



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

**TRABAJO DE FIN DE GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y
DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**CONOCIMIENTO Y PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD
ESPAÑOLA EN ACTIVIDADES DE CROWDFUNDING**

María Cruz Díaz-Calderón Horcada

DIRECTOR

Marta Arce

Pamplona-Iruña

A 13 de Junio de 2014

CONTENIDO

PRESENTACIÓN

1. Introducción.....	Pág. 2
2. Objetivos.....	Pág. 3
3. Metodología.....	Pág. 3

PARTE I. CROWDFUNDING. DEFINICIÓN, CARACTERÍSTICAS Y SITUACIÓN ACTUAL EN ESPAÑA

1. ¿A qué llamamos Crowdfunding?.....	Pág. 5
2. Retrospectiva.....	Pág. 5
3. Funcionamiento.....	Pág. 6
4. Características.....	Pág. 6
5. Tipos de Crowdfunding.....	Pág. 7
6. El Crowdfunding en España.....	Pág. 7

PARTE II. METODOLOGÍA

- Diseño de la investigación.....	Pág. 9
- Fase I. Estudio exploratorio previo.....	Pág. 10
1. Planificación de las entrevistas.....	Pág. 10
2. Desarrollo de las entrevistas.....	Pág. 12
3. Análisis de los datos.....	Pág. 12
- Fase II. Investigación cuantitativa.....	Pág. 14
1. Planificación de la recogida de datos.....	Pág. 14
2. Estructura y secuencia del cuestionario.....	Pág. 15
3. Diseño del plan de muestreo.....	Pág. 15
4. Análisis de los datos.....	Pág. 18

PARTE III. INFORME DE RESULTADOS

1. Conclusiones.....	Pág. 32
2. Recomendaciones.....	Pág. 35

ANEXOS

A. Anteproyecto de ley de Fomento de la Financiación Empresarial.....	Pág. 1
B. Ejemplos de Crowdfunding en España.....	Pág. 2
C. Transcripción de las entrevistas.....	Pág. 4
D. Cuestionario.....	Pág. 27
Cuestionario online.....	Pág. 32
E. Análisis no relevantes de la investigación cuantitativa.....	Pág. 36

BIBLIOGRAFIA

PRESENTACIÓN

El tema tratado en el presente estudio surge a partir de la tendencia creciente de los últimos años del Crowdfunding, un sector incipiente que se baraja como una nueva opción para la financiación de nuevos proyectos empresariales.

1. INTRODUCCIÓN

En un momento económico en el que uno de los principales problemas al que se enfrentan los emprendedores es el acceso a financiación, los bancos y cajas todavía suponen casi el 80% de las fuentes de financiación de las pymes en nuestro país, frente al poco más del 20% de fuentes no bancarias (Iniciativa Pymes 2013). Ante la dificultad de los bancos y cajas españoles para responder adecuadamente a la demanda de fondos, son muchas las alternativas a las que pueden acudir pymes, empresarios y emprendedores para la búsqueda de recursos financieros (Barrachina, 2013):

- Familiares y amigos. Fondos aportados por personas del entorno del emprendedor.
- Subvenciones y ayudas de organismos oficiales.
- Mercado Alternativo Bursátil (MAB). Mercado de financiación para empresas de pequeña capitalización.
- *Business Angel*. Inversores individuales que aportan capital, conocimientos e incluso contactos.
- *Private Equity* o Capital riesgo. Participación temporal de entidades financieras en empresas con expectativas de crecimiento.
- Sociedad de garantía recíproca. Sociedades que ofrecen su aval a determinados proyectos empresariales con el fin de que puedan acceder a fuentes de financiación en mejores condiciones.
- Crowdfunding. Búsqueda de financiación procedente de diferentes mecenas a través de internet para llevar a cabo un proyecto.

El gran crecimiento y popularidad que el Crowdfunding ha alcanzado en nuestro país en los últimos años, ha motivado el interés para la realización de un estudio que arroje claridad sobre el conocimiento y la participación de la sociedad española en proyectos financiados, total o parcialmente, mediante este sistema, y sin el cual nunca verían la luz en la situación económica actual.

Siendo un tema de candente actualidad en los meses recientes, pueden encontrarse multitud de noticias, blogs, foros... que abordan el Crowdfunding y su problemática en lo

relacionado al anteproyecto de ley de Fomento de la Financiación Empresarial presentado por Gobierno el 28 de febrero de este año, que tiene como objetivo la regulación de las operaciones de las denominadas Plataformas de Financiación Participativa (ver Anexo A).

Durante el estudio se ha decidido emplear el término del inglés *Crowdfunding* y no los de “financiación participativa o en masa” del idioma castellano, por ser el término en idioma inglés el que aparece citado con mayor frecuencia en la mayor parte de la red y en las fuentes y publicaciones consultadas durante la elaboración del mismo.

2. OBJETIVOS

El objetivo de la presente investigación es analizar el grado de conocimiento de la sociedad española del Crowdfunding, así como el análisis del comportamiento de los usuarios o *mecenas*. El propósito de la investigación es arrojar claridad a los aspectos más relevantes que influyen en la decisión de participación en los proyectos de financiación, qué tipos de proyectos son los favoritos entre la población española, y su grado de satisfacción final. El mecanismo que se utilizará para ello será una investigación de mercados.

TEMA: Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de Crowdfunding	
Objetivos	Necesidades Información
Análisis del grado de conocimiento del Crowdfunding de la sociedad española.	Percepción que la sociedad tiene del Crowdfunding.
Análisis de la imagen que se tiene del Crowdfunding.	Actitud de los participantes en proyectos Crowdfunding.
Análisis del comportamiento de los usuarios o mecenas.	Aspectos más relevantes que influyen en la decisión de participación de los proyectos.
Grado de satisfacción final de los usuarios o mecenas	Valoración de los usuarios de su participación en proyectos de Crowdfunding.

Tabla 1. Objetivos y necesidades de información de la Investigación de mercados

3. METODOLOGÍA

El estudio se compone de tres partes diferenciadas. En primer lugar en la parte primera se contextualizará el tema tratado, definiendo el sector y analizando datos ya existentes obtenidos a través de fuentes secundarias presentes en internet, como estudios, estadísticas, artículos de periódico o buscadores de internet.

En el siguiente capítulo, se abordará una investigación de mercado con datos primarios que permitirá responder a los objetivos planteados. Tras la aplicación de diferentes métodos de recolección de datos se procederá al análisis de la información obtenida.

Para terminar, se ofrecerán las conclusiones obtenidas y las recomendaciones o propuestas sugeridas para un mejor desempeño del sector.

**PARTE I. CROWDFUNDING.
DEFINICIÓN,
CARACTERÍSTICAS Y
SITUACIÓN ACTUAL EN
ESPAÑA**

En esta primera parte del estudio se hará un recorrido por el sector desde sus orígenes, definiéndose y clasificándose los diferentes tipos de Crowdfunding.

Se presentan datos de los últimos años en España provenientes de fuentes de información secundarias. Para mayor detalle se remitirá al lector a las fuentes citadas.

1. ¿A QUÉ LLAMAMOS CROWDFUNDING?

El *Crowdfunding*, *financiación participativa*, *colectiva*, *en masa*, o *micromecenazgo*, hace referencia a la cooperación colectiva (en inglés, *crowd*: multitud, *funding*: financiación) de aportaciones dinerarias, normalmente de pequeña cuantía, destinada a llevar a cabo proyectos de distinta índole, como financiación de películas, edición de libros, campañas políticas o proyectos sociales, promovidos especialmente mediante las redes sociales e internet, y en un plazo predeterminado.

2. RETROSPECTIVA

La financiación colectiva no es algo nuevo de los últimos años. Para buscar los orígenes de este fenómeno en auge, podemos remontarnos al Estados Unidos de 1875, cuando la construcción de la icónica Estatua de la libertad fue en parte financiada a través de un llamamiento para las donaciones en el que se utilizaron todo tipo de métodos para la búsqueda de fondos, desde impuestos a la venta de estatuillas, pasando por shows o lotería. Casi un siglo más tarde, en 1958, el director de cine John Casavettes consiguió la financiación para una de sus películas gracias a las aportaciones recibidas de los oyentes de la radio que lanzó la propuesta (EDF Pulse, 2013).

Podemos contabilizar numerosos casos posteriores de financiación colectiva, pero fue en 1997 cuando la terminología Crowdfunding vio la luz, al financiarse, a través de donaciones online, la gira de la banda de rock británica, Marillion. Internet juega un papel fundamental para el asentamiento del Crowdfunding; la posterior aparición de blogs y redes sociales hizo que el movimiento cobrase impulso: en unos pocos clics, el propietario de un proyecto podía compartir su idea y abrir una cuenta en línea para la recaudación de fondos.

En la actualidad, además del propietario del proyecto y los mecenas o aportantes de agentes, interviene en el proceso un tercer agente, las plataformas; sitios web que actúan como mediadores entre los propietarios de los proyectos y los inversores. En este aspecto, se puede diferenciar el *Crowdfunding directo*, siendo aquel en el que los proyectos cuentan con su propia plataforma para recibir las aportaciones. Ésta es propiedad de los promotores del

proyecto, y en la misma no se trabajará con ninguna otra iniciativa. Son plataformas muy personalizadas que buscan promover la comunicación directa (X.net, 2012).

3. FUNCIONAMIENTO

Alguien con una idea o un proyecto en marcha, pero sin los recursos necesarios para llevarla a cabo o asegurar su pervivencia, acude a una plataforma de Crowdfunding.



El proyecto se difunde y gente de todo el mundo puede ver el proyecto, interesarse, y realizar la aportación económica que desee.



En la mayoría de los casos, y en función de las condiciones establecidas por la plataforma, los proyectos pueden tener una duración determinada. En estos casos el proyecto sale adelante solo si se consigue llegar al 100% de la financiación antes de que termine el tiempo. En el caso contrario, no se cobran las aportaciones a los mecenas y el promotor del proyecto no recibe ninguna cantidad económica.



A cambio de las aportaciones y en agradecimiento al apoyo recibido, los participantes o mecenas pueden recibir una contraprestación, proporcional a la cuantía con la que se ha colaborado. Se entregan si el proyecto alcanza o supera el mínimo de financiación fijado, momento en el cual se cobran las aportaciones.

Tabla 1. Funcionamiento del Crowdfunding

Fuente: elaboración propia a través de la información obtenida en Lanzanos.com

4. CARACTERÍSTICAS

Entre las principales características que hacen del Crowdfunding una forma de financiación tan interesante se pueden destacar las siguientes (X.net, 2012):

1. Fácilmente accesible, gracias a Internet, para una multitud de personas, tanto para emprendedores como partícipes.
2. No requiere fuertes inversiones que, en la mayoría de los casos, son decididas por cada partícipe, la suma de ellas es lo que cuenta.
3. El mecanismo de pago y recepción de fondos es fácil y rápido.
4. Carece de rígidos formalismos.
5. No existen intermediarios—sin contar a la propia plataforma— que encarecen los proyectos, en especial en los supuestos de Crowdfunding para creación de música, audiovisuales, videojuegos; por lo que además los financiadores se sienten más vinculados al proyecto financiado.

- Sustituye fórmulas tradicionales de financiación (bancaria, subvenciones, financiación corporativa como pueda ser el capital riesgo, el venturdebt, privateequity) a las que bien el proyecto, bien el emprendedor no tienen acceso por distintas razones o que, en un entorno de crisis, son imposibles de conseguir la mayoría de las veces.

5. TIPOS DE CROWDFUNDING

Los inversores o *mecenas* pueden recibir algún tipo compensación por la aportación realizada. Podemos diferenciar 4 tipos de Crowdfunding en función de estas contraprestaciones recibidas:

Tipos	¿Qué recibe a cambio el inversor?	Proyectos
De recompensa	Contraprestación simbólica no económica (recompensas), pre-compra del producto/asistencia a evento, figurar en los créditos...	Culturales, artísticos, de empresas
De inversión (<i>equity Crowdfunding</i>)	Acciones, participaciones, beneficios...	Empresas
De préstamo (<i>crowdlending</i>)	Tipo de interés sobre la aportación realizada	Empresas
De donación	Sin contraprestación	Solidarios o humanitarios

Tabla 2. Tipos de Crowdfunding en función de estas contraprestaciones recibidas

Fuente: Elaboración propia a través de la información facilitada por Crowdacy

6. EL CROWDFUNDING EN ESPAÑA¹

Aunque esta vía de financiación tiene su origen en los países anglosajones, y es en estos donde el sector se asienta con más fuerza, en España el Crowdfunding se está asentando con fuerza. La situación de crisis en nuestro país, la actual restricción de las entidades financieras para ofrecer financiación, y otros aspectos como la subida del IVA cultural en 2012 o la retirada de subvenciones, lo convierten en una alternativa muy atractiva para la captación de fondos para nuevos proyectos empresariales.

En España el incremento durante el último año ha sido muy por encima del esperado. En la actualidad se pueden encontrar más de 50 plataformas de Crowdfunding en España, que según el informe elaborado por Infocrowdsourcing en 2014, recaudaron un total de 19,1 millones de euros el pasado año 2013. Esta cifra supone casi el doble que la facturación del año anterior en el sector, creciendo por encima del 81% estimado para el mercado mundial.

¹ Ejemplos de proyectos de Crowdfunding en España en Anexo B

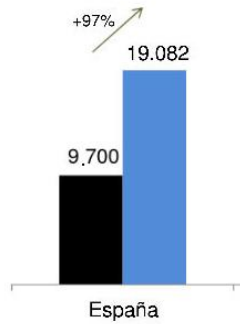


Gráfico 1. Volumen de Mercado (miles €) en España

Fuente: Infocrowdsourcing.com

Además cabe destacar que durante este año 2014 se espera la implementación en España de importantes plataformas internacionales.

El gigantesco crecimiento que ha dado lugar en España durante el último año, ha sido en gran medida gracias al Crowdfunding de Donaciones, siendo este el modelo que más creció en 2013 (un 248%), seguido por el de recompensas (112%) e inversión en menor medida(48%) (Infocrowdsourcing, 2014).

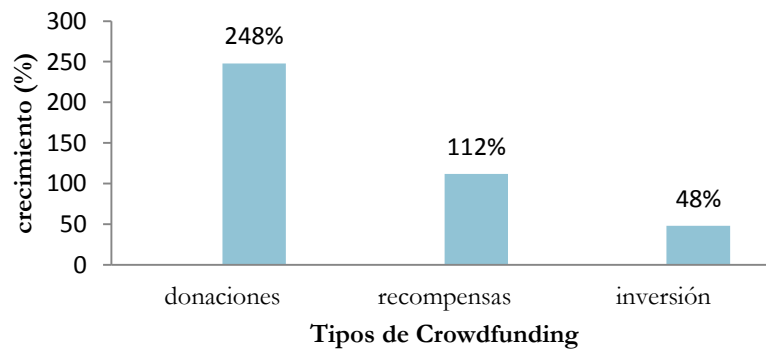


Gráfico 2. Crecimiento del Crowdfunding en España (por tipologías) durante el año 2013.

Fuente: Elaboración propia con los datos obtenidos del Estudio “Mercado de Crowdfunding en España y Latinoamérica”

PARTE II. METODOLOGÍA

En el presente capítulo, se describe la estructura metodológica seguida para la consecución de los objetivos de la investigación de mercados sobre el conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de Crowdfunding, especificando las actividades necesarias para cada parte del estudio de manera sistemática, empírica y crítica.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización del estudio se va a llevar a cabo una recogida de datos primarios utilizando una metodología mixta: cualitativa y cuantitativa, para la que se han utilizado diferentes herramientas en dos fases.

	Naturaleza de la investigación	Fuente de información	Técnica de recogida de datos
Fase 1	Exploratoria	Primaria	Entrevistas en profundidad online
Fase 2	Concluyente	Primaria	Encuesta online

Tabla 1. Diseño de la investigación

En primer lugar hemos visto necesario realizar un estudio exploratorio previo que permita obtener las variables más relevantes para esta investigación. En la primera fase se utilizará una técnica individual de recogida de datos, las entrevistas en profundidad, para obtener información a través de una serie de conversaciones individualizadas entre el entrevistador y cada uno de los individuos seleccionados. Esta fase constará de 3 partes: planificación de las entrevistas, desarrollo, y su posterior análisis de los datos obtenidos.

En la segunda fase, de naturaleza concluyente, la recogida de datos primarios se llevará a cabo mediante encuestas. Tiene como objetivo establecer una comunicación de carácter descriptivo y cuantitativo entre la población objetivo y el investigador, a través de un cuestionario, que actuará como nexo de unión entre las partes interesadas. La información arrojada por la investigación concluyente servirá para la posterior evaluación del conocimiento y participación en actividades de Crowdfunding en nuestro país.

Debido a la gran importancia que Internet supone para el Crowdfunding –sin el que, el gran desarrollo de éste nunca hubiese sido posible- se ha creído oportuno optar por un sistema de recogida de datos online. Esta decisión, apoyada en el crecimiento de la toma de información por medios electrónicos y las entrevistas online –que ya suponen en España más de una tercera parte del total en el sector (Aedemo, 2011)- nos permitirá un mayor alcance, pudiendo acceder a un segmento de la población más difícil de contactar mediante medios tradicionales.

FASE I. ESTUDIO EXPLORATORIO PREVIO

La realización de un estudio exploratorio previo no tiene otro fin que el de realizar un análisis preliminar al estudio concluyente para la extracción de las variables a estudiar en dicha fase, que nos permitirá la óptima consecución de los objetivos de la investigación.

La técnica escogida son las Entrevistas en profundidad *online*, técnica cualitativa con la que se pretende conocer la percepción del Crowdfunding desde el punto de vista de usuarios o personas conocedoras de este tipo de financiación, así como las motivaciones que conducen a los usuarios o mecenas a participar en un proyecto de Crowdfunding.

1. Planificación de las entrevistas:

Las entrevistas se realizaron mediante Chat, por ser un medio que permite a los entrevistados y al entrevistador mantener una conversación sincrónica y simultánea (Edo, 2004).

Se consideró la población objeto de estudio los españoles de 18 a 65 años. La exclusión de los individuos con una edad superior a los 65 años, se debe a que por encima de esa edad la población con participación activa en actividades de Crowdfunding y conocimientos de internet es muy pequeña.

