



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



Universidad de Valladolid

Crowdfunding:
Proyecto piloto medioambiental

Alumna: Clara Gutiérrez Jorge
45331664K

Tutor: Pedro Martín Gutiérrez
Fecha: 20 de Julio de 2016

*"No existe una mejor prueba del progreso de una civilización que
la del progreso de la cooperación".*

John Stuart Mil

INDICE

1	Capítulo 1: INTRODUCCIÓN.....	5
1.1	Resumen.....	6
1.2	Justificación.....	7
1.3	Objetivos.....	8
1.4	Metodología.....	8
2	Capítulo 2: MARCO TEÓRICO.....	9
2.1	Economía Social, Economía Solidaria y Economía Colaborativa.....	10
2.2	Crowdfunding.....	14
2.2.1	Tipos.....	15
2.2.2	Categoría de actividades.....	16
2.2.3	Agentes y roles.....	17
2.2.3.1	Plataformas.....	18
2.2.4	Regulación en España.....	21
3	Capítulo 3: COMO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE CROWDFUNDING.....	23
3.1	Diferenciación con otros medios de financiación.....	24
3.2	Campañas exitosas.....	25
3.3	Comunicación efectiva: cómo comunicar para lograr financiar.....	26
4	Capítulo 4: PROYECTO PILOTO.....	29
4.1	Presentación del proyecto piloto.....	30
4.2	Plan de acción.....	31
4.3	Análisis DAFO.....	34
5	CONCLUSIÓN.....	35
6	BIBLIOGRAFÍA.....	37
7	ANEXOS.....	41



CAPITULO 1: INTRODUCCIÓN

*“La Tierra proporciona lo suficiente para satisfacer las necesidades de cada hombre,
pero no la codicia de cada hombre”.*

Gandhi

CAPITULO 1

RESUMEN

En el siguiente trabajo me dispongo a analizar un nuevo método de financiación, basado en microdonaciones en forma colectiva y a continuación diseñar una campaña de Crowdfunding sobre un proyecto medioambiental en las Islas Canarias. El proyecto abarca a las energías renovables y toda la problemática de la contaminación por culpa de los recursos limitados y la necesidad de crear un nuevo modelo energético. En el proceso se estudiará los métodos de financiación posibles, argumentando por qué se opta por el Crowdfunding, analizando otras campañas y poder obtener las claves para realizar una buena campaña de comunicación. Se realizará un pequeño estudio sobre economía social y colaborativa y poder esquematizar cómo funciona, a grandes rasgos, la actividad económica en España.

Se finalizará con el proyecto definido para la presentación en las plataformas de Crowdfunding, la elaboración del plan de comunicación que se seguirá y la realización de un cartel con la información del proyecto en general.

Palabras clave: Crowdfunding, economía colaborativa, economía social, cooperación y medioambiente.

ABSTRACT

In this paper I am about to analyze a new funding method which is based on collective microdonations. Then, I will design a Crowdfunding campaign and an environmental project directed towards people living in the Canary Islands. Because of the limited resources and thus, the need there is to create a new energy model, this project will be focused on renewable energy and how it can solve much of the pollution problems people have to deal with. Moreover, we will have a look at possible funding methods, looking forward to answer why a Crowdfunding campaign would be the best solution. For this, we will analyze a few current crowdfunding campaigns in order to be able to understand some key aspects to keep in mind when we create and design a well-made communication campaign. Furthermore, we will look over social and collaborative economy in order to draw how Spanish economy works.

Finally, we will present a Crowdfunding project, as well as a communication programme and an advertising post to be published within this project of communication.

Palabras clave: Crowdfunding, collaborative economic, social economic, cooperation and environment,

JUSTIFICACIÓN

En este trabajo académico se estudiarán los diferentes métodos de financiación y encontraremos la mejor opción para financiar un proyecto medioambiental, en este caso, un campamento. Para ello se indagará en las diferentes opciones de financiación posibles creando en el marco teórico un esquema conceptual de la economía.

El avance de Internet ha favorecido el desarrollo de tareas y las formas de comunicación. Se ha renovado el método de cómo hacer las cosas mejorando la organización, la autoproducción y con la posibilidad de crear de forma colaborativa.

El Crowdfunding es un método emergente basado en la web 2.0. Tras el comienzo de la crisis económica ha existido una necesidad de encontrar nuevos métodos de financiación. Los bancos se volvieron más exigentes y al estar movidos por intereses limita las posibilidades a todos aquellos que tengan pequeños proyectos. Además, se ha creado un ambiente de solidaridad ciudadana y velan por ayudar y cooperar por otras personas que puedan tener los mismos intereses.

Por otro lado, también vamos a tratar el tema del medioambiente. Si bien la situación hoy en día es bastante delicada, si seguimos siendo consumistas y abusando de los recursos limitados, en 40 años se agotarán, dejándonos en una situación de total dependencia de ellos.

Tenemos que concienciar a la población para un cambio dentro del modelo energético, aprovechar las energías renovables y mejorar el ecosistema.

Canarias está en una situación de dependencia. Tenemos un sistema pequeño que imposibilita la economía a gran escala. Además estamos aislados de las grandes redes y somos dependientes de los combustibles fósiles. En definitiva, Canarias es vulnerable energéticamente. Lo peor de esta situación, es que, por situación geográfica, Canarias es un lugar de los más aventajados para aprovechar los recursos naturales. Tenemos un potencial de energías renovables que parece que nadie pretende utilizar.

Después del movimiento social que se creó años atrás contra Repsol y sus extracciones de petróleo cerca de las costas canarias, se cree que un cambio es posible. La población se volcó contra las decisiones políticas que dejan entrever que proteger su riqueza económica es prioritario a conservar el medio ambiente.

Por esta razón se ha querido realizar un proyecto medioambiental y preparar una campaña de comunicación paso a paso para el proyecto, intentando conseguir la colaboración de diferentes instituciones a la hora de llevarlo a cabo. Diferentes acciones que tienen como objetivo final la viabilidad de financiar el campamento con financiación colectiva cooperativa, a través del Crowdfunding de donación. Con esta campaña se pretende conseguir un movimiento social por el cual consigamos el total de la financiación real cuando el proyecto se lleve a cabo.

CAPITULO 1

OBJETIVOS

A continuación, tras haber abordado y justificado el objeto del trabajo, pasaré a señalar los objetivos del mismo.

OBJETIVO GENERAL: Diseñar la campaña de comunicación para una iniciativa de Crowdfunding que permita financiar una de las acciones del proyecto de energías renovables con el Instituto de las Comunidades Energéticas Autosuficientes de Canarias (en adelante ICEACAN).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Indagar la viabilidad de la financiación colaborativa para el campo de la ecología y la energía renovable.
2. Justificar qué tipo de financiación colaborativa podría ser la más adecuada para el caso propuesto en este trabajo.
3. Desarrollar el plan de comunicación para la financiación colaborativa del proyecto.

METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología del trabajo, se basará en una revisión bibliográfica sobre la economía social y economía colaborativa y el contexto de las islas Canarias en relación con las energías renovables.

Además, analizaremos otros casos de referencia para poder encontrar el mejor camino, lograr nuestros objetivos.

La investigación acerca de las demandas del proyecto y el análisis de los casos de referencia se realizará mediante entrevistas semiestructuradas abiertas a expertos en cada contenido del proyecto, tanto en economía colaborativa como en energías renovables, específicamente en los contextos canario, español y europeo.

CAPITULO 2

En este apartado se hará una revisión bibliográfica de aquellos campos, teorías y conceptos que han de sustentar el trabajo desde las disciplinas y teorías pertinentes. En primer lugar se abordará los campos de la economía social, solidaria y colaborativa con sus respectivas definiciones, pasando a centrarnos más detenidamente en el concepto y las experiencias de Crowdfunding, que es el modelo que se ha elegido para la financiación del proyecto que es de nuestro interés.

2.1 ECONOMÍA SOCIAL, SOLIDARIA Y COLABORATIVA

La actividad económica está dividida en sectores según la propiedad de los medios de producción. El Primer Sector pertenece a las empresas privadas con un sistema capitalista. El Segundo Sector es el público, el cual está organizado y redistribuido por el Estado, personas, empresas o instituciones elegidas democráticamente. Y el Tercer Sector, en el cual nos vamos a centrar, es el de la Economía Social o Economía Cooperativista. Este sector se centra en actividades de bien social, bien económico y bien político que no son prioritarias para las empresas privadas ni el sector público.

Los autores de la Carta de Principios de la Economía Social, promovida por la Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones (Pérez,2009;9) y creada en 2002 definieron el concepto de Economía Social en la que se reseñaban los siguientes principios:

1. Primacía de la persona y del objeto social sobre el capital.
2. Adhesión voluntaria y abierta.
3. Control democrático por sus miembros.
4. Conjunción de los intereses de los miembros usuarios y del interés general.
5. Defensa de los intereses de los miembros usuarios y del interés general.
6. Defensa y aplicación de los principios de solidaridad y responsabilidad.
7. Autonomía de gestión e independencia respecto de los poderes públicos.
8. Destino de la mayoría de los excedentes a la consecución de objetivos a favor del desarrollo sostenible, del interés de los servicios a los miembros y del interés general.

La Economía Social se puede representar entre el sector público y el privado. Nacieron a partir de las organizaciones que se iban formando como respuesta a los problemas existentes en la sociedad y para los problemas que la economía capitalista presentaba, como por ejemplo, democratización y desigualdades económicas. A ella pertenecen originalmente las cooperativas, asociaciones y mutualidades; a las que se le han sumado las organizaciones, sociedades, organismos y algunas entidades con el propósito de bienes sociales. La historia ha demostrado la importancia de este sector en momentos de crisis, ya que, tras los años 70 y la peligrosa situación en la que quedaba Europa, fue primordial para poner solución a las nuevas necesidades o las que no se podían resolver para entonces, como el desempleo. La contradicción a la que se enfrenta la Economía Social actualmente es que las empresas que se engloban dentro de este sector pueden estar afectadas por intereses privados, mientras utilizan dinero público del Estado. Además de los métodos de gestión y su capacidad para influenciar en políticas públicas, presenta debates como los modelos que usa para la inserción en el mercado, la competencia con las empresas de capital, el problema de la internalización o la innovación.

Economía Solidaria persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en la justicia, cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua. Pone a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico, otorgando a los mercados un papel

MARCO TEÓRICO

instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida en el planeta.

La Economía Solidaria nace de la Economía Social, y como bien definimos, le da un valor diferente a la economía por su manera de usarla y la manera diferente de entenderla. Además, le asigna un papel importante a la Economía Social ya que democratiza la actividad económica. La economía Solidaria se puede entender como el asunto con más fuerza que une a los tres sectores dentro de una misma estrategia, la transformación global. El problema principal que presenta la economía solidaria en Europa es que, algunas instituciones que engloba han llegado a institucionalizarse, lo que significa que se puede llegar a cuestionar los valores originales de estas empresas y su fin real. Algunas empresas, y sobretodo mutualidades, se consideran pre-estatales, perdiendo así su independencia con poderes públicos. La parte positiva de la Economía Solidaria, viene dada por su sistema, formas de organización y, sobretodo, sus redes de actuación. Este sistema está en crecimiento principalmente por los temas que plantean y la capacidad de interactuar horizontalmente. Por ello, los debates y dudas que puede llegar a causar este tipo de economía son sobre la construcción de modelos alternativos de economía, las alternativas al capitalismo, el cambio social y las formas de combatir la pobreza y exclusión social.

El comité de las Regiones Europeo (Brighenti, 2016; 3) considera que la economía colaborativa se basa en modelos sociales, nuevos o recuperados, que tienen implicaciones comerciales, jurídicas e institucionales importantes: las prácticas sociales de compartir, colaborar y cooperar. Este fenómeno presenta, entre otras, las siguientes características:

- Su agente principal no actúa de la misma manera que el agente económico tradicional, se le conoce como el *homo oecanamicus*.
- Adopta el enfoque propio de las plataformas, según el cual, uno de los principales motores de la comunidad reside en las relaciones, la reputación, la confianza social y otros motivos no económicos.
- Hace uso intensivo y amplio de las tecnologías digitales y la recogida de datos, que constituyen la materia prima. En su mayor parte, los costes fijos se externalizan.

