. | Préstamo |
| Banded | Banded es una plataforma web de conciertos bajo demanda basada en el concepto de crowdfunding. | Recompensa |
| BBVA Suma | BBVA Suma es una plataforma digital de financiación colectiva para causas solidarias. | Donación |
| Bestaker | Bestaker es un escaparate de proyectos de gran creación de valor y alto potencial de rentabilidad en los que pueden invertir grandes y pequeños inversores. | Inversión |
| BetterNow | BetterNow te ofrece una posibilidad rápida, fácil y gratis de crear tu propia página de recaudación de fondos y así, ayudar a los demás. | Donación |
| Blihoop | Plataforma de inversión en Startups de nueva creación. | Inversión |
| Bizup | Es la primera plataforma de crowdbuying creada para vender, comprar e invertir en startups, proyectos, pymes y traspasos de negocios. | Inversión |
| Cabaret Crenom | [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Colbrain | Una apuesta por la financiación colectiva y la colaboración entre profesionales. [EN DESARROLLO] | Sin determinar |
| Comproyecto | [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Comunitae | Comunitae es la empresa pionera en préstamos entre particulares de España. | Préstamo |
| Coofunding | cofinançament lliure i cooperatiu. | Recompensa |
| CreaRock | [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| CreoEnTuProyecto | ¿Tienes un proyecto empresarial y necesitas financiero? Ven a descubrir el sistema de financiación de mayor crecimiento en el mundo. | Inversión |
| Crowdfunding España | Plataforma de proyectos creativos. | Recompensa |
| Crowdthinking | Plataforma de apoyo colectivo para ideas, proyectos, empresas. | Recompensa |
| Crowdshirt | [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Curable | Curable.es será la plataforma que permita financiar proyectos relacionados con el mundo sanitario. [EN DESARROLLO] | Donación |
| DeportistasSolidarios | Es una iniciativa de la Fundación Deportistas Solidarios en Red cuyo objetivo es promover actividades deportivas vinculadas con la captación de fondos como expresión de cambio hacia una sociedad más justa. | Donación |
| Dirutza | Dirutza es la plataforma de crowdfunding diseñada para presentar y apoyar proyectos que se desarrollan en euskera. | Recompensa |
| Doafund | Somos una empresa social cuyo objetivo es evitar que familias en riesgo de exclusión pierdan su casa, al no poder hacer frente a su hipoteca. | Donación |
| EcoCrowdfunding | Si promueves una reforestación, campaña de educación ambiental, investigación, publicación o cualquier proyecto centrado en el medio ambiente, el EcoCrowdfunding te puede ser de gran ayuda. | Donación |
| ECrowd! | ECrowd! es la plataforma de crowd lending que permite a sus miembros prestar dinero a proyectos de alta rentabilidad, en la economía real y con un impacto positivo en la sociedad, como proyectos de eficiencia energética, o proyectos de redes de fibra óptica. | Préstamo |
| Emprendelandia | Emprendelandia es un lugar de encuentro entre las personas con ideas que crean empleo y las que creemos en ellas. | Recompensa |
| Fandinguea | [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Fandyu | es la nueva forma de materializar proyectos de todo tipo. [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| FanStyiers | Punto de encuentro entre nuevos creadores, diseñadores y amantes de la moda. [EN DESARROLLO] | Recompensa |
| Filmutea | [CESE DE ACTIVIDAD]. En la actualidad es una productora. | Recompensa |
| Fimoos | Plataforma para apoyar al negocio local. | Recompensa |
| Firstciap | Firstciap es una plataforma creada con el objetivo de acercar a artistas y amantes de la música. | Recompensa |
| Flipover | FlipOver.org es una comunidad de apoyo a proyectos sociales. Trabajamos para conseguir el dinero, el tiempo y los recursos que otras personas necesitan. | Donación |
| FromLab | Plataforma digital que permite a creadores de productos físicos e inventos conseguir financiación para hacer realidad sus proyectos. | Recompensa |
| Fundlike | Fundlike es una plataforma de crowdfunding donde se publican proyectos e iniciativas que necesitan recaudar fondos. | Recompensa |
| Funds4Research | Funds 4 Research (F4R) nace por la pasión de un grupo de personas por la investigación y la ciencia como factor de progreso y bienestar social. | Donación |
| GetYourCause | GetYourCause tiene todo lo que necesitas para conseguir financiar aquello que más te importa, ya seas un emprendedor, un simpatizante de una ONG o simplemente una persona con un sueño. | Donación y recompensa |
| GoalFunds | La primera plataforma de crowdfunding para deportistas | Recompensa |
| Gofundle | Primera plataforma de crowdfunding deportivo | Recompensa |

| | | |
|-------------------------------|--|--------------------------------|
| Goteo | Goteo es una red social de financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida. | Recompensa |
| Grow.ly | El mejor préstamo para tu empresa, la mejor rentabilidad para tus ahorros. | Préstamo |
| Hazlo Posible Microdonaciones | Apoya proyectos que hacen del mundo un lugar mejor para todos. | Donación |
| I Love Science | I Love Science es una plataforma internacional para la financiación de proyectos científicos. | Donación |
| Idea Rápida | Idea Rápida es una nueva forma para financiar ideas, proyectos y empresas, basado en el crowdfunding o financiación en masa. | Recompensa |
| Injoinet | Es una plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores. La nueva opción de crowdfunding que te acompaña en el duro proceso de arrancar tu proyecto. | Recompensa |
| Inproyect | Inproyect.com es una plataforma de encuentro entre inversores y emprendedores. [CESE DE ACTIVIDAD] | Inversión |
| Inverem | Web de financiación colectiva donde una pequeña inversión puede crear un gran proyecto empresarial. | Inversión |
| Inversore | Inversore.com es la Plataforma de Crowdfunding en España que permite a emprendedores buscar financiación para lanzar startups o crecer negocios con potencial. Y a inversores privados, buscar negocios rentables o startups donde invertir dinero a cambio de participaciones. [EN DESARROLLO] | Inversión |
| IsePankur | Plataforma de préstamo escandinava que da el salto a España. | Préstamo |
| Joinmyproject | Joinmyproject es una plataforma que permite financiar todo tipo de proyectos creativos. [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Juntalia | La primera plataforma financiación colectiva (crowdfunding) en Canarias. | Recompensa |
| Kifund | Kifund es la primera experiencia en España y en todos los países de habla hispana de plataforma de crowdfunding única y exclusivamente para cine y medios audiovisuales. | Recompensa |
| Kreandu | [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Kuabol | Kuabol es una plataforma de crowdfunding para conseguir financiación colectiva e impulsar ideas a nivel cultural, empresarial, educativo, social, tecnológico, de investigación, ocio y deporte. | Recompensa |
| L'Hospitalet Participa | El nostre objectiu és evitar que projectes interessants per la societat no es puguin fer per problemes de finançament. | Recompensa |
| La Tahona Cultural | La Tahona Cultural es una plataforma on line para facilitar la financiación de proyectos culturales, basada en el crowdfunding o financiación compartida. | Recompensa |
| Lemon Fruits | Invierte en negocios y proyectos empresariales. Conectando Emprendedores y Jóvenes Empresas con Inversores y Colaboradores | Mixto (recompensa e inversión) |
| Libros.com | Libros.com: Descubre tu próximo libro favorito. Ayuda a publicar nuevos libros a través de nuestra plataforma de crowdfunding editorial. Organiza tu biblioteca, escribe reseñas y puntúa los libros que has leído. Y, si al final decides leer algo nuevo, encuentra los mejores precios sin salir de Libros.com | Recompensa |
| LoHagoPor | Lohagopor: Haz algo por la gente que lo necesita. Crea tu reto solidario. Nosotros te ayudamos a difundirlo. Todo lo que recaudes irá a parar, íntegro, a la ONG que elijas. [CESE DE ACTIVIDAD] | Donación |
| Lánzame | Apostamos por Start-Ups lideradas por grandes emprendedores. Apostamos por las cosas bien hechas. | Inversión |
| Lánzanos | Lánzanos es una nueva forma para financiar ideas y proyectos creativos basado en el concepto de financiación en masa. Un gran grupo de personas puede ser una gran fuente de estímulos y pueden participar en la financiación de proyectos muy creativos. Si un proyecto no se financia totalmente no habrá intercambio de dinero. | Recompensa |
| Mamá Monedero | Mamá monedero es una plataforma que te ayuda a promover y alcanzar tus deseos entre tus familiares y amigos. | Donación |
| Megafounder | Megafounder es una plataforma para emprendedores, Startups y empresas. [EN DESARROLLO] | Recompensa |
| MeGustaTuIdea | Dinero para proyectos, rentabilidad para tu inversión. | Inversión |
| Mi Grano de Arena | Gracias a migranodearena.org podrás crear tu propia web, de forma gratuita, con el objetivo de recaudar fondos para la institución benéfica que tú elijas. | Donación |
| MiAportación.org | Miaportacion.org es un proyecto sin ánimo de lucro que pretende comunicar y cubrir las necesidades que tiene la gente más desfavorecida. Intenta dar respuesta a una pregunta que algunas veces nos hacemos: "me gustaría hacer algo por los demás pero no sé qué hacer". | Donación |
| Micro Inversores | Micro Inversores es una plataforma de crowdfunding dirigida a emprendedores, empresas y startups que quieran desarrollar una idea o un proyecto con un componente innovador importante. | Inversión |
| Mola.FM | Web Crowdfunding con intervención profesional. Trabajamos en armonía para profesionalizar al artista. Creativos, personas, al servicio de la música. | Recompensa |
| Monta tu Luna de Miel | ¿Sueñas con un viaje de novios que se sale de vuestro presupuesto? Consigue fondos gracias a tus amigos y familiares. | Donación |
| MontaTuConcierto | Financia tus conciertos con crowdfunding. | Recompensa |
| My Major Company | Crowdfunding para financiar ideas creativas. | Recompensa |
| Mynbest | Mynbest es una empresa que se dedica a promocionar y potenciar proyectos ayudándoles a conseguir financiación a través de su plataforma. [EN DESARROLLO] | Inversión |
| namebee | Somos una plataforma para proyectos social y políticamente comprometidos. | Recompensa |
| Nestarter | Netstarter es una plataforma de crowdfunding y ayuda a startups, de habla hispana, generando una comunidad activa de emprendedores y financiadores. | Inversión |
| NoTanRaras | Notanraras nace de una idea; la de ayudar a personas invisibles a ser visibles ante la sociedad. | Donación |
| Nuuuki | [CESE DE ACTIVIDAD] | Inversión |
| Participa | Buscamos gente que tenga experiencia y conocimientos para desarrollar un negocio, le ayudamos a concretarlo y financiarlo con la ayuda de nuestros usuarios. | Inversión |