Para la selección de la muestra se optó por un muestreo no probabilístico por criterio, teniéndose en cuenta la edad y el sexo de los encuestados. Además, era indispensable que los participantes poseyesen conocimientos previos sobre el concepto Crowdfunding, seleccionándose la muestra también dependiendo de la participación activa, o no, en algún proyecto financiado mediante el sistema de financiación tratado.

Los participantes de las 13 entrevistas en profundidad y sus perfiles fueron:

Participación en Crowdfunding	Edad	Sexo	Nº individuos en la muestra	Participantes de las entrevistas
SI	18-34	Hombre	2	Individuo 1 y 2
		Mujer	1	Individuo 3
	35-49	Hombre	1	Individuo 4
		Mujer	1	Individuo 5
	>50	Hombre	1	Individuo 6
		Mujer	1	Individuo 7
NO	18-34	Hombre	1	Individuo 8

	35-49	Mujer	2	Individuos 9 y 10
		Hombre	1	Individuo 11
	>50	Mujer		
		Hombre	1	Individuo 12
		Mujer	1	Individuo 13

Tabla 2. Perfiles de los participantes en las entrevistas en profundidad

Por otro lado se elaboró un guión o línea de puntos (Ver Tabla 3. Guión de la entrevista) en el que se especificaron alrededor de 10 preguntas orientativas relativas a dos aspectos: conocimiento y percepción del Crowdfunding, y motivaciones en cuanto a la participación en proyectos de esta índole.

Se optó además, por entrevistas de carácter semi-estructurado; es decir, con el apoyo del guión anteriormente descrito, son las respuestas del propio entrevistado las que delimitarán la orientación de la entrevista.

Hola, Lo primero de todo, muchas gracias por tu tiempo. Soy M^a Cruz, y como sabrás, estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y uso del Crowdfunding en España como trabajo de fin de grado. La idea es conocer tus opiniones, experiencias, motivaciones...en cuanto al Crowdfunding. Aclarar que la información es solo para mi trabajo y es anónima, ¡siéntete libre para compartir lo que quieras!

1. Si yo digo *Crowdfunding* o *micromecenazgo*, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite este concepto?
2. ¿Cómo lo conociste?
3. Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad? ¿algún aspecto positivo? ¿y negativo?
4. A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos? ¿Cuáles? ¿de qué tipo?
5. ¿Cómo los conocisteis?
6. ¿Qué te llevó a querer participar en el proyecto?
7. ¿Cuál fue tu satisfacción final al haber participado en el proyecto? ¿qué te ha aportado? ¿volverías a participar?
8. Si no has participado, o si tenías pensado en participar en algún proyecto pero finalmente no lo hiciste ¿por qué? ¿qué razones te llevó a ello?
9. En tu opinión, ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?
10. Para terminar, ¿qué crees que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?
11. Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

¡Muchas gracias!

Tabla 3. Guión de la entrevista

2. Desarrollo de las entrevistas

Las entrevistas realizadas a los 13 individuos se llevaron a cabo mediante Chat, con una duración aproximada de entre 10 y 15 minutos por entrevista. La plataforma utilizada para el desarrollo de las mismas fue Skype, un software que permite comunicaciones de texto, voz y video sobre internet (Transcripción y muestra de las entrevistas en Anexo C).

3. Análisis de los datos

Tras la realización de las entrevistas en profundidad se procedió a analizar, y mostrar los resultados obtenidos.

En primer lugar los entrevistados asocian el Crowdfunding con los términos *aportaciones, financiación, fondos, proyectos, internet* y *colaboración*. En segundo lugar, la vía de *contacto* con esta forma de financiación fue, en la mayoría de los casos mediante *amigos y conocidos*, seguido por los *medios de comunicación e internet* y los propios *promotores* de proyectos; estas variables coinciden a su vez con la manera por la que dieron con los proyectos los 7 individuos seleccionados que colaboraron en una campaña Crowdfunding.

En cuanto a la imagen del Crowdfunding, la sensación generalizada es positiva. La respuesta de que *apoya y posibilita el desarrollo de proyectos* que de otro modo serían inviables es generalizada. Otras de las intervenciones fueron:

“te permite formar parte de un proyecto en el que crees y con el que te sientes identificado” (Individuo 1, Hombre entre 18-34 años)

“lo mejor es la capacidad de difusión que tiene” (Individuo 2, Hombre entre 18-34 años)

“con esta alternativa a la financiación convencional, las personas podemos ser más independientes de los bancos” (Individuo 9, Mujer entre 18-34 años)

“permite a los promotores tantear su idea en función del éxito de la campaña” (Individuo 10, Mujer entre 18-34 años)

Como puntos en contra, es destacable la *desconfianza* por la incertidumbre de la lícita realización del proyecto financiado. Este aspecto aparece especialmente destacado entre el grupo de individuos que no han tomado nunca parte en una iniciativa de Crowdfunding. Por otro lado, casi la mitad de los encuestados afirma que la *falta de control y regulación* en temas legales también es un motivo de preocupación. En menor medida crea inquietud la *forma de pago* mediante internet, especialmente entre los individuos con edades comprendidas de los 50 años en adelante. Otros puntos en contra aportados fueron:

“El peligro puede estar en que –el Crowdfunding- se convierta en un camino más fácil y cómodo así pues, aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos que exijan más sacrificio” (Individuo 5, Mujer entre 35-49 años)

“por el momento funciona bien porque es algo nuevo (...) pero si se generaliza, es bastante inviable que la gente participe en todos los proyectos, aun suponiendo que muchos de ellos les parecieran interesantes, innovadores...”(Individuo 9, Mujer entre 18-34 años)

“¿Quién está realmente detrás del proyecto? ¿Lo llevará a cabo tras recolectar el dinero? ¿Recibiré lo que me corresponde por la aportación? Todas estas preguntas hacen dudar de que el Crowdfunding sea del todo fiable.” (Individuo 13, Mujer con más de 50 años.)

Respecto a los individuos con participación activa en actividades de Crowdfunding, la colaboración fue en proyectos variados, tales como *cine, música, obras sociales, videojuegos y deportivos*.

De los 7 proyectos en los que participaron, 4 de ellos recibieron una recompensa simbólica como reconocimiento en los créditos (Individuo 1, Hombre entre 18-34 años), carta de agradecimiento o un calendario; seguidos por 2 proyectos recompensado con la compra del producto y asistencia a evento (Individuo 3, Mujer entre 18-34 años; Individuo 5 Mujer entre 35-49 años) y un único proyecto, de inversión, a cambio de acciones (Individuo 1, Hombre entre 18-34 años).

Quedando todos ellos muy satisfechos, afirmaron que volverían a participar en este tipo de actividades. Algunas de las intervenciones fueron:

“me quedo con toda la gente que participó en el proyecto” (Individuo 1, Hombre entre 18-34 años)

“alegría, el buen hacer, y la colaboración de la gente. Es una gran felicidad” (Individuo 2, Hombre entre 18-34 años)

“me siento orgullosa de haber participado con mi granito de arena en un proyecto de Crowdfunding” (Individuo 5, Mujer entre 35-49 años)

“es la misma sensación que recibes cuando realizas un voluntariado” (Individuo 6, Hombre mayor de 50 años)

El deseo de *ayudar* en el proyecto parece ser un factor decisivo para aquellos entrevistados que han tomado parte en una campaña Crowdfunding. Otra de las variables más relevantes es que sean proyectos que *susciten interés*. También cobra importancia esta variable para el grupo de entrevistados que no han colaborado nunca, así como que sea un proyecto *diferente o novedoso*.

Por otro lado, casi la mitad de los entrevistados valoran que el proyecto provenga de una *fuentes conocida*. Proyectos *serios, viables y claramente explicados*, así como *cuantías pequeñas* de aportación también son características destacables para los entrevistados.

Otras variables que surgieron fueron las *recompensas*, que sean proyectos de *apoyo cultural o social*, o que se trate de *pequeños proyectos*.

Por último, analizando aquellos entrevistados que nunca han colaborado en un proyecto Crowdfunding, 4 de los 6 afirman no haberlo hecho por no sentirse del todo confiados con este método de financiación. El desconocimiento de proyectos interesantes también parece ser un factor decisivo.

Adicionalmente indicar que no se han encontrado diferencias en función del sexo de los entrevistados.

FASE II. INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Esta segunda fase tiene como objetivo cubrir las necesidades de información a través de un estudio de naturaleza concluyente. Se llevará a cabo la recogida de datos de una serie de variables, para posteriormente proceder a su análisis.

1. Planificación de la recogida de datos

Tras obtener las conclusiones oportunas del estudio exploratorio previo mediante las entrevistas en profundidad online, se diseñó el instrumento de recogida de datos para la fase concluyente: las encuestas.

Como se ha mencionado anteriormente, se ha decidido realizar las encuestas vía online: los cuestionarios se publican en un sitio web y se anima a la población objeto de estudio, por correo electrónico o por vínculos en páginas y redes sociales¹, a participar en la encuesta. La plataforma escogida para el presente estudio ha sido Encuestafacil.com, gracias al acuerdo de colaboración existente entre ésta y Universia, y a través del cual los centros educativos pueden acceder a la tecnología de Encuesta fácil para fines educativos.

Para la elaboración del cuestionario se ha tenido en cuenta los variables objetos de estudio, así como la especificación de los indicadores de los que se necesitan recoger datos y la elaboración de las escalas de medida.

¹ Para la difusión de la encuesta -además de por e-mail y redes sociales- se contacto con algunas agrupaciones de Crowdfunding en nuestro país, como La Asociación Española de Crowdfunding que colaboraron compartiendo el enlace en su página de Facebook. La encuesta también fue compartiendo el link en blogs o noticias que trataban el tema.

2. Estructura y secuencia del cuestionario

INTRODUCCIÓN	Presentación del estudio Solicitud de colaboración Instrucciones para completar el cuestionario Agradecimiento por colaborar
CUERPO DEL CUESTIONARIO	Preguntas de clasificación Preguntas de Introducción Preguntas de información básica

Tabla 4. Estructura y secuencia del cuestionario

El formulario (en Anexo C) se compone de 2 ítems que recogen las variables socio demográficas (país de residencia y edad), 5 Ítems para recoger la información necesaria en cuanto al conocimiento y actitud hacia el Crowdfunding y 11 ítems para evaluar la participación y la satisfacción hacia el mismo. Dentro de los ítems descritos encontraremos, además, una serie de preguntas filtro de las cuales dependerán las posteriores preguntas en función de la respuesta del entrevistado.

3. Plan de muestreo

FICHA TÉCNICA

TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN: Encuesta online

ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ESTUDIO: España

UNIVERSO: Población de entre 18 y 65 años.

MUESTRA: 150 encuestas distribuidas proporcionalmente con cumplimentación de cuotas por edad.

ERROR DE MUESTREO: 5% con un nivel de confianza del 95% y $p=p-1=50\%$

Tabla 5. Ficha resumen del plan de muestreo

- ▶ **DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO:** Población Española con edad comprendida entre 18 y 65 años.
- ▶ **DEFINICIÓN DEL MARCO POBLACIONAL:** Población Española con edad comprendida entre 18 y 65 años.

- **MÉTODO DE MUESTREO:** Se ha optado por utilizar un método probabilístico estratificado, mediante afijación proporcional cumplimentado por cuotas, al considerarse que, para que el estudio del conocimiento y participación en actividades de Crowdfunding en España, se debe tener en cuenta la variable socio demográfica edad, que dote de representatividad a cada estrato de la población. Por su parte, la variable socio demográfica “Sexo” no se ha utilizado en la elección de la muestra al no encontrarse en el estudio exploratorio previo diferencias relevantes en función del sexo de los entrevistados.

Para la investigación del conocimiento y participación en actividades de Crowdfunding en España, se considera relevante, como ya se ha indicado, la variable edad. Es por ello que realizaremos una estratificación basada en tres estratos: 18-34 años, 35-49 años y 50-65 años.

Nuestra población objeto de estudio es la población española con edad comprendida entre los 18 y los 65 años, formada por 30.398.859 individuos (INE, 2013) motivo por el cual utilizaremos la fórmula de la población infinita ($30.398.859 > 100.000$):

Para el cálculo de la varianza, vamos a considerar condiciones desfavorables que otorguen máxima heterogeneidad, en donde $P=0,5$ y $(1-P)=0,5$. Se asume un error de muestreo del 5% y un nivel de confianza del 95%.

$$n = \frac{Z^2 * P * (1 - P)}{E^2} = \frac{1.96^2 * 0.5 * (0.5)}{0.05^2} = 385 \text{ personas}$$

La afijación que vamos a realizar es proporcional; para ello utilizaremos los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) “*Población residente por fecha, sexo y edad*” del 1 de Enero del 2013 en España. Estos datos los resumiremos en la siguiente tabla:

POBLACION RESIDENTE EN ESPAÑA POR EDAD	
18-34 años	35.1%
35-49 años	35.3%
50-65 años	29.6%

Tabla 6. Porcentajes de la población residente en España por edad

Por lo que deberemos de entrevistar a²:

18-34 años:	$35.1\% * 385 = 135$ personas
35-49 años:	$35.3\% * 385 = 136$ personas
50-65 años:	$29.6\% * 385 = 114$ personas

4. Análisis

Tras crear el cuestionario y elaborar el plan de muestreo, se procedió a activar la encuesta online.

A continuación se muestran los análisis más relevantes para dar respuesta a los objetivos de la investigación planteados.

- En primer lugar se procedió a describir la muestra, comprobando, a través de un análisis univariante de una variable no métrica, que:

De los 150 encuestados, Un 35% de los encuestados tiene entre 18 y 34 años; Un 35 % aproximadamente tiene entre 35 y 49 años; Y un 30 % aproximadamente tiene entre 50 y 65 años.

Datos que coinciden, como era de esperar, con el plan de muestreo obtenido.

1.1 Conocimiento del Crowdfunding

Se realizó un análisis univariante de una variable no métrica que nos ofreciera datos sobre las frecuencias, a nivel muestral, sobre el conocimiento del término Crowdfunding. Para interpolar los datos a nivel de muestra sobre el conocimiento del término Crowdfunding, a la población, planteamos un contraste de hipótesis para comprobar si las frecuencias aparecidas a nivel muestral son distintas o iguales en la población. Para ello se realizó una prueba Chi cuadrado univariante.

Contraste de hipótesis:

H0= las frecuencias son iguales en la población que en la muestra

H1= las frecuencias son diferentes en la población que en la muestra

² Suponiendo que n=150 personas, en un supuesto que simplifique la realización del estudio de mercado, realizaremos la encuesta a 53 encuestados de 18-34 años, 53 encuestados de 35-49 años y 44 encuestados de 50-65 años.

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	66	44
No	51	34
Algo me suena	33	22
Total	150	100

Estadísticos de prueba	
Chi-cuadrado	10,920 ^a
Sig. asintótica	,004

De los 150 encuestados un 34% desconoce el término Crowdfunding, Mientras que el resto alguna vez lo ha oído (66%), a un 22% de los encuestados les suena, y un 44% de los encuestados afirma conocer este concepto.

Además, como la significatividad (p-valor, significación asintótica) es $0.004 < 0.05$, con un nivel de significación del 5 % hay evidencias para afirmar que las frecuencias con las que se conoce o no, el Crowdfunding, son distintas en la población que en la muestra.

- Tipos de Crowdfunding que se conocen

De forma análoga a la anterior³ se realizó un análisis univariante que nos ofreciera datos, a nivel muestral, de una serie de variables no métricas: los tipos de Crowdfunding. También se realizó un contraste de hipótesis, mediante una prueba chi-cuadrado univariante, para comprobar si los datos son extrapolables a la población.

	Sí		No		Sig. Asint.
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
De recompensa	54	54,5	45	45,5	,366
De inversión	45	45,5	54	54,5	,366
De préstamo	29	29,3	70	70,7	,000
De donación	53	53,5	46	46,5	,482
<i>N casos válidos: 99</i>			<i>N perdidos: 51</i>		

Aproximadamente la mitad de los 99 encuestados que conocen o les suena el Crowdfunding, conocen los tipos de recompensa, donación e inversión (por ese orden de preferencia). Por el contrario el Crowdfunding de préstamo, tan sólo es conocido por aproximadamente un 29% de los encuestados.

Con unos niveles de significación mayores que el 5% (0.366 recompensa, 0.366 inversión, 0.482 donación) no rechazamos H₀, y podemos afirmar que los datos relativos al conocimiento de Crowdfunding de Recompensa, inversión y donación, es igual en la población que en la muestra.

- Forma de conocimiento del término Crowdfunding

Queremos información sobre una serie de variables no métricas, por lo que habrá que calcular las frecuencias para obtener información sobre la forma en que los encuestados conocieron el Crowdfunding. Para interpolar los datos a la población se realizó un contraste de hipótesis mediante pruebas chi-cuadrado univariantes.

³ Para una ágil explicación de los análisis realizados, cada método de análisis se explica con detalle la primera vez en que aparece.

	Si		No		Chi cuadrado	Sig.asint.
	Frecuencia	%	Frecuencia	%		
Amigos y/o conocidos	27	27.3	72	72.7	20,455	0,000
Medios de comunicación	50	50.5	49	49.5	0,01	0,92
Redes sociales e internet	36	36.4	63	63.6	7,364	0,007
Centro de estudios	9	9.1	90	90.9	66,273	0,000
Otros	4	4	95	96	83,646	0,000
<i>N casos válidos: 99</i>					<i>N perdidos: 51</i>	

De los 99 encuestados que alguna vez han oído el término Crowdfunding, al menos el 50% lo conoció a través de los medios de comunicación, seguido de las redes sociales e internet (aproximadamente un 36% de los encuestados), los amigos y conocidos (aproximadamente un 27% de los encuestados). Una parte pequeña de la muestra lo conoció a través de su centro de estudios (aproximadamente un 9% de los encuestados). También se citaron en alguna ocasión el centro de trabajo y ong's como vía de contacto con el Crowdfunding.

Con un nivel de significación del 92 % (>5%) no rechazamos H0, y podemos afirmar que únicamente los datos relativos al conocimiento del Crowdfunding a través de los medios de comunicación, son iguales en la población que en la muestra.

- ¿La edad difiere con la forma en la que se ha conocido el término Crowdfunding?