En la Economía Colaborativa el principal agente es miembro de una comunidad que desea un servicio para satisfacer unas necesidades. Las relaciones creadas en una comunidad o red social de colaboración vienen motivadas por un interés común, compartir, colaborar y cooperar. Es la primera vez que se comparte una superestructura de datos y conocimiento transmisible que puede llegar a ser usada por todo el mundo. A esta inteligencia colectiva se le conoce como Mesh o red social. El agente del que hablamos será el que cumpla la función de gestor de un recurso, con el fin de eliminar a los intermediarios, gestionándolo a pequeña escala y entre personas. Este velará por el interés común y actuará públicamente. Estas redes sociales funcionan como algunas actividades económicas existentes. No solo estarán compartiendo un recurso sino que están cooperando para velar por el interés del grupo. Existen cuatro modalidades de Economía Colaborativa:

1. Access Economy: se comercializa el acceso al bien o servicio en modo temporal.
2. Gig Economy: acuerdo de trabajos esporádicos realizados mediante el mercado convencional.
3. Collaborative Economy: la obtención del bien o servicio conlleva la implicación de los usuarios en el diseño del proceso de producción, y así se convierten en comunidad.
4. Pooling Economy: son propuestas llevadas a cabo por una comunidad creada en la que su gestión es totalmente democrática, refuerzan el empleo, ofrecen nuevas formas de seguridad social y respetan la dignidad humana.

Las principales razones por las que este tipo de economía persiste y se ha desarrollado sobretodo en estos últimos años es a causa de la crisis económica que se está viviendo y las

CAPITULO 2

desigualdades entre las sociedades, ya que ha sido un medio de defensa y supervivencia. Son temas en los que ni las entidades públicas ni las privadas dan prioridad en sus asuntos. Por ello las personas se han visto obligadas a intentar hacer las cosas de otro modo: cooperando.

Todos los proyectos, acciones o iniciativas tienen algo en común, y es que están basadas en las tecnologías de la información y comunicación. Internet, poco a poco, ha ido introduciéndose en nuestras vidas, es parte de nuestro día a día tanto personal como profesionalmente. Y aunque esto no haya sido así siempre, con la aparición de la Web 2.0; periodo de transición y segunda etapa de internet; esta se volvió dinámica, el contenido lo generaban los usuarios y las redes sociales comenzaron a crecer. Internet comenzó a ser interactivo, dinámico, colaborativo, con mayor herramientas y plataformas, más simple de usar y mucho más funcional. Se pueden crear comunidades virtuales, donde cada usuario puede generar contenido y así crear conocimiento y consumo colaborativo. Por ello, el trueque está renaciendo gracias a Internet, las NTIC's y las redes sociales.

Los ciudadanos se ponen en contacto y pueden llegar a realizar estas actividades en conjunto. Gracias a este tipo de herramientas las personas pueden cooperar sin la necesidad de estar presentes físicamente, siendo el punto de encuentro las plataformas. Así, conseguirán sus objetivos siguiendo las 4 bases de la economía colaborativa: conocimiento abierto, consumo colaborativo, finanzas compartidas y producción colaborativa.

El gran problema de las plataformas colaborativas es la explotación de estas y su propiedad, ya que muchas de ellas pertenecen a grandes corporaciones que intentan velar por sus intereses lucrativos y amplían su modelo de negocio como intermediarios. Están siendo beneficiados por la poca regulación y así sacar más beneficios.

Anualmente y a nivel mundial, la economía colaborativa está creciendo entre el 15% y el 17%. Aunque la ecología no está entre los sectores prioritarios de los que más ingresos genera, el intercambio de productos y servicios sí está entre ellos, junto con el turismo, el carsharing (compartir coche) o la moda.

Existen muchos tipos de plataformas en diferentes categorías. En España hay más de 400 plataformas divididas en las siguientes categorías:

- Empresas vinculadas a viajes, para compartir pisos o apartamentos;
- Empresas de cultura y ocio, para compartir planes de turismo o compartir e intercambiar libros, o para amantes de la música en directo;
- StarUps sobre alimentación, redes sociales para intercambio de platos y comidas, para el consumo y producción de alimentos ecológicos;
- Para transporte, la movilidad y el parking, donde se comparte coche, se alquila el propio coche o para aprovechar plazas de aparcamiento privadas,;
- Relacionadas con la mensajería, como personas que viajan se conectan con personas que quieren enviar paquetes;
- Redes profesionales, páginas destinadas a un sector laboral concreto y une a trabajadores con personas que necesitan de ese servicio;
- Intercambio y alquiler de productos y servicios, como puede ser comunicar a personas del mismo barrio para intercambiar, vender, regalar productos o servicios;
- Gastos compartidos para solucionar regalos en grupo, o botes online para algún viaje o compras conjuntas;
- Bancos del tiempo, intercambios de servicios por tiempo entre socios;
- Tecnología e internet, para personas dedicadas a la ciencia y nuevas tecnologías que se reúnen para poder lograr proyectos conjuntos, o aplicaciones para compartir gastos de internet;
- Relacionado con el mundo de la moda, plataformas donde se regala ropa o donde se puede comprar y vender ropa, páginas de compra online, ropa de embarazada, etc;

MARCO TEÓRICO

- Deporte y educación, donde encontrar entrenadores personales, realizar clases de fitness en grupo o personas que desean aprender un idioma en grupo;
- Infancia y niños, donde padres quedan en un punto de encuentro para intercambiar artículos; alquiler de espacios, donde las salas o despachos de trabajo se comparten;
- Pisos compartidos, donde pueden encontrar pisos que se comparten, para poner viviendas en alquiler;
- Para la financiación alternativa, como el Crowdfunding, en lo que nos vamos a centrar.

En la economía colaborativa de financiación alternativa es donde nos vamos a centrar para lograr la financiación de nuestro proyecto. Un proyecto con objetivo social, mejorar la calidad de nuestra energía contribuyendo al cambio medioambiental. Es necesario encontrar una financiación diferente a la tradicional, ya que en Canarias, donde vamos a realizar el proyecto, existe un modo de gestión energética próximo al monopolio, muy arraigado y con características muy diferentes al del resto del Estado. Recientemente se ha producido un importante conflicto relacionado con la concesión de permisos a la petrolera REPSOL para la búsqueda de crudo en las aguas canarias. Como consecuencia de esto las playas y el ecosistema en general se han visto dañados. Esto ha provocado un sentimiento de revelación contra el Estado.

Como ya he expuesto anteriormente, el proyecto que se quiere llevar a cabo es un campamento, su duración será de y se formará a las personas asistentes en otras alternativas energéticas tan viables y de calidad como la que existe, y mucho más sostenible. Además, si las personas se involucran en este proyecto, se intentará la continuidad en este tipo de movimientos reivindicativos, ya que un proyecto no puede cambiar años de costumbres.

Un proyecto de esta índole no puede ser presentado por una persona física, ya que la confianza y la credibilidad se pueden perder entre desconocidos y porque una persona no puede llegar a organizar sola tal proyecto. Entre todas las cooperativas, asociaciones e institutos existentes en Canarias que abogan y luchan por las renovables, todas ellas pertenecientes al Tercer Sector, ICEACAN es la asociación que por su concienciación, su sistema de trabajo que sirve como instrumento para la participación de la población y sus profesionales, puede hacer viable el mencionado proyecto. Creemos que las personas que se encuentran dentro de la comisión, tienen suficiente experiencia a la hora de tratar con el Ayuntamiento, y tras organizar la Semana de la Energía Limpia en Canarias con la colaboración de Sustainable Energy Youth Network (de aquí en adelante SEYN), son las adecuadas para poder abarcar este proyecto. SEYN está compuesto por jóvenes entusiastas que realizan proyectos en diferentes países de Europa, como Holanda, Bélgica, Croacia o Grecia relacionados con las energías sostenibles. Por ejemplo, uno de los proyectos llevados a cabo, ha sido la implantación de un sistema energético en un colegio, del que hablaremos más adelante. Además de fomentar el desarrollo de proyectos, ambas asociaciones buscan impulsar la agricultura sostenible, auditoría energéticas en las escuelas, proyectos de bricolaje energético y promueven iniciativas replicables en Canarias.

El proyecto que se llevará a cabo, queremos que sea de ámbito internacional, por eso, tener relación con esta cooperativa supondrá un beneficio para lograr conseguir la financiación deseada. El objetivo será promover la cooperación entre todos los que quieran involucrarse en el programa, mediante la financiación alternativa escogida, el Crowdfunding.

La posibilidad de aunar fuerzas entre instituciones del Tercer Sector hará que el objetivo de nuestro proyecto piloto pueda llegar a conseguirse, además de la confianza que se creará ante los ojos de los futuros financiadores.

CAPITULO 2

2.2 CROWDFUNDING

Según la Asociación Española de Crowdfunding en 2014 definió que el “Crowdfunding 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, sin ánimo de lucro. Este tipo de financiación puede ser usado para muchos propósitos”. El Crowdfunding fue tomando forma a raíz de ciertos acontecimientos. La recolección de pequeñas cantidades de dinero procedentes de un amplio número de personas tiene una larga historia en muchos campos (Ordanini, et al., 2011). Pero estamos hablando de otro sistema colaborativo, por medio de Internet, en la que intervienen muchas personas, de una manera diferente y, a veces con un sistema de contraprestación o recompensa diferente al económico. Cuando no existe manera alguna de financiar el proyecto que se desea, y se quiere buscar una manera alternativa a la original, es donde entra en juego la financiación colaborativa en masa. Aquí el “colaborador” comienza a tomar importancia en muchos aspectos. Respecto al tema que nos lleva, éste puede colaborar, compartir, opinar, promocionar o apoyar iniciativas, ideas o proyectos desinteresadamente o no.

Los Proyectos de Open Source y los de Richard Stallman de Software libre del proyecto GNU y la Free Software Foundation fueron acontecimientos que dieron marcha a la aparición de este fenómeno. Los que desarrollaron estos proyectos, ofrecían servicios altruistas hasta que, debido al éxito, tuvieron que pedir financiación. Probaron a pedir donaciones y aunque pensaron que no sería posible, la gente colaboró. Con la relación entre los creadores y los usuarios, comenzó un fenómeno que abarca mucho más que una simple financiación económica.

Existen casos clásicos de proyectos específicos que se realizaron a partir de la financiación a base de donativos. Como por ejemplo, cuando Joseph Pulitzer en 1889 pidió donativos de 1 dólar para construir el pedestal donde iría la Estatua de la Libertad. Llegó a recaudar 125.000 dólares. En España, cinco años más tarde, la banda de Rock Extremoduro, recaudó 250.000 pesetas para la creación de uno de sus discos, el cual pidió a los donantes que reclamaran tal disco gratuitamente. También, en el años 1997 la banda británica Marillion consiguió unos 60.000 dólares para realizar una gira por Estados Unidos. Otro proyecto que salió adelante, ya en el nuevo siglo y que es un caso de referencia, fue la campaña para la película de ciencia ficción Demain la Veille que logró en 3 semanas recaudar 50.000 dólares.

Entre los años 2000 y 2004, cuando Prahalad y Romaswamy hicieron alusión al término de Crowdfunding para explicar este fenómeno. Pero no fue hasta el año 2009 que es acuñado oficialmente para describir este concepto de microdonaciones de grandes proyectos. A partir de principio de siglo, con la creación de la plataforma ArtisShare comenzaron a aparecer otras más donde poder exponer tus proyectos y llegar a financiarlos, y muchas de ellas sin ánimo de lucro. Es el caso de Kiva, fundavlog, IndieGogo, en España Lánzanos y Verkami, Uwle en Francia, Fundable y muchas más hasta la actualidad.

Sea cual sea la motivación que llevó a los donantes a colaborar en los proyectos, es cierto que, como dice Ordanini: “El público es el elemento clave”. En la actualidad, el Crowdfunding no ha alcanzado su máximo desarrollo. El crecimiento de internet, la importancia que ha adquirido la comunicación a partir de las redes sociales, la viralización que puede llegar a nivel mundial, la capacidad de alcance es el escenario principal por el que el Crowdfunding, hoy por hoy, funciona.

MARCO TEÓRICO

2.2.1. Tipos de Crowdfunding

Existen dos tipos de clasificaciones a las que vamos a hacer alusión. La primera de todas se basa principalmente en el tipo de recompensa que se obtiene. Es la más conocida y la más clara. Se pueden clasificar en 4 tipos separados en dos bloques, lucrativos y no lucrativos.

Lucrativos:

1. Inversión: Participación de proyectos por medio de la participación en el capital de la sociedad promotora. Esto significa, que una Sociedad es la que tiene un proyecto, ya sea de expansión, creación de algo o simplemente, la creación de la misma; el inversor que participe en la creación obtendrá como contraprestación una participación o una acción de la empresa. La persona es conocida como “inversor” o “microinversor”. El punto negativo de este método es que, para que la contraprestación sea posible, debe salir adelante el proyecto a diferencia de las otras, que en esta se invierte con la intención de llegar a obtener beneficios. Plataformas como ejemplo serían *Crowdcube*: plataforma para inversores y empresarios. O también *The Crowd Angel*.
2. Préstamo: Préstamos entre usureros y promotores. Funcionan como los préstamos del banco, que han de ser devueltos con un interés añadido a la cantidad recibida. En algunas plataformas es el prestamista el que pone el interés, como por ejemplo en *Arboribus*. En otras, las pone la misma plataforma, como en *Grow*, que tiene entre el 4% y 5,9% de interés.