| | | |
|--|--|--------------------------------|
| Patrocinálos | Patrocinálos es una plataforma de patrocinio deportivo mediante el sistema de crowdfunding. Patrocinamos élite, profesionales y aficionados. Además ponemos en juego patrocinios directos entre toda nuestra comunidad. | Donación |
| Potlatch | Potlatch es una plataforma de financiación colectiva. En Potlatch creemos que en tiempos difíciles la aportación de muchos posibilita hacer realidad proyectos que nos benefician a todos. Pequeños gestos que cambian el mundo. | Recompensa |
| Projeegt | Projeegt es crowdfunding con asesoramiento experto. CESE DE ACTIVIDAD | Recompensa |
| RealizaTuLibro | Crowdfunding para libros | Recompensa |
| Redfunders | [EN DESARROLLO] | Mixto (recompensa e inversión) |
| Rock&Dream | Es una forma distinta de apostar por la música en directo. Rock&Dream ofrece a público, bandas y espacios para la música en vivo, la posibilidad de financiar colectivamente sus conciertos. | Recompensa |
| Seed & click | 1ª plataforma online de financiación colectiva (crowdfunding) de startups y proyectos empresariales de cualquier sector con necesidad de capital. | Recompensa |
| Seedquick | [EN DESARROLLO] | Inversión |
| Siamm.es | En Siamm Crowdfunding tienen cabida todo tipo de proyectos creativos y artísticos. | Recompensa |
| SmileMundo | ¡En SmileMundo creemos que todo el mundo tiene el poder y la fuerza para crear el cambio y que juntos tenemos la capacidad de hacer de este cambio algo sustancial! | Donación |
| Socios Inversores | Unimos emprendedores con inversores. | Inversión |
| SomosAmalgama | Plataforma aragonesa de crowdfunding | Recompensa |
| Spa&Racing | Una nueva plataforma de crowdfunding destinado a eventos (rodadas) organizados en circuitos de velocidad y de karting. [EN DESARROLLO] | Recompensa |
| Sport2Help | Sport2help nace con la voluntad de hacer una red social solidaria. Cada Sporter tiene su perfil donde puede ir explicando los detalles de los retos que se marca y a qué entidad quiere ayudar. | Donación |
| Taracea | Taracea es el programa de patrocinio y mecenazgo de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). | Donación |
| Teaming | Teaming es una iniciativa solidaria que nació en el año 1998 y que ayuda a los demás mediante microdonaciones de 1 euro. Todos los que hacemos Teaming donamos 1 euro al mes y lo destinamos a aquella causa social que elegimos. | Donación |
| The Crowd Angel | The Crowd Angel es la primera plataforma de crowdfunding que te permite invertir online en una selección de startups investment ready. | Inversión |
| Todos a una crowdfunding | Crowdfunding para el Patrimonio Cultural | Recompensa |
| TotSuma | La plataforma catalana de finançament col·lectiu. | Recompensa |
| Trustparency | Trustparency surge como la primera plataforma de #storytelling para proyectos sociales con una propuesta centrada en comunicación y en gestión de comunidad. | Donación |
| Ulule | Participa en la financiación de proyectos creativos e Innovadores, recibe recompensas exclusivas. | Recompensa |
| Uniempren | Uniempren es una plataforma crowdfunding, desarrollada por la Universitat de València, con la financiación del Ministerio de Educación, en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los Estudiantes Universitarios. | Mixto (recompensa e inversión) |
| United Food Republic | Apoya a un nuevo concepto culinario o ayuda a traerlo a tu barrio. | Recompensa |
| Verkami | Crowdfunding para financiar proyectos originales y creadores independientes. | Recompensa |
| Vérticex | Vérticex es la primera web global de financiación y participación colectiva (crowdfunding y crowdsourcing) para ciencia e investigación. Además de impulsar la I+D+i, ofrecemos asesoramiento y formación en micromecenazgo y participación distribuida. | Recompensa |
| Win1Dream | WIN1DREAM is the biggest dreams social network in the world! It is a social and cooperative platform that will help you achieve your dreams. | Donación |
| Worldgoo | Bringing people and business together with innovative funding cooperation. | Donación |
| Ynversion.com | Ynversion.com integra un equipo de profesionales de la abogacía y la administración de empresas, expertos en la tutela de inversiones con fuerte vocación emprendedora. | Inversión |
| YoQuieroGrabar.com | Crowdfunding de Música y mucho más... Te ayudamos a financiar tu proyecto, y si lo necesitas te asesoramos sobre cómo dar los primeros pasos. Te ofrecemos un espacio donde poder grabar un disco, montar conciertos, producir un videoclip o una live session, e incluso organizar la presentación de tu trabajo. [CESE DE ACTIVIDAD] | Recompensa |
| Yujoo | Plataforma de elearning. | Recompensa |
| Zank | Prestatarios solventes que buscan un préstamo de bajo coste y ahorradores que buscan un buen retorno se unen para beneficiarse mutuamente. | Préstamo |
| ZiZate | ZiZate es la primera plataforma de crowdfunding, inversión colectiva cultural de España. | Inversión |

Showing 1 to 109 of 109 entries

ANEXO 3

Guía completa de plataformas crowdfunding en España por Universocrowdfunding

Guía de Plataformas de Crowdfunding en España

General

- [Lanzanos.com](#) Se trata de una de las plataformas más importantes del territorio nacional, donde se ha ayudado a financiar toda clase de proyectos, sin embargo son [los proyectos musicales](#) los que están cosechando mejores éxitos.
- [Goteo.org](#) Se trata de una plataforma difícil de encuadrar, ya que aunque hablen de proyectos creativos creemos que su principal característica es "*la difusión del conocimiento libre y/o el código abierto*" como ellos mismo señalan.
- [Volanda.com](#) Para toda clase de proyectos, ideas y emprendedores. Cerrada.
- [Fandyu.com](#) es una plataforma de crowdfunding o financiación colectiva de proyectos creativos, emprendedores o sin ánimo de lucro. Cerrada.
- [Injoinet.com](#) Si bien señalan que tienen hueco para emprendedores y pequeñas empresas, estas están acompañadas de toda una variedad de proyectos y temáticas. Sin proyectos.
- [Mynbest.com](#) Proyectos sociales, culturales o empresariales tienen hueco en esta plataforma. Sin proyectos activos.
- [Projeggt.com](#) Destacan como su punto fuerte el asesoramiento. Cerrada.
- [My Major Company](#). Plataforma internacional recién llegada a España. Llega haciendo bastante ruido.
- [Potlatch](#). Joven e interesante plataforma enfocada al bien común y la creatividad.
- [Seed&Click](#). Plataforma crowdfunding que admite toda clase de proyectos.
- [Crowdthinking](#), la fábrica de ideas. Se definen como una plataforma de apoyo colectivo para ideas. En ella podemos encontrar desde proyectos solidarios, de creación empresas, tecnológicos, etc.