Se pretendía conocer si la edad y las diferentes vías de conocimiento del Crowdfunding están relacionadas. Para analizar esta cuestión haremos un análisis bivariante, con variables no métricas (nominales). Utilizaremos una técnica que nos permita ver a nivel poblacional si las variables están relacionadas. Realizaremos contraste de hipótesis de chi-cuadrado.

Contraste de hipótesis (para cada una de las vías de conocimiento del Crowdfunding):

H0: la edad no está relacionada con la vía de conocimiento del Crowdfunding

H1: la edad si está relacionada con la vía de conocimiento del Crowdfunding

	Valor	Sig. Asintótica (2 caras)
Edad*Amigos y/o conocidos	3,278	0,194
Edad*Medios de comunicación	11,392	0,003
Edad*Redes sociales e internet	5,651	0,059
Edad*Centro de estudios	10,983	0,004
<i>N casos válidos: 99</i>		<i>N perdidos: 51</i>

			Edad			
			de 18 a 34 años	de 35 a 49 años	de 50 a 65 años	Total
Centro de estudios	Si	Recuento	8	0	1	9
		% dentro de Edad	21.10%	0.00%	4.20%	9.10%
	No	Recuento	30	37	23	90
		% dentro de Edad	78,95%	100,00%	95,83%	90,91%

		TOTAL	38	37	24	99	
Medios de comunicación	Si	Recuento	12	20	18	50	
		% dentro de Edad	31,60%	54,10%	75,00%	50,50%	
	No	Recuento	26	17	6	49	
		% dentro de Edad	68,40%	45,90%	25,00%	49,50%	
		TOTAL	38	37	24	99	
						<i>N casos válidos: 99</i>	<i>N perdidos: 51</i>

Para un nivel de significación del 5% (0.003 y $0.004 < 0.05$) rechazamos H_0 , es decir, la edad está relacionada con el conocimiento del Crowdfunding a través de los medios de comunicación y de los centros de estudio.

Interpretando las tablas de contingencia:

El, 21.1% de las personas que conocen el Crowdfunding a través de su centro de estudios, tiene entre 18 y 34 años

Además, sólo el 31.60% de los españoles de entre 18 y 34 años que conocen el Crowdfunding, lo han conocido a través de los medios de comunicación; en contraste con el 75% de las personas de entre 50 y 65 años que conocen el Crowdfunding gracias a los medios de comunicación.

Por su parte los españoles de entre 35 a 49 años que conocen el Crowdfunding se quedan más neutros: aproximadamente el 54% de estos lo conocieron mediante los medios de comunicación y el resto no.

1.2 Imagen del Crowdfunding

- Grado de interés

Para calcular las frecuencias de la imagen que los encuestados –a nivel muestral- tienen del Crowdfunding, deberemos calcular las medias y las desviaciones, ya que se trata de una variable métrica. A nivel poblacional, habrá que calcular la media poblacional, para conocerla a partir de los datos de la muestra, habrá que hacer un intervalo de confianza con un nivel de 95.

Media	IC Lim.Infer.	IC Lim.Sup
3,85	3,67	4,02
<i>N casos válidos: 99</i>		<i>N perdidos: 51</i>

De los 97 encuestados que conocen el Crowdfunding y que respondieron a la pregunta sobre su grado de interés, ven, de media, el Crowdfunding como interesante, con un interés de 3.85 puntos sobre 5 en el Crowdfunding.

Para un nivel de confianza del 95%, el interés medio del Crowdfunding varía entre un 3.67% y un 4.02%. Podemos decir que las personas que conocen el Crowdfunding, tienen un interés importante (es mayor que 3 que es el punto medio de la escala).

- Imagen

La imagen global que tienen los encuestados sobre el Crowdfunding será el promedio de las valoraciones de las 8 afirmaciones a las que han contestado:

1. Apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables.
2. El peligro puede estar en que se convierta en un camino más fácil y cómodo y así pues, aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos que exijan más sacrificio.
3. Te permite formar parte de un proyecto en el que crees y con el que te sientes identificado.
4. Funciona bien porque es algo nuevo, pero si se generaliza, es bastante inviable que la gente participe en todos los proyectos, aun suponiendo que muchos de ellos les parecieran interesantes.
5. Lo mejor es la capacidad de difusión que tiene.
6. Con esta alternativa a la financiación convencional, podemos ser más independientes de los bancos.
7. No existe incertidumbre de la lícita realización del proyecto financiado.
8. Permite a los promotores tantear su idea en función del éxito de la campaña

En primer lugar para poder realizar el análisis de los 8 indicadores globalmente, se deben recodificar las variables “negativas” (las nº 2 y 4)

Tras crear la variable IMAGEN como promedio de los indicadores recodificados y los que ya teníamos, se procede a analizarla mediante un análisis univariante de una variable métrica, tanto en la muestra como en la población:

Media	IC Lim.Infer.	IC Lim.Sup
4,54	4,41	4,66
<i>N casos válidos: 99</i>		<i>N perdidos: 51</i>

La media de la imagen de los encuestados que conocen o les suena el Crowdfunding es de 4.54. Dado que el valor medio de la escala es 3.5, será una imagen positiva.
A un nivel del 95%, el intervalo varía entre un 4.41 y un 4.66 por lo que la imagen que la población tiene del Crowdfunding es positiva.

A continuación, se procede a analizar cada una de las afirmaciones que hemos utilizado para calcular la imagen⁴

	Media	IC Lim.Inf.	IC Lim.Sup	Varianza
Apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables.	5,59	5,36	5,82	1,328
Te permite formar parte de un proyecto en el que crees y con el que te sientes identificado.	5,36	5,11	5,61	1,546

⁴ Las afirmaciones se muestran ordenadas de mayor a menor en función de la media.

Permite a los promotores tantear su idea en función del éxito de la campaña	4,88	4,64	5,11	1,38
Con esta alternativa a la financiación convencional, podemos ser más independientes de los bancos.	4,72	4,41	5,03	2,39
Lo mejor es la capacidad de difusión que tiene.	4,71	4,44	4,98	1,791
El peligro puede estar en que se convierta en un camino más fácil y cómodo y, así pues, aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos que exijan más sacrificio	3,87	3,58	4,15	2,013
Funciona bien porque es algo nuevo, pero si se generaliza, es bastante inviable que la gente participe en todos los proyectos, aun suponiendo que muchos de ellos les parecieran interesantes.	3,74	3,46	4,02	1,943
No existe incertidumbre de la lícita realización del proyecto financiado.	3,48	3,21	3,76	1,857

A nivel poblacional, con una confianza del 95% todas las valoraciones son positivas, dado que la media de la escala es de 3.5 puntos. En concreto, la valoración que se le da a “Apoya y posibilita el desarrollo de proyectos (...)” y a “Permite formar parte de un proyecto (...)” son bastante positivas; variando entre 5.36-5.82. y 5.11-5.61 respectivamente. “Permite a los promotores tantear la idea (...)”; “(...) ser más independientes de los bancos”; y “la capacidad de difusión” varían entre: 4,64-5,11; 4,41-5,03; 4,44-4,98; respectivamente. La imagen sobre estos indicadores es positiva. Las afirmaciones “el peligro puede estar (...) aprovecharse de la buena voluntad de la gente (...)” y “funciona bien porque es algo nuevo (...)” son las peor valoradas, a pesar de que siguen encontrándose por encima de la media (varían entre 3.54-4.15 y 3.46-4.02 respectivamente. Por último “no existe incertidumbre sobre la lícita realización del proyecto” es la peor valorada, estando por debajo de la media de la escala (varía entre 3.21-3.76).

Los encuestados valoran muy positivamente que apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables y que te permite formar parte de un proyecto; seguido de que permite a los promotores tantear su idea, aporta independencia de los bancos, y la capacidad de difusión. Sin embargo valoran negativamente la incertidumbre sobre la lícita realización del proyecto financiado.

1.3 Participación en proyectos de Crowdfunding

- Vamos a analizar si han tenido alguna vez la oportunidad de participar en algún proyecto financiado mediante Crowdfunding, y si finalmente han participado.

Para cada variable calcularemos las frecuencias así como una prueba chi-cuadrado para obtener la información a nivel poblacional.

		Frecuencia	%	Chi cuadrado	Sig. Asin.
Oportunidad de participar	Si	38	38,4	50,364	0,000
	No	59	59,6		
Participación	Si	28	28,3	18,677	0,000
	No	71	71,7		

N válidos 99 N perdidos 53

Un 38.4% de los encuestados que conocen o les suena el Crowdfunding, han tenido la oportunidad de participar en un proyecto financiado de este modo.
 Un 28.3% de los encuestados que conocen o les suena el Crowdfunding, han participado en un proyecto financiado de mediante Crowdfunding.

Como la significatividad es en ambos casos es 0.000 (<0.05) rechazamos H_0 ; con un nivel de significación del 5 % hay evidencias para afirmar que las frecuencias con las que se tiene oportunidad de participar en un proyecto financiado por Crowdfunding, y su participación o no en alguno, son iguales en la población que en la muestra.

Aproximadamente, un 38% de la población tiene la oportunidad de participar en un proyecto de Crowdfunding, y sólo un 28% de la población, ha participado alguna vez.

Además se realizó un análisis bivalente para comprobar si la oportunidad de participar y la participación o no en Crowdfunding están relacionados. Del contraste chi-cuadrado correspondiente obtuvimos que:

Chi-cuadrado	Sig. asint	Participación		Total			
		Si	No				
62.673	0,000	Oportunidad de participar	Si	Recuento	28	10	38
				% dentro de Oportunidad	73,70%	26,30%	100,00%
			No	% dentro de Oportunidad	0,00%	100,00%	100,00%
		Total		Recuento	28	71	99

Para un nivel de significación del 5% ($0,000 < 0.05$) rechazamos H_0 , es decir, la oportunidad de participar en un proyecto difiere con la participación o no en uno. El 73.7% de las personas que, conociendo el Crowdfunding han tenido la oportunidad de participar en algún proyecto, participan.

- ¿En cuántos proyectos participan?

La cantidad de proyectos en los que han participado, es una variable métrica de la que podremos calcular la media:

Media	IC Lim.Inf	IC Lim.Sup
1,25	1,05	1,45
<i>N válidos 28</i>		<i>N perdidos 122</i>

Aproximadamente, los encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo han hecho de media 1.25 veces.

A nivel poblacional, para un nivel de confianza del 95%, la participación media en proyectos de Crowdfunding varía entre un 1.05% y un 1.45%.

- ¿En qué tipo de proyectos participaron?

Queremos información sobre una variable (univariante) que es el tipo de proyecto en el que los participantes en Crowdfunding han participado. Es una variable no métrica, por lo que habrá que calcular las frecuencias.

También se realizó un contraste de hipótesis mediante una prueba chi—cuadrado para ver si los resultados obtenidos se pueden extrapolar a la población.

	Musical	Cine y documental	Deportivo	Social	Tecnológico	Otro	Total
Frecuencia	6	5	2	9	1	5	28
%	21,4	17,9	7,1	32,1	3,6	17,9	100
Dentro de Otros: Carrera zombie, empresarial, industrial, teatro, wikipedia (1 frecuencia por cada uno)							
							<i>N valido 28 N perdidos 122</i>

Chi cuadrado 8,857

Sig. Asint. 0,115

El 32,1% de los 28 encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo hicieron en uno de tipo Social.
 El 21,4% de los 28 encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo hicieron en uno de tipo Musical.
 El 17,9% de los 28 encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo hicieron en uno de tipo Cine y documental.
 El 7.1% de los 28 encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo hicieron en uno de tipo deportivo.
 El 3.6% de los 28 encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo hicieron en uno de tipo tecnológico.
 El 17.9% de los 28 encuestados que han participado en algún proyecto Crowdfunding, lo hicieron en proyectos de otros tipos a los anteriores. Algunos de los que se citaron en la encuesta fueron industrial o empresarial.

Con una significatividad de $0.115 > 0.05$, y con un nivel de significación del 5 %, hay evidencias para afirmar que los tipos de Crowdfunding en los que participan los mecenas son iguales en la población que en la muestra.

- Contraprestación recibida

Queremos información sobre una variable (univariante). La variable es no métrica, por lo que habrá que calcular las frecuencias con las que obtendremos información a nivel muestral.

	Simbólica	Precompra producto	Acciones, participaciones o beneficios	Intereses	Sin recompensa	TOTAL
Frecuencia	11	9	3	1	4	28
%	39,3	32,1	10,7	3,6	14,3	100
						<i>N valido 28 N perdidos 122</i>

El 39,3% de los participantes en Crowdfunding recibieron por su aportación una recompensa simbólica.
 El 32,1% de los participantes en Crowdfunding recibieron por su aportación la pre-compra del producto.
 El 14,3% de los participantes en Crowdfunding lo hicieron sin ninguna contraprestación.
 El 10,7% de los participantes en Crowdfunding recibieron por su aportación acciones, participaciones o beneficios.
 Finalmente, sólo una persona de los 28 participantes lo hizo recibiendo intereses en función de la

Además se realizó un contraste de hipótesis, mediante una prueba chi-cuadrado univariante, para ver si la información obtenida era extrapolable a la población. Obtuvimos que:

Chi-cuadrado	Sig. Asintótica
38,472	0,008
<i>N de casos válidos 28</i>	

Con una significatividad de $0.008 < 0.05$, al nivel de significación del 5 % hay evidencias para afirmar que las contraprestaciones que reciben los participantes en Crowdfunding, son distintas en la población que en la muestra.

- ¿Difiere el tipo de proyecto en el que participan con la contraprestación recibida?

Para ver si el tipo de proyecto y la contraprestación están relacionados, hicimos un análisis bivariante, con variables no métricas (nominales). Utilizamos una técnica que nos permita ver a nivel poblacional si las variables están relacionadas. Tras realizar un contraste de hipótesis mediante la prueba chi-cuadrado obtuvimos:

Chi cuadrado	Sig. Asin
38,472	0,008

Para un nivel de significación del 5% ($0.008 < 0.05$) rechazamos H_0 , es decir, el tipo de proyecto en el que participan los encuestados influye en la contraprestación recibida.

		Musical	Cine y documental	Deportivo	Social	Tecnológico	Otro	TOTAL
Simbólica	Recuento	0	2	0	7	1	1	11
	% tipo proyecto	0,00%	40,0%	0,00%	77,8%	100,0%	20,0%	39,3%
Precompra del producto	Recuento	6	2	0	0	0	1	9
	% tipo proyecto	100,00%	40,0%	0,00%	0,00%	0,00%	20,0%	32,1%
Acciones, participaciones o beneficios	Recuento	0	0	1	0	0	2	3
	% tipo proyecto	0,00%	0,00%	50,0%	0,00%	0,00%	40,0%	10,7%
Interés	Recuento	0	1	0	0	0	0	1
	% tipo proyecto	0,00%	20,0%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,6%

Sin recompensa		proyecto						
Recuento	0	0	1	2	0	1	4	
% tipo	0,00%	0,00%	50%	22,20%	0,00%	20%	14,30%	
TOTAL		6	5	2	9	1	5	28
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

La totalidad de las aportaciones de los proyectos de tipo musical son a cambio de la precompra del producto. En cuanto a los proyectos de cine y documental el 40% reciben una contraprestación simbólica, el 40% precompra del producto, y un 20% intereses. Los proyectos de tipo deportivo reciben a partes iguales contraprestaciones en forma de Acciones, participaciones o beneficios y sin recompensa. Por su parte, aproximadamente 3 de cada 4 proyectos de tipo social reciben una recompensa simbólica, siendo el resto sin recompensa.

- Conocimiento de los proyectos:

Queremos información sobre una serie de variables univariantes no métricas, por lo que habrá que calcular las frecuencias con las que obtendremos información sobre la forma en que los encuestados conocieron el proyecto Crowdfunding en el que participaron. También se realizó un contraste de hipótesis mediante una prueba chi-cuadrado para ver si los resultados obtenidos eran extrapolables a la población. Las conclusiones obtenidas fueron:

	Si		No		Chi cuadrado	Sig.asint.
	Frecuencia	%	Frecuencia	%		
Amigos y/o conocidos	17	60,7	11	39,3	1,286	0,257
Medios de comunicación	4	14,3	24	85,7	14,286	0,000
Redes sociales e internet	14	50	14	50	0,00	1,000
Otros	1	3,7	26	96,3	23,148	0,000

N valido 28 N perdidos 122

De los 28 encuestados que han participado en algún proyecto financiado mediante Crowdfunding, aproximadamente un 61% lo conoció a través de amigos y conocidos, seguido de un 50% que lo conoció a través de las redes sociales e internet, y los medios de comunicación (un 14% de los encuestados).

Con una significatividad mayor a 0.05 (no rechazamos H0) hay evidencias para afirmar que la vía Amigos y/o conocidos por las que se conoce el Crowdfunding, es igual en la población y en la muestra.

- Motivos para participar en un proyecto Crowdfunding

Para calcular los motivos que llevan a los encuestados a participar en un proyecto de Crowdfunding, deberemos calcular las medias y las desviaciones, individualmente para cada motivo, ya que se trata de variables métricas.

A nivel poblacional, habrá que calcular la media poblacional, para conocerla a partir de los datos de la muestra, habrá que hacer un intervalo de confianza con un nivel de 95.

	Ayudar en el proyecto	Que sea interesante	Que sea novedoso u original	Que sea viable	Que sea claro, bien explicado	Venga de una fuente conocida	Cantidad aportada pequeña	Recompensa recibida
Media	7,45	8,36	7,25	8,06	8,57	7,84	7,84	6,3
IC Lim.Inf	7,06	8,04	6,83	7,73	8,28	7,39	7,46	5,82
IC Lim.Sup	7,83	8,69	7,67	8,39	8,87	8,3	8,23	6,79

N válido 96 N perdidos 54

Los motivos que más influyen a la hora de participar en un proyecto financiado mediante Crowdfunding son que sea un proyecto interesante, que sea un proyecto viable, y que sea un proyecto claro y bien explicado. Por lo contrario, el motivo que menos afecta es el de la recompensa recibida; no obstante este motivo tiene una influencia media de entre 5.82 y 6.79 puntos sobre 10.

¿La edad difiere con los motivos para SI participar?

Realizamos un contraste anova bivariante -1 variable métrica y una no métrica- para estudiar si la edad influye en los motivos para sí participar en un proyecto de Crowdfunding.