No lucrativos:

3. Donación: En estos no suele existir contraprestación. Suelen estar destinados a financiar proyectos solidarios o humanitarios, ya que la donación aportada no es realizada por obtener algo a cambio. Los proyectos que se presenten van a tener mucha información detallada y puntual, ya que es una inversión que se realiza por ver el proyecto conseguido. Las plataformas más conocidas son *I love science* y *Kiva*.
4. Recompensa: Es el que más abunda actualmente. Se le suele denominar mecenas o micromecenas. Está enfocado al desarrollo de productos creativos, recibiendo una contraprestación a las aportaciones, que no tienen por qué ser monetarias. Las recompensas dependen del dinero recaudado y suelen ser muy variadas, dependiendo del proyecto y del objetivo que tienen. Por ejemplo, ser los primeros en obtener el producto final, experiencias como presenciar la elaboración, un pase especial para conocer algo del proyecto, etc. La recompensa engloba tanto bienes como servicios. Además, según el informe de Massolution (2012), el que más recauda dinero, es el que acaba liderando el mercado. El Crowdfunding de recompensa es como si fuera una acción de preventa. Pagas por este proyecto y obtendrás el producto al realizarlo.

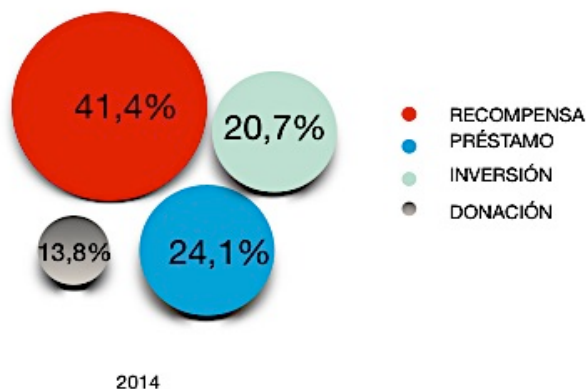
Dentro de esta categoría existe una clasificación, que depende mucho de la plataforma por la que se esté dando a conocer el proyecto. Estas son, según la plataforma *Verkami*:

1. Todo o nada: En estas se ponen límite de dinero y tiempo. El proyecto ha de ser financiado en un límite de tiempo, si no, se catalogaría como fracasado. Estas son plataformas como *Kickstarter*.
2. Todo vale: No se ponen límites de tiempo. El objetivo no tiene por qué llegarse a conseguir, pero aún así, todo lo que se vaya obteniendo se va entregando. El problema de este tipo de financiación, es que la contraprestación es menos segura. Una plataforma que funcione de esta manera es, por ejemplo, *IndieGoGo*.

Existe otra clasificación realizada por Sofía Caparrós en X.net (2012) por la cual diferencia los tipos de Crowdfunding dependiendo de las técnicas usadas a la hora de la realización del proyecto y de difusión y maneras de recompensar. Son 4 tipos, como en la forma clásica y serían las siguientes:

CAPITULO 2

1. Crowdfunding Directo: cada proyecto dispone de su propia plataforma para lograr su financiación. Por lo cual está destinado exclusivamente para ese proyecto, o para una empresa determinada
2. Plataformas abiertas de proyectos: son los intermediarios, de los que hablaremos más adelante. Las plataformas se dedican a promocionar el proyecto, hacen el papel de publicistas, hasta una fecha que será cuando ya es conocido el proyecto. A partir de ahí se hace un llamamiento a financiar mediante donaciones directas, visibles y públicas. Estas plataformas acogen todo tipo de proyectos.
3. Crowdfunding de proyectos en marcha: Este Crowdfunding consiste en la financiación de proyectos culturales, blogs y páginas web que crean las empresas existentes para su mantenimiento y perduración en la red.
4. Crowdfunding como inversión: los inversores obtienen participaciones a cambio de su aportación económica, o dependiendo del proyecto, parte de los beneficios. Este tipo no se ha dado aún en España debido, principalmente a la inseguridad jurídica existente.



Gráfica 2.1. Tipos de Plataformas más usadas en España en 2014. Elaboración propia según la Asociación Española de Crowdfunding.

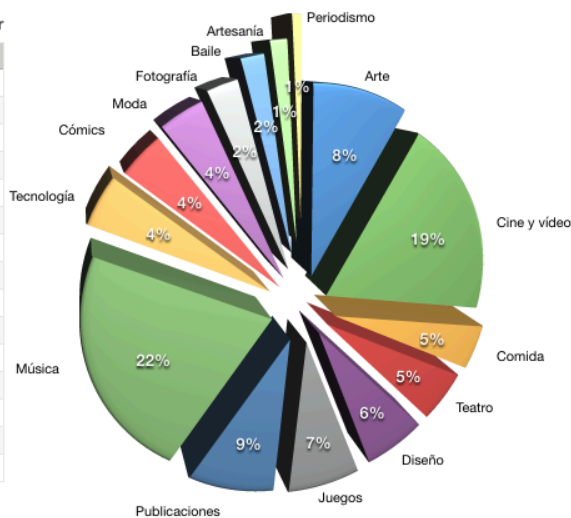
2.2.2 Categoría de actividades

Un punto positivo que tiene el Crowdfunding en comparación con la financiación tradicional, es la posibilidad de financiar cualquier tipo de proyecto que se desee. En general, los proyectos financiados por Crowdfunding que tengan que ver con energía renovables y alternativas y desarrollo sostenible no son muchos. No son muchos los entendidos acerca del funcionamiento de la energía. Los pocos proyectos que hay suelen ser a nivel local con un fin social que no suele ser el de concienciar, sino ayudar a un determinado sector. Además, los bancos, políticos y todas aquellas empresas que colaboran con la explotación de los combustibles fósiles, son los que de algún modo tienen mayor poder adquisitivo. Ellos son los que siempre impedirán que este tipo de proyectos se financien o lleguen a tener una gran repercusión. Por ello es muy complicado cambiar un monopolio cuando es el Estado y estos personajes los que se ven beneficiados. En este análisis de categorías de actividades que se suelen financiar, solo voy a escoger dos plataformas de ejemplo, ya que todas las categorías suelen tener casi la misma categoría más financiación que en otras, y en ninguna vienen proyectos medioambientales. Según la plataforma Verkami y Kickstarter, en España de 2014 estas fueron las categorías que obtuvieron mayor porcentaje de financiación:

MARCO TEÓRICO

Categoría de proyectos financiados con éxito en Kickstarter

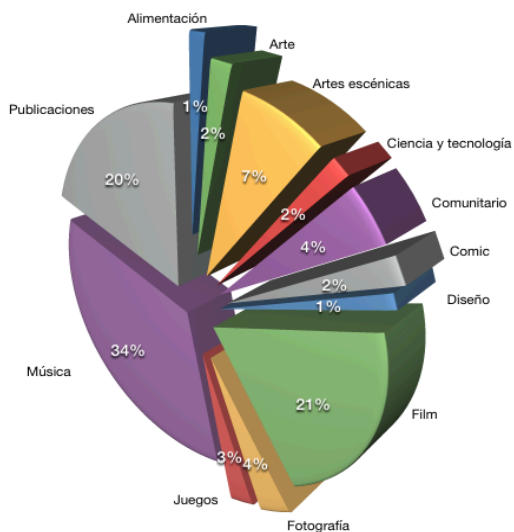
CATEGORÍA	CANTIDAD
Arte	8.990
Artesanías	1.458
Baile	1.975
Cine y vídeo	20.588
Comics	3.881
Comida	4.856
Diseño	6.755
Fotografía	2.645
Juegos	7.881
Moda	3.789
Música	22.981
Periodismo	805
Publicaciones	9.215
Teatro	5.640
Tecnología	4.346



Gráfica 2.2 Categorías de actividades con mayor financiación en Verkami. Elaboración propia. Fuente Verkami.com

Categoría de proyectos financiados con éxito en Verkami

CATEGORÍA	CANTIDAD
Alimentación	53
Arte	69
Artes escénicas	262
Ciencia y tecnología	56
Comunitario	161
Comic	79
Diseño	46
Film	751
Fotografía	129
Juegos	96
Música	1.238
Publicaciones	715



Gráfica 2.3 Categorías de actividades con mayor financiación en Kickstarter. Elaboración propia a partir de Fuente Kickstarter.com.

2.3.3 Agentes y Roles

El Crowdfunding existen tres roles diferentes. Aunque se vean involucradas muchas personas, están deben tener uno de los tres roles existentes: el productor, inversor o plataforma. Si cogemos el esquema básico de comunicación, este sería el emisor, receptor, canal, mensaje y contexto. El emisor sería claramente el productor, el que busca la financiación del proyecto y crea una campaña, el mensaje, para poder financiarlo. El receptor es el inversor, es el que ve la campaña y decide financiar. Además va a servir como promotor de la campaña, ya que será de su interés que este consiga financiarse. Al final recibirá del emisor la contraprestación que debía estar escrito en la plataforma, canal por el que se emite el mensaje. Por último, el contexto sería el la categoría de actividad que se quiere financiar, dónde encontrar el target

CAPITULO 2

deseado y las redes adecuadas para su difusión. Cada uno tiene un papel específico que podemos observar en la siguiente tabla:

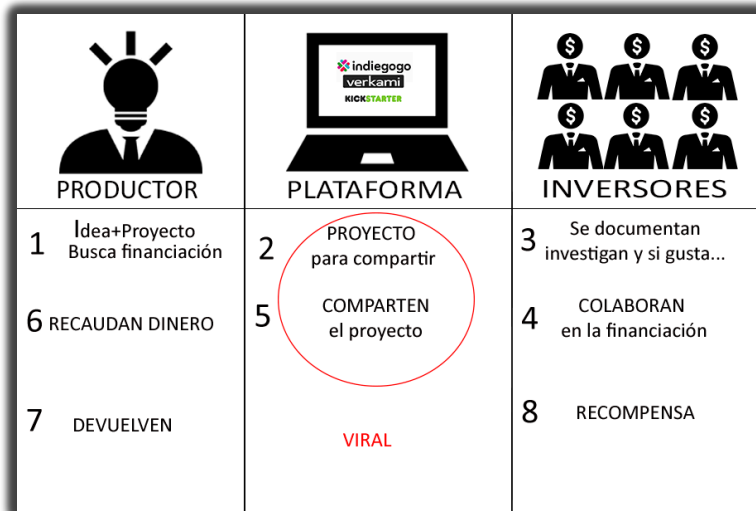


Figura 2.1 Proceso de financiación de un proyecto. Elaboración propia.

2.3.3.1 Las Plataformas

Hoy en día existen muchísimas plataformas para la microfinanciación. Hay muchas que están específicamente clasificadas según los proyectos creativos que desean financiar o proyectos solidarios. También se puede hacer una clasificación como la que se hizo de los tipos de Crowdfunding. La clasificación más simple en comparación a las plataformas más importantes y que más nos interesan sería en base a los tipos:

Plataformas de préstamo:

Comunitae: Desde 2008 esta plataforma plantea un modelo de inversión y financiera como a la banca tradicional. Los inversores pueden participar en la financiación de operaciones de crédito y en operaciones, sin contar con los bancos ni intermediarios, a empresas y particulares. Financian créditos a empresas y particulares. Esta plataforma apuesta por la seguridad en la inversión y en la confianza, por ello realiza un análisis de riesgo antes de la publicación de operaciones. Además de ser bastante sencillo y rápido, es muy transparente con respecto a las inversiones y la información aportada a los inversores. Se puede llegar a solicitar desde 600 a 8.000 euros entre 6 y 24 meses. La plataforma establece el tipo de interés y se lleva una comisión por cada financiación.

Arobibus: fundada en 2012 con el objetivo de poder dar financiación a las pequeñas y medianas empresas que suelen tener problemas a la hora de encontrar financiación en los bancos. Se mueve entre España, Europa y Latinoamérica. Se consideran diferentes respecto al equilibrio salarial, su transparencia publicando los datos de préstamos concedidos y todos sus trabajadores llevan por delante las palabras “socialmente responsable”.