- [Siamm](#). Interesante portal con sede en Aragón y gestionado por profesionales de la comunicación, el diseño y la gestión.
- [Fromlab](#) es una plataforma española especializada en la financiación colectiva de productos físicos.
- [Dirutza](#). Dirutza es la plataforma de crowdfunding diseñada para presentar y apoyar proyectos que se desarrollan en euskera. Cerrada.
- [Kuabol](#). Plataforma de crowdfunding para conseguir financiación colectiva e impulsar ideas a nivel cultural, empresarial, educativo, social, tecnológico, de investigación, ocio y deporte.
- [Fundedbyme](#) plataforma sueca que ha desembarcado en España. Une crowdfunding de recompensas con crowdfunding de participaciones (equity crowdfunding)
- [Get Your Case](#), nueva plataforma para causas personales y sociales, proyectos creativos e ideas de negocio.
- [Juntalia.com](#) , se trata de la primera plataforma de crowdfunding cultural en Canarias. Cerrada.
- [Fundlike](#), nuevo e interesante portal de crowdfunding localizado en Sevilla y donde podemos encontrar proyectos de cualquier ámbito.
- [StartVal](#). Un punto de encuentro para todo tipo de creadores con inversores: diseñadores, pintores, escritores, cineastas, fotógrafos, músicos...
- [Uniempren](#). Plataforma que facilita el acceso a la financiación a los emprendedores, al igual que les ayuda en la búsqueda de socios y en la obtención de colaboración no monetaria para su proyecto social. Promovida por la Universitat de València.
- [Kuabol](#). Plataforma de crowdfunding centrada en educación, empresarial, investigación, ocio y deporte. Un proyecto con elementos diferentes a tener en cuenta.

Empresas, Startups...

- [Sociosinversores.es](#) En esta ocasión no podemos hablar de aportaciones, donaciones o proyectos, sino más bien de socios y creación de empresas. Es la número 1 del equity Crowdfunding en España con más de 60 proyectos financiados.
 - [Thecrowdangel.com](#) Tienen bien definida la temática: Startups de base tecnológica.
 - [Partizpa.com](#) Un buen lugar donde encontrar emprendedores e inversores. Sin proyectos activos.
 - [Comproyecto.com](#) Se definen como una plataforma de apoyo integral al emprendedor. Cerrada.
 - [Inverem.es](#) Ideas, emprendedores e inversores se dan cita en esta web.
 - [Inproxect.com](#) Un lugar para emprendedores con ideas diferentes e innovadoras. Cerrada.
 - [Emprendelandia](#). Se trata de una plataforma, aún en fase beta, que presta atención a la generación de empleo de los que negocios para los que se consigue financiación.
 - [Arboribus](#). Portal que permite a pequeños inversores y particulares apoyar a empresas, que han sido solventes durante años, a través prestamos.
 - [Nestarter](#). Plataforma crowdfunding de apoyo a iniciativas de emprendimiento y creación de empresas y además proyectos o iniciativas sociales. Sin proyectos activos.
 - [Ynversion](#). Equipo multidisciplinar que te ayudará a sacar adelante tu proyecto. Sin actividad aparente.
 - [Bihoop](#). Plataforma para invertir en empresas de nueva creación (StartUps) a partir de 1.000 €.
-

- [Nuuuki](#). ¿Quieres montar una empresa o simplemente tienes curiosidad por saber cómo funciona todo?. Sin actividad aparente.
- Megustatuidea. Joven web donde podremos encontrar proyectos e ideas de multiples sectores empresariales y que pretende contribuir a crear un canal fluido para la relación entre inversores y emprendedores en España. Cerrada.
- [Lemonfruits](#). Plataforma para poner en contacto a emprendedores e inversores.
- Fimoos. Para invertir en pequeños comercios. Cerrada.
- [Microinversores](#). Localizada en Málaga es la primera plataforma de crowdfunding basada en préstamos participativos.
- [Creoentuproyecto.com](#) plataforma dual equity/lending (participación en capital y préstamos participativos). Sólo cobran comisión a los proyectos que tienen éxito.
- [Lánzame](#). Portal enfocado a startups y pledge Fund (club de micro-inversores).
- [Crowdcube](#). La plataforma de equity crowdfunding de referencia en Reino Unido llega a España. Más de 40 millones de euros y 130 proyectos financiados de todos los sectores.
- [Safari Crowdfunding](#). Plataforma de financiación colectiva dirigida a cubrir las necesidades de financiación de Start-ups, micro pymes y pymes.
- [Ecrowdinvest](#). Es una web de inversión colectiva en préstamos a proyectos rentables de la economía real y que tengan impacto social o medioambiental positivo. Crowdlending.
- [Lendico](#). Plataforma de Crowdlending originaria de Alemania que ya opera en España como punto de contacto entre proyectos que buscan financiación vía prestamos y personas que desean ganar dinero mediante prestamos. Crowdlending.
- [Zencap](#). Plataforma de crowdlending que permite a prestamistas y prestatarios realizar operaciones de distinta índole. Crowdlending

- Grow.ly Plataforma de crowdlending que une a pymes que buscan financiación con personas que quieren obtener mayor rentabilidad por sus ahorros. Crowdlending
- Realfunding.org Presta a organizaciones de impacto social o medioambiental y haz que tus ahorros e inversiones tengan sentido. Crowdlending
- Circulantis es un mercado transparente donde empresas y autónomos pueden descontar pagarés y ser financiados de forma directa por ahorradores particulares o por otras empresas. Crowdlending
- Crowd2b Plataforma de financiación participativa que invierte en proyectos empresariales de la economía real.

Proyectos artísticos, creativos o culturales

- Montatuconcierto.com Creo que con el nombre tan solo queda bastante claro que podemos conseguir en esta web.
 - Verkami.com Tal y como se definen Verkami es una plataforma de crowdfunding en España para proyectos creativos.
 - Ulule.com Especialmente para proyectos creativos e innovadores.
 - Cabaretcrenom.com La literatura y el periodismo se dan cita en esta "exquisita" plataforma. Cerrada
 - Firstclap.com No solo aportan una herramienta para que artistas musicales puedan sacar sus proyectos, también dan acceso a su catálogo musical.
 - Latahonacultural.com Para proyectos culturales de cualquier índole.
 - Kifund.com Plataforma de crowdfunding para proyectos audiovisuales. Cerrada.
 - Filmutea.com (reconvertida en un blog sobre cine). Aquí podrás buscar financiación para animación, cortos, documentales, festivales y conferencias, fotografía, largos, teasers y trailers, Transmedia, TV, videojuegos, videos musicales y web series. (Cerrada).
-

- [Joinmyproject.com](#) Su intención es convertirse en un referente relacionado con proyectos creativos. Cerrada.
- [Crearock.es](#) El nombre lo deja bastante claro. Si eres músico, esta nueva plataforma puede serte de utilidad. (Cerrada).
- [Bandeed](#). Interesante plataforma para la organización de conciertos. Tiene algunos puntos interesantes como que permite a las bandas ver la disponibilidad de sala y que los proyectos tienen que pasar por varias fases antes de lanzarse definitivamente.
- [Impulsa't](#). Especialmente enfocada a proyectos culturales, y que ofrece ayuda en pasos posteriores a la financiación (Cerrada).
- [Libros.com](#) Su propio nombre lo indica, para la publicación de libros.
- [YoQuieroGrabar](#). El nombre lo dice todo. Si quieres grabar un disco este es un sitio a tener en cuenta. Sin proyectos activos.
- [Nvivo](#). Interesante portal que desde hace poco ofrece la posibilidad a artistas musicales de organizar conciertos utilizando el crowdfunding como herramienta para obtener el aforo mínimo necesario.
- [Yuujuo](#). Plataforma crowdfunding para la financiación de cursos elearning.
- [Mola.fm](#). Nueva plataforma donde encontraremos exclusivamente proyectos musicales. Sin duda, un buen ejemplo de especialización.
- [Información Sensible](#). Medio de comunicación que apuesta por el periodismo de calidad y la información libre. Permite a los periodistas proponer reportajes y que estos sean financiados por los lectores.
- [Pentian.com](#) editorial que apuesta por el poder de la comunidad para publicar sus libros, prestando especial atención a los mecenas, empoderándoles y permitiendo que se puedan beneficiar económicamente de sus aportaciones.
- [Igamudi.com](#) Plataforma de crowdfunding, música y conciertos con apartados para venta de instrumentos.