Hipotesis:

$$H_0: \mu_{18-34} = \mu_{35-49} = \mu_{50-65}$$

$$H_1: \mu_{18-34} \neq \mu_{35-49} \neq \mu_{50-65}$$

	Ayudar	Que sea interesante	Que sea novedoso u original	Que sea viable	Que sea claro, bien explicado	Que provenga de fuente conocida	Cantidad aportadas pequeñas	Recompensa recibida
Sig.	0,292	0,347	0,383	0,573	0,922	0,034	0,783	0,074

Con un nivel significación del 5%, el único motivo que se ve influenciado por la edad es Que provenga de una fuente conocida ($0.037 < 0.05$).

Descriptivos edad*Que el proyecto venga de una fuente conocida				
	N	Media	Lim.inferior	Lim.superior
de 18 a 34 años	37	7,11	6,18	8,03
de 35 a 49 años	36	8,39	7,82	8,96
de 50 a 65 años	23	8,17	7,44	8,91
Total	96	7,84	7,39	8,3

Que el proyecto provenga de una fuente conocida influye con más fuerza a las personas con edades entre 35 y 65 años.

- Motivos para no participar en un proyecto Crowdfunding.

Para calcular los motivos que llevan a los encuestados a NO participar en un proyecto de Crowdfunding, deberemos calcular las medias y las desviaciones, individualmente para cada motivo, ya que se trata de variables métricas.

A nivel poblacional, habrá que calcular la media poblacional, para conocerla a partir de los datos de la muestra, habrá que hacer un intervalo de confianza al 95%.

	Desconfianza en el Crowdfunding	realizar pagos online	Desconfianza buen desarrollo proyecto	Desconocimiento del proyecto en concreto	Desinterés en la participación
Media	5,66	5,06	6,99	8,00	5,17
IC Lim inf.	5,08	4,5	6,54	7,57	4,55
IC Lim sup.	6,23	5,62	7,44	8,43	5,79

El principal motivo para no participar en un proyecto de Crowdfunding es el desconocimiento de proyectos concretos. La desconfianza en el buen desarrollo del proyecto también es relevante.

- ¿La participación o no en algún proyecto difiere con los motivos para no participar?

Realizamos un contraste anova bivalente -1 variable métrica y una no métrica- para estudiar si el conocimiento del Crowdfunding influye en los motivos para no participar en un proyecto.

	Desconfianza en este método de financiación	Tener que realizar pagos online	Desconfianza en el buen desarrollo del proyecto	Desconocimiento del proyecto en concreto	Desinterés en la participación en proyectos Crowdfunding.
Sig.	0,002	0,574	0,125	0,333	0,001

		Frecuencia	Media	IC Lim.inf	IC Lim.sup
Desconfianza en este método de financiación	Si	28	4,32	3,12	5,52
	No	65	6,23	5,61	6,85
	Total	93	5,66	5,08	6,23
Desinterés en la participación en proyectos Crowdfunding.	Si	28	3,68	2,43	4,93
	No	65	5,82	5,14	6,49
	Total	93	5,17	4,55	5,79

Con un nivel significación del 5%, podemos afirmar que el haber colaborado o no en proyectos de Crowdfunding influye en los motivos para NO participar por Desconfianza en el Crowdfunding y Desinterés.

A las personas que han participado en algún proyecto Crowdfunding a penas les influye la desconfianza y el desinterés en esta forma de financiación como motivos para no participar.

1.4 Satisfacción

- Satisfacción general.

Para calcular la satisfacción con que quedaron los encuestados al colaborar en un proyecto financiado mediante Crowdfunding, deberemos calcular las medias y las desviaciones, ya que se trata de una variable métrica.

A nivel poblacional, habrá que calcular la media poblacional, para conocerla a partir de los datos de la muestra, habrá que hacer un intervalo de confianza con un nivel de 95.

Tras recodificar la variable Satisfacción en una nueva –en la que asignamos valores nuevos– obtenemos los siguientes resultados:

Media	IC Lim.inf	IC Lim.sup	
5,893	5,480	6,306	<i>N válido: 28</i>

De los 28 encuestados que participaron en un proyecto Crowdfunding tienen, de media, una satisfacción de 5.8929 puntos sobre 7 (siendo el punto medio de la escala 3.5)

Para un nivel de confianza del 95%, la satisfacción media de la participación en los proyectos varía entre un 5.479% y un 6.3062%. Podemos decir que las personas que han participado tienen una satisfacción bastante alta.

- Satisfacción individual de diferentes aspectos

Para calcular la satisfacción de diferentes aspectos como la cantidad aportada, la forma de pago, la información obtenida sobre el proyecto tras realizar la aportación, el desarrollo final del proyecto y la recompensa recibida; con que quedaron los encuestados al colaborar en un proyecto financiado mediante Crowdfunding, deberemos calcular las medias y las desviaciones, ya que se trata de variables métricas.

Para estudiarlo a nivel poblacional, habrá que calcular la media poblacional, para conocerla a partir de los datos de la muestra, habrá que hacer un intervalo de confianza con un nivel de 95.

	Cantidad aportada	Forma de pago	Información actualizada sobre el proyecto tras realizar la aportación	Desarrollo final del proyecto	Recepción de la recompensa
Media	4,29	3,96	3,96	3,82	4,18
IC Lim.inf	3,99	3,58	3,52	3,34	3,78
IC Lim.sup	4,58	4,35	4,41	4,31	4,57
Varianza	0,58	1,00	1,30	1,56	1,04

Los encuestados han quedado bastante satisfechos con la cantidad aportada y la recepción de la recompensa, seguido de la forma de pago y la información del proyecto, y, en menor medida –pero estando por encima de la media- del desarrollo final del proyecto.

Con una confianza del 95% la satisfacción respecto a la cantidad aportada varía entre 3.99 y 4.58. La media de la escala es 3.5, por lo que la satisfacción respecto a esto es positiva.

La satisfacción respecto a la forma de pago varía entre 3.96 y 4.35, lo que supone una satisfacción positiva.

La satisfacción respecto a la información actualizada sobre el proyecto tras realizar la aportación varía entre 3.52 y 4.41. La media de la escala es 3.5, por lo que la satisfacción respecto a esto es positiva.

La satisfacción respecto a la cantidad aportada varía entre 3.34 y 4.31. La media de la escala es 3.5, por lo que puede llegar a estar por debajo de la media.

La satisfacción en cuanto a la recepción de la recompensa varía entre 3.78 y 4.57, será por tanto una satisfacción positiva.

- Intención de volver a participar

Queremos información sobre una variable (univariante). La variable es no métrica, por lo que habrá que calcular las frecuencias con las que obtendremos información a nivel muestral.

Además, para interpolar los resultados a la población, planteamos un contraste de hipótesis mediante una prueba Chi-cuadrado univariante.

	Si	No	No lo tengo muy claro	Total	
N	23	1	4	28	<i>N válido</i> 28
Media	6,1739	5	4,5	5,8929	

Chi-cuadrado	30,5
Sig. asintótica	0

De los 28 encuestados que participaron en un proyecto de Crowdfunding, aproximadamente el 82% afirma que volverá a participar; aproximadamente un 14% no lo tiene muy claro; y solo una persona dice que no volverá a participar.

Con una significación de $0.000 < 0.05$ Rechazamos H_0 . Podemos afirmar que la intención de volver a participar en un proyecto de Crowdfunding es diferente en la población que en la muestra.

- ¿La satisfacción difiere con la intención de volver a participar?

En qué medida la satisfacción es capaz de medir la intención de volver a participar en un proyecto financiado por Crowdfunding. Tendremos que hacer un análisis bivariante.

Una variable métrica y una no métrica: Anova.

Sig.
0,006

Nivel significación del 5% ($0.006 < 0.05$), rechazas H_0 . Es decir, la intención de volver a participar en un proyecto de Crowdfunding es distinta en función de la satisfacción.

Las personas que si tienen intención de volver a participar son las que más satisfacción tienen.

PARTE III. INFORME DE RESULTADOS

En el siguiente apartado se muestran las conclusiones obtenidas tras analizar los datos obtenidos del estudio concluyente para el estudio del conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de Crowdfunding; así como recomendaciones basadas en las conclusiones observadas para lograr un mejor desempeño en el sector.

1. CONCLUSIONES

En primer lugar, recordar la composición de la muestra: divididos en tres estratos, aproximadamente el 35% de los encuestados tiene una edad entre 18 y 34 años, aproximadamente un 35 % tiene entre 35 y 49 años; finalmente aproximadamente un 30 % tiene entre 50 y 65 años.

Respondiendo al primer objetivo de la investigación, el conocimiento del Crowdfunding de la sociedad española, hemos concluido que:

- De los 150 encuestados un 34% desconoce el término Crowdfunding, mientras que el resto alguna vez lo ha oído (66%), a un 22% de los encuestados les suena, y un 44% de los encuestados afirma conocer este concepto.

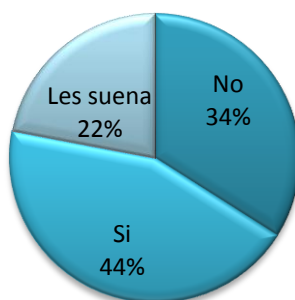


Gráfico 1. Conocimiento del Crowdfunding en la muestra

- Los medios de comunicación suponen, a **nivel poblacional**, una vía de conocimiento de este modelo de financiación bastante importante, ya que 1 de cada 2 personas lo han conocido mediante esta vía. En menor medida, es de destacar, que un 9% de la población –casi todos de entre 18 y 34 años- lo conocen por su centro de estudios.

Además, la mayoría (el 75%) de las personas de entre 50 y 65 años que conocen el Crowdfunding es gracias a los medios de comunicación. Del mismo modo, algo más de la mitad (54%) de los españoles de entre 35 a 49 años que conocen el Crowdfunding también lo hacen mediante esta vía; mientras que sólo el 32% de la población entre 18 y 34 años lo conocen así.

Por otro lado, en la **muestra**, al menos el 50% conoció el Crowdfunding a través de los medios de comunicación, seguido de las redes sociales e internet (aproximadamente un 36% de los encuestados), los amigos y conocidos (aproximadamente un 27% de los encuestados).

Una parte pequeña de la muestra lo conoció a través de su centro de estudios (aproximadamente un 9% de los encuestados). También se citaron en alguna ocasión el centro de trabajo y ong's como vía de contacto con el Crowdfunding.

- A **nivel poblacional**, aproximadamente una de cada dos personas conocedoras del Crowdfunding conocen el Crowdfunding de Recompensa, Donación e Inversión. En nuestra muestra, el Crowdfunding de Préstamos es conocido sólo por 3 de cada 10 encuestados.

El segundo objetivo de la investigación, hace referencia a conocer la imagen del Crowdfunding. Hemos sacado las siguientes conclusiones:

- La imagen que tiene la sociedad del Crowdfunding es positiva. Valoran muy positivamente que apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables y que te permite formar parte de un proyecto; seguido de que permite a los promotores tantear su idea, aporta independencia de los bancos, y la capacidad de difusión.

Sin embargo valoran negativamente la incertidumbre sobre la lícita realización del proyecto financiado.

Además, a nivel de la muestra podemos decir que las personas que conocen el Crowdfunding tienen un interés importante en esta forma de financiación.

El tercero de los objetivos de la investigación, busca analizar el comportamiento de los usuarios o mecenas.

- Aproximadamente, un 38% de la **población** tiene alguna vez la oportunidad de participar en un proyecto de Crowdfunding, y sólo un 28% de la población, ha participado alguna vez. Más concretamente, aproximadamente, el 74% de las personas que han tenido la oportunidad de participar en algún proyecto, participan. La participación media está entre 1'05 y 1'45 veces. Además, aproximadamente el 61% de las personas que colaboran en un proyecto Crowdfunding lo conocen a través de amigos y conocidos.

- En cuanto a los proyectos en los que la **población** participa, puede verse la información obtenida en el siguiente gráfico:

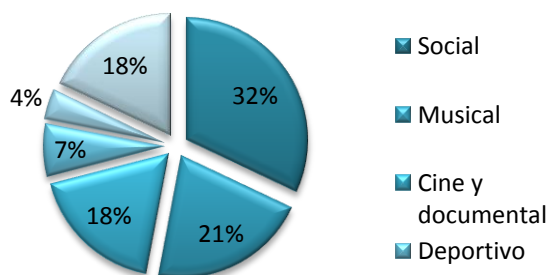


Gráfico 2. Participación en proyectos Crowdfunding en España, por tipo de proyecto

- En la **muestra**, las recompensas recibidas se distribuyeron del siguiente modo:

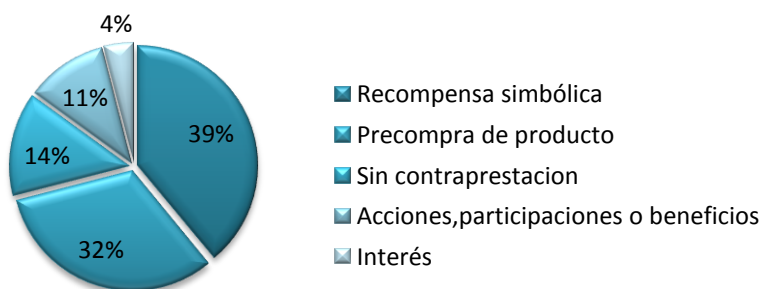


Gráfico 3. Contraprestaciones recibidas por la participación en proyectos de Crowdfunding, en la muestra

- A nivel **poblacional**, el tipo de proyecto influye en la contraprestación recibida:

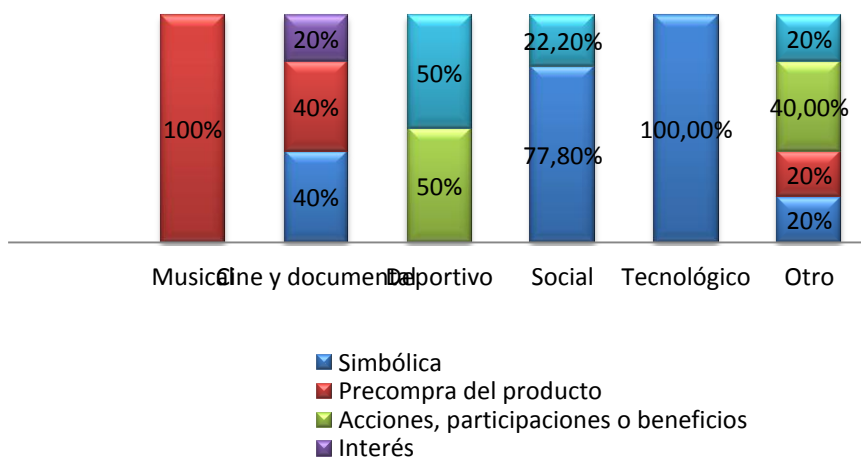


Gráfico 4. Contraprestaciones recibidas por tipo de proyecto

- Los motivos que más influyen a la hora de participar en un proyecto financiado mediante Crowdfunding son que sea un proyecto interesante, que sea un proyecto viable, y que sea un proyecto claro y bien explicado. Por lo contrario, el motivo que menos afecta es el de la recompensa recibida; no obstante este motivo tiene una influencia media de entre 5.82 y 6.79 puntos sobre 10.

Además, el motivo “Que provenga de una fuente conocida” es el único motivo que se ve influenciado por la edad, influyendo sobre todo en las personas con edad entre 35 y 65 años.

En cuanto a los motivos para no participar, el que principalmente influye es el desconocimiento de proyectos concretos. La desconfianza en el buen desarrollo del proyecto también es relevante; y también tiene algo de peso el tener que realizar pagos online.

También es destacable, que a las personas que han participado en algún proyecto Crowdfunding a penas les influye la desconfianza y el desinterés en esta forma de financiación como motivos para no participar.

En cuanto al último de los objetivos de la investigación, el grado de satisfacción final de los usuarios o mecenas, podemos decir que, en general, las personas que han participado tienen una satisfacción bastante alta. Más concretamente, los encuestados han quedado bastante satisfechos con la cantidad aportada y la recepción de la recompensa, seguido de la forma de pago y la información del proyecto, y, en menor medida –pero estando por encima de la media- del desarrollo final del proyecto.

Por otro lado, en nuestra muestra, aproximadamente el 82% de las personas afirma que volverá a participar en un proyecto Crowdfunding; aproximadamente un 14% no lo tiene muy claro; y solo una persona dice que no volverá a participar. Además es importante indicar, que las personas que si tienen intención de volver a participar son las que más satisfacción tienen.

2. RECOMENDACIONES

Tras el análisis de los datos recogidos, se ofrecen una serie de sugerencias aplicables al sector para lograr un mejor desempeño en cuanto al conocimiento y a la participación de la sociedad española.

En primer lugar en cuanto al conocimiento del término, debería fomentarse más la aparición del Crowdfunding en medios de comunicación. Como se ha podido observar,

esta es una vía de conocimiento del Crowdfunding bastante relevante, pero especialmente para las personas más mayores. Con artículos en revistas o programas de televisión o radio dirigidos a un público más joven podría conseguirse **aumentar el conocimiento mediante los medios de comunicación para las personas con edades entre 18-34 años.**

Del mismo modo, sería interesante dar más a conocer los diferentes tipos de Crowdfunding, en especial el Crowdfunding de préstamo.

Pese a que el conocimiento del término es aceptable –al menos en la muestra, 7 de cada 10 personas lo conocen- sólo el 38% de la población tiene la oportunidad de colaborar en un proyecto específico, de los cuales aproximadamente el 78% acaba participando. Este es por lo tanto un punto muy importante a tener en cuenta: **fomentar la participación especialmente dando a conocer más proyectos concretos.** El propio desconocimiento es una de las causas más influyentes para no participar. No obstante, el anteproyecto de ley presentado recientemente por el gobierno (ver anexo A) puede presentar limitaciones a este objetivo; En uno de sus artículos establece *“Las Plataformas de Financiación Participativa no podrán publicitar ni realizar comunicaciones de carácter comercial sobre proyectos concretos de financiación participativa que publiquen en la página web”*. Por lo tanto esta tarea, en caso de que la ley salga adelante, deberá recaer en los propios promotores de los proyectos para promocionar sus proyectos por otros medios (redes sociales, blogs o foros, por ejemplo). Los medios de comunicación, pero sobre todo el boca a boca es un método eficaz que debe cuidarse (aproximadamente el 61% de las personas que colaboran en un proyecto Crowdfunding lo conocieron de esta forma), especialmente entre las personas de entre 35 y 65 años que se dejan influir mucho por este aspecto.