Plataformas de Inversión:

The Crowd Angel: Plataforma que financia proyectos y StarUps relacionados con las tecnologías y modelos de negocio innovadores, proyectos que muevan un capital privado entre 150.000 y 300.000 euros o compañías de valor de 500.000 o 1.500.000 euros. Busca simplificar el proceso de inversión en pequeñas empresas con Capital de Riesgo. Funcionan

MARCO TEÓRICO

como las participaciones de los bancos pero están regidas por una toma de decisiones de votación mayoritaria. Cuando los Crowd Angels invierten, las participaciones propiedad se asocian mediante un acuerdo de comunidad de bienes, para poder participar en esta toma de decisiones.

Crowdcube: plataforma de inversión que ayuda a las empresas con su financiación y además sirve de canal para que todos los que también quieran invertir en ese proyecto lo hagan por el mismo canal. De esta forma, empresas y pequeños inversores pueden invertir en un proyecto emprendedor. A cambio, cada persona recibe una participación y se convierten en socios tomando parte a través de la plataforma. Esta plataforma se encuentra en proceso de aprobación por la Comisión Nacional de Mercados y Valores.

Plataformas de Donación:

Lánzanos: Es una plataforma de inversión, en donde los donantes pueden apoyar proyectos culturales, sociales o de cualquier tipo. Es una de las primeras plataformas de España y tiene una peculiaridad respecto a otras. En todo el proceso para buscar la financiación, hay una opción que se le conoce como “La Caja”. Es un paso previo y voluntario a la financiación, donde la comunidad puede votar por el proyecto para ver si puede llegar a conseguir esa financiación. En la plataforma el proyecto no puede estar más de 90 días, por ello recomienda hacer un plan de comunicación bastante detallado y exigente, ya que será necesaria las pequeñas donaciones. Este tipo de plataformas puede no recoger recompensas, pero eso es recomendable solo para proyectos sociales y de carácter solidario, ya que si no, el objetivo propuesto para poder conseguir la financiación se puede ver imposibilitado.

Kiva: plataforma sin ánimo de lucro de Estados Unidos que conecta a personas para realizar préstamos en proyectos relacionados contra la pobreza, negocios sociales, escuelas, energías renovables. Lo mínimo que se puede donar son 25 dólares y el 100% de esa cantidad va al proyecto. La plataforma cubre sus costos a través de patrocinadores, subvenciones y préstamos.

I Love Science: Plataforma Internacional en donde se financian proyectos científicos para mejorar la calidad de vida. En ningún caso los donantes reciben derechos ni propiedades de los proyectos en las que están colaborando. Los proyectos presentados solo pueden estar un plazo de 30-60 días, y aunque se haya conseguido la financiación antes de que acabe el plazo, la cantidad como objetivo se puede superar. Se pueden dar recompensas a cambio, pero se mantiene totalmente la información personal de cada donante. Esta plataforma recibe un porcentaje de la donación de los proyectos que consiguen hacer el 100% de su objetivo para cubrir los gastos necesarios, publicidad y divulgación de proyectos.

Plataformas de Recompensa:

Verkami: plataforma nacida con el objetivo de ser una alternativa a los modelos tradicionales de financiación para apoyar a artistas, creadores, diseñadores o colectivos basado en la complicidad. Los proyectos pueden ser multiidiomas por lo que es una de las mayores plataformas de Crowdfunding de España donde tienen una comunidad europea de cultura. Los proyectos pueden llegar a estar hasta 40 días. Pertenece al todo o nada, ya que solo si llegan al 100% de su objetivo en ese plazo recibirán el dinero de sus mecenas. El 5% de lo que se consiga financiar va para la plataforma, solo en caso de conseguir la financiación.

KickStarter: plataforma de Estados Unidos creada en 2008 que opera a nivel mundial y busca la financiación de proyectos creativos. Respaldada por 11 millones de personas han logrado 2,5 mil millones para 108.929 proyectos diferentes. Cada proyecto financiado han sido a base de conseguir su objetivo deseado, por lo cual pertenece al todo o nada en nuestra clasificación. Es una de las mejores plataformas que opera a nivel mundial.

CAPITULO 2

IndiGoGo: es una de las primeras plataformas de Estados Unidos creada en 2007 que opera a nivel mundial donde 223 países han llegado a invertir en proyectos y donde los proyectos han superado hasta un 17% sus objetivos. También pertenecen en la clasificación al todo o nada, ya que las campañas no exitosas devuelven las contribuciones.

Existen muchos proyectos que tienen su propia página web donde se puede realizar ahí mismo las inversiones, sin el intermediario de las plataformas. Es cierto que si eres una pequeña empresa con algunos años de experiencia se podría utilizar una página para la financiación de un proyecto nuevo. Pero cuando se trata de algún tema pionero, es mucho más complicado llegar a la financiación sin ayuda de las plataformas, ya que estas recogen lo más importante de toda la campaña, los interesados. Por eso, hay algunas plataformas, como la de I Love Science, que se dedican a un solo sector. Pero en el ámbito medioambiental, son pocas las que existen y las que han sobrevivido. Además, solo una de las que vamos a comentar es Española.

Sunfunder: es una plataforma que financia proyectos que tengan que ver con la producción de energías alternativas. Su sede en Estados Unidos y Tanzania tiene como objetivo obtener capital para la energía solar. El capital de esta plataforma sale del Fondo de Empoderamiento Solar con el cual proporcionan inventario y pueden financiar proyectos realizando préstamos a corto plazo a compañías energéticas solares y poder fomentar el crecimiento del sector. Han llegado a invertir 8.400.000 dólares en proyectos, colaborando ellos con 58 préstamos y teniendo una cartera de 21 inversores. Además, han conseguido que 555.000 personas hayan sustituido el queroseno y el diesel. También lleva la cuenta de los trabajos que han generado gracias a los proyectos que han salido adelante. Hoy en día, llevan una cantidad de 4.405 puestos.

GreenFunder: plataforma que realiza recaudaciones a nivel global para proyectos socialmente responsables o empresas dedicadas a lo mismo. Tras las financiaciones el 100% recaudado va destinado al proyecto. Se creó en 2011 pero su popularidad está entre dudas.

Mosaic: es una plataforma que ayuda a financiar energía solar, energía fotovoltaica, a todo aquel que quiera cambiar su fuente de energía. Su misión es prosperar intentando que millones de personas reciban energía solar. Todos los clientes ahorran un promedio de 67 dólares.

Dos Energy: de origen Griego esta compañía con más de 10 años de experiencia en inversiones en la distribución de electricidad y combustibles. Desde hace 3 años está apoyando a las energías renovables. Colabora con la repartición de más de 50Kw en proyectos de plantas de energía de biomasa y energía eólica. Va a colaborar con la construcción de centrales de biomasa en Grecia.

Clean Reach: plataforma de cambio e inversión en proyectos que abogan por la industria de las energías del océano. Su objetivo es sacarle todo el provecho posible, aumentar el acceso al capital y fortalecer la conciencia pública sobre los combustibles fósiles y no renovables.

Generation kWh: plataforma de Crowdfunding creada por Som Energía, que es una cooperativa catalana de producción y consumo de energías renovables. Esta plataforma apoya proyectos renovables y de autoproducción individual, tecnologías como la fotovoltaica, eólica o minihidráulica. Trabaja con acciones, en la que 100 euros son 1 acción, que se devolverán en 25 años con un interés del 0%. A los participantes le pertenecerá una cantidad de electricidad producida a precio de coste, lo que significa un ahorro de la energía en casa. En esta plataforma puedes calcular la cantidad de Kwh que consumes anualmente comparándola con la de autoproducción que proponen.

2.3.4 Regulación en España

El Crowdfunding ha sido una herramienta que ha solventado muchos problemas a la hora de enfrentarse a los bancos para pedir financiación. Debemos tener un proyecto que sea atractivo y ambicioso para que los bancos nos fíen el dinero y se lo devolvamos, siempre, con intereses. Además, el poder acceder a la financiación es un gran problema al que se deben enfrentar las pymes hoy en día, ya que los Bancos son los que actualmente dominan el mercado. Gracias a la posibilidad de una alternativa, poco a poco este modelo ha ido creciendo y el Estado se ha visto con la necesidad de realizar una regulación jurídica, para evitar posibles riesgos y confianza entre las relaciones y redes que se formaban en nuevo sistema.

Sobre el año 2013 nació la Asociación Nacional de Crowdfunding con el objetivo de promover esta actividad, ser la cara de todas las plataformas y crear unos patrones de uso para que los inversores se sientan seguros sobre esta práctica. Ofrecieron un anteproyecto de Ley en 2014 conocida como XX/2014 para el fomento de financiación empresarial. Esta ley fue aprobada y ahora es conocida como Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial.

Esta ley toma como referencia la regulación existente en otros países, como por ejemplo la Ley Job Acts (Jumpstart Our Business Startups Act) de Estados Unidos, por la cual se establece que la inversión realizada no puede ser mayor del 2% de ingresos anuales de la persona física. También a Francia, en donde los beneficios generados por las inversiones a las pequeñas empresas están exentas de impuestos, los Países Bajos o Gran Bretaña.

Cabe decir que antes de esta Ley, no existía ninguna regulación en cuanto a la cantidad de dinero que se podía llegar a invertir. A partir de esta Ley, en España queda regulado los siguientes temas:

La supervisión del cumplimiento, inspección y sanción de la Ley queda en manos de la Comisión Nacional de Mercado de Valores y fue aprobado por el Banco de España. Además es este último el encargado del controlar las plataformas que en las que participen particulares. .

En cuanto al proyecto, solo puede llegar a obtener una financiación de 2 millones de euros en una ronda de financiación, en el tiempo que se haya impuesto para solicitar el dinero. Esta cantidad puede llegar a ampliarse a 5 millones si participan inversores profesionales. Los inversores podrán recibir el dinero una vez alcanzado el 90% de la financiación aun todavía estando en el periodo de solicitud, y el proyecto podrá superar en un 25% su objetivo de financiación.

Esta Ley solo afectará a dos de los cuatro tipos de Crowdfunding principales, el de inversión y préstamos, ya que son estos los lucrativos. Por esta misma razón deben tener una mayor regulación pero sin entorpecer la actividad de cooperar, asegurando los intereses y protegiendo a los inversores.

Si nos centramos en el de donación, cabe decir que no existe ninguna ley creada para ese tipo específico, sino que ya viene a incluirse dentro de la ley que regula las donaciones habituales. Antes que nada, las condiciones para poder realizar este tipo de financiación vienen dadas por la plataforma en la que está el proyecto y se deberán pagar una serie de impuestos dependiendo de la cantidad donada y de quién lo done.

Este tipo de Crowdfunding se rige por la Ley de Mecenazgo, la Ley 49/2002 de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Está destinada a proyectos empresariales, sociales, deportivos o culturales de entidades no lucrativas, y tiene como objetivo fomentar las iniciativas de mecenazgo y promover la participación de la sociedad civil mejorando la fiscalidad de las entidades sin fines lucrativos e incrementando los incentivos fiscales al mecenazgo.



CAPITULO 3: CÓMO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE CROWDFUNDING

“Como Dios, el capitalismo tiene la mejor opinión sobre si mismo, y no duda de su propia eternidad”.

Eduardo Galeano

CAPITULO 3

En este capítulo se argumentará por qué hemos escogido el Crowdfunding como método de financiación. A raíz de las entrevistas realizadas a miembros de diferentes asociaciones y un análisis de algunas campañas con objetivos medioambientales financiados a través de Crowdfunding, argumentaremos el tipo de comunicación que se ha de utilizar para llevar a cabo un proyecto ecologista.

3.1 DIFERENCIACIÓN CON OTROS MEDIOS DE FINANCIACIÓN

Después de tener claro todos los tipos de Crowdfunding, vamos a escoger el tipo basado en recompensas. Este tiene como base el pago de una mínima parte del presupuesto por algo a cambio. Nuestro objetivo tras la financiación es su implicación en todos los temas que se tratarán, incluso después de finalizar el campamento. Por eso debemos recompensar a los mecenas con la gratuita participación en el mismo a distintos niveles. Este método es el más adecuado porque no estará sujeto a impuestos exceptuando las dos altas cantidades que se deberá declarar en la Agencia Tributaria junto a la factura. Si es una persona jurídica también deberá deducir el importe.

Una de las razones por las que no queremos solicitar préstamos a los bancos es porque cada vez que lo hacen se crea un depósito en la cuenta bancaria del prestatario. Lo que significa que está creando dinero nuevo. La falta de regulación y lo oculto que está este tema a ojos de los ciudadanos, deja todo el poder adquisitivo en manos de los financieros. Esto hace que muevan y repercutan en el poder legal y le ofrezcan intereses, para que la regulación de temas bancarios lo puedan llevar los propios bancos. Un sistema capitalista, sistema que impera en todo el mundo, sería donde la propiedad privada de los medios de producción y las ganancias queda en manos del Estado, y al parecer estos, de los bancos.

