

ACCESO A LA FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL A TRAVÉS DE PLATAFORMAS EN RED Y SU RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

BEL DURÁN, Paloma

Universidad Complutense de Madrid
Campus de Somosaguas, s/n, 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
pbeldura@ucm.es

LEJARRIAGA PÉREZ DE LAS VACAS, Gustavo

Universidad Complutense de Madrid
Campus de Somosaguas, s/n, 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
lejavaca.gus@ccee.ucm.es

MARTÍN LÓPEZ, Sonia

Universidad Complutense de Madrid
Campus de Somosaguas, s/n, 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
smartin@ucm.es

SÁNCHEZ ESPADA, Javier

Universidad Complutense de Madrid
Campus de Somosaguas, s/n, 28223 Pozuelo de Alarcón (Madrid)
javiersanchezespada@ucm.es

Abstract

Given that in Spain there is no consensual definition of the term social entrepreneurship, the Chair of Social Entrepreneurship at the Complutense University of Madrid defines it as "that initiative which, through market or non-market forums, seeks to create sustainable social value, either through simple social orientation and intention or through its contribution to social cohesion based on the primacy of people over capital and their democratic and/or participative governance". It is considered that among the desirable and demandable characteristics of a project of this nature, the most outstanding is the creation of social value, being able to manifest itself in very different ways, with actions that respect the environment, favouring social inclusion, acting in a socially responsible manner, influencing groups that require social attention that are not adequately covered by the State or concretising initiatives in formulas that contribute to the creation of stable employment, territorial development and social cohesion. Thus, any initiative, new project, in which the promoters create social value, in any of its forms of concretion, must be considered social entrepreneurship. The social value, social interest or any other of the characteristics required of a social entrepreneurship project can be achieved through business or non-business organizations. Although there are legal formulas that are particularly adapted to accommodate social entrepreneurship projects, they can be applied to any possible legal modality. Cooperative societies, labor societies, associations, foundations and mutual societies, all of them members of the social economy, are natural forms of social entrepreneurship, but, in general terms, the organizations in which the members participate democratically in all the flows of the organization, in which the primacy of people over capital is clearly manifested because

the promoters set objectives and make decisions in democracy, are usually identified with social entrepreneurship projects.

Most social enterprise projects focus their actions on one or more of the United Nations Sustainable Development Goals, often contributing to the goals of "decent work and economic growth", "responsible production and consumption" and "reducing inequalities". Some social entrepreneurship projects draw on existing crowdfunding platforms to secure the necessary funding. These tend to differentiate between smaller projects that ask for donations and larger projects that offer part of their own capital to bring in new investors.

The projects analyzed in this paper are the largest social entrepreneurship projects that offer part of their own capital to give entry to new investors. The aim is to assess how private investors sensitive to social entrepreneurship respond to requests for project financing based on their relationship with the Sustainable Development Objectives. Specifically, recently financed social entrepreneurship projects are analyzed in the main existing network financing platforms in Spain specialized in social entrepreneurship.

Keywords

financiación, emprendimiento social, desarrollo sostenible, impacto social, economía social, innovación social.

JEL CODES: J54, L26, M13, M14, O35

1. Emprendimiento social y crowdfunding

En España no existe una definición consensuada del término emprendimiento y tampoco, por añadidura, del de emprendimiento social. El emprendimiento social, que suele atribuirse a William Drayton, hay quien lo concibe en un sentido restringido, limitándolo en ocasiones a entidades no ligadas al mercado, y quienes lo hacen en sentido amplio, incluyendo a organizaciones donde prima el interés social, ya sean de mercado o no (en línea con el concepto de economía social, de gran tradición en Europa). (Sánchez Espada et al., 2018).

Desde la Cátedra de emprendimiento social de la Universidad Complutense de Madrid se ha desarrollado un proyecto de investigación con profesorado universitario, profesorado de otros niveles educativos y emprendedores para identificar las variables que consideran más relevantes en un proyecto de emprendimiento social. En él se

concluye que de entre las características deseables y exigibles a un proyecto de esta naturaleza, lo más destacado es la creación de valor social.

El valor social puede manifestarse de muy diferentes formas, con actuaciones respetuosas con el medio ambiente, favoreciendo la inclusión social, actuando de forma socialmente responsable, incidiendo sobre colectivos que requieren de una atención social no cubierta adecuadamente por el Estado o concretándose las iniciativas en fórmulas que contribuyen a la creación de empleo estable, al desarrollo territorial y a la cohesión social (Lejarriaga y Bel, 2018). Todo ello sin ánimo de exhaustividad. Así, toda iniciativa, nuevo proyecto, en el que los promotores crean valor social, en cualquiera de sus formas de concreción, se ha de considerar emprendimiento social.