También será muy importante para estimular la participación en proyectos de Crowdfunding **cuidar la satisfacción** de los mecenas, no solo por la publicidad gratuita y positiva que harán, sino porque a medida que aumenta la satisfacción aumenta la intención de volver a participar. Entre los aspectos a mejorar –aunque recordemos, que todos superan la media de satisfacción- se encontrarían la forma de pago –ofreciendo quizás, formas de pago seguro-, la información actualizada sobre el proyecto tras realizar la aportación, y en especial, del desarrollo final del proyecto.

Por último, debemos fijarnos en las motivaciones de la población española para colaborar en un proyecto, siendo los que más influyen que sea un proyecto interesante, que sea un **proyecto viable** –no marcándose un objetivo muy por encima de las posibilidades-, y que

sea un **proyecto claro y bien explicado**, ya que una buena presentación que refleje correctamente el proyecto influirá mucho en la decisión de los mecenas a participar. Esto a su vez serviría para tratar de aumentar la confianza de las personas en el buen desarrollo de los proyectos, aspecto que influye negativamente a la hora de tomar una decisión sobre si participar o no.

Aunque la contraprestación no es una de las motivaciones más determinantes a la hora de participar, es de mencionar que los proyectos musicales y sociales suponen algo más del 50% de los proyectos en los que se participa; teniendo estos en su mayoría, una recompensa de pre-compra del producto o simbólica, por lo que en mi opinión **la contrapartidas repartidas** también son un aspecto a cuidar.

ANEXOS

ANEXO A. ANTEPROYECTO DE LEY DE FOMENTO DE LA FINANCIACIÓN EMPRESARIAL

El pasado Febrero el gobierno de España hizo público el anteproyecto de ley incluido en la ley de Fomento de la Financiación Empresarial, destinado a regular las actividades de crowdfunding o colaboración participativa en nuestro país. Actualmente la regulación en España no cuenta con una legislación específica, con lo que el crowdfunding básico (de recompensa) tributa como cualquier tipo de venta privada, mientras que los crowdfunding de inversión y de préstamo (equity crowdfunding y crowdlending respectivamente) se mueven en parámetros muy similares al capital riesgo tradicional. El crowdfunding es un método alternativo de financiación en auge que el pasado año 2013 movió más de cinco mil millones de dólares en todo el mundo y 19 millones de euros en nuestro país, lo que refleja la evidente necesidad de establecer un nivel de regulación a efectos de control y garantías.

Algunos de los aspectos más importantes del anteproyecto de ley son los siguientes:

- Aunque el anteproyecto de ley es algo confuso y está actualmente en proceso de revisión, parece ser que solo afectará a aquellos proyectos en los que los mecenas reciban un rendimiento monetario por la inversión realizada, es decir, a los crowdfunding de préstamo y de inversión, dejando al margen el crowdfunding de recompensas.
- Se establecen límites de un millón de euros por proyecto.
- Los usuarios estándar –aquellos que no se acrediten como inversores profesionales, con renta superior a 100.000 euros- tendrán un límite de 3.000 euros por proyecto y 6.000 por plataforma y año.
- Las Plataformas de Financiación Participativa deberán estar inscritas en la Comisión Nacional del Mercado de Valores y Banco de España. Se exigirá además transparencia y reclamaciones de capital social mínimo (50.000 euros) así como un seguro de responsabilidad civil con cobertura de 150.000 euros anuales
- Las Plataformas de Financiación Participativa no podrán publicitar ni realizar comunicaciones de carácter comercial sobre proyectos concretos de financiación participativa que publiquen en la página web.
- Las Plataformas de Financiación Participativa no podrán tarifar a los promotores en base al éxito de la captación de fondos.

ANEXO B. EJEMPLOS DE CROWDFUNDING EN ESPAÑA

PROYECTO	DESCRIPCION	PLATAFORMA	TIPO	RECOMPENSAS	RECAUDADO
Inside ³	Juego de agilidad mental	Ulule	Recompensa	5 €: Nombre en la web de INSIDE3 y 3 pegatinas. 15€: Nombre en la web de INSIDE3 y 3 pegatinas + camiseta. 25€: Nombre en la web de INSIDE3 y 3 pegatinas + 1 juego (...) 5000€ pack de juegos para la venta	67.699€ de 40.000 €
Comedor para niños en itapé (paraguay)	Construcción de un comedor que permita a los niños tener un seguimiento diario en su alimentación.	Lánzanos	Recompensa	5 €: foto del comedor terminado 10 €: carta de agradecimiento firmada por los niños 15€: calendario online 30€: calendario con fotos del comedor 50€: Inscripción del nombre en la pared del comedor	5.260 €
El cosmonauta	Primera película española de largometraje financiada-parcialmente- vía crowdfuding.	Lánzanos	Recompensa	Desde 2 €	400.000 €

Inversión

300.000 €

Portal ciudadano	Puesta en marcha de redes solidarias de apoyo vecinal para fomentar la idea de ciudadanía corresponsable y gestionar el cuidado de los vecinos de una forma sostenible	Goteo	Recompensa	5€: Mención especial en nuestro blog 10€: Mención en el Manual del Portal CUIDAdano 15€: Pegatinas CUIDAdanas 20€: Archivos digitales: Manual CUIDAdano digital 25€: Producto: Bolsa de tela CUIDAdana (...) 1.000€: Servicios: Asesoría en la implantación en tu vecindario	6.324€ de 5.510€
Proyecto Javlex	App que mide, a través de una serie de tareas y juegos, diferentes áreas neurocognitivas que generalmente están afectadas en niños/as con TDAH. La información obtenida de dichas áreas puede ser empleada como complemento al proceso diagnóstico o bien como información de seguimiento en tratamientos donde se estimulen dichas habilidades.	Lánzanos	Recompensa	10€: Reconocimiento y licencia de uso.	1.210€ de 800€

ANEXO C. TRANSCRIPCIÓN Y MUESTRA DE LAS ENTREVISTAS

ENTREVISTADO 1

Entrevistador: ¡Hola! Lo primero de todo muchas gracias por tu tiempo. Como sabes estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y participación del Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. Aclarar que la información solo va a ser utilizada para mi trabajo y que es una entrevista anónima, así que siente libre de compartir lo que quieras! ;) ¿Estás listo?

Entrevistado1: Sí, cuando quieras.

Entrevistador: Muy bien, empecemos... si yo te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite este concepto?

Entrevistado1: Si no sabes de qué va el tema te puede sonar a cualquier cosa. A chino, como se suele decir. Si sabes de qué va el tema, son muchas aportaciones de dinero hasta un límite máximo para llevar a cabo una idea que no tiene ningún tipo de respaldo económico.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado1: Lo conocí a través de un amigo de la universidad que, hablando de teatro y cine, me dijo que había participado en un proyecto aportando dinero y que, dependiendo de lo que aportaban cada uno, obtenían diferentes compensaciones como salir en los créditos del final de la película como colaborador, te mandaban a casa una copia original de la película, participabas en concursos en los que sorteaban objetos que habían salido en la película... etc.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad?

Entrevistado1: Yo creo que sí que aporta a la sociedad. Este sistema de aportación puede servir para que proyectos serios pero poco conocidos salgan a la luz gracias al apoyo que no ha recibido de las instituciones, televisiones, bancos, etc. y sí de la gente normal y corriente.

Entrevistador: ¿podrías decirme algún aspecto positivo o negativo?

Entrevistado1: Como aspectos positivos del Crowdfunding que puede servir para que en un futuro grandes empresas o medios de comunicación puedan ver que el trabajo realizado por ciertas personas vale la pena el arriesgar y confiar en ellos.

Entrevistador: ¿Y negativo?

Como aspectos negativos que haya gente que se quiera burlar o aprovechar de la gente que los apoya sin ánimo de lucrarse solo porque consideran que puede ser un buen proyecto.

Entrevistador: A nivel mas personal...¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding?

Entrevistado1: si, en uno.

Entrevistador: ¿En cual?¿De qué tipo?

Entrevistado1: En mi caso he participado en un proyecto cuya idea inicial era comprar las acciones de un equipo deportivo porque su actual dueño había hecho una malísima gestión económica y se necesitaba un cambio urgente en el aspecto directivo.

Entrevistador: ¿Cómo diste con el proyecto?

Entrevistado1: A través de los medios de comunicación, cuando las personas que iniciaron la idea dieron una rueda de prensa anunciando las intenciones que tenían para comprar ese club y cómo lo iban a hacer con la ayuda de toda la gente (empresarios, personas a título personal, etc.) que querían ser partícipes de esta idea.

Entrevistador: ¿Qué te llevo a querer participar?

Entrevistado1: Supongo que el sentimiento que tengo hacia ese club es lo que me hizo apoyar la idea de compra de las acciones. Llevamos mucho tiempo viendo como el nombre del club se arrastra por el suelo y cómo, día tras día, aparecían noticias que nos hacía pasar vergüenza a los aficionados que sienten de verdad el club y que, sin un cambio de rumbo y de nuevos aires, llevaba camino de desaparecer.

Entrevistador: ¿Cuál fue tu satisfacción final al haber participado en el proyecto?¿qué os ha aportado?

Entrevistado1: La sensación fue un poco agridulce porque al final no se pudo llegar al objetivo marcado en un principio, pero me quedo con lo bueno de la idea ya que participó mucha gente pero aportando poca cantidad ya que muchos desconfiaban y otros por tema económico no pudieron aportar mucho más de lo que lo hicieron. También me quedo con el recuerdo que tienen otros deportistas, en activo e inactivos, que tienen de nuestro club y que quisieron participar en el proyecto.

Entrevistador: ¿volveríais a participar?

Entrevistado1: Desde luego volvería a participar en un Crowdfunding siempre y cuando sea un proyecto serio, viable y que me lo hagan ver como algo diferente, novedoso.

Entrevistador: Hablas de proyecto serio, viable, novedoso...¿alguna característica más para que un proyecto te atraiga?

Entrevistado1: Si, como he dicho en primer lugar tendría que ser un proyecto viable, y que sea diferente a los demás proyectos, innovador, que destaque entre los demás para que sea la mayor gente posible y, sobretodo, que sea divertido ya que hoy en día, tal y como está la situación, intentar sacar una sonrisa a la gente ya es motivo para participar en él.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué dirías que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado1: Lo mejor que gracias a la aportación que se hace puedes formar parte de un proyecto que tu crees que puede funcionar y con el que te puedes sentir identificado.

Lo peor puede ser la desconfianza que puede tener la gente a la hora de adelantar un dinero que no sabe a donde va a ir destinado y la forma de pago. Hoy en día la mayoría de las personas o familias dispone de tarjeta de crédito pero sólo el hecho de tener que poner un número de cuenta o de tarjeta en internet puede traer desconfianza hacia el mecenas.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado1: Si, si la gente tiene oportunidad de poder participar en algún proyecto a través de este método de financiación que lo haga, dentro de sus posibilidades, porque si no lo hacen pueden hacer que un gran proyecto se quede en el olvido. Que luchen por él porque todo trabajo y esfuerzo al final tiene su recompensa!

Entrevistador: Esto ha sido todo, otra vez, muchas gracias por tu colaboración!;

ENTREVISTADO 2

Entrevistador: Hola! Lo primero de todo gracias por tu tiempo. Como sabrás estoy realizando un estudio a cerca del conocimiento y participación en el Crowdfunding en España. La intención es conocer tus motivaciones, opiniones...sobre el Crowdfunding. Aclarar que es anónima y que los datos obtenidos van a ser únicamente utilizados para la elaboración del trabajo, ¡siéntete libre de decir lo que quieras! ¿Empezamos?

Entrevistado2: vamos alla

Entrevistador: Si yo te digo *Crowdfunding* o *micromecenazgo*, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite este concepto?

Entrevistado2: me viene la forma actual de financiar proyectos que las instituciones hacen caso omiso. proyectos de gente corriente, apoyada por gente corriente, buena gente, y actual.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado2: lo conocí porque ya había oído hablar en usa como modo de financiamiento en proyectos sociales de arquitectura para los menos desarrollados.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad? ¿algún aspecto positivo o negativo?

Entrevistado2: aporta el conocimiento de un proyecto y la aportación anónima, como si te convirtieras, por poco que sea, en un héroe que necesita cada vez más este mundo.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado2: Como fundador del proyecto y mecenas, en el COMEDOR SOCIAL DE ITAPÉ EN PARAGUAY (<http://www.lanzanos.com/proyectos/comedor-para-ninos-en-itape-paraguay/>) donde conseguimos los últimos fondos para empezar a construir. se empezará en unas semanas. es un logro que se haya podido realizar.

Entrevistador: ¿Qué te llevó a querer lanzar y participar en el proyecto?

Entrevistado2: era algo necesario y era para una buena causa. un fin que llegará para el que menos tiene.

Entrevistador: Cuéntame un poco que es lo que se ofrecía a cambio de las aportaciones

Entrevistado2: las recompensas eran diferentes dependiendo de la cantidad aportada. por ejemplo con 5 euros que era la cantidad mínima se enviará una foto del comedor terminado. Con 10 euros una carta de agradecimiento firmada por los niños para los que va destinado el comedor, con 30 un calendario...y así hasta los 50 euros q es lo que ha tenido más aceptación que es la inscripción del nombre de los benefactores en la pared del comedor.

Entrevistador: ¿Cuál ha sido tu satisfacción final al haber participado en el proyecto? ¿qué te ha aportado?

Entrevistado2: Alegría y el buen hacer y la colaboración de la gente, de mucha gente, conocida, no conocida, amiga, entusiasmados por el proyecto...y es una gran felicidad, y aún más para los niños que estarán bajo el techo construido por nosotros.

Entrevistador: ¿volveríais a participar?

Entrevistado2: sí.

Entrevistador: En tu opinión, ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado2: que sea claro, sencillo, cuyos creadores sean apasionados por el bien común y entusiastas por hacer las cosas bien. un proyecto realizable. y que despierte interés en mí.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué consideras que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado2: lo mejor es la capacidad de difusión que tiene, pues puede llegar a cualquier parte del mundo con un sólo click y puede hacer que mucha gente se entusiasme con el tema. Lo negativo es la falta de datos para saber cuánto dinero se va a quedar la página web, en nuestro caso por ejemplo, nos dijeron que era 1%. Y al final se quedaron 700 de los 5000€ conseguidos. Me pareció una falta de respeto.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado2: que es una de las mejores herramientas para este mundo de la comunicación, pero la gestión a la hora de iniciar un proyecto debe ser más clara.

La idea es fantástica, pero el cómo se lleva a cabo es la gran pregunta a plantear de nuevo.

ENTREVISTADO 3

Entrevistador: ¡Hola! Soy M^aCruz. Antes de nada muchas gracias por participar. Como sabrás estoy realizando un estudio sobre el Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. La idea es conocer tus opiniones, experiencias, motivaciones... en cuanto al Crowdfunding. Decirte que la información obtenida será solo utilizada para trabajo y es anónima, ¡siéntete libre para compartir lo que quieras! ¿Estas lista?

Entrevistado3: Si

Entrevistador: Si yo te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite el concepto?

Entrevistado3: Una manera de financiar a pequeños empresarios o innovadores mediante pequeñas aportaciones de muchas personas mediante internet.

Entrevistador: ¿Cómo lo conocisteis?

Entrevistado3: Hace unos 2 o 3 años un cantante que me gusta mucho, Jero Romero, financió de así su disco, y lo publicó en su facebook para darle publicidad.

Entrevistado: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad? ¿algún aspecto positivo o negativo?

Entrevistador3: Yo creo que básicamente hay aspectos positivos aunque como en todo también hay algo de negativo. De positivo: pues que da oportunidad a muchas personas para sacar negocios adelante, o también proyectos para ayuda social, que no entontarían financiación si no fuera por el Crowdfunding. Además por ejemplo en el caso de los

músicos, les da la oportunidad de no tener que estar bajo el “mando” de las grandes discografías, o de los bancos que encima de no dar nada de créditos ahora o con condiciones súper duras pues no es que tengan muy buena imagen en España. Como aspecto negativo, pues que al final de todo el Crowdfunding no es más que un negocio, se del caso de un amigo que puso en marcha un proyecto para la realización de un comedor para niños desfavorecidos en Paraguay, y al final la plataforma se llevó muchísima más comisión que la en principio pactada. Es una pena pero al final siempre va a haber alguien que quiera aprovecharse de las buenas intenciones de la gente... Además al no estar demasiado regulado jurídicamente puede hacer que haya gente que le saque provecho propio...por ejemplo cuando te “venden” un disco no se si en esos casos pagan iva..pero diría que no. Por otra parte tampoco es 100 por cien seguro que vayas a recibir el regalo

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado3: Si, para el cantante que te he dicho con el que conocí el Crowdfunding. Creo que ayudabas con 15 euros o así y a cambio te mandaban el disco cuando lo grabase y mi hermana y yo lo compramos juntas. De hecho ahora lo ha vuelto a hacer con su nuevo disco, prueba de que le fue más que bien!

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado3: El cantante lo publicó en su facebook.

Entrevistador: ¿Qué hizo que quisieses participar?

Entrevistado3: Me pareció una idea super buena, es un cantante que me encanta y en realidad no era más que como comprar el disco por adelantado para permitirle contar con los fondos para grabarlo.

Entrevistador: ¿Cuál fue tu satisfacción final?

Entrevistado3: Muy buena, a parte de que el disco me gustase (que me encanto) como he dicho me parece una gran manera de ayudar a gente con ganas de trabajar.

Entrevistador: ¿Crees que volverás a participar en algún proyecto financiado mediante Crowdfunding?

Entrevistado3: Si.

Entrevistador: En tu opinión, ¿qué características tiene que tener un proyecto para que te anime a participar?

Entrevistado3: Que sea un proyecto que me guste, que este bien explicado... que tampoco sea una cantidad enorme la que hay que aportar, la “recompensa”, está bien las donaciones

pero por caridad no hay mucha gente que de dinero.... Ah y si lo promocióna alguien conocido pues como que da mas confianza no?