Proyectos sociales

- [Lohagopor.com](#) Esta web se dedica a la búsqueda de fondos para fines solidarios a través de la financiación de ONG. LLeva algún tiempo sin actualizar con nuevos proyectos. Cerrada.
- [Microdonaciones.net](#) Web centrada en el ámbito del voluntariado, solidaridad y proyectos de cooperación perteneciente a la Fundación Hazlo posible.
- [Migranodearena.org](#) Plataforma de crowdfunding solidario (donaciones en grupo), pionera en nuestro país, que tiene como objetivo recaudar fondos a favor de las ONG.
- [Suma](#) Plataforma del BBVA para causas solidarias y respuesta humanitaria.
- [Flipover](#). Nueva plataforma que busca financiación para proyectos sociales. Hasta ahora dispone de proyectos bastante ambiciosos.
- [1x1Microcredit](#). Se trata de una plataforma que bien podría estar en la sección de Empresas ya que su objetivo es obtener fondos para otorgar microcréditos a emprendedores. Aunque lo ponemos en esta sección ya que se trata de microcréditos para fines sociales y lucha contra la pobreza. Sin proyectos activos.
- [Miaportación](#). El objetivo es recaudar pequeñas cantidades con las que ayudar a personas concretas.
- [Teaming](#). Donando solo un 1€ al mes se puede hacer mucho bien.
- [Smilemundo](#). Su mantra es: todo el mundo tiene el poder y la fuerza para crear el cambio.
- [Doafund](#). Excelente iniciativa para luchar contra los desahucios. En esta plataforma podrás ayudar a personas que están a punto de perder su casa.
- [Namlebee](#). Es el primer portal de crowdfunding en España que ha centrado su foco en causas políticas y sociales, destinando parte de sus ganancias a actuar como mecenas en proyectos de su misma plataforma de crowdfunding.

Deportes y Crowdfunding

- [Patrocinalos](#). Para patrocinar a cualquier deportista independientemente de su nivel, ya seas amateur o profesional.
- [Sport2help](#). Plataforma de crowdfunding para hacer crecer proyectos solidarios a través del deporte.
- [Deportistas Solidarios en Red](#). Desde 2011 promocionando el deporte y la solidaridad.

Gastronomía

- [United Food Republic](#). Web de crowdfunding centrada en establecimientos gastronómicos, que ofrece a aquellos que quieren montar su restaurante la posibilidad obtener recursos a través de la pre-venta de los futuros platos.

Salud

- [Curable](#). Plataforma centrada en la financiación de proyectos del sector sanitario y la salud. No Activa.

Ciencia

- [Ilovescience](#). Se definen como una plataforma de comunicación divulgación científica a través de la microfinanciación.
- [F4R](#) (Funds For Research). Dedicada a captar fondos para la investigación y ciencia a partir de pequeñas donaciones de muchas personas. Sin proyectos activos.

- Taracea. Taracea es un programa promovido por la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT) para financiar a través de donaciones de particulares y empresas proyectos relacionados con la ciencia y la investigación. Sin proyectos activos. Ha sido sustituida por Precipita.
- [Precipita.es](#) es la nueva plataforma promovida por FECYT. Primera plataforma pública centrada en la financiación de proyectos científicos.
- [Vórticex](#). Se define como "la primera web global de financiación y participación colectiva (crowdfunding y crowdsourcing) para la ciencia y la investigación"

ARTÍCULOS RELACIONADOS


Ver más → [Plataformas](#)

- » La Universidad de La Laguna ya tiene plataforma de crowdfunding: [mULLtiplica](#)
- » El crowdlending de Arboribus echa raíces
- » Zencap, la plataforma de crowdlending de referencia en Alemania, llega a España
- » Igamudi se une al crowdfunding
- » You tube ya tiene su plataforma propia de crowdfunding

ANEXO 4

Guía completa de plataformas crowdfunding en España por Infocrowdsourcing


Más vistos Más comentados **Recientes** Crowdfunding País

 Crowdfunding - Emprendedores

LittleBigMoney

LittleBigMoney es la primera plataforma en la región de Crowdfunding para el desarrollo de proyectos, iniciativas y emprendimientos con impacto social y ambiental. ¿Qué hacemos? LittleBigMoney busca apoyar personas con modelos sostenibles que tengan potencial de generar impacto social y/o ambiental, para que puedan gestionar recursos que necesitan para desarrollar su proyecto. Estos recursos pr... [Leer más](#)


16 febrero, 2014 Visto: 7260

 Crowdfunding - Emprendedores

Trust My Project

Plataforma de financiación colectiva para impulsar proyectos y negocios de profesionales freelance, autónomos y microempresas. Trust My Project es una plataforma mediante la cual: -Los autónomos y microempresas disponen de una alternativa para financiar sus proyectos con la suma de aportaciones individuales. -Los ahorradores particulares (aquellas personas que aportan o prestan dinero) tienen l... [Leer más](#)


28 enero, 2014 Visto: 5918

 Crowdfunding - Ciencia

I Love Science

¿Qué es I Love Science? I Love Science es una plataforma internacional de crowdfunding para la financiación de proyectos científicos. Esta financiación se basa en donaciones de gente que, como nosotros, ama la ciencia. A cambio de vuestra aportación recibiréis una recompensa y la satisfacción de haber colaborado con proyectos cuyo objetivo es hacer un [...] [Leer más](#)

4 diciembre, 2013 Visto: 3768

 Crowdfunding - Generalista

Bestaker

¿Qué es Bestaker? Bestaker es una plataforma de crowdfunding orientado a la captación de capital en modo crowdfunding, es decir, a través de grandes y pequeñas inversiones de muchos inversores, para proyectos seleccionados por su gran creación de valor y alto potencial de rentabilidad. La plataforma de crowdfunding BESTAKER capta capital en modo crowdfunding, de [...] [Leer más](#)

3 diciembre, 2013 Visto: 4728

Crowdfunding - Emprendedores



Somos Amalgama

Somos una plataforma de financiación colectiva en Internet de cobertura nacional, generalista y basada en recompensas que permite a individuos y colectivos hacer pública su idea para que otras personas puedan hacer sus aportaciones con el fin de ayudarles a conseguir la cantidad económica que necesitan para poner en marcha su proyecto. [Leer más](#)

2 diciembre, 2013 Visto: 4344

Compartir    

Crowdfunding - Artísticos

Kickstarter



Kickstarter es una nueva forma de financiar proyectos creativos mediante crowdfunding. Somos un hogar para todo, desde películas, juegos y música con el arte, el diseño y la tecnología. Kickstarter está llena de proyectos, grandes y pequeños, que son traídos a la vida a través del apoyo directo a las personas como usted. Desde su [...] [Leer más](#)

2 diciembre, 2013 Visto: 6385

Compartir    

Crowdfunding - Artísticos

Verkami



Tipo de Crowdfunding Verkami es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total recaudado. Plazo de los proyectos 40 días. ¿Qué le diferencia del resto? Es la plataforma de proyectos artísticos de mayor notoriedad en España. [Leer más](#)

2 diciembre, 2013 Visto: 4930

Compartir    

Crowdfunding - Emprendedores

startVal



startVal es una plataforma global de Crowdfunding. Queremos ser un punto de encuentro entre gente con ideas, proyectos interesantes y usuarios con ganas de ayudar a llevarlos a cabo. [Leer más](#)

29 noviembre, 2013 Visto: 3705

Compartir    

Crowdfunding - Empresas/Startups

Inversore



¿Qué es Inversore? Es la Plataforma de Crowdfunding en España que permite a emprendedores buscar financiación para lanzar startups o crecer negocios con potencial. Y a inversores privados, buscar negocios rentables o startups donde invertir dinero a cambio de participaciones. Crowdfunding o financiación colectiva consiste en unir muchos inversores o mecenas que dan pequeñas aportaciones, [...]