El Estado no quiere invertir en Energías Renovables a gran escala. Las industrias petroleras controlan un capital mundial y todos los políticos acaban cediendo para que se realicen prospecciones petrolíferas. Por esta razón, un proyecto medioambiental que tenga que ver con las energías renovables, es muy complicado que se financie. La financiación a través de bancos obviamente no es una opción para este trabajo.

Otro tipo de financiación para proyectos o empresas serían fondos privados de inversión. En los cuales, en vez de intervenir los bancos, son las personas físicas o jurídicas las que crean un patrimonio y deciden invertir de cuatro formas posibles: acciones, deuda, inmobiliario y private equity o desarrollo de empresas. Su objetivo también es el mismo, obtener ganancias, que esa inversión sea devuelta con intereses, ser parte en la toma de decisiones y tener participaciones en la empresa. El riesgo y el interés suelen ser los mismos y los objetivos de estos, con frecuencia, no suelen ser con fines sociales. Además, las personas que financian no pueden superar una cantidad indicada por ley. Nuestro objetivo es concienciar al mundo, no a un pequeño grupo de personas. Por esta razón este sistema tampoco sería el más adecuado para nuestro propósito.

Las subvenciones pueden ayudar a la realización de un proyecto si se presenta mediante una cooperativa, una asociación o un instituto. El problema puede llegar a ser burocrático, ya que todos los papeles que se deben aportar son infinitos, y normalmente suelen ser para ayudar a la asociación. Estas pueden ser a devolver, como los créditos pero sin intereses. Por otro lado pueden ser a fondo perdido. Son subvenciones dadas por el Estado a favor de proyectos muy concretos, con fines sociales y con objetivos medibles. No tienen que devolverse pero son muy complicados de conseguir. También, estas subvenciones varían dependiendo si el programa es estatal o europeo. Aunque podamos conseguir subvenciones para nuestro proyecto, no lograría financiarse por completo.

CÓMO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE CROWDFUNDING

Existen otros medios de financiación con los que se pueden reducir gastos, como por ejemplo intercambio de servicios, también conocidos como *batering*. Pero estos, crean dependencia a la hora de sobrellevar el proyecto y no son muy usados e intentaremos contar con un gran equipo para no tener que depender de ningún agente externo.

Si finalmente se consigue el apoyo de las asociaciones, apoyaremos el Crowdfunding como método de financiación porque podremos llegar a conocer el interés del público antes de conseguir la financiación, poniendo a prueba ideas a bajo coste la viabilidad del proyecto antes de realizarlo y de esta manera poder mejorarlo evitando el gasto innecesario. Además, los participantes van a adquirir un rol importante en el proyecto. Cooperaremos con ellos a todos los niveles gracias a las plataformas. En comparación con otros métodos de financiación, las asociaciones seguirán siendo de los fundadores y no hace falta que personas que no estén relacionadas, aunque financien, tomen parte en las decisiones que se tomen. Crearemos ese interés por adelantado, y los inversores serán los mejores defensores del proyecto

Además, crearemos un impacto cultural, intentando educar a las personas en la importancia de ciertos sectores culturales, sociales y científicos. El Crowdfunding es, sin ninguna duda, una herramienta de concienciación social. Los futuros consumidores tendrán acceso directo a la organización, creando así relaciones entre productor y clientes .

En definitiva el Crowdfunding es un buen método basado en un sistema meritocrático y democrático, valores que deben apreciar ante un proyecto, porque no es necesario tener un negocio exitoso para que la gente colabore.

3.2 CAMPAÑAS EXITOSAS

Son muchas las campañas que han conseguido su financiación gracias al Crowdfunding. Algunas han sido a mayor escala, otras locales o nacionales. Es imposible recoger todas las que han conseguido su objetivo, pero en temas medioambientales, no han sido tantas. Por esta razón, en las categorías de las plataformas más conocidas no se ven reflejados. A continuación, se nombrarán algunas campañas que han conseguido ser financiadas en diferentes partes del mundo. Muchas se han logrado financiar por su originalidad, otras por su acierto en las plataformas. Las personas que están detrás de estos proyectos, en algunas ocasiones han llegado a crecer como negocio o han continuado buscando financiación y luchando por una causa. En cambio en otros casos, se ha quedado en un simple proyecto sin ningún futuro.

Llévame al Huerto. El proyecto nacido en Bilbao buscaba financiar un programa on-line para enseñar a cultivar en el balcón o en el huerto. Se buscaba una financiación mínima de 5.000 euros y se legó a conseguir 210 euros más. A través de la plataforma Goteo. Los puntos fuertes de esta campaña fueron el vídeo promocional para publicar en la plataforma y las recompensas estaban a la altura de la cantidad aportada.

1€ un árbol. Reforestar el Empordà: esta campaña no es importante nombrarla por si se logró financiar, sino porque fue realizada en el momento exacto. Este es un buen ejemplo de economía social, solidaria y cooperativista, donde se puede ver reflejado el sentimiento de solidaridad popular. El problema de esta campaña fue la plataforma escogida. Si bien intentaban llegar a bastante público, esta plataforma lo impedía ya que, para poder ver sus proyectos, los posibles inversores o curiosos deben estar registrados. Además, la plataforma se dedica a un tipo de Crowdfunding que no era el que se buscaba para este proyecto. En este caso se buscaba de tipo donativo, donde las personas donaran ínfimas cantidades para ayudar al ecosistema, un lugar de todos. Se realizó un buen trabajo en redes y medios de comunicación. Si bien los medios como periódicos les convenía y estaban interesados en una

CAPITULO 3

noticia de esta índole, también en las redes se movilizaron y compartieron los enlaces. Asimismo, se contó con la colaboración de entidades y particulares

Transporte ecológico en “CargaBikes”: Un proyecto realizado desde la plataforma de Lánzanos que buscaba la financiación de 1.500 euros. Un proyecto cooperativista que consistía en mensajería ecológica, donde buscaban financiar un tipo de bicicleta para poder llevar cargas de mayor peso. Una campaña con objetivos claros y beneficios tanto para personas como empresas.

EarthCell, The renewable bettering. Proyecto llevado a cabo a través de la plataforma de Kickstarter que llegó a financiar la cantidad de 24.711 dólares. Además de conseguir la financiación, el proyecto siguió adelante y sus actualizaciones progresaron. El producto en esta campaña era lo más importante, hicieron una buena campaña de comunicación y logró que miles de personas solicitaran este producto.

Energy Independent School Kastela: Proyecto llevado a cabo en Croacia por 5 jóvenes y respaldada por una cooperativa llamada Kastela. Su objetivo era convertir una escuela en la pionera en ser energéticamente independiente. Consiguieron 10,000 dólares a cambio de una serie de recompensas que invitaban a colaborar. A través de la plataforma IndieGoGo el proyecto estaba bastante bien explicado, con un equipo de profesionales en diferentes disciplinas profesionales y la colaboración de cooperativas y asociaciones ayudaron a que este proyecto saliera adelante

Energy Independent Kindergarten: Otra campaña financiada por los mismos que la anterior, pero esta vez, a través de la plataforma croenergy.eu y esta vez se superó en un 21% la cantidad deseada. Consiguieron un total de 97.082 dólares que se convirtió en independiente. El objetivo era el mismo, convertir una guardería en autosuficiente energéticamente. Las cantidades para donar eran las mismas que en el otro proyecto, y esta vez, las personas se involucraron mucho más.

Brlog: Es una cooperativa formada por dos jóvenes mujeres amantes de la cerveza artesanal. Buscaban financiación para sacar como empresa social. Buscaron la financiación a través de Indiegogo, por una cantidad de 8.000 dólares. Llegaron a superarla en un 48% con la cantidad de 11.856 dólares. La cooperativa consiguió llegar a comercializar cerveza reivindicando los derechos de la mujer y cambiando los prejuicios de esta.

Fabule Organic Pecil: el lápiz más sostenible del mundo fue financiado a través de IndieGoGo con una financiación de 17.273 dólares gracias a una brillante idea. Gran idea de producto junto a muy buenas recompensas.

3.3 COMUNICACIÓN EFECTIVA

El Crowdfunding es una alternativa para cualquier tipo de proyecto, pero esto no significa que se puedan llegar a financiar todos los que se nos puedan ocurrir. Convencer a un grupo de personas es mucho más difícil que convencer a una. Cuando se tiene una buena idea se debe trabajar, estudiar y plantearse los posibles, los pros y contras. Si el proyecto vale la pena y no se ha podido conseguir financiación por el método tradicional, el Crowdfunding puede llegar a ser una muy buena opción. Pero hay que ponerle mucho más trabajo. Se deberá realizar el plan de comunicación por el cual se venderá el proyecto a los futuros patrocinadores que a su vez son los futuros clientes. Se puede llegar a tener la mejor de las ideas pero no conseguir comunicarla y no conseguir respaldarla por no darla a conocer bien. No saber comunicar una idea genera desconfianza por falta de convicción en lo que se intenta proponer y por lo tanto, no convencerá a nadie. Se debe atender a todos los aspectos que el proceso conlleva, desde el

CÓMO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA DE CROWDFUNDING

primer paso que es expresar la idea al máximo hasta saber detallarla hasta el último elemento, que es conseguir el objetivo. Además, hay que saber recompensar a los donantes, ya que, aunque no se espere nada, se debe ser agradecido. Por lo tanto, hay unos elementos claves que no se pueden pasar por alto.

Antes que nada, se debe elegir bien el tipo de Crowdfunding que se quiere utilizar. Dependiendo del proyecto que se desee, se deberán elegir entre los cuatro principales que existen. Dentro de esto, elegir bien la plataforma, la que tenga los principios más parecidos a los creadores del proyecto. Así, también se puede encontrar al público específico. Si en nuestro proyecto buscamos la participación, la mejor manera es que la financiación le permita la participación. Además, si conoce los gastos que se van a llevar a cabo y comprueba que en ningún momento se intentará sacar beneficios, creará una confianza para poder realizarlo. Tener un buen equipo de trabajo multidisciplinar, así podremos argumentar todo tipo de dudas que nuestros mecenas tengan. Cuanta más diversidad entre los productores más conocimiento habrá respecto a todos los temas a los que se deben enfrentar todos ante un proyecto. Por eso, se pretende contactar con asociaciones para cooperar juntos.

El proyecto debe ser claro y atractivo, con calidad, beneficioso y con credibilidad. Esto es algo base que muchas veces se puede llegar a olvidar y es un tema primordial. Aunque se presenten a las asociaciones o a los Ayuntamientos, lo primero que se debe tener claro es el objetivo que se desea conseguir. Después le sigue la buena imagen que hay que crear. Esto significa dar aire de profesionalidad y seriedad. Hay que proyectar valores de transparencia, compromiso, esfuerzo, motivación y disciplina. Hay que darle importancia a los fines sociales que se quieren conseguir. Por eso, cuanto más sepan de los organizadores mejor. Se tiene que dar información de los creadores y de la asociación y cooperativas que van a participar en el proyecto. Cuanto más detalles se de sobre quiénes están detrás, más confianza va a depositar los posibles inversores. Gracias a las plataformas, se pueden añadir fotos, enlaces a las páginas Web de las mismas o a las redes de LinkedIn. De esta manera el proyecto quedará más humano y se hace más personal.

El Crowdfunding exige una buena planificación de la campaña con un seguimiento adecuado. Cada acción que se realice debe estar detallada y explicada para poder ir bien encaminados paso a paso. Dentro de las plataformas se debe realizar una descripción de la campaña, con datos explicativos y posibles enlaces a páginas de interés. Que el proyecto se mueva entre todas las redes sociales posibles y que de esta manera, pueda volverse viral. Ayudará si se añade material audiovisual de calidad. Se debe realizar un video, que también se compartirá en redes sociales, donde se deberá tener presencia activa. La realización de un video amateur puede dañar la imagen de la campaña. La gran mayoría de las plataformas te permiten poner el video promocional informativo en la misma plataforma. En la plataforma deberá haber unos indicadores de campaña, donde se podrá ver el porcentaje financiado hasta el momento, la fecha de inicio y fin y las diferentes cantidades con sus correspondientes recompensas. Junto a esto, una barra de acciones donde se pueda compartir la campaña o ponerla como código en cualquier sitio Web. De esta manera será mucho más fácil que la campaña llegue a oídos de más personas. Las recompensas deberán ser visibles en la plataforma. Muchas veces la financiación se consigue por el tipo de recompensa, por esta razón deberán ser lo más atractivas posibles. Es una utopía, pero las recompensas no deben ser una razón por la que se dispongan a financiar el proyecto, pero si debe ser una motivación para dar una cantidad u otra.