Entrevistador: Para terminar, ¿qué crees que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado3: Lo mejor, poder “construir” proyectos entre muchas personas con gustos en común. y lo peor pues que haya gente, a parte de los promotores del proyecto, que se lucre demasiado.

Entrevistador: Finalmente, ¿tienes algo más que aportar?

Entrevistado3: Animo a todo el mundo a participar en proyectos de estos. Cada vez se compran menos discos, o se va menos al cine.. pues está bien que se implique al consumidor para que se de cuenta de que sin el la industria del entretenimiento estaría perdida.

Entrevistador: Muchas gracias María!! Ya no tengo más preguntas. Gracias de nuevo por tu ayuda.

Entrevistado3: De nadaaa!

ENTREVISTADO 4

Entrevistador: Hola! En primer gracias por tu tiempo. Como sabrás estoy realizando un estudio a cerca del conocimiento y participación en el Crowdfunding en España. La intención es conocer tus motivaciones, opiniones...sobre el Crowdfunding. Aclarar que es anónima y que los datos obtenidos van a ser únicamente utilizados para la elaboración del trabajo, ¡siéntete libre de decir lo que quieras! ¿Estás listo?

Entrevistado4: Si

Entrevistador: Si yo te digo *Crowdfunding* o *micromecenazgo*, ¿qué es lo primero que te viene a la mente?

Entrevistado4: Es la financiación colectiva a través de plataformas de internet de proyectos como videojuegos, películas....etc

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado4: A través de internet. Comentarios en blogs, redes sociales, foros...etc

Entrevistador: ¿Qué crees que aporta algo a la sociedad?

Entrevistado4: aporta la realización de proyectos con beneficios para el “creador” y para la sociedad que de otra manera no podrían realizarse.

Entrevistador: Eso como beneficio, ¿Y algún aspecto negativo?

Entrevistado4: quizás puedan darse casos de estafas o abusos...aunque no lo creo. Yo soy un fiel defensor del Crowdfunding en si mismo. Los aspectos negativos los podría encontrar en la forma de llevarlo a cabo, la regularización en España en estos momentos es mínima, en este aspecto la actual ley que se esta estudiando estos días es un gran paso para el Crowdfunding.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado4: Si

Entrevistador: ¿De qué se trataba?

Entrevistado4: financiar un videojuego,Skara se llama, aunque no llegó a salir adelante, una pena.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado4: en un foro.

Entrevistador: ¿Qué te llevó a querer participar en el proyecto?

Entrevistado4: me gustó mucho el juego, esta muy bien planteado y tiene muy buena pinta, pero al margen de que el resultado hubiese sido chulo me apetecía apoyar a los “pequeños” de este sector que pueden llegar a hacer cosas grandes si se les da un impulso. No todo son las grandes multinacionales como nintendo o sony.

Entrevistador: ¿recibías algo a cambio?

Entrevistado4: si, te daban acceso a una versión beta del juego.

Entrevistador: Pese a que finalmente no haya salido adelante, ¿Cuál ha sido tu satisfacción final al haber participado?

Entrevistado4: Hombre, fue un poco decepcionante que no llegase a la financiación necesaria, pero le faltó mucho y aún siguen intentándolo. El buen sabor de boca es bueno, seguro que lo consiguen!

Entrevistador: ¿volveríais a participar?

Entrevistado4: si.

En tu opinión, ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado4: que sea sobre algo que me guste y me entretenga, como es el caso de los videojuegos, y que al verlo ya me llame la atención.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué consideras que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado4: Lo mejor el fomentar pequeños emprendedores. Lo negativo que se necesita regular más en España. Ya veremos que sale de la ley.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado4: no, eso es todo.

Entrevistador: pues nada, ¡Muchas gracias por tu participación!

ENTREVISTADO 5

Entrevistador: Hola Irene! Soy M^aCruz. Lo primero de todo muchas gracias por participar. Como sabrás estoy realizando un estudio sobre el Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. La idea es conocer tus opiniones, experiencias, motivaciones...en cuanto al Crowdfunding. Aclarar que la información aquí obtenida es solo para mi trabajo y es totalmente anónima, ¡siéntete libre para compartir lo que quieras! ¿Empezamos?

Entrevistado5: Hola M^aCruz. Adelante!

Entrevistador: Si yo te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite este concepto?

Entrevistado5: Me remite a un concepto de cooperación colectiva en busca de recursos de varios tipos con un fin común. Yo creo que estas acciones siempre han existido tanto en su forma grandiosa, como las grandes donaciones que hacen los famosos para diversas causas o asociaciones, tanto en pequeños colectivos sociales para conseguir un objetivo social o común. Actualmente me remite más bien a fines culturales como el cine y la música. Aunque creo que el programa de TV1 bastante polémico que se llama "Entre todos" tiene un objetivo y formas parecidas al Crowdfunding así que supongo se podría incluir también dentro de este fenómeno...

Entrevistador: ¿Cómo lo conocisteis?

Entrevistado5: La primera vez que oí hablar del Crowdfunding como nuevo concepto fue hace años ,en una clase de francés donde el profesor nos contó que había nacido en Francia una web para financiar nuevos artistas para que pudieran sacar discos los grupos musicales principiantes con menos recursos según la votación y participación de los fans e internautas. Después de esa ocasión, no he parado de oír acerca del fenómeno y he conocido casos cercanos de Crowdfunding para fines culturales principalmente; por ejemplo hace unas semanas fui a un concierto de un grupo español "Freedonia" en Madrid que sacaron su primer disco gracias a esta iniciativa.

Entrevistado: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad? ¿algún aspecto positivo o negativo?

Entrevistador5: Creo que la idea en sí misma es buena, aunque puede, como muchas buenas ideas, utilizarse para fines más o menos legítimos. Es cierto que está mejor visto para fines culturales que para otro tipo de fines que también pueden ser igual de importantes o enriquecedores. Mi opinión básicamente es que mientras la gente aporte o colabore libremente es una buena alternativa para comenzar un proyecto o de ayudarnos entre todos sin buscar una recompensa como tal, en esta sociedad que cada vez tiende más al individualismo. El peligro como siempre puede estar en que este método se convierta en un camino más fácil y cómodo y así pues aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos o formas que exijan más sacrificio.

Entrevistador: Has comentado que hace poco asististe a un concierto de un grupo que se financió mediante el Crowdfunding, ¿tu participaste como mecenas o aportarte de fondos?

Entrevistado5: No, en ese caso financiaron el disco pero no el concierto. Pero hace un par de años participé en un Crowdfunding para financiar el corto de un amigo Luis Sánchez Polack. Fue una experiencia gratificante y creo que ha ayudado a mi amigo a dar un impulso a su carrera dentro del mundo audiovisual y del teatro. Aquí dejo la web donde se pueden ver más detalles del proyecto:
<http://goteo.org/project/cortometraje-como-caido-del-cielo/updates>

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado5: Es un amigo de mi novio y lo conozco desde hace años.

Entrevistador: ¿Qué hizo que quisieses participar?

Entrevistado5: Me pareció una buena idea pues conocía el proyecto y a la persona de cerca y sabía que el dinero no iba a ir en balde. También porque me gusta mucho el cine y teatro y creo que es un mundo complicado en el cual crecer y sobrevivir, más aún actualmente con la actual coyuntura económica.

Entrevistador: ¿recibiste algo a cambio de la aportación realizada?

Entrevistado5: Sí, yo invitación para el estreno. Además si aportabas otras cantidades de dinero también podías recibir el guion, la aparición en los créditos...

Entrevistador: ¿Cuál fue tu satisfacción final?

Entrevistado5: Creo que el resultado ha sido muy positivo, y a raíz de este proyecto, mi amigo ha participado con este y otros cortos así como con pequeñas obras en muchos certámenes y ha cosechado varios premios de momento. Como he comentado antes, creo que el sector cultural en general es muy difícil para trabajar y vivir de él, pero considero que merece la pena ayudar a la gente con talento, pues también ellos nos aportan mucho con sus obras. Así que por mi parte me siento orgullosa en haber participado con mi granito de arena en un proyecto de Crowdfunding.

Entrevistador: ¿Volverías a participar en otro proyecto?

Entrevistado5: Si, creo que no será la última vez.

Entrevistador: En tu opinión, ¿qué características dirías que tiene que tener un proyecto para que te animes a participar en él?

Entrevistado5: En primer lugar que el proyecto me parezca interesante, en cuanto a esto que potencie de algún modo la cultura me parece importante, aunque también hay muchos otros proyectos de otra naturaleza que son interesantes. En segundo que me transmita confianza, tanto el proyecto como los promotores de este.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué crees que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado5: Lo mejor que ayude a personas a ver realidad sus proyectos. Hay proyectos muy enriquecedores para la sociedad que sin este formato de recogida de fondos sería prácticamente imposible que viesan la luz.

Como punto negativo destacaría lo que he dicho antes, que este método se convierta en un camino fácil y cómodo y que lleve a aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos o formas que exijan más sacrificio pero que también serian viables.

Entrevistador: Muchas gracias Irene!! esto ha sido todo. Me servirán mucho tus respuestas!

Entrevistado5: de nada M^aCruz, para cualquier cosa estoy disponible. El Crowdfunding lo merecel!jj:*

ENTREVISTADO 6

Entrevistador: Buenas tardes, lo primero de todo gracias por tu tiempo!! Como sabrás estoy realizando un estudio para mi trabajo de fin de grado sobre el conocimiento y la participación del Crowdfunding en España. La idea es conocer

tu opinión, valoración...sobre el Crowdfunding. Decirte que va a ser totalmente anónima y que la información solo será utilizada para mi trabajo, así que, ¡sientete libre de compartir lo que desees! ¿Empezamos?

Entrevistado6: Hola, Cuando quieras.

Entrevistador: Si yo te digo *Crowdfunding o micromecenazgo*, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite este concepto?

Entrevistado6: Lo primero que pienso es que con la colaboración de pequeñas partes, se pueden hacer grandes cosas. La traducción de la palabra en inglés lo deja claro, Crowd (Multitud) Funding (Financiación), es decir, una o varias personas que tienen un proyecto que realizar buscan recaudar el suficiente dinero, con aportaciones voluntarias, para llevarlo a cabo.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado6: En un programa de radio sobre cine que suelo escuchar. La Script de la cadena Ser. En él te mantienen informado de la actualidad audiovisual.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad?¿algún aspecto positivo y/o negativo?

Entrevistado6: Más que aportar a la sociedad, lo que ha sucedido es que la crisis de la sociedad ha hecho que surja. Por tanto, y tras esta crisis, proyectos que no se podrían realizar por los problemas económicos, están llegando a buen puerto, lo cual es muy positivo.

No creo que tenga ningún aspecto negativo.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado6: Si.

Entrevistador: Cuéntame un poco más...¿de qué se trataba?

Entrevistado6: he participado aportando una cantidad económica a una compañía de teatro, la cual necesitaba financiación para los materiales de una obra de teatro y además para costearse el viaje a Sudamérica, y llevar allí la representación.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado6: Mi hermano estudia en esa compañía de teatro.

Entrevistador: ¿Qué te llevó a querer participar?

Entrevistado6: Me parecía interesante el proyecto y además, con la aportación te daban las entradas para verlo.

Entrevistador: ¿Cuál fue la satisfacción final al haber participado en el

proyecto?¿qué te ha aportado?

Entrevistado6: Tras ver la obra, la satisfacción fue muy grande. Es la misma sensación que recibes cuando haces un voluntariado. Cuando ayudas a alguna persona y la ves feliz por realizar ese sueño, recibes la sensación de estar vivo. Pienso que si todos nos ayudásemos más, viviríamos todos más felices.

Entrevistador: ¿Volverías a colaborar?

Entrevistado6: Por supuesto que volvería a colaborar. He seguido mirando más proyectos, sobre todo en la página web Verkami, la cual me envía newsletters cada cierto tiempo, pero si todavía no lo he hecho es por que los proyectos que me han gustado, han sido grandes proyectos, en los cuales, se pierde la esencia del Crowdfunding.

Entrevistador: Para ti, ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado6: Creo que deben ser proyectos pequeños y, cuanto más cercanos, mejor. Además, me tiene que gustar el futuro producto final. Cuando en un proyecto piden demasiado dinero y se meten otro tipo de financiaciones, ya no me interesa tanto.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué crees que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado6: Lo mejor es que se pueden hacer proyectos que antes no se podían realizar, ya que casi nadie financiaba los proyectos más pequeños. No encuentro nada malo en el Crowdfunding.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado6: Creo que es muy buena opción, que dependiendo de del dinero aportado, regalen cosas a los que financian los proyecto, ya sean entradas para el estreno, camisetas, libros, entradas para la fiesta de inauguración y poder conocer a los artistas, el DVD cuando salga a la venta, visionado exclusivo en plataformas digitales, etc.

Una nota curiosa es que vi que una persona había pagado 500 euros por salir de extra en una película.

ENTREVISTADO 7

Entrevistador: ¡Hola! Lo primero de todo gracias por ayudarme! Como sabrás estoy realizando un estudio sobre el Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. La idea es conocer tus opiniones, experiencias, motivaciones... en cuanto al

Crowdfunding. Decirte que la información obtenida será solo utilizada para trabajo y es anónima, ¡siéntete libre para compartir lo que quieras! Empecemos

Si yo te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite el concepto?

Entrevistado7: Pequeños inversores que financian conjuntamente diferentes proyectos, desde sociales, a culturales, lucrativos, etc.

Entrevistador: ¿Cómo lo conocisteis?

Entrevistado7: Acudieron a mí unos amigos pidiéndome mi colaboración para un proyecto de ayuda social. Posteriormente ha aparecido varias veces en medios de comunicación.

Entrevistado: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad?

Entrevistado7: Si, sin duda.

Entrevistador: ¿El qué? ¿algún aspecto positivo o negativo?

Entrevistado7: positivo, sobre todo en aquellos casos destinados a realizar alguna obra social, también creo que es muy interesante dada la situación económica que atravesamos como una forma de financiación para pequeños empresarios, o emprendedores que tan de moda están ahora. Como negativo, internet puede generar desconfianza al no conocer con exactitud la identidad del promotor de la propuesta ¿y si luego no utiliza el dinero para lo que dijo?. Debería ser un sector más regulado.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado7: Si

Entrevistador: ¿De qué tipo?

Entrevistado7: un proyecto para mandar ayuda social

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado7: Conocidos.

Entrevistador: ¿Qué hizo que quisieses participar?

Entrevistado7: Sobre todo para echarles una mano a los que lo pusieron en marcha. Pero además para ayudar a quienes iba destinada la ayuda, claro.

Entrevistador: ¿Recibiste alguna recompensa por la aportación realizada?

Entrevistado7: Me mandarán una carta de agradecimiento firmada por los niños a los que se ayudara. No obstante es algo simbólico más que de gran valor.

Entrevistador: ¿Cuál fue tu satisfacción final?

Entrevistado7: Por ahora buena, fue una buena noticia cuando nos notificaron que habían conseguido llegar al mínimo de aportaciones que se necesitaban. Me alegré mucho. Pero

claro, aun queda ver como sigue la siguiente fase, me gustaría ver el proyecto llegado a su fin.

Entrevistador: ¿Crees que volverás a participar en algún proyecto financiado mediante Crowdfunding?

Entrevistado7: No lo sé, dependería del proyecto.

Entrevistador: qué características tendría que tener para que volvieras a participar?

Entrevistado7: Un proyecto serio, y que provenga de alguna fuente conocida y que piense que es algo viable y real.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué crees que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado7: Mejor: la facilidad de difusión mediante internet.

Peor: que esté limitado a personas que utilicen este soporte. En mi caso eso de dar mis datos no me convence, y para el pago tuve que pedir ayuda. Pero en esto las nuevas generaciones no tienen problemas.

Entrevistador: Finalmente, ¿tienes algo más que aportar?

Entrevistado7: Te deseo lo mejor para tu trabajo.

Entrevistador: ¡Gracias!!!

ENTREVISTADO 8

Entrevistador: ¡Hola! En primer lugar muchas gracias por tu tiempo. Como sabes estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y participación del Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. Decirte a información solo va a ser utilizada para mi trabajo y que es una entrevista anónima, así que siente libre de compartir lo que quieras! ;) ¿Empezamos?

Entrevistado8: si

Entrevistador: Si yo te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A qué te remite este concepto?

Entrevistado8: Una forma de recaudar fondos para un proyecto en el cual no se cuenta con financiación.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado8: A través de una amiga.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad? ¿algún aspecto positivo?

Entrevistado8: Sí. Hace realidad proyectos que de otra forma no verían la luz. Aspectos positivos como proyectos videomusicales, donaciones para proyectos humanitarios en los que acerca a la gente a un mundo totalmente desconocido.

Entrevistador: ¿Y negativo?

Como aspecto negativo cabe destacar organizaciones que puedan aprovecharse con animo de lucro.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportantes de fondos?

Entrevistado8: No.

Entrevistador: ¿por qué?

Entrevistado8: porque no he visto ningún proyecto que me convenciera.

Entrevistador: ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado8: Un coste que no sea muy elevado y que aporte algo a la sociedad. En mi caso me decanto por las ayudas que van a parar a proyectos de ayuda infantil en el tercer mundo por ejemplo. Aun así la participación en algún proyecto de estos no es que me llame demasiado la atención.

Entrevistador: 10. Para terminar, ¿qué crees que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado8: Lo mejor: creación de proyectos que a ojos de entidades financieras no tienen viabilidad. Peor: organizaciones con ánimo de lucro.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado8: Nada, que me parece una idea genial ya que es un método en el que los que participan económicamente reciben algo a cambio aunque sea simbólico de ese proyecto.

ENTREVISTADO 9

Entrevistador: ¡Hola! Lo primero de todo, gracias!! Soy M^aCruz, y como sabrás, estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y uso del Crowdfunding en España como trabajo de fin de grado.

La idea es conocer diferentes opiniones, experiencias, motivaciones en cuanto al Crowdfunding. Aclarar que la información aquí obtenida es solo para mi trabajo y es totalmente anónima, ¡siéntete libre para compartir lo que quieras! ¿Empezamos?