Obsidiana TV

¿Qué es Obsidiana TV? Obsidiana TV es una plataforma de crowdfunding, que nace para ser una herramienta de apoyo - en el amplio espectro del trabajo audiovisual - para realizadores emergentes y profesionales, que hacen visible la realidad de los Pueblos Indígenas de América a través de su mirada. ¿Qué hace Obsidiana TV? Es una plataforma de [...] [Leer más](#)



🕒 27 noviembre, 2013 Visto: 2484

Crowdfunding - Artes/Artes



Alzate

¿Qué es Alzate? Plataforma de crowdfunding que surge de la necesidad de financiación que actualmente tiene la cultura. Alzate es la primera plataforma de crowdfunding que hace crowdfunding, inversión colectiva cultural de España. Van más allá del crowdfunding: con el crowdfunding potenciamos la cultura con la inversión colectiva, no solo financiamos, sino que generamos beneficio [...] [Leer más](#)



🕒 26 noviembre, 2013 Visto: 2838

Crowdfunding - Empresas/Startups



Micro Inversores

¿Qué es Micro Inversores? Es una plataforma de crowdfunding destinada a conseguir la financiación de proyectos innovadores de emprendedores, empresas y startups. La plataforma de Micro Inversores facilita los medios para que los promotores de proyectos puedan exponer sus ideas y sus necesidades y así conseguir la financiación que necesitan, gracias al apoyo de los [...] [Leer más](#)



🕒 25 noviembre, 2013 Visto: 3432

Crowdfunding - Emprendedores, Música, Productos, Solidaridad, Viajes



CROWDFUNDING
GetYourCause

GetYourCause

¿Qué es GetYourCause? Hay algunas plataformas de Crowdfunding en Internet, la mayoría de ellas están dedicadas a la creación de nuevos negocios, nuevos productos, compañías, etc., sin embargo GetYourCause nació con un fin diferente. Nos gustan las personas y nos encanta ver como logran sus sueños, no sólo hombres de negocios o emprendedores sino cualquier [...] [Leer más](#)



🕒 8 noviembre, 2013 Visto: 4365

Crowdfunding - Deportes



apontoque

¿Qué es Apontoque? Crowdfunding deportivo. Financiación colectiva para deportistas, clubes, organizadores de eventos y profesionales relacionados con el deporte. Enfocados principalmente en la promoción del deporte base. [Leer más](#)

🕒 30 octubre, 2013 Visto: 2263



Kuabol

¿Qué es Kuabol? Kuabol es una plataforma de crowdfunding para conseguir financiación colectiva e impulsar ideas a nivel cultural, empresarial, educativo, social, tecnológico, de investigación, ocio y deporte. Modelo de financiación 40 + 4 días // Servicios adicionales para tu proyecto de crowdfunding. [Leer más](#)

30 octubre, 2013 Visto: 2721



Crowdfunding - Artísticas, Emprendedores

La Incubadora

¿Qué es La Incubadora? Es una plataforma de Crowdfunding para artistas y emprendedores. Ofrecemos asesoría en el desarrollo de proyectos de Crowdfunding y Crowdsourcing. Visítanos! Escríbenos, súmate a la comunidad de los que dicen #QuieroMasCultura! ¿Cómo funciona La Incubadora? Explora los mejores proyectos. Apoya a los que mas te gustan. Recibe recompensas exclusivas y personalizadas. Fuen... [Leer más](#)

30 octubre, 2013 Visto: 2816



Crowdfunding - Generalista

Sé Parte

¿Qué es Sé Parte? es la primera plataforma de #crowdfunding en PARAGUAY. Trabajamos con Giros Tigo, Biletera Personal, Western Union y Depositos Bancarios. En Paraguay aún no está disponible el uso de Paypal. Se podría utilizar intermediarios pero sería perjudicial para los fondos del proyecto. Esta plataforma de crowdfunding trabaja con la modalidad TODO O [...] [Leer más](#)

30 octubre, 2013 Visto: 3469



Crowdfunding - Generalista

Idea Rápida

Lo mejor del Crowdfunding y un Business Angel por fin juntos: Además de facilitarte una plataforma para poder recaudar para tu proyecto, en ocasiones, invertimos directamente en los proyectos que nos resultan mas interesantes. Pero a diferencia de un Business Angel tradicional, nosotros sólo te pedimos la misma recompensa que ofrezcas al resto de colaboradores. [...] [Leer más](#)

23 septiembre, 2013 Visto: 2618



Crowdfunding - Música

Mola.fm

¿Qué es Mola.fm? Mola.fm es una plataforma de crowdfunding exclusiva para la industria musical que pretende facilitar la transición por la que está pasando la misma. Mola.fm aporta su grano de arena en este proceso intentando unificar a todos los profesionales para el bien del artista y ofrecer el crowdfunding como sistema de financiación. Mola.FM [...] [Leer más](#)



Funds 4 Research (F4R)

¿Qué es Funds 4 Research (F4R)? Plataforma de crowdfunding en forma de asociación sin ánimo de lucro que tiene como objetivo colaborar en la búsqueda de financiación para llevar a cabo proyectos de investigación, y lograr una mayor concienciación de la Sociedad, Administraciones Públicas y diferentes agentes sociales, culturales y económicos de la importancia [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 20 septiembre, 2013 Visto: 4051

Crowdfunding - Artes/Artes

Siamm

¿Qué es Siamm Crowdfunding? Es una plataforma de crowdfunding que surge desde Aragón con la intención de ofrecer soluciones a los artistas y creadores ante las dificultades financieras que encontramos en la actualidad en el ámbito de la cultura y la creación para desarrollar proyectos e ideas innovadoras. Fusionan tres áreas técnicas a través de [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 18 septiembre, 2013 Visto: 1595

Crowdfunding - Generalista

Injoinet

¿Qué es Injoinet? Es una plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores. La nueva opción de crowdfunding que te acompaña en el duro proceso de arrancar tu proyecto. ¿Cómo funciona? Injoinet es una empresa diseñada para ayudar a los creadores de proyectos de interés colectivo a convertir sus ideas en negocios [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 16 septiembre, 2013 Visto: 1720

Crowdfunding - Música

Firstclap

¿Qué es Firstclap? Es una plataforma de crowdfunding musical pensada para los amantes de la música y sobre todo a los que les guste descubrir nuevos grupos. Y por otra parte a los grupos que quieran dar a conocer sus creaciones. Es en este momento de cambio de la industria cuando más se agradece la [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 15 septiembre, 2013 Visto: 1548

Crowdfunding - Música

Yoquierograbar

¿Qué es yoquierograbar? Yoquierograbar.com es una plataforma de crowdfunding asociada a Milenia Estudios, un centro de grabación y producción de música ubicado en Valencia y con una amplia experiencia a sus espaldas. Sus instalaciones incluyen varios estudios de grabación con equipamiento técnico de última generación y una sala de conciertos privada. También ofrecen otros servicios [...] [Leer](#)





Patrocinados.com

¿Qué es Patrocinados.com? Patrocinados.com es una red social de deportes que funciona como plataforma de crowdfunding y como punto de encuentro entre patrocinadores y deportistas. ¿Cómo funciona? Si eres deportista y quieres ser patrocinado regístrate como deportista, crea tu página con fotos, vídeos e información acerca de tus logros como deportista. Intenta tener la página [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 13 septiembre, 2013 Visto: 1642

Crowdfunding - Viajes



Monta tu Luna de Miel

¿Qué es Monta tu Luna de Miel? Es una plataforma de crowdfunding para que consigas que tu viaje de novios te salga gratis gracias a la ayuda de tus amigos y familiares. Te facilita el acceso al viaje de tus sueños gracias al concepto de crowdfunding entre los que más te quieren. No importa cuál [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 11 septiembre, 2013 Visto: 2047

Crowdfunding - Empresas/Startups



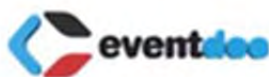
The Crowd Angel

¿Qué es The Crowd Angel? Es la primera plataforma de crowdfunding que te permite invertir online en startups de base tecnológica o modelos de negocio innovadores. The Crowd Angel reinventa la figura del Business Angel, simplificando el proceso de selección, inversión y seguimiento de las empresas en las que quieras invertir. A partir de 3.000 [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 9 septiembre, 2013 Visto: 2751