Servirá como refuerzo las alianzas entre asociaciones para que estos también difundan el proyecto entre sus socios y sus seguidores. Además, si se puede llegar a conseguir un patrocinio de alguna figura influyente entre grupos determinados, sería un gran apoyo para la difusión del proyecto.



CAPITULO 4: PROYECTO PILOTO

“Produce una inmensa tristeza pensar que la naturaleza habla mientras el género humano no la escucha”.
Víctor Hugo

CAPITULO 4

A continuación, continuamos con la presentación del proyecto, una serie de pasos a seguir según todo lo anterior a modo de cronograma y el análisis DAFO. En todo este capítulo, como en el anterior, hemos tenido en cuenta las encuestas realizadas añadidas en el Anexo y los casos exitosos. Además, se ha creado la necesidad de realizar una campaña pre financiación para poder alcanzar a todo un abanico de público.

4.1 PRESENTACIÓN

Hoy en día existe una clara consciencia del recalentamiento global. Prueba de ello es el deshielo de los glaciares, las precipitaciones que han aumentado a causa de lluvias torrenciales, cambio de los ecosistemas, las sequías, migraciones y el efecto invernadero. Muchas de estas causas vienen generadas por los gases que los humanos generamos, tanto por el petróleo, el gas, carbón y muchos otros, creando enormes cantidades de dióxido de carbono (CO₂) y muchas más sustancias que contaminan. Tenemos una dependencia al uso excesivo de este tipo de energías y poca consciencia de lo que ellas generan y cada vez estamos creando una demanda más grande. Esto es una oportunidad para las grandes empresas y grupos económicos que lo único que ven detrás es el dinero, sin tener en cuenta que estos recursos son limitados. Y cuando se van agotando no les importa destruir el ecosistema para encontrar más y lucrarse de ellos. Explotan el medioambiente y el gobierno, como se ven financiados por estos grupos, no van a oponerse a que hagan lo que quieran con lo que es de todos, y se justifican con nuestra demanda. Por esta razón, no solo hay que luchar por un modelo energético diferente, aunque sea a largo plazo. Hay que intentar crear consciencia, educar en ecuanimidad de consumo.

No es fácil encontrar una fuente fiable donde encontrar la cantidad de energía utilizada en el mundo actualmente. En 2012, según la Facultad de Ingeniería de Uruguay el petróleo era el 40,7% de la energía que se consumía, seguida por la eléctrica con un 18,1%. Un 15,2% pertenece al gas natural, los biocombustibles y residuos ocupaban un 12,4%, el carbón un 10,1% y solamente el 3,5% pertenece a otro tipo de energía. En este 3,5% no solo entran las energías renovables sino también, por ejemplo, la nuclear. Se está desaprovechando unos recursos ilimitados y no nos damos cuentas que los que usamos se van a acabar cuando más dependientes lleguemos a ser. Y es cierto que lo que está en manos de todos tiene menos valor, pero esto es una gran razón y más hoy en día con la crisis que se vive, para empezar a consumir otro tipo de energía más económica y más limpia.

Hoy en día se suministra diariamente la cantidad de 1.668,9 miles de millones de barriles de petróleo. Si esto sigue así, en 40 años podremos haber consumido estas reservas naturales. Y aunque las personas sean conscientes de ello, las industrias buscan soluciones que no incluyen a las renovables. Quieren aumentar el consumo del carbón y los combustibles sintéticos y la expansión de la energía nuclear, todas ellas que a parte de seguir destruyendo el ecosistema y agravar las situaciones de las que hablábamos al principio, nos perjudicarán en nuestra salud y en nuestra economía. La explotación de las energías renovables está dentro de sus planes en menor medida. Una solución basada en un modelo energético que solo acarrea derroche y desprecio a lo que realmente tiene valor.

Únicamente la sociedad que realmente es consciente de ello intenta luchar contra este sistema y quiere crear consciencia para poder cambiar. Hay que cambiar la contaminación atmosférica, marina y terrestre empezando por uno mismo.

En Canarias, el petróleo es uno de los principales productos de importación junto con los automóviles. Ya no es solamente lo contaminante que pueden llegar a ser, sino que nos cebamos de ello. Canarias ha sido durante muchos años dependiente de la energía. Y aunque

PROYECTO PILOTO

tiene muchos recursos naturales para poder usar, no son explotados lo suficiente. Con esta necesidad que se está creando por la posible extinción de los recursos limitados, es el momento más adecuado para crear consciencia. La isla de El Hierro ha sido la pionera en empezar a usar las energías renovables para suministrar toda la isla. Es capaz de generar el 70% de la energía que se suministra de forma ecológica. El Hierro es un ejemplo de cambio al que tenemos que unirnos.

Por esta razón se quiere realizar un proyecto de concienciación intensivo para los Canarios y todas las cooperativas que se quieran unir desde toda Europa. Un proyecto internacional que abogue por el cambio en el modelo energético y eduque en economía energética. Y la mejor manera es cooperando, ya no solo a la hora de financiar sino también a la hora de organizarnos.

4.2 PLAN DE ACCIÓN

FICHA DEL PROYECTO

• **¿Cuál es el problema?**

El principal problema es la necesidad de crear un nuevo modelo energético. Los recursos por los cuales hoy en día a la gran mayoría de las personas les llega energía, van a acabar agotándose. Además el ecosistema está teniendo graves problemas que luego nos repercuten a nosotros mismos. En Canarias existe un monopolio y pocos ven la posibilidad de ahorrar y contribuir a la sostenibilidad. No existe la posibilidad que la gente elija qué tipo de energía quiere consumir.

• **¿Qué queremos lograr?**

Por eso, este proyecto va a ser entregado a institutos y cooperativas de renombre, entre las que se encuentran ICEACAN y Som Energía y la colaboración y lucha de tantos canarios como sea posible. Queremos concienciar a la población canaria y a todas aquellas personas del resto de Europa que quieran colaborar para a largo plazo empezar a crear un cambio global. Por eso también se presentará a SEYN, una cooperativa Croata la cual ha motivado este proyecto a raíz de unas jornadas realizadas en Gran Canaria. Como primera fase surge este proyecto, que tiene como fin crear una cooperativa a nivel europeo a raíz de dos semanas de jornadas ecologistas en Gran Canaria con los siguientes objetivos:

- Visibilidad a nivel local del monopolio en Canarias y la posibilidad de mejora.
- Proporcionar experiencias positivas respecto a las energías renovables.
- Valorar la importancia del medio ambiente.
- Educar en las 3 R reducir, reciclar y reutilizar.
- Potenciar el desarrollo sostenible.

• **¿Qué vamos a hacer?**

Vamos a realizar un año completo de campaña para el Solar Camp 2017. Un campamento internacional que llamará a jóvenes estudiantes de ingeniería, empresarios y cooperativistas, ecologistas, periodistas y todo tipo de persona que quiera luchar por un mundo más sano, donde medio ambiente y nuevas tecnologías se respeten.

• **¿Cómo lo vamos a hacer?**

Presentaremos la idea de la primera fase a ICEACAN, Som Energía y SEYN. Intentaremos conseguir su ayuda para obtener parte de la financiación a través de algunas subvenciones. Además, presentaremos en su nombre el proyecto al Ayuntamiento para pedir colaboración con las instalaciones y otra parte de la financiación. Por último, se realizará una campaña para poder terminar de financiar este proyecto.

CAPITULO 4

Acciones a seguir:

1. Presentación de la idea a las distintas instituciones: ICEACAN, SOM ENERGÍA Y SEYN
2. Escritura formal del proyecto y presentación al Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria con su respectivo cronograma.
3. Preparación de presentaciones y charlas que se darán durante el año en los institutos de ciclos superiores, escuelas y en las Universidades.
4. Preparación de un vídeo durante estas jornadas para empezar a mover por las redes sociales. Importante crear un “hashtag” para toda la campaña.
5. Solicitar la ayuda de monologuistas canarios y de youtubers para que nos colaboren a crear conciencia, creando un vídeo de ánimo, que lo compartan con el hashtag y así crear un patrocinio del campamento.
6. Promover una pequeña manifestación pacífica en nombre del ecosistema, por la cual intentaremos que sea a nivel autonómico, o a ser posible, a nivel de los países que vayamos a contactar.
7. Contactar con cooperativas energéticas del resto de Europa, presentándoles el proyecto y animándoles a que participen en las jornadas que se realizarán dentro del Solar Camp 2017.
8. Crear páginas en las redes sociales donde ir informando de los nuevos avances, nuevas ideas, nuevos colaboradores y anunciando cuándo se abrirá el plazo para la financiación del proyecto.
9. Solicitar subvenciones.
10. Realizar presupuesto y formalizar todas las actividades.
11. Crear sistema de recompensas y comenzar campaña de Crowdfunding a través de la plataforma de IndieGoGo. Se ha escogido esta plataforma porque es la que mejor resultados tiene respecto a los proyectos medioambientales. Además es una plataforma internacional que puede ayudar a expandirnos.
12. Conseguir financiación y responder a los patrocinadores con las recompensas.
13. Realizar el Solar Camp 2017.
14. Crear un documental para su difusión, donde se expondrá las mejoras que se han realizado durante todo el año.

- **¿Dónde lo vamos a hacer?**

Se realizará en la isla de Gran Canaria. El Ayuntamiento cederá una finca y la biblioteca insular a ICEACAN para realizar todas las jornadas del Solar Camp. Además, el dinero de la financiación va a ir destinado a suministrar esta finca con energía renovable, por lo que ICEACAN y Som Energía estarán en su derecho de poder solicitarla una vez al mes, avisando con un mes de antelación.

- **¿Cuándo lo vamos a hacer?**

Durante el curso escolar 2016/2017 se realizará toda la campaña. Esperamos poder conseguir la financiación a final del mes de Abril para poder realizar en Julio el Solar Camp 2017.

- **Otros datos**

Una de las actividades del proyecto será la instalación y explicación de los paneles solares. Para ello, buscaremos la financiación de unos paneles solares que se dejarán en la finca o en la biblioteca (depende de la financiación obtenida). Se instalará los paneles que suministrarán 20Kw de energía solar. Esto significa que conseguirán ahorrar un 40% en las facturas anualmente. En el contrato se dejará por escrito que durante un año ICEACAN y Som Energía podrán usar la instalación una vez al mes o un número determinado de horas a la semana.

PROYECTO PILOTO

Respecto al presupuesto, entre subvenciones, ayudas y Crowdfunding se necesitará:

Placas y materiales para energía solar (20Kw)	20.000€	Subvenciones
Jornadas técnicas	5.000€	Crowdfunding
Materiales	5.000€	Crowdfunding
Traductores	10.000€	Subvenciones
Comida y transporte	2.000€	Crowdfunding
Sistema de recompensas	1.000€	Crowdfunding
Total a financiar	43.000€	
Total a financiar por Crowdfunding	13.000€	

Tabla 4.1: Presupuesto genérico del proyecto

El sistema de recompensas consistirá en lo siguiente:

1€ 2€	Sin recompensa.
5€	Asistencia a un día de Jornadas
10€	Asistencia a dos días de Jornadas
20€	Asistencia a todos los días de Jornadas
50€	Asistencia a todos los días de Jornadas + Comida con todos los miembros de la organización el último día.
75€	Asistencia a todos los días de las Jornadas + Comida con todos los miembros de la organización el último día + Juguete Coche Solar.
100€	Asistencia a todos los días de las Jornadas + Comida con todos los miembros de la organización + Juguete Coche Solar + Participación en las visitas
300€	Asistencia a todos los días de las Jornadas + Comida con todos los miembros de la organización + Juguete Coche Solar + Participación en las visitas y todas las actividades que se realicen.
1.000€	Asistencia a todos los días de las Jornadas + Comida con todos los miembros de la organización + Juguete Coche Solar + Participación en las visitas y todas las actividades que se realicen + Alojamiento durante todo el campamento.
2.000€	Todo incluido: Asistencia a todos los días de las Jornadas + Todas las comidas + Juguete Coche Solar + Participación en las visitas y todas las actividades que se realicen + Alojamiento durante todo el campamento.

Tabla 4.2: Sistema de recompensas del proyecto para Crowdfunding

CAPITULO 4

4.3 ANÁLISIS DAFO

Debilidades:

Se puede crear una mala imagen de las cooperativas y del instituto si no se consigue financiar el proyecto.