Entrevistado9: sí

Entrevistador: Si te digo *Crowdfunding* o *micromecenazgo*, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿A que te remite?

Entrevistado9: Financiación colectiva que sirve para conseguir dinero u otros recursos con el fin de sacar adelante diferentes proyectos, que sino igual no podrían desarrollarse.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado9: Sobre todo porque últimamente está muy de moda y sale bastante en los medios de comunicación. Por ejemplo, lo intentaron con la compra del Real Zaragoza o, también, lo está haciendo el equipo de Balonmano de Aragón.

Aunque creo que la primera vez que oí hablar de esto fue cuando estuve en la radio trabajando y me tocó hacer alguna noticia de proyectos que se financiaban así.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo, positivo o negativo a la sociedad?

Entrevistado9: Me parece que, teniendo en cuenta los tiempos de crisis que está pasando la sociedad, el Crowdfunding supone una forma novedosa y más solidaria de poder sacar adelante proyectos que, posiblemente, por las vías tradicionales de financiación no podrían ver nunca la luz. El momento actual se caracteriza por una falta de apoyo económico, tanto financiero por parte de los bancos como por únicas personas físicas o jurídicas. Por esta razón, considero que la financiación colectiva es una alternativa válida a la que le veo más ventajas que inconvenientes. Así, además, como el hecho de realizar este tipo de financiación es algo nuevo, que llama la atención, los medios se hacen eco y se convierte, al mismo tiempo, en una forma de publicidad gratuita y que da buena imagen de cara a la sociedad.

La única desventaja que podría verles es el poco control y poder de decisión que puede tener el "inversor" o "donante" en el resultado final del proyecto.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado alguna vez en un proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado9: No.

Entrevistador: ¿Por qué?

Entrevistado9: No se...no he visto un proyecto que en el que realmente creyera y me motivase como para querer participar. Además eso de tener que realizar pagos online no me convence demasiado.

Entrevistador: ¿participarías?

Entrevistado9: No se, depende del proyecto no se. Tampoco me lo he planteado.

Entrevistador: ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado9: Que se tratara de un proyecto en el que creyera y me motivara, que llamara mi atención, que me resultara interesante, que mostrara algo novedoso y, sobre todo, que la gente que está detrás de él me diera seguridad y confianza.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué dirías que es lo mejor y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado9: Lo mejor: que supone una alternativa a la financiación convencional, la cual ahora está en crisis. De modo que las personas podemos ser más independientes de los bancos y nos da la capacidad de llevar a cabo proyectos con la colaboración de todos.

Lo peor: que al ser una vía que depende de la "generosidad" de la gente, por el momento funciona bien porque es algo nuevo y se ha dando sólo en casos esporádicos, pero si se generaliza, es bastante inviable que la gente participe en muchos proyectos de Crowdfunding, aun suponiendo que muchos de ellos les parecieran interesantes, innovadores...

Entrevistador: Finalmente, ¿quiere aportar algo más?

Entrevistado9: No, nada más. 😊

Entrevistador: ¡Muchas gracias!

ENTREVISTADO 10

Entrevistador: Hola! Lo primero de todo gracias por tu tiempo!! Como sabes estoy realizando un estudio sobre el Crowdfunding en España y necesito tu participación, me vas a ser de gran ayuda!!:P Solo aclararte que los datos obtenidos de la entrevista solo se utilizarán para el trabajo, y que es totalmente anónima, así que, ¡siéntete libre de compartir lo que quieras! ¿Empezamos?

Entrevistado10: Adelante!;))

Entrevistador: Si yo te digo Crowdfunding , ¿qué es lo primero que te viene a la mente?

Entrevistado10: Recogida de fondos

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado10: A través de una petición para participar en un proyecto de cine (corto)

Entrevistador: Hoy en día, ¿qué crees que puede aportar a la sociedad? ¿algún aspecto positivo, negativo...?

Entrevistado10: Aspectos positivos si. el acceso a financiar proyectos que de otro modo sería imposible por la crisis económica y la restricción del crédito.

Es muy buena opción para llevar a cabo proyectos sociales sin ánimo de lucro.

Entrevistador: A nivel más personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado10: No (aunque me lo propusieron una vez!)

Entrevistador: ¿Cómo lo conocisteis?

Entrevistado10: A través del boca a boca. Los promotores eran amigos de amigos y me lo propusieron aunque como he dicho no participé.

Entrevistador: ¿por qué? ¿qué razones te llevaron a no participar?

Entrevistado10: Me pareció buena idea pero al final por pereza de entrar en la web, dar mis datos bancarios,... Aunque el proyecto era interesante.

Entrevistador: ¿qué características crees que tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado: No participe esa vez pero participaría en el futuro si el proyecto fuera interesante, sobretodo obra social, realizada por conocidos... sobre todo proyecto realmente interesantes (tipo cines Renoir en Zaragoza para que no los cerraran. No sé si fue crowfunfing pero fue algo parecido)

Entrevistador: Ya falta poco...jeje, para terminar, ¿qué crees que es lo mejor del Crowdfunding?

Entrevistado10: poder llevar a cabo proyectos que de otra manera no podrían salir adelante y por otro lado tantear si tu idea gusta o no en función del éxito de tu campaña

Entrevistador: ¿y lo peor?

Entrevistado10: Lo peor, desconocimiento de las personas que van a realizar el proyecto. Personalmente no creo que participara en un proyecto de alguien completamente desconocido por "miedo" a que no lo lleven a cabo o saquen beneficio extra del proyecto fuera de las bases establecidas.

Me parece bien lo que se hace de que no te cobran hasta que sepan si llegan al mínimo para realizar el proyecto, da más seguridad.

Entrevistador: Por último, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado10: El regalo que te hacen por participar no sería lo más importante para mí, pero creo que podría motivar si se ofrece algo original.

Por ejemplo, los cines Renoir que he dicho antes creo que daban descuento para el cine o algo así. Cosas así pueden ser interesantes.

Entrevistador: Muy bien, pues esto ha sido todo, ¡Gracias por tu tiempo!

Entrevistado10: De nada, espero que te ayude para tu estudio!

ENTREVISTADO 11

Entrevistador: Hola!! Lo primero de todo muchas gracias por tu tiempo! Soy M^aCruz y como sabrás estoy haciendo un estudio sobre el conocimiento y participación en el Crowdfunding en España para el trabajo de fin de grado. La entrevista es anónima, así que siéntete libre de compartir lo que quieras! ¿Estás listo?

Entrevistado11: Si. Cuando quieras.

Entrevistador: Empecemos pues, primera pregunta...si te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente?

Entrevistado11: Mini inversión

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado11: Boca a boca

Entrevistador: ¿Hoy en día crees que aporta algo a la sociedad? Algún aspecto positivo o negativo...

Entrevistado11: Facilita acceso a financiación para proyectos. Como negativo el poco control.

Entrevistador: A nivel personal, ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding como mecenas o aportante de fondos?

Entrevistado11: Recopilaba propinas de varias personas de mi familia para comprar caramelos, eso era Crowdfunding? Por internet no :)

Entrevistador: ¿por qué? ¿Qué razones te han llevado a no participar?

Entrevistado11: No me he metido a ver los proyectos en detalle.

Entrevistador: Para ti, ¿qué características tendría que tener un proyecto para que quisieras participar en él?

Entrevistado11: Que la idea sea original y que la aportación no sea muy alto.

Entrevistador: Para ir terminando, ¿qué creéis que es lo mejor del Crowdfunding?

Entrevistado11: La ayuda a emprendedores.

Entrevistador: ¿Y lo peor?

Entrevistado11: Lo peor que la gente se puede aprovechar.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado11: Nada mas :)

Entrevistador: Muy bien, pues esto es todo, muchas gracias!!, me vas a servir de gran ayuda!!;)

ENTREVISTADO 12

Entrevistador: ¡Hola! Lo primero de todo muchas gracias por tu tiempo. Como sabes estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y participación del Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. Aclarar que la información solo va a ser utilizada para mi trabajo y que es una entrevista anónima, así que siente libre de compartir lo que quieras! ¿Estás listo?

Entrevistado12: Si

Entrevistador: Muy bien, empecemos... si yo te digo Crowdfunding o micromecenazgo, ¿qué es lo primero que te viene a la mente?

Entrevistado12: Ayudas a proyectos poco consistentes.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado12: A través de la prensa y de amigos.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad?

Entrevistado12: Si

Entrevistador: ¿Cómo que?podrías decirme algún aspecto positivo o negativo?

Entrevistado12: Positivo, financiar proyectos, sobre todo culturales, que sino al ser poco viables económicamente no serian realizables. Negativo que hay una desconfianza de que el proyecto sea autentico y no sea fraudulento, así como el inconveniente claro de realizar las donaciones dando tus datos bancarios.

Entrevistador: A nivel mas personal...¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding?

Entrevistado12: No.

Entrevistador: ¿Por qué?

Entrevistado12: Nadie me lo ha propuesto ni he conocido algún proyecto que me convenza.

Entrevistador: En tu opinión ¿qué tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado12: Que tuviera interés cultural, que tuviera garantías de no ser un engaño y que fuera imaginativo e interesante.

Entrevistador: Para terminar, ¿qué dirías que es lo mejor del Crowdfunding?

Entrevistado12: Lo mejor que es una iniciativa para realizar proyectos que sino no tendrían ningún apoyo económico, además del escaso coste individual.

Entrevistador: ¿Y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado12: La desconfianza de que sea un proyecto serio, autentico, y no un fraude.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado12: Creo que se debería informar más sobre esta manera de financiación. No sé si hay alguna página web donde se expongan los diferentes proyectos... por otro lado me parece interesante que el invertir sea remunerado mediante algo por muy simbólico que sea, libros, copia de las películas así financiadas...

Entrevistador: Si te interesa el tema puedo informarte un poco sobre las plataformas (páginas web) de proyectos. Pero tendrá que ser en otra ocasión, la entrevista termina aquí ;) ¡Muchísimas gracias por tu colaboración!

ENTREVISTADO 13

Entrevistador: ¡Hola! En primer lugar muchas gracias por concederme la entrevista. Como sabrás estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y participación del Crowdfunding en España para mi trabajo de fin de grado. Aclararte que la información solo va a ser utilizada para mi trabajo y que es una entrevista anónima, así que siente libre de compartir lo que quieras! ¿Empezamos?

Entrevistado13: Si

Entrevistador: ¿Qué entiendes por Crowdfunding o micromecenazgo?

Entrevistado13: Participación en la financiación de un proyecto.

Entrevistador: ¿Cómo lo conociste?

Entrevistado13: Mi hija me habló del Crowdfunding.

Entrevistador: Hoy en día, ¿crees que aporta algo a la sociedad?

Entrevistado13: permite que se hagan posibles proyectos que nunca saldrían si tuviesen que depender de bancos o administraciones publicas.

Entrevistador: ¿y algún aspecto negativo?

Entrevistado13: Quizás la seguridad por internet que no sea del todo fiable.

Entrevistador: ¿a qué te refieres con la seguridad?

Entrevistado13: ¿Quién está realmente detrás del trabajo? ¿Lo llevará a cabo tras recolectar el dinero? También el donar por internet es algo que me resulta bastante inseguro. Todas estas preguntas me hacen dudar un poco de que la actividad sea del todo fiable.

Entrevistador: A nivel mas personal... ¿has participado en algún proyecto de Crowdfunding?

Entrevistado13: No

Entrevistador: ¿Por qué?

Entrevistado13: Nunca lo he penasdo, además de que no conozco ninguno en concreto en el que participar.

Entrevistador: En tu opinión ¿qué tendría que tener un proyecto para que quisieses participar en él?

Entrevistado13: Seguramente venir de alguna entidad o persona conocida, así me transmitiría toda la seguridad que necesito.

Entrevistador: Para ir terminando, ¿qué dirías que es lo mejor del Crowdfunding?

Entrevistado13: Poder apoyar a esas personas que levantan la cabeza aun en tiempos de crisis en nuestro país.

Entrevistador: ¿Y lo peor del Crowdfunding?

Entrevistado13: La inseguridad de que sea un proyecto fiable y real.

Entrevistador: Finalmente, ¿quieres aportar algo más?

Entrevistado13: no

Entrevistador: ¡Muchas gracias por tu participación!

ANEXO D. CUESTIONARIO

Presentación del cuestionario

Hola, Estoy realizando un estudio sobre el conocimiento y uso del Crowdfunding o micromecenazgo en España como trabajo de fin de grado y necesito tu ayuda, ¡No te llevará más de 5 minutos y es totalmente anónimo! Para completarlo sólo tienes que responder a las preguntas en el orden indicado.

¡Gracias por tu colaboración!

Variables socio demográficas

Lugar de residencia:

- España
- Otro → *Lamentablemente solo buscamos personas residentes en España para la realización de nuestro estudio. ¡GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN! PULSE SIGUIENTE TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO HASTA LA FINALIZACIÓN DE LA ENCUESTA.*

Edad:

- 18-34
- 35-49
- 50-65

Conocimiento y actitud hacia el crowdfunding

1. ¿Conoces el término Crowdfunding, financiación colectiva o micromecenazgo?

- Sí
- No → *¡MUCHAS GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN! Su encuesta ha terminado. Si quiere conocer más sobre el Crowdfunding puede visitar las páginas: <http://web.spaincrowdfunding.org/> y <http://www.infocrowdsourcing.com/>. PULSE SIGUIENTE TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO HASTA LA COMPLETA FINALIZACIÓN DE LA ENCUESTA. ¡GRACIAS!*

Algo me suena

2. ¿Cómo lo conociste?(puede señalar varias respuestas)

- Conocidos
- Medios de comunicación
- Redes sociales e internet
- Otros. Indicar cual_____

3. ¿Qué tipos de Crowdfunding conoces? (puede señalar varias respuestas)

- De recompensa (recibes algo a cambio: producto, merchandaising...)
- De inversión
- De préstamo
- De donación

4. En una escala del 1 al 5, donde el 5 es “muy interesante” y el 1 es “nada interesante”:

¿Cuál es su grado de interés por esta forma de financiación?

- 1 2 3 4 5
- ○ ○ ○ ○

5. Indique el grado de acuerdo o de desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el Crowdfunding que le proponemos a continuación:

	Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Bastante de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serian inviables							
El peligro puede estar en que se convierta en un camino más fácil y cómodo y así pues, aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos que exijan más sacrificio.							
Te permite formar parte de un proyecto en el que crees y con el que te sientes identificado.							
Funciona bien porque es algo nuevo, pero si se generaliza, es bastante inviable que la gente participe en todos los proyectos, aun suponiendo que muchos							

de ellos les parecieran interesantes.							
Lo mejor es la capacidad de difusión que tiene							
Con esta alternativa a la financiación convencional, podemos ser más independientes de los bancos							
No existe incertidumbre de la lícita realización del proyecto financiado							
Permite a los promotores tantear su idea en función del éxito de la campaña							

Participación en actividades de crowdfunding y grado de satisfacción

6. ¿Alguna vez has tenido la oportunidad de participar en un proyecto financiado mediante Crowdfunding?
- Sí
- No
7. ¿Ha participado en algún proyecto financiado mediante Crowdfunding?
- Sí
- No ---→ pasa a la pregunta nº14
8. ¿En cuántos?_____
9. ¿Cómo lo/s conociste?(Puede señalar varias respuestas)
- Conocidos
- Medios de comunicación
- Redes sociales e internet
- Otros. Indicar cual_____
10. Consistía en un proyecto...(si ha participado en varios conteste en base al que considere más importante)
- Cine y documental
- Deportivo
- Proyecto social
- Tecnológico
- Otro. Indicar cual_____
11. ¿Recibió algo a cambio de la aportación realizada? (si ha participado en varios proyectos conteste en base al que considere más importante)

Recompensa simbólica (aparición en los créditos, merchandaising...)

Pre-compra del producto/entrada evento

Acciones, participaciones o beneficios

Interés por la cantidad aportada

Sin recompensa

12. ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con la participación en el proyecto Crowdfunding?

Completamente satisfecho

Bastante satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

Bastante insatisfecho

Completamente insatisfecho

13. Valore su grado de satisfacción en relación a los siguientes aspectos del proyecto, siendo 5 muy satisfecho y 1 insatisfecho.

Cantidad aportada

Forma de pago

Información actualizada sobre el proyecto tras realizar la aportación

Desarrollo final del proyecto

Recompensa recibida

14. ¿basándose en su experiencia anterior volvería a participar en un proyecto de Crowdfunding?

Sí

No

15. Valore del 1 al 10 la influencia que ejercen las siguientes cuestiones para participar en un proyecto Crowdfunding (donde 10 es influye mucho y 1 no te influye)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ayudar en el proyecto										
Que sea un proyecto interesante										
Que sea un proyecto novedoso y/u original										

Que sea un proyecto viable										
Que sea un proyecto claro, bien explicado										
Que provenga de una fuente conocida										
Cantidad aportadas pequeñas										
Recompensa recibida										

16. Valore del 1 al 10 la influencia que ejercen las siguientes cuestiones para NO participar en un proyecto Crowdfunding (donde 10 es influye mucho y 1 no te influye)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Desconfianza en este método de financiación										
Tener que realizar pagos online										
Desconfianza en el buen desarrollo del proyecto										
Desconocimiento del proyecto en concreto										
Desinterés en la participación en proyectos Crowdfunding.										

CUESTIONARIO ONLINE

encuesta online - Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdf - Windows Internet Explorer
http://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1738475&MT=%X#Inicio

 ESTUDIO DE MERCADO:
CONOCIMIENTO Y PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA EN ACTIVIDADES DE

CROWDFUNDING

Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdfunding

Abandonar->

¡HOLA!

ESTOY REALIZANDO UN ESTUDIO SOBRE EL CONOCIMIENTO Y USO DEL CROWDFUNDING, FINANCIACIÓN COLECTIVA O MICROMECEAZGO EN ESPAÑA COMO TRABAJO DE FIN DE GRADO Y NECESITO TU AYUDA, ¡NO TE LLEVARÁ MÁS DE 5 MINUTOS Y ES TOTALMENTE ANÓNIMO! PARA COMPLETARLO SÓLO TIENES QUE RESPONDER A LAS PREGUNTAS EN EL ORDEN INDICADO.

¡GRACIAS POR TU COLABORACIÓN!