Crowdfunding - Música



Eventdoo

¿Qué es Eventdoo? Además de ser una plataforma de crowdfunding Eventdoo es una plataforma social de eventos y experiencias que se realizan, se producen, se financian, y se difunden de manera colaborativa, que funciona como una ticketera social abierta para que cualquiera (una banda, un individuo, productora, una marca, una empresa, etc.) pueda postear, promover, [...] [Leer más](#)

Compartir    

🕒 7 septiembre, 2013 Visto: 1673

Crowdfunding - Solidaridad



Sport2help

¿Qué es Sport2help? Es una plataforma de crowdfunding para hacer crecer proyectos solidarios a través del deporte. 2€ pueden contribuir a financiar proyectos, realizar sueños y cambiar vidas. ¿Cómo funciona? Quieren ayudar a financiar proyectos solidarios a través del deporte con microdonaciones. Aportaciones simbólicas, a partir de 2€. Una moneda diferente que a menudo gastamos [...] [Leer más](#)

Broota

¿Qué es Broota? Broota.com es una plataforma de crowdfunding virtual que permite el encuentro directo entre personas que buscan invertir en proyectos y emprendimientos que buscan levantar capital. La interacción que se genera entre los micro-inversionistas y el emprendedor se transforma en una fuente poderosa de "Smart Money". La difusión y las redes de contacto [...] [Leer más](#)

Compartir



1 septiembre, 2013 Visto: 1917

Crowdfunding - Ciencia

Taracea

¿Qué es Taracea? TARACEA es el programa de patrocinio y crowdfunding de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). TARACEA aspira a unir fondos públicos con fondos privados para hacer realidad proyectos de divulgación de la ciencia y la innovación, tanto los que pone en marcha FECYT como los que la fundación [...] [Leer más](#)

Compartir



31 agosto, 2013 Visto: 2426

Crowdfunding - Empresas/Startups

Uniempren

¿Qué es UNIEMPREN? UNIEMPREN es una plataforma crowdfunding, desarrollada por la Universitat de València, con la financiación del Ministerio de Educación, en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los Estudiantes Universitarios. Su principal objetivo es ayudar a conseguir financiación para que las personas emprendedoras universitarias puedan desarrollar su proyecto em... [Leer más](#)

Compartir



30 agosto, 2013 Visto: 1332

Crowdfunding - Empresas/Startups

Ynversion

¿Qué es Ynversion? Ynversion.com es una plataforma de crowdfunding y un punto de encuentro entre inversores y emprendedores. ¿Cómo funciona? Gracias a su herramienta los emprendedores publican sus proyectos en busca de financiación, ofreciendo a los inversores la posibilidad de participar en los mismos a cambio de una participación accionaria, trabajo, rentabilidad o cualquier otra [...] [Leer más](#)

Compartir



28 agosto, 2013 Visto: 1859

Crowdfunding - Generalista

Indiegogo

Cuando sus fundadores unieron sus fuerzas en 2007, tenían diversos orígenes e intereses. Sin embargo, tenían en común algo importante: Danae, Eric y Slava habían intentado recaudar dinero para algo que los apasionaba, pero no pudieron reunir lo suficiente. Tenían grandes ideas, la pasión por el trabajo arduo y buenas redes, no obstante, el acceso [...] [Leer más](#)



Goteo.org

Tipo de Crowdfunding Goteo.org es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 8% del total recaudado Plazo de los proyectos Dos rondas de 40 días, la primera para conseguir el presupuesto mínimo, y la segunda para llegar al presupuesto óptimo. ¿Qué le diferencia del resto? La plataforma Goteo.org [...] [Leer más](#)

Compartir



🕒 27 agosto, 2013 Visto: 3595

Crowdfunding - Solidaridad



Miaportacion.org

¿Qué es? Miaportacion.org es un proyecto sin ánimo de lucro basado en crowdfunding que pretende comunicar y cubrir las pequeñas necesidades de personas en situación socio-económica desfavorable a través de entidades sociales. Las necesidades pueden ser económicas, materiales y de voluntariado y se cubren por personas que buscan ayudar a otras de una forma muy [...] [Leer más](#)

Compartir



🕒 28 agosto, 2013 Visto: 1519

Crowdfunding - Generalista



Lanzanos

Tipo de Crowdfunding Lanzanos es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% de comisión si el proyecto es creativo, 1% si se trata de un proyecto solidario. Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Tiene una fase inicial llamada "La Caja" [...] [Leer más](#)

Compartir



🕒 28 agosto, 2013 Visto: 2552

Crowdfunding - Empresas/Startups



Arboribus

¿Qué es Arboribus? Es la plataforma de crowdfunding que permite que personas individuales puedan invertir directamente en pequeñas y medianas empresas que han demostrado ser solventes durante años. Como consecuencia, estas empresas tienen una alternativa a la financiación bancaria tradicional. Sin más intermediarios ni comisiones ocultas, eliminan el coste y la complejidad del mundo bancar... [Leer más](#)

Compartir



🕒 20 agosto, 2013 Visto: 2452

Crowdfunding - Empresas/Startups



Crowdthinking

¿Qué es Crowdthinking? Crowdthinking es una plataforma de crowdfunding para ideas. Creen en que una buena idea se difundirá rápidamente por la red y que una comunidad de personas con intereses comunes puede ser una gran fuente de apoyos: experiencia, Know how, contactos y financiación para llevarla a cabo. Quieren animar a las personas a [...] [Leer más](#)



Bihoop

¿Qué es Bihoop? Es una plataforma de crowdfunding que se define como plataforma integral de inversión colectiva en empresas de nueva creación (StartUps). Su iniciativa nace de la necesidad vivida en nuestra propia experiencia de emprender, por eso somos emprendedores al servicio de emprendedores. ¿Cómo Funciona? Tienen tres núcleos principales de servicio: Inversión Colectiva (Crowdfunding... [Leer más](#)

Compartir



🕒 20 agosto, 2013 Visto: 1483

Crowdfunding - Empresas/Startups



Nestarter

¿Qué es Nestarter? Es una plataforma de Crowdfunding y apoyo a startups (empresas de nueva creación o startup, son negocios con una historia de funcionamiento limitado, que se distingue por su perfil de riesgo/recompensa a la vez que por sus grandes posibilidades de crecimiento y beneficios ¿Cómo funciona? En Nestarter diferencian [...] [Leer más](#)

Compartir



🕒 19 agosto, 2013 Visto: 1416

Crowdfunding - Solidaridad



Doafund

¿Qué es Doafund? Es una plataforma de crowdfunding que pone en contacto a familias con dificultades económicas que les impiden hacer frente a sus pagos hipotecarios, con personas y organizaciones dispuestas a ayudarlos a través de patrocinios sociales. Su objetivo es ayudar a que estas familias conserven su hogar y no sean desahuciadas. ¿Cómo [...] [Leer más](#)

Compartir



🕒 19 agosto, 2013 Visto: 2022

Crowdfunding - Empresas/Startups



LemonFruits

¿Qué es LemonFruits? LemonFruits es una plataforma de crowdfunding abierta a la participación de personas que desean invertir o que quieran contribuir al crecimiento de Jóvenes Empresas ("startups") que les sean afines. Esta financiación puede ser intercambiable por acciones o por colaboraciones específicas de los participantes. LemonFruits pretende vincular cada proyecto con colaborador... [Leer más](#)

Compartir



🕒 19 agosto, 2013 Visto: 1305

Crowdfunding - Generalista



Groofi

¿Qué es Groofi? Groofi es una plataforma de crowdfunding donde las ganas de llevar adelante buenos proyectos confluyen con las ganas de apoyar las ideas más interesantes, originales o divertidas. Un lugar para conseguir fondos a través de crowdfunding para tus proyectos creativos, artísticos, deportivos, solidarios o tecnológicos. Un lugar para patrocinar esos proyectos que [...] [Leer más](#)



Fromlab

¿Qué es Fromlab? Es una plataforma de crowdfunding que ayuda a que creadores de productos físicos e inventos, puedan producir y vender sus propios proyectos, mediante Crowdfunding y comercio electrónico. ¿Qué significa Crowdfunding? Crowdfunding son tres términos: Crowd (multitud), porque creemos que el futuro está en la unión de las ideas, Fund (financiación) porque esta [...] [Leer más](#)