Es un desafío intentar conseguir la financiación, a que a parte de ser un proyecto grande se le suma la dificultad de que el Crowdfunding es un nuevo método no muy conocido.

Se necesita un manejo continuo de las redes sociales durante todo el tiempo de financiación, incluido el tiempo antes de empezar.

Amenazas:

Para este proyecto se necesita más financiación previa.

Proyecto bastante grande y por norma general, no se suele conseguir la financiación.

Existe la posibilidad de falta de respuestas respecto al público.

Estamos en una situación de crisis que afecta a todo el mundo.

Pueden haber un exceso de proyectos en la plataforma IndieGoGo para poder llegar a ser visibles.

Fortalezas:

Puede tener un impacto medible. Gracias al Crowdfunding podemos saber si las personas van a querer participar en este proyecto o no.

El pueblo por el pueblo. Se estará apoyando un proyecto que va a ser beneficioso para los financiadores y la sociedad.

Se crea un movimiento cooperativista, que después va a repercutir a la hora del desarrollo de todas las actividades.

Existirá una facilidad para obtener el crédito.

Oportunidades:

Los financiadores cumplen un papel muy importante. Además de ser el público al que va dirigido el proyecto, al ser financiadores, se convierten en motor para que el proyecto salga adelante.

Fomenta el empleo.

Se puede llegar a obtener un mayor desarrollo y un gran número de personas.

A partir de este análisis el paso para comenzar con la financiación es que las asociaciones e instituciones estén de acuerdo con apoyar el proyecto. Se creará un acta formal a raíz de una reunión para poder presentar el proyecto al Ayuntamiento. En el acta se aclararían las actividades que se realizarían, se crearía un presupuesto más detallado exponiendo qué se solicita al Ayuntamiento y qué se va a financiar con Crowdfunding. Una vez formalizado esto se procederá a realizar la pre campaña y luego a subir los datos en la plataforma para su financiación.



CONCLUSIÓN

“Las generaciones futuras difícilmente perdonarán nuestra falta de preocupación por la integridad del mundo que sostiene toda la vida”.

Rachel Carson

CONCLUSIÓN

La forma en la que hoy nos comunicamos, trabajamos, compramos o investigamos viene determinada por un el cambio en la era de internet: la Web 2.0. Gracias a ella podemos realizar ciertas actividades que antes debían hacerse por otros medios. Esta evolución ha mejorado la economía y las relaciones con el paso de los años. La economía colaborativa une internet, economía y a la sociedad motivados por un mismo deseo u objetivo. Aunque dos personas desconocidas tengan un mismo ideal, gracias a este avance pueden cooperar.

Después de haber analizado el sistema económico, estudiado las características del Crowdfunding y la implicación de las plataformas y las personas para el desarrollo de proyectos, se puede destacar el valor de alternativas de financiación para proyectos con fines sociales. Durante el trabajo se ha investigado los diferentes temas que el Crowdfunding implica para así poder realizar la campaña.

Respecto a la financiación colaborativa se ha dejado claro que, en tema de regulación solo se ha creado una Ley para los tipo lucrativo, en cambio para las de donación y recompensa no. Esto deja vía libre al de recompensas que la contraprestación sean las que quiera el equipo que lleva el proyecto. Aun así, claramente el Crowdfunding de donación es el más indicado para este tipo de proyectos, ya que el objetivo es la participación, y la colaboración en la financiación de este trabajo da lugar a ello. Además, aunque las plataformas sean un buen medio donde encontrar al público objetivo, la gran mayoría abarca una cantidad inmensa de categorías de proyectos que no son los que realmente interesan. Aun así, se prefirió escoger una plataforma conocida, ya que la intención es que el proyecto tenga una repercusión internacional.

La viabilidad para de este método, queda totalmente determinada por el tipo de proyecto que se quiere financiar. Se puede realizar una buena campaña y lograr la financiación, pero también se puede tener un muy buen producto que se venda solo.

El campo del medioambiente y de las energías renovables es un ámbito que suele estar movido por el Tercer Sector, esto es, asociaciones, cooperativas o mutualidades, de las cuales pocas realmente luchan por un cambio global en el modelo energético. Si nos referimos a Canarias ICEACAN es una asociación que cree firmemente en el cambio, por ello buscamos la posibilidad de desarrollarlo con ellos. Un punto muy importante sobre financiación para este proyecto, es la credibilidad. Debe haber un equipo de técnicos especializados de los que la gente se pueda fiar. Además, las campañas tienen una duración muy escasa en las plataformas, por lo que es necesaria la creación de una pre campaña, donde se realizará un vídeo motivador, atacando a lo que realmente le importa a las personas, la economía.

Por último, se ha podido observar como en otros proyectos medioambientales se ha logrado superar hasta el 48%. Esto significa que el Crowdfunding, con una buena recompensa, puede ser viable para los proyectos con respecto a la ecología. Firmemente se puede esperar que las personas pueden llegar cooperar, rompiendo el sistema capitalista de producción, creando otros valores cooperativistas y que, finalmente aboguen por un modelo nuevo de financiación.

BIBLIOGRAFÍA

- Acconcia, V. (2014). Las 20 reglas del crowdfunding. *Vanacco. Crowdfunding Consultant*. Recuperado de: <https://vanacco.com/las-20-reglas-de-oro-del-crowdfunding/>
- Agencia EFE. (2010, 6 de febrero). SCE subvenciona 8 proyectos medioambientales en Gran Canaria y Fuerteventura. *Canarias 7*. Recuperado de: <http://www.canarias7.es/articulo.cfm?id=156733>
- Alberich Pascual, J. & Roig Telo, A. (2009). "Creación colectiva audiovisual y cultura colaborativa on-line". *Revista de Comunicación y nuevas tecnologías*. Icono 14, 2009, Nº15, pp. 85-97. Madrid: UCM. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3301299.pdf>
- Arcas Lario, N., Alcón Provencio, F., & López Becerra, E.I. (2015): *La economía social y los negocios online: Tendencias y claves del éxito*. España. Cajamar Rural.
- Asociación Española de Crowdfunding. (2014). Informe de la encuesta Asociación Española de Crowdfunding sobre las plataformas españolas de Crowdfunding. *Spaincrowdfundin.org*. Recuperado de: <http://web.spaincrowdfunding.org/wp-content/uploads/2014/06/INFORME-DE-LA-ENCUESTA-DE-LA-ASOCIACION-ESPANOLA-DE-CROWDFUNDING.pdf>
- Bayus, B. (2013). "Crowdsourcing New Product Ideas Over Time: An Analysis of the Dell IdeaStorm Community". *Management Science*. Nº 59. P. 226-244. Recuperado de: <http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.1120.1599?journalCode=mnsc>
- Belleflamme, P., Lambert, T. & Schwienbacher. (2013). Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venture*. Vol. 29, Nº. 5. P. 585-609. Recuperado de: <http://perso.uclouvain.be/paul.belleflamme/papers/JBV2013.pdf>
- Brighenti, B. (2016) Dictamen del Comité de las Regiones Europeo – La dimensión local y regional de la economía colaborativa. (2016/C 051/06). Recuperado de: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015IR2698&from=ES>
- Caparros, S. (2012). Experiencias de crowdfunding en el Estado español y Cataluña. *X.net*. Recuperado de: <http://2012.fcforum.net/experiencias-crowdfunding-caracteristicas-retos-obstaculos/>
- Casacuberta, D. (2003). *Creación colectiva. En Internet el público es el creador*. Barcelona. Gedisa Editorial. Recuperado de: <http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1J2NZ9VR0-JCJ4H9-1SH>
- Crowdacy (2013, 6 de mayo). Sabemos hacer buen Crowdfunding. Entrevista a Valentí Acconcia. *Crowdacy*. Recuperado de: <http://www.crowdacy.com/sabemos-hacer-buen-crowdfunding-entrevista-a-valenti-acconcia-vanacco/>
- Dans, E. (2007). La empresa y la Web 2.0. Publicado en Harvard Deusto. *Marketing & Ventas*. Nº 80 Mayo/Junio. Recuperado de: <https://www.enriquedans.com/2007/06/la-empresa-y-la-web-20-articulo-en-harvard-deusto.html>
- Díaz, A. (2012, 14 de diciembre). Medioambiente y Crowdfunding, una combinación más que deseable. *Universo Crowdfunding*. Recuperado de: <http://www.universocrowdfunding.com/medioambiente-crowdfunding/>

BIBLIOGRAFÍA

- El País. (2015, 16 de abril). El Congreso aprueba la ley que regula el “Crowdfunding. *El País*. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2015/04/16/actualidad/1429197690_174698.html
- International Energy Statistics (2014). *Energy Information Administration*. Recuperado de: <http://www.eia.gov/cfapps/ipdbproject/IEDIndex3.cfm?tid=5&pid=53&aid=1>
- González, A. (2015, 13 de octubre). Ley del Crowdfunding en España, aprobada. *Universo Crowdfunding*. Recuperado de: <http://www.universocrowdfunding.com/ley-del-crowdfunding-en-espana-aprobada/>
- Gutiérrez Rodríguez, J. (2014). El Crowdfunding mucho más que un mecenazgo. *P Cont4bl3*. N°49. P. 10-11. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/361767>
- Haahr, J.K., Lee, Robert. E. & Haahr JR. J.K., (2015). Crowdfunding Report. *Pensco.com*. Recuperado de: http://cdn2.hubspot.net/hub/343005/file-2612198431-pdf/2015-Whitepaper_files-Retail/PENSCO_2015CrowdfundingReport_0315.pdf
- Herrero, P. (2013, 14 de marzo). Libro Blando sobre Crowdfunding y el impacto del nuevo Decreto Ley de Emprendedores del Gobierno Español. *Sage*. Recuperado de: <http://blog.sage.es/emprendedores-autonomos/libro-blanco-sobre-crowdfunding-y-el-impacto-del-nuevo-decreto-ley-de-emprendedores-del-gobierno-espanol/>
- Kishinchand, I. (2015, 25 de octubre). El auge de la Economía colaborativa en España, evolución de un sector en crecimiento. *El Referente*. Recuperado de: <http://www.elreferente.es/tecnologicos/directorio-plataformas-economia-colaborativa-espana-28955>
- Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Núm. 101 del Boletín Oficial del Estado. Sec. I. Pág. 36599 (2015).
- Lewis, M. & Swinney, D. (2007): Social Economy & Solidarity Economy: Transformative concepts for unprecedented times?. *Makingwaves*. Vol 18, N°4. Pp 9-15. Recuperado de: <http://base.socioeco.org/docs/lewis-swinney.pdf>
- Martínez Gallardo, F. D. & Alberich Pascual, J.A. (2013, octubre). Plataformas y proyectos de crowdsourcing y crowdfunding cinematográfico en España (2007-2011). *Historia y Comunicación Social*, Vol.18. N° 85-87. España. UCM. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/viewFile/43950/41557>
- Massolution (2013). Crowdfunding Industry Report. Market Trends, Composition and Crowdfunding Platforms. *Crowdsourcing.org. The Industry Website*. Recuperado de: <http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf>
- Monzón, J.L., Murgui Izquierdo, S. Galán Peláez, J. & Antuñano Maruri, I. (2008). *Las grandes cifras de la economía social: ámbito, entidades y cifras claves*. España. CIRIEC- España.
- Ordanini, A., Miceli, L., Pizzetti, M., & Parasuraman, A. (2011). Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*. Vol. 22(4), pp.443-470. Recuperado de: <http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09564231111155079>

BIBLIOGRAFÍA

- Perez de Mendiguren, J.C., Etxezarreta Etxarri, E. & Guridi Aldanondo, L. (2009). Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate. Bilbao. *REAS EUSKADI*. Recuperado de: http://www.economiasolidaria.org/files/papeles_ES_1_ReasEuskadi.pdf
 - Reason Why (2015). 2015, El año del Crowdfunding. *Reason Why*. Recuperado de: <http://www.reasonwhy.es/reportaje/2015-el-ano-del-crowdfunding>
 - Roig, A., Sánchez-Navarro, J. & Leibovitz, T. (2012). ¡Esta película la hacemos entre todos! Crowdsourcing y Crowdfunding como prácticas colaborativas en la producción audiovisual contemporánea. *Comunicación audiovisual y nuevas tecnologías*. Icono14. 2012, Año 10, Vol. 1, pp. 25-40. Madrid. UCM. Recuperado de: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/113/79>
 - Roman. P. (2002). El trabajo colaborativo mediante redes. *Educación en Red: Internet como recurso para la educación*. Málaga. P. 113-134. Recuperado de: https://miriadax.net/documents/30390449/30390476/Lectura_trabajo_colaborativo_redes.pdf
 - Schallenberg Rodríguez, J.C., Piernavieja Izquierdo, G., Hernández Rodríguez, C., Unamunzaga Falcón, P., García Déniz, R., Díaz Torres, M., Cabrera Pérez, D., Martel Rodríguez, G., Pardilla Fariñoa, J. & Subiela Ortin, V. (2008). Energías renovables y eficiencia energética. Instituto Tecnológico de Canarias, S.A. Recuperado de: <http://www.cienciacanaria.es/files/Libro-de-energias-renovables-y-eficiencia-energetica.pdf>
- Ministerio de Industria, energía turismo del Gobierno de España. (2015). La microfinanciación colectiva en España. SETSI (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información). *Se Consult*. Recuperado de: <http://www.agendadigital.gob.es/agenda-digital/noticias/Documents/noticia030315.pdf>

CARTEL PARA PROMOCIONAR SOLAR CAMP 2017

Solar Camp

Solarize your barrio

ecoLIFE 2017

-Familiarización con energías: Solar térmica Eólica Hidráulica	-Habituation with energies: Solar thermal Wind Energy Hydraulics
-Talleres Barómetro casero Reciclaje Huertos ecológicos	-Workshop Home Barometer Recycling Organic gardens
-Actividades Visitas Senderismo y mucho más con...	-Activities Visits Trekking and more with...