La encuesta es totalmente anónima, no obstante, es necesario para nuestra investigación contar con algunos datos sociodemográficos.

***1. Lugar de residencia**

España
 Otro

*** Edad**

18-34 años
 35-49 años
 50-65 años

***1. Lugar de residencia**

España
 Otro

Lamentablemente solo buscamos personas residentes en España para la realización de nuestro estudio.
¡GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN!
PULSE SIGUIENTE TANTAS VECES COMO SEA NECESARIO HASTA LA FINALIZACIÓN DE LA ENCUESTA.

Siguiente->

17%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Listo

encuesta online - Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdf - Windows Internet Explorer
http://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1738475&PGND=28&MT=%X&MSJ=NO#Inicio

Conocimiento y actitud hacia el Crowdfunding

*** ¿Conoces el término Crowdfunding, Financiación colectiva o micromeceazgo?**

Si
 No
 Algo me suena

*** ¿Cómo lo conociste? (puedes seleccionar varias respuestas)**

Amigos y/o conocidos
 Medios de comunicación
 Redes sociales e Internet
 Otro (Por favor especifique)

*** ¿Cuáles de los siguientes tipos de Crowdfunding conoces?**

De recompensa (recibes algo a cambio: producto, merchandising...)
 De inversión
 De préstamo
 De donación

*** En una escala del 1 al 5, donde el 5 es "muy interesante" y el 1 es "nada interesante":
¿Cuál es su grado de interés por esta forma de financiación?**

1 2 3 4 5

*** Indique el grado de acuerdo o de desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el Crowdfunding que le proponemos a continuación:**

*** ¿Conoces el término Crowdfunding, Financiación colectiva o micromeceazgo?**

Si
 No
 Algo me suena

¡MUCHAS GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN! Su encuesta ha terminado.
Si quiere conocer más sobre el Crowdfunding puede visitar las páginas:
<http://web.spaincrowdfunding.org/>
y
<http://www.infocrowdsourcing.com/>

PULSE SIGUIENTE TODAS LAS VECES NECESARIAS HASTA LA COMPLETA FINALIZACIÓN DE LA ENCUESTA.
¡GRACIAS!

* Indique el grado de acuerdo o de desacuerdo con las siguientes afirmaciones sobre el Crowdfunding que le proponemos a continuación:

	Totalmente en desacuerdo	Bastante en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Bastante de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Apoya y posibilita el desarrollo de proyectos que de otro modo serían inviables.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El peligro puede estar en que se convierta en un camino más fácil y cómodo y así pues, aprovecharse de la buena voluntad de la gente en lugar de optar por otros caminos que exijan más sacrificio.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Te permite formar parte de un proyecto en el que crees y con el que te sientes identificado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Funciona bien porque es algo nuevo, pero si se generaliza, es bastante inviable que la gente participe en todos los proyectos, aun suponiendo que muchos de ellos les parecieran interesantes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lo mejor es la capacidad de difusión que tiene.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con esta alternativa a la financiación convencional, podemos ser más independientes de los bancos.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No existe incertidumbre de la lícita realización del proyecto financiado.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Permite a los promotores tantear su idea en función del éxito de la campaña.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

<-Anterior Siguiente->

33%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA

encuestafacil.com | easygoingssurvey.com | enquetefacile.com | enquetefacil.com | inqueritofacil.com | sondaggiofacile.com | einfacheumfrage.de | prostopros.ru

uni>ersia



Con la tecnología de: encuestafacil.com

Internet Documento1 - Microsoft Word

encuesta online - Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdf - Windows Internet Explorer

http://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1738475&PGND=3&M5J=NO#Inicio

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos Sitios sugeridos Hotmail gratuito Galería de Web Slice

http://test.examen Trafico.co... encuesta online - Conoci... Página Seguridad Herramientas

Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdfunding

Abandonar->

Participación en actividades de crowdfunding y grado de satisfacción

* ¿Alguna vez has tenido la oportunidad de participar en un proyecto financiado mediante Crowdfunding?

- Sí
 No

* ¿Ha participado en algún proyecto financiado mediante Crowdfunding?

- Sí
 No

Pasa directamente a las dos últimas preguntas

* ¿En cuántos?

- 1
 2
 3
 más de 3

* ¿Cómo lo/s conociste? (Puede señalar varias respuestas)

- Conocidos
 Medios de comunicación
 Redes sociales e internet
 Otro (Por favor especifique)

* Consistía en un proyecto de tipo:
(Si ha participado en varios proyectos responda sólo en base al que considere más importante)

- Musical
 Cine y documental
 Deportivo
 Proyecto social
 Tecnológico
 Otro (Por favor especifique)

* ¿Recibió algo a cambio de la aportación realizada?
(Si ha participado en varios proyectos conteste en base al que considere más importante)

- Recompensa simbólica (aparición en los créditos, merchandising...)
 Pre-compra del producto/entrada evento
 Acciones, participaciones o beneficios
 Interés por la cantidad aportada
 Sin recompensa

<-Anterior Siguiente->

50%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA

* ¿Cuál es su nivel de satisfacción general con la participación en el proyecto Crowdfunding?

- Completamente satisfecho
- Bastante satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Bastante insatisfecho
- Completamente insatisfecho

* Valore su grado de satisfacción en relación a los siguientes aspectos del proyecto, siendo 5 muy satisfecho y 1 insatisfecho.

	1	2	3	4	5
Cantidad aportada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forma de pago	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Información actualizada sobre el proyecto tras realizar la aportación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desarrollo final del proyecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recepción de la recompensa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Basándose en su experiencia anterior volvería a participar en un proyecto de Crowdfunding?

- Sí
- No
- No lo tengo muy claro



Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA

encuestafacil.com | easygoingssurvey.com | enquetefacile.com | enquetefacil.com | inqueritofacil.com | sondaqqiofacile.com | einfacheumfrage.de | prostopros.ru



Con la tecnología de:
encuestafacil.com

Ya estamos terminando.... ;)

* Valore del 1 al 10 la influencia que ejercen las siguientes cuestiones para participar en un proyecto Crowdfunding (donde 10 es influye mucho y 1 no te influye nada)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ayudar en el proyecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que sea un proyecto novedoso y/u original	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cantidad aportadas pequeñas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que sea un proyecto interesante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que sea un proyecto viable	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que el proyecto provenga de una fuente conocida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recompensa recibida	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Que sea un proyecto claro, bien explicado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Valore del 1 al 10 la influencia que ejercen las siguientes cuestiones para NO participar en un proyecto Crowdfunding (donde 10 es influye mucho y 1 no te influye nada)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Desconfianza en este método de financiación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tener que realizar pagos online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desinterés en la participación en proyectos Crowdfunding.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desconfianza en el buen desarrollo del proyecto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desconocimiento del proyecto en concreto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>


encuesta online - Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowd - Windows Internet Explorer

http://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1738475&PGND=6&M5J=NO#Inicio

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos Sitios sugeridos Hotmail gratuito Galeria de Web Slice

http://test.examentrafico.co... encuesta online - Conoci... X

 ESTUDIO DE MERCADO:
CONOCIMIENTO Y PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA EN ACTIVIDADES DE
CROWDFUNDING

Conocimiento y participación de la sociedad española en actividades de crowdfunding

Abandonar->



FIN DE LA ENCUESTA
ESTO HA SIDO TODO. ¡MUCHAS GRACIAS POR TU PARTICIPACIÓN!

<-Anterior Fin->

100%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".
Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA
encuestafacil.com | easygoingssurvey.com | enquetefacile.com | enquetefacil.com | inqueritofacil.com | sondaqiofacile.com | einfacheumfrage.de | prostopros.ru

  Con la tecnología de: encuestafacil.com

Internet 100%

ANEXO E. ANÁLISIS NO RELEVANTES PARA EL ESTUDIO.

Conocimiento del término Crowdfunding

- Conocimiento del término Crowdfunding en la población.

Para interpolar los datos a nivel de muestra sobre el conocimiento del término Crowdfunding, a la población, planteamos un contraste de hipótesis para comprobar si las frecuencias aparecidas a nivel muestral son distintas o iguales en la población. Para comparar frecuencias con una sola variable es la prueba Chi-cuadrado univariante:

Contraste de hipótesis:

H0= las frecuencias son iguales en la población que en la muestra

H1= las frecuencias son diferentes en la población que en la muestra

	N	Estadísticos de prueba	
Si	66	Chi-cuadrado	10,920 ^a
No	51	Sig. asintótica	,004
Algo me suena	33		
Total	150		

Como la significatividad (p-valor, significación asintótica) es $0.004 < 0.05$, con un nivel de significación del 5 % hay evidencias para afirmar que las frecuencias con las que se conoce o no, el Crowdfunding, son distintas en la población que en la muestra.

- ¿la edad difiere con el conocimiento o no, del término Crowdfunding?

Para ver si la edad y el conocimiento o no del Crowdfunding están relacionados, haremos un análisis bivariante, con variables no métricas (nominales). Utilizaremos una técnica que nos permita ver a nivel poblacional si las variables están relacionadas. Realizaremos contraste de hipótesis de chi-cuadrado.

(Nivel de confianza del 95%)

Contraste de hipótesis:

H0: la edad no está relacionada con el conocimiento del Crowdfunding

H1: la edad si está relacionada con el conocimiento del Crowdfunding

	Valor	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	5,274	,260
N de casos válidos	150	

Para un nivel de significación del 5% ($0.260 > 0.05$) no rechazamos H_0 , es decir, la edad de los encuestados no difiere con el conocimiento de éstos del Crowdfunding.

- ¿La edad difiere en los tipos de Crowdfunding conocidos?

Para ver si la edad y los diferentes tipos de Crowdfunding conocidos están relacionados, haremos un análisis bivariante, con variables no métricas (nominales). Utilizaremos una técnica que nos permita ver a nivel poblacional si las variables están relacionadas. Realizaremos contraste de hipótesis de chi-cuadrado.

(Nivel de confianza del 95%)

Contraste de hipótesis (para cada una de las vías de conocimiento del Crowdfunding):

H_0 : la edad no está relacionada con la vía de conocimiento del Crowdfunding

H_1 : la edad si está relacionada con la vía de conocimiento del Crowdfunding

Estadísticos de prueba				
	Crowdfunding de Recompensa * Edad	Crowdfunding de Inversión * Edad	Crowdfunding de Préstamo * Edad	Crowdfunding de Donación * Edad
Sig. asintótica (2 caras)	0,869	0,829	0,552	0,331

Para unos niveles de significación mayores del 5%, no rechazamos H_0 , es decir, la edad de los encuestados no difiere con los tipos de Crowdfunding conocidos.

- ¿La edad difiere con la forma en la que se ha conocido el término Crowdfunding?

Se pretendía conocer si la edad y las diferentes vías de conocimiento del Crowdfunding están relacionadas. Para analizar esta cuestión haremos un análisis bivariante, con variables no métricas (nominales). Utilizaremos una técnica que nos permita ver a nivel poblacional si las variables están relacionadas. Realizaremos contraste de hipótesis de chi-cuadrado.

(Nivel de confianza del 95%)

Contraste de hipótesis (para cada una de las vías de conocimiento del Crowdfunding):

H_0 : la edad no está relacionada con la vía de conocimiento del Crowdfunding

H_1 : la edad si está relacionada con la vía de conocimiento del Crowdfunding

	Valor	Sig. Asintótica (2 caras)
Edad*Amigos y/o conocidos	3,278	0,194
Edad*Medios de comunicación	11,392	0,003
Edad*Redes sociales e internet	5,651	0,059
Edad*Centro de estudios	10,983	0,004
	<i>N casos válidos: 99</i>	<i>N perdidos: 51</i>

Para unos niveles mayores que 0.05, (no rechazamos H0), podemos afirmar que la edad de los encuestados no difiere en las vías del conocimiento del Crowdfunding Amigos y conocidos y redes sociales e internet.

Participación en proyectos de Crowdfunding

- ¿La edad difiere con la participación o no, en un proyecto Crowdfunding?

Para ver si la edad y la participación o no en Crowdfunding están relacionados, haremos un análisis bivalente, de dos variables no métricas (nominales). Utilizaremos una técnica que nos permita ver a nivel poblacional si las variables están relacionadas. Haremos un contraste de hipótesis de chi-cuadrado.

(Nivel de confianza del 95%)

Contraste de hipótesis:

H0: La edad no está relacionada con la participación o no en proyectos de Crowdfunding.

H1: La edad está relacionada con la participación o no en proyectos de Crowdfunding.

	Valor	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	3,812	,149
	<i>N de casos válidos 99</i>	

Para un nivel de significación del 5% ($0.149 > 0.05$) no rechazamos H0, es decir, la edad de los encuestados no difiere con la participación en Crowdfunding.

- ¿La edad difiere en las veces que han participado en un proyecto Crowdfunding?

Para ver si la edad de los que han participado en algún proyecto financiado mediante un Crowdfunding y las veces que han participado están relacionados, haremos un análisis bivalente, de dos variables, una no métricas (edad) y otra métrica (nº veces que han

participado). Utilizaremos ANOVA, ya que el test de diferencias de medias no podemos hacerlo porque tenemos más de dos categorías en la variable no métrica (tenemos las edades agrupadas en 3 grupos):

HIPOTESIS:

$$H_0: \mu_{18-34} = \mu_{35-49} = \mu_{50-65}$$

$$H_1: \mu_{18-34} \neq \mu_{35-49} \neq \mu_{50-65}$$

	Sig.
Entre grupos	,272

Con un nivel significación del 5%, $0,272 > 0,05$, no rechazamos H_0 . Es decir, las frecuencias de participación en proyectos Crowdfunding no son diferentes en función de la edad.

- ¿El tipo de proyecto en el que participaron los encuestados difiere en la motivación para SI participar?

Realizamos un contraste anova bivalente -una variable métrica y una no métrica- para estudiar si la edad influye en los motivos para sí participar en un proyecto de Crowdfunding.

ANOVA	
	Sig.
Ayudar en el proyecto	,572
Que sea un proyecto interesante	,735
Que sea un proyecto novedoso u original	,311
Que sea un proyecto viable	,494
Que sea un proyecto claro, bien explicado	,499
Que el proyecto provenga de una fuente conocida	,567
Cantidad aportadas pequeñas	,446
Recompensa recibida	,651

Con un nivel significación del 5%, podemos afirmar que el tipo de proyecto en el que han participado los encuestados no influye en los motivos para si participar.

- ¿La edad difiere con los motivos para NO participar?

Realizamos un contraste anova bivariante -una variable métrica y una no métrica- para estudiar si la edad influye en los motivos para no participar en un proyecto de Crowdfunding.

ANOVA	
	Sig.
Desconfianza en el Crowdfunding	,553
Tener que realizar pagos online	,088
Desconfianza en el buen desarrollo del proyecto	,641
Desconocimiento del proyecto en concreto	,117
Desinterés en la participación en proyectos Crowdfunding.	,775

Para una significación del 5% podemos afirmar que la edad no influye en los motivos para no participar.

- ¿El conocimiento del Crowdfunding difiere en los motivos para no participar?

Realizamos un contraste anova bivariante -1 variable métrica y una no métrica- para estudiar si el conocimiento del Crowdfunding influye en los motivos para no participar en un proyecto.

	Sig.
Desconfianza en este método de financiación	,131
Tener que realizar pagos online	,068
Desconfianza en el buen desarrollo del proyecto	,813
Desconocimiento del proyecto en concreto	,338
Desinterés en la participación en proyectos Crowdfunding.	,089

Con un nivel significación del 5%, podemos afirmar que el conocimiento del Crowdfunding no influye en los motivos para no participar en Crowdfunding.

- ¿La participación o no en algún proyecto difiere con los motivos para no participar?

Realizamos un contraste anova bivariante -1 variable métrica y una no métrica- para estudiar si el conocimiento del Crowdfunding influye en los motivos para no participar en un proyecto.

ANOVA	
	Sig.
Tener que realizar pagos online	0,574
Desconfianza en el buen desarrollo del proyecto	0,125
Desconocimiento del proyecto en concreto	0,333

Con un nivel significación del 5%, podemos afirmar que el haber colaborado o no en proyectos de Crowdfunding influye en los motivos para NO participar por Desconfianza en el Crowdfunding y Desinterés.

- Intención de volver a participar

Los datos obtenidos sobre la intención de volver a participar en un proyecto de Crowdfunding son a nivel de muestra. Para interpolarlos a la población, planteamos un contraste de hipótesis. Para comparar frecuencias con una sola variable es la prueba Chi-cuadrado univariante:

Contraste de hipótesis:

H0= las frecuencias son iguales en la población que en la muestra

H1= las frecuencias son diferentes en la población que en la muestra

Estadísticos de prueba	
Chi-cuadrado	30,500
Sig. asintótica	,000

Con una significación de $0.000 < 0.05$ Rechazamos H0. Podemos afirmar que la intención de volver a participar en un proyecto de Crowdfunding es diferente en la población que en la muestra.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

Caraballo Callero, M., 2013. Iniciativa Pymes. Claves para el desarrollo y la competitividad de las PYMES.

Barrachina Cubillo, M., 2013. Fuentes de financiación

Disponible en: <http://miguelbarrachinacubillo.jimdo.com/10-fuentes-de-financiacion/>

EDF Pulse, 2013

Disponible en: <http://pulse.edf.com/en/story-crowdfunding>

X.net, 2012. Experiencias de Crowdfunding en el Estado español y Cataluña: principales características, retos y obstáculos.

Infocrowdsourcing, 2014. Mercado de Crowdfunding en España y Latinoamérica

Aedemo, 2011. La investigación a análisis.

Disponible en:

http://www.aedemo.es/aedemo/images/stories/varios/NP-DATOS_SECTOR_INVESTIGACION_2011.pdf

Edo, 2004. Tendencias actuales de la investigación cualitativa online.

Disponible en www.baquia.com

Cejudo A. , Ramil X.,2013. Crowdfunding. Financiación colectiva en clave de participación

Disponible en: <http://aefundraising.org/>

IC, 2014. Límites y evasiones al anteproyecto de ley del crowdfunding

Disponible en: www.elblogsalmon.com

Otto, C. 2014. Seis respuestas sobre la nueva regulación al 'crowdfunding'

Disponible en: www.elconfidencial.com

www.lanzanos.com

www.verkami.com

<http://es.ulule.com/>

<http://goteo.org/>