Compartir



15 agosto, 2013 Visto: 1640

Crowdfunding - Editorial



Libros.com

¿Qué es Libros.com? Libros.com es una plataforma de crowdfunding editorial que te ayudará a publicar tu libro gracias al apoyo de los lectores. Tú sólo necesitas escribir el libro, nosotros hacemos el resto. ¿Cómo funciona? Si tienes en mente escribir un libro o ya lo tienes escrito, crea tu proyecto y define: Días que necesitas, [...] [Leer más](#)

Compartir



15 agosto, 2013 Visto: 1573

Crowdfunding - Música



Bandtastic

¿Qué es Bandtastic? BANDTASTIC es una plataforma de crowdfunding donde tú y otros fans tendrán el poder de elegir a un determinado artista para que toque en un concierto. ¿Cómo funciona? Al registrarte como Usuario Registrado, tendrás la posibilidad de realizar una contribución para un evento a través del proveedor de servicios de pago y, [...] [Leer más](#)

Compartir



15 agosto, 2013 Visto: 1560

Crowdfunding - Generalista



Fondeadora

¿Qué es? Es una Asociación Civil con la misión de ofrecer un espacio de vinculación entre los creadores de proyectos que generan valor y la sociedad de México a través de una plataforma de crowdfunding para ayudar a crear valor en su país. Creen que hay muchas personas talentosas con ideas innovadoras, pero que están [...] [Leer más](#)

Compartir



14 agosto, 2013 Visto: 1410

Crowdfunding - Artístico



Ideame

¿Qué es? Es una plataforma de crowdfunding donde "emprendedores" (como nos gusta llamar a los artistas, creativos, ONGs, y fundadores de start ups con ganas de llevar adelante sus ideas) de América Latina pueden financiar sus proyectos a través del aporte de la comunidad (crowdfunding). Es un sitio que ofrece: **Financiamiento:**



Mamá Monedero

¿Qué es? Mamámonedero.com es la primera plataforma de crowdfunding que te ayuda a recaudar el dinero de los cumpleaños del colegio. El equipo de Mamámonedero.com está formado por una pareja de padres, obsesionados por educar y criar con valores a sus dos pequeños hijos. Creen firmemente, que internet puede ayudar a cumplir este objetivo. Porque [...] [Leer más](#)

Compartir



14 agosto, 2013 Visto: 2841

Crowdfunding - Artísticas

Impulsa't



¿Qué es? Impulsa't es una iniciativa relacionada con el crowdfunding que nace en el año 2012 con la voluntad de apoyar y hacer realidad todos los proyectos creativos e innovadores, grandes y pequeños, que lo deseen. Es una plataforma que ayuda a financiar cualquier proyecto artístico o tecnológico a través del crowdfunding o micromecenazgo. Y [...] [Leer más](#)

Compartir



14 agosto, 2013 Visto: 2818

Crowdfunding - Empresas/Startups

Seed&Click



Tipo de Crowdfunding Seed&Click es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 1% fee fijo por la publicación y 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

Compartir



14 agosto, 2013 Visto: 1384

Crowdfunding - Artísticas

My Major Company



Tipo de Crowdfunding My Major Company es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Enfocada a proyectos de artistas con una notoriedad media o alta. [Leer más](#)

Compartir



14 agosto, 2013 Visto: 1851

Crowdfunding - Generalista

Ulule



Tipo de Crowdfunding Ulule es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Los proyectos se publican en la plataforma a nivel europeo. [Leer más](#)

Potlatch

Potlatch

Tipo de Crowdfunding Panel de ideas es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

14 agosto, 2013 Visto: 1113

Compartir    



Crowdfunding - Artes/Arteses

La Chevre

Tipo de Crowdfunding Panel de ideas es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 7% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

14 agosto, 2013 Visto: 1933

Compartir    



Crowdfunding - Música

Monta tu concierto

Tipo de Crowdfunding Monta tu Concierto es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo Vale. Comisiones 8% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Crowdfunding para organización de conciertos. [Leer más](#)

14 agosto, 2013 Visto: 1388

Compartir    



Crowdfunding - Solidaridad

Teaming

Tipo de Crowdfunding Teaming es una plataforma de Donación. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo Vale. Comisiones No cobra comisiones. Plazo de los proyectos Sin plazo. ¿Qué le diferencia del resto? Son donaciones a una causa por importe fijo de 1€. [Leer más](#)

14 agosto, 2013 Visto: 1718

Compartir    



Crowdfunding - Empresas/Startups

Emprendelandia

Tipo de Crowdfunding Emprendelandia es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

Microsoft Excel



Mi grano de arena

Tipo de Crowdfunding Mi Grano de arena es una plataforma de donaciones. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo Vale. Comisiones No cobra ninguna comisión. Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Actúa como ONG por lo que existe la posibilidad de desgravarse por la donaciones. [Leer más](#)

14 agosto, 2013 Visto: 2045

Compartir



Crowdfunding - Generalista

Comunitae

Tipo de Crowdfunding Comunitae es una plataforma de Préstamos. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 2% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 1478

Compartir



Crowdfunding - Empresas/Startups

Projegg

Tipo de Crowdfunding Projegg es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Admite tanto el modelo Todo o Nada como el Todo Vale. Comisiones 7% del total de la recaudación si se consigue el objetivo y 9% si no se consigue en los proyectos del modelo Todo vale. Plazo de los proyectos A elección del promotor [...] [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 1366

Compartir



Crowdfunding - Empresas/Startups

Inverem

Tipo de Crowdfunding Inverem es una plataforma de Participaciones. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total recaudado. Plazo de los proyectos 60-90 días. [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 2044

Compartir



Crowdfunding - Música

Bandeed



Tipo de Crowdfunding Bandeed es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo Vale. Comisiones 9% del total de la venta de entradas. Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Plataforma que permite la promoción de conciertos o de cualquier tipo de evento. [Leer más](#)



Crowdfunding - Solidaridad

Nobleza Obliga

Tipo de Crowdfunding Nobleza Obliga es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo Vale. Comisiones 6% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 1530

Compartir



Crowdfunding - Solidaridad

FlipOver

Tipo de Crowdfunding FlipOver es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 6% del total de la recaudación Plazo de los proyectos Desde 1 mes a 3 meses. [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 1971

Compartir



Crowdfunding - Generalista

Cumplo Chile

Tipo de Crowdfunding Panel de ideas es una plataforma de Préstamos. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones No están claras. Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? Cumplo Chile es la primera plataforma de Crowdfunding P2P lending o de créditos persona-a-persona en Chile [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 1782

Compartir



Crowdfunding - Empresas/Startups

Socios Inversores

Tipo de Crowdfunding Socios inversores es una plataforma de Participaciones. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos 90 días ¿Qué le diferencia del resto? Líder en financiación colectiva para proyectos empresariales. [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 2232

Compartir



Crowdfunding - Ciencia

Vorticex

Tipo de Crowdfunding Panel de ideas es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones 5% del total de la recaudación Plazo de los proyectos A elección del promotor. [Leer más](#)

www.az...

hazlo posible
microdonaciones

Crowdfunding - Solidaridad

Hazlo posible Microdonaciones

Tipo de Crowdfunding Hazlo posible es una plataforma de Donaciones. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones No tiene comisiones. El 100% de la recaudación es para el proyecto. Plazo de los proyectos 35 días. ¿Qué le diferencia del resto? No tiene comisiones. Actúa como ONG. [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 2488

Compartir

Crowdfunding - Generalista

Panal de ideas

Tipo de Crowdfunding Panal de ideas es una plataforma de Recompensas. Modelo de Crowdfunding Sigue un modelo Todo o Nada. Comisiones No tiene comisiones. Las elige el promotor del proyecto de manera voluntaria. Plazo de los proyectos A elección del promotor. ¿Qué le diferencia del resto? No tiene comisiones. La plataforma se sustenta con las [...] [Leer más](#)

13 agosto, 2013 Visto: 1778

Compartir

«

Crowdfunding - Solidaridad

BBVA Suma

¿Qué es BBVA Suma? Es una plataforma digital de Crowdfunding que pretende aglutinar y dar visibilidad a proyectos de ONGs socialmente responsables. El rol de BBVA Suma es el de facilitar la interrelación entre donantes y creadores de causas para la recaudación de fondos y el desarrollo de iniciativas solidarias. Forma parte de la misión. [...] [Leer más](#)

BBVA Suma

ANEXO 5

GLOSARIO TERMINOLÓGICO

Crowdlending: (del [inglés](#) peer-to-business lending o p2b Lending), también conocido como crowdlending, consiste en la financiación, mediante préstamos o créditos, a pequeñas y medianas empresas por una red con un elevado número de prestamistas particulares que invierten su capital privado o ahorros a cambio de un [tipo de interés](#). Se presenta como una alternativa a los servicios bancarios u otras [entidades financieras](#) tradicionales, aportando una solución al contexto económico actual, ya que el acceso a la financiación a través de estos medios cada vez es más difícil. También apuesta por la formación de un mercado con libre formación de precios, transparencia y eficiencia.