ENTREVISTA 1

Socio activo de Som Energía y miembro organizativo de la asociación a nivel insular desde el año 2012. Esta cooperativa Catalana lucha por un modelo energético diferente en todas las partes de España. Se dedican a la producción y suministro de energía verde.

Por otro lado es el presidente de ICEACAN asociación constituía oficialmente hace unos meses a partir de la Semana de la Energía de Canarias.

- **¿Qué problema existe con las energías en Canarias?**

Primero, si hablamos de energía en general es la absoluta dependencia. Dependemos todos de la importación de productos derivados del petróleo, porque toda la generación de productos que se dan en las islas es con productos derivados del mismo, fundamentalmente gasóleo.

Por otro lado, somos una potencia en energía renovables y ahí está el problema. No las utilizamos porque nos lo impiden.

- **¿Cómo ves el apoyo del Ayuntamiento con respecto a las energías renovables?**

Si hablamos del Ayuntamiento de las Palmas de Gran Canaria, ahora es cuando se están planeando hacer algo. Hasta ahora se suministran de energía fósil y se están planteando poner una cláusula en la contratación suministro algo que obligue a l suministrador que sea energía renovable. Pero hasta dentro de unos años no van a poder cambiarlo por el contrato que actualmente está en vigor, si acaso, para una nueva licitación.

Están poniendo en marcha ahora mismo en colaboración con ICEACAN y a través de la iniciativa Ecolocal, están dando los primeros pasos para hacer una auditoría energética en todas las instalaciones municipales, todo aquello que consuma energía y conocer la realidad y a partir de ahí plantearse qué hacer.

- **¿Qué diferencias ve entre el Ayuntamiento de Las Palmas de Gran Canaria con respecto al Ayuntamiento de otras islas?**

Están todos en las mismas. Si acaso, hay algo que está entrando en algunos que son las empresas de prestación de servicio energético que le están vendiendo a los Ayuntamientos un servicio mediante el cual, con un contrato de 18 a 20 años, se hacen cargo de determinados temas del alumbrado público, hacen unas inversiones determinadas, los ahorros que se generan por esas inversiones se los queda la empresa del servicio energético y lo que le vende a la gente es el ahorro, cuando en realidad a la gente le sigue costando lo mismo porque el presupuesto del Ayuntamiento no baja. Lo que la empresa invierte en realidad se lo cobra a lo largo de ese periodo de tiempo y se lo queda.

- **Desde que pertenece a la cooperativa de Som Energía y de ICEACAN, ¿cree que ha habido algún cambio en la forma de hacerse las cosas?**

Cambio si pero no por Som Energía. Ahora estamos en un ciclo político en Gran Canaria en concreto donde las principales instituciones de la isla están gobernadas por grupos políticos o acuerdos de Gobierno que son propensos y promueven las energías renovable. También con el tema del petróleo hace unos años se generó una fuerte protesta y aparentemente por lo menos el 92% si no recuerdo mal de la población Canaria apuesta decididamente por la energía renovable. Claro que esa es la teoría. Cuando se trata de dar el paso e ir a apostar por ellas en la realidad, pues resulta que ya ahí se complica porque el paso lo da muy poquita gente. A nivel político se están dando pasos como he dicho, pero los resultados tardarán en verse.

- **Hablando ahora de proyectos y la semana que organizaste de la Semana de la Energía Limpia de Canarias, ¿Cómo fue todo el proceso de elaboración de ese proyecto? ¿T**

El proceso vino a raíz que veníamos trabajando en la creación de ICEACAN, nació formalmente en un acta constitucional el 10 de marzo de este año, desde hace cuatro meses, y veníamos pensándolo y madurando la idea muchos meses antes. Pero en un momento determinado nos dimos cuenta que o nos poníamos en marcha ya, creábamos la asociación, porque lo es a pesar de que se llame Instituto de las Comunidades Energéticas Canarias, o la creábamos ya o perdíamos un año más por todo lo que teníamos pensado hacer. Precipitamos la constitución, que yo la llamo eclosión, y aprovechamos que se organizaba en abril el seminario de comarcas sostenibles de la mancomunidad sureste de Gran Canaria y al unísono con el seminario creamos la semana de la energía limpia y la verdad que tal como lo montamos, con el poquito tiempo disponible y recursos económicos ninguno, visto con la perspectiva que da el tiempo, todavía estamos pensando que fue casi un milagro. Sin embargo, los resultados y las expectativas que se crearon fueron altas y estamos un poco maguados (expresión canaria que quiere decir decepcionados) porque no habían desarrollado herramientas ni métodos del todo estaban esperando. Pero se va superando todo y ahora mismo hemos aprendido y nos estamos poniendo en marcha.

- **¿Ve viable la posibilidad de crear otro proyecto parecido y financiarlo a través del Crowdfunding, realizando una campaña previa por las escuelas, institutos y mover a los canarios?**

Si se trata de mover a los canarios si, mover a las instituciones es más complicado, salvo los que tengan autonomía propia. Los colegios tienen poca autonomía por ejemplo y eso sería más complicado. Mover a las personas yo creo que si. Me remito a lo que decía antes que el 92% de la población de Gran Canaria apuesta decididamente por la energía limpia. Es verdad que tenemos que tener cuidado. Se ha vendido mucho humo hasta el momento y debemos ser cuidadosos en qué venderle a la gente para que no resulte una frustración más. En cualquier caso sigue en nuestro planes seguir celebrando diferentes proyectos, como repetir cada año la semana de la energía limpia, siempre mejorando y como decimos aquí “como Dios manda”.

- **Cuál es tu siguiente objetivo con ICEACAN a corto y a largo plazo:**

Ahora mismo estamos con el metro en la mano tomando medidas de proyectos en los cuales nos han pedido participación. Estos casos son para proyectos de energía solar y otros temas son el desarrollo de proyectos de iniciativas de Ecolocal en los Ayuntamiento y otros muchos más de los que no se pueden hablar.

A largo plazo sería intentar de alguna manera que cambie la mentalidad y los sentimientos de la gente en el sentido de que, al mismo tiempo que se dan cuenta que el cambio climático está ahí y hay que hacerle frente sean capaces de dar el paso hacia una transformación y hacia un cambio de modelo ambiental. Tenemos en mente algunas herramientas y en el medio plazo igual y si todo van rodado como esperamos , igual creamos lo que llamamos instituto se convierta en algo físico y palpable, que esté ahí y que imparta formación por un lado y mentalización por otra.

ENTREVISTA 2

Entrevista al Director General de una Cooperativa en Grecia llamada Elektra, que se dedica a desarrollar proyectos energéticos, de generación de energía renovable en Grecia. También escribió la metodología y modelo de ICEACAN. Es una persona apasionada por los modelos de transición energética, sobretodo en islas.

- **Cómo empezaste con ICEACAN**

Tras estudiar, yo tenía la idea de crear un organismo de desarrollo y de entrenamiento técnico, un enfoque diferente de la academia de energía renovable y desarrollo de proyectos con comunidades y estaba basado en un modelo en funciones en la isla de Samsun en Dinamarca. Yo encontré a personas de Som Energía en Gran Canaria. Y tras mucho hablar y mirar que tenían las mismas ambiciones, propuse presentar el desarrollo de un Instituto u organismo al Cabildo. Este serviría para que a la vez que acelerara el desarrollo de proyectos sobre renovables, pudiera crear empleo y dar entrenamiento técnico a ingenieros y a personas sin empleo.

- **Cuáles han sido los problemas a los que te has tenido que enfrentar a la hora de financiar proyectos**

El problema fue para yo poder vivir de todo esto debía vender equipos, y para eso las empresas debían de comprar esto y venderlo a sus clientes. El problema que había es que todo el mundo a pesar de gastarse mucho dinero en calefacción o en su industria pero nadie tenía dinero para invertir en mi proyecto. Además, estábamos en 2012 en un momento de crisis muy fuerte, ningún banco se metía a cubrir los coste de un equipo, entonces todo iba muy despacio, había clientes pero se tardaba mucho en conseguir el dinero. Y en España el motivo es muy parecido.

- **¿Cómo has conseguido financiar tus proyectos hasta este último año?**

Después de todo esto que viví en Grecia y España, me dediqué a jugar con el capitalismo radical. Intenté vender proyectos en el extranjero, en África, de energía solar y proyectos grandes.

- **¿Conseguiste financiar durante todo ese tiempo algún proyecto?**

Si, financie uno pequeñito en Ghana de energías renovables para que puedan ser autosuficientes.

- **¿Por qué este último año te has decidido a probar financiar proyectos con Crowdfunding?**

Empecé a conocerlo porque entré en contacto con la Rescub, la federación de cooperativas de energías, y en aquel momento era interesante hacer cosas de proyectos en Grecia con temas de communities, lo que ocurre es que hubo una crisis política en el país. Hubo una campaña de Crowdfunding para salvar a Grecia de la bancarrota y recogió un millón de euros. Entonces me di cuenta que la sociedad estaba reaccionando de una forma positiva a ayudar e invertir en iniciativas solidarias que también generen algún beneficio. Me di cuenta que había una corriente muy grande en ese tema y que la energía renovable también era parte importante de este tipo de modelos.

- **¿Crees que la gente está realmente concienciada para colaborar con este tipo de proyectos?**

Si se lo demuestras con dinero en su bolsillo, si. Si le demuestras el valor de lo que es ahorrar dinero. Porque la gente tiene que aprender a ahorrar no a ganar. Tiene que aprender que ahorrar es ganar y que si aprenden a ahorrar energía están ganando. Luego tienen que aprender a invertir, que es decir, ahora que ya se ahorran, ahora además voy a ganar. Tienen

ANEXOS

que saber que las renovables no es la bolsa, que metes dinero y dan más dinero, y que si meten mucho la lán y pueden perderlo. No, es un recurso natural que tiene un valor real, un coste y que tienen un valor mayor que el petróleo y que si tú inviertes te van a dar ganancias, por mucho que no te hagas rico.

- **¿Cuánto lleva planificar una campaña?**

Pues depende de a quién y a qué vaya dirigida. Cuando más se intente abarcar, más se tardará. También depende de cuánto dinero quieras conseguir. Suele oscilar entre 1 y 4 meses.

- **¿Crees que se debería realizar, en ocasiones, una precampaña para proyectos medioambientales antes de buscar una financiación para movilizar a la gente?**

No creo que sea necesario si se sabe a quién hay que dirigirse y cómo hay que hacerlo.

- **Una vez obtenida la financiación, ¿cuál es el siguiente paso?**

Hacer el proyecto, informar a los supporters, contratar las actividades y realizar el resto del cronograma. En definitiva informar y actuar.

- **¿Alguna vez has tenido algún problema legal a la hora de buscar financiación?**

Yo personalmente no. Pero suele haber plataformas que no están homologadas o autorizadas y se puede tener problemas con hacienda.

- **¿Crees que de aquí a unos años mejorará la relación entre Crowdfunding y energías renovables?**

Por supuesto, de hecho se crearán monedas de cambio basados en Kilowatios hora solar y no se dependerá de dinero de forma directa, sino de otras divisas alternativas, entre ellas, el trueque de valores, dividendos o ahorros energéticos.

DIAGRAMAS DE AYUDA PARA ENTENDER ECONOMÍA DEL TERCER SECTOR: ECONOMÍA SOCIAL, ECONOMÍA SOLIDARIA.



Fuente: Lewis y Swinney, (2007).