Crowdsourcing: (del inglés crowd –multitud– y outsourcing –recursos externos–) se podría traducir al español como colaboración abierta distribuida o externalización abierta de tareas, y consiste en externalizar tareas que, tradicionalmente, realizaban empleados o contratistas, dejándolas a cargo de un grupo numeroso de personas o una comunidad, a través de una convocatoria abierta.

Friendraising es una forma de [recaudación de fondos](#) que implica hacerse amigo de una organización o individuo con el fin de ayudar a apoyar el aspecto financiero de una [organización benéfica](#) , [sin ánimo de lucro](#) grupo u otra [organización en beneficio de la comunidad](#)

Frundaising: “Contribución, desarrollo de..” es el proceso de recolección de contribuciones voluntarias de dinero u otros recursos, mediante la solicitud de donaciones de individuos, empresas, fundaciones benéficas, o agencias gubernamentales. (Fuente Wikipedia <http://en.wikipedia.org/wiki/Fundraising>. Añade <http://www.elblogsalmon.com/> que la recaudación de dinero se realiza con destino a finalidades no lucrativas.

Webinar: Software que permite realizar el equivalente a una conferencia online

Pledge Fund: traducido al español como capital comprometido, es una forma de capital privado o capital riesgo en la que todos los participantes del fondo trabajan hacia un objetivo común de inversión, comprometiéndose a realizar aportaciones de capital al fondo en el momento de la inversión en la empresa

Venture Capital (VC): traducido al castellano como capital riesgo o capital emprendedor (como es conocido en Latinoamérica), es un tipo de operación financiera a través de la cual se facilita con capital financiero a empresas start up con elevado potencial y riesgo en fase de crecimiento

ANEXO 6

GUIÓN GRUPO DE DISCUSIÓN

Primero de todo presentarme, presentar el objetivo de este grupo de discusión, explicar las normas, remarcar que se graba en abierto y presentar a los expertos (Rueda Presentación)

OBJETIVO 1: ANÁLISIS DE PLATAFORMAS

1. **Perspectivas de futuro: viabilidad y continuidad** del crowdfunding en el ámbito PESES en cuanto a
 - A. Plataformas (tendencia a aumentar plataformas/ disminuir plataformas)
 - B. Nuevas modalidades de crowdfunding (es posible qué aparezcan nuevas modalidades de crowdfunding en este ámbito?
Ej: Teaming... teaming puede ser considerada una nueva plataforma de crowdf.?
2. Creéis que es más adecuado para los PESES un tipo de plataforma más específica que generalista? más general que específica? todas valen? por qué?...qué opináis.
3. **Conversión de plataformas:** Es posible que algunas plataformas lleguen a convertirse en ONGs? y al revés? conocéis algún caso?
4. Creéis que a raíz de la **crisis económica** que ha vivido España ha aumentado la proliferación de plataformas en el sector PESES?
5. Es importante para el éxito de los PESES que las plataformas contemplen:
 - Instrumentos de seguimiento?
 - Realice evaluaciones de los proyectos?

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: ANÁLISIS PESES

1: Analizar como se ha llevado a cabo la acción de crowdfunding en estos proyectos

1. ¿Cuál ha sido la **evolución/ trayectoria** de los PESES en estos dos últimos años 2013-14?
2. ¿Creéis que es posible mantener/ albergar durante mucho tiempo algún PESES por crowdfunding? ¿Tenéis algún ejemplo?
3. Porqué motivos creéis que hay proyectos que fracasan?
(Comunicación en el on/offline? Comunicación entre impulsor y mecenas? Ámbito es o no atractivo? Brecha digital por parte de los mecenas? Falta de constancia en la comunicación? Crisis económica?)
4. Algún caso exitoso que recordéis...por qué? Algún caso de fracaso que recordéis.. por qué?

2: Conocer cuales han sido las expectativas y los motivos por los que han elegido este tipo de financiación

1. Cuales han sido los motivos de aquellas personas que han llevado su proyecto PESES a una plataforma crowdf. ¿
2. Creéis que los motivos han sido parecidos/diferentes entre aquellas personas que han elegido para su PESES una plataforma más generalista que específica y al revés?
3. Con qué expectativas os habéis encontrado? Eran expectativas ajustadas a la realidad? eran demasiado ambiciosas? Recordáis algún ejemplo (entre años 2013-2014)

3: Justificar cuales son los factores que determinan el éxito de los proyectos

1. Por lo general se acostumbra a seguir algún criterio para seleccionar y aceptar PESES?
2. Si es así qué criterios se han acostumbrado a seguir hasta ahora estos dos últimos años?
3. Consideráis que han sido unos buenos criterios? se han ido modificando estos en el tiempo? Si es que sí, en función de qué?
4. Qué debilidades creéis que se encuentran este tipo de proyectos para ser aceptados?
(Objetivos poco realistas/ falta de una estrategia de comunicación)

Afirman Arantxa Cejudo (hazloposible) y Xosé Ramil (centro de investigación tecnológica para el desarrollo humano de la Universidad Politécnica de Madrid) en el documento “Financiación Colectiva en Clave de Participación” que el crowdfunding **“no es un modelo alternativo de financiación para lo que ahora somos y hacemos, porque será muy difícil que sustituya a otras fuentes en cuanto a volumen de ingresos”**

Por otro lado la abogada Silvia Caparrós en su informe “x.net” tb afirma literalmente que **proyectos que “requieren de niveles elevados de financiación no suelen encajar en estas dinámicas”** También afirma (p.215) que **“el tercer sector no se puede financiar solo por crowdf.”**

Entonces...

1. **Perspectivas de futuro: viabilidad y continuidad** de los PESES una vez realizada la acción de crowdfunding:
 - Tienen cierta continuidad o fecha caducidad?
 - Se podrían prolongar en el tiempo?
 - Acostumbran a ser proyectos grandes? medianos? pequeños?

4: Identificar los actores y/o grupos de actores que promueven estas iniciativas (asociaciones, ONGs, etc..)

Impulsores: Quien hay detrás de aquellos que emprenden una acción de crowdfunding PESES? ONG? Particulares?

Mecenas: Decía Jonás Sala de Verkami en las jornadas de #Crowddays que Verkami había empezado a introducir formularios para conocer qué tipo de mecenas hay y si se repiten o no.

1. Detectáis algún tipo de **población más sensible** a participar en algún ámbito o en otro? (colectivo gente mayor, afectados por los desahucios, menores en riesgo, desastres naturales, etc)
2. ¿Que papel juega la comunidad en estos proyectos?
3. Papel de las instituciones públicas en los proyectos Hay interés por parte de estas? Preguntan/ piden asesoramiento?

5: Describir las tipologías de proyectos que se han llevado a cabo en los diferentes campos de la educación social en la exclusión social (PESES) en España en estas plataformas

1. ¿Qué ámbitos sociales triunfan más /hay más oferta/ atrae más?
2. ¿Por qué creéis que es así?
3. Qué plataformas son las pioneras tanto a nivel más generalista como más específico ? Goteo tal vez podría explicar un poco

OBJETIVO 3: ANÁLISIS DE CROWDFUNDING

Jaume Albaigès(2014) en la tesis doctoral de Judith Mata afirmaba que no hay antecedentes de crowdf. financiero en el entorno del tercer sector “conozco casos de entidades que han buscado dinero a través de préstamos participativos, pero hasta ahora no conozco a ninguna que lo haya hecho a través de una plataforma online y no conozco tampoco ninguna ONL, por ahora, que haya buscado inversores y menos que lo haya hecho a través de Internet”

1. Sigue siendo así?¿Qué tipo de crowdfunding da soporte a los PESES?

Recompensa/donación o puede contemplar otra modalidad? Existen entidades que hayan buscado dinero a través de préstamos participativos?

2. Creéis que el crowdfunding en PESES es un parche en el que la Administración Pública se refugia?

3. Qué cosas aporta el crowdf. en los PESES que no son previsibles?

Agradecimientos