El valor social, el interés social o cualquiera otra de las características exigibles a un proyecto de emprendimiento social pueden conseguirse a través de organizaciones empresariales o no empresariales. Si bien existen fórmulas jurídicas particularmente adaptadas a dar cabida a proyectos de emprendimiento social, estos pueden acogerse a cualquier modalidad legal posible. Sociedades cooperativas, sociedades laborales, asociaciones, fundaciones y mutualidades, todas ellas integrantes de la economía social, son formas naturales de emprendimiento social, pero, en términos generales, las organizaciones en las que los socios participan democráticamente en todos los flujos de la organización, en las que claramente se manifiesta la primacía de las personas sobre el capital porque los promotores fijan en democracia los objetivos y toman decisiones, suelen identificarse con proyectos de emprendimiento social.

Desde la Cátedra de Emprendimiento Social de la UCM se entiende en definitiva el emprendimiento social como aquella iniciativa que a través de fórmulas de mercado o no mercado pretende la creación de valor social sostenible, bien por simple orientación e intención social o por su contribución a la cohesión social sobre la base de la primacía

de las personas sobre el capital y su gobernanza democrática y/o participativa. Esta definición, en definitiva, la cumple cualquier organización de la economía social (Lejarriaga y Bel, 2018).

La gran mayoría de los emprendedores que inician un proyecto empresarial necesitan financiación, sobre todo en fases iniciales, siendo esta etapa, aquella en la que los proyectos sociales encuentran más dificultades para conseguir recursos financieros.

Las inversiones, en el mercado financiero, buscan maximizar la rentabilidad económica, en cambio, las inversiones sociales, que tienen como objetivo la creación de valor social, pueden no proporcionar la máxima rentabilidad en términos económicos, pero sí tienen un impacto social que ofrece soluciones a problemas no resueltos por el Estado. Este interés por parte de los inversores hace que el *Crowdfunding* o microfinanciación, suponga una oportunidad de financiación para los proyectos sociales.

Jensen define el *crowdfunding* como: “*recogida de pequeñas cantidades de capital de una multitud o de un número relativamente grande de personas, con el objetivo de financiar actividades empresariales*”. (Jensen et al. 2018)

Tradicionalmente y a lo largo de la historia, han existido ejemplos de *crowdfunding*, alguno de los más conocidos es la recogida de financiación para la construcción de la Estatua de la Libertad. (Harris, 1985). Actualmente, la concepción moderna del *crowdfunding* está asociada a la aparición de internet, la comunicación digital y las redes sociales. (Schwienbacher y Larralde, 2010; Mollick y Kuppuswamy, 2014).

En el proceso de *crowdfunding* participan tres actores principales: (Ordaini et al, 2014)

- Promotores del proyecto, aquellos que proponen la idea a financiar.
- Financiadores o patrocinadores, aquellos que apoyan la idea a financiar.
- Plataforma intermediadora que proporciona la comunicación y une a ambas partes.

Una de las clasificaciones de *crowdfunding* más utilizadas es la propuesta de la consultora Massolution. De acuerdo con esta clasificación, existen cuatro tipos de plataformas de financiación colectiva: (Massolution, 2012)

- *Crowdfunding* basado en recompensas.
- *Crowdfunding* basado en préstamos.
- *Crowdfunding* basado en donaciones.
- *Crowdfunding* basado en capital social.

2. Tipos de plataformas de *Crowdfunding* en España orientadas al emprendimiento social

Cada vez son más las personas que ponen en marcha proyectos que no tienen como principal objetivo la generación de beneficios, sino un fin social que permite favorecer el bien común. En este sentido, el surgimiento y consolidación de empresas sociales puede ser un camino alternativo para conseguir que finalmente las empresas no solo persigan la acumulación de riqueza, sino el crecimiento económico con justicia social.

En los últimos años en España se han creado distintas plataformas de financiación colectiva especializadas en proyectos de emprendimiento social, entre ellas cabe destacar las siguientes:

- *Crowdfunding* basado en recompensas: en este tipo de plataformas el objetivo de los patrocinadores o financiadores es ganar recompensas no financieras, como, por ejemplo, muestras de agradecimiento, en algunas ocasiones a través de la página web, o en el caso de productos fabricados, una primera edición a través de un primer prototipo. (Massolution, 2012). Algunos ejemplos son:

- Goteo (<https://www.goteo.org/>): se define como una plataforma de *crowdfunding* cívico y colaborativo para proyectos sociales, educativos,

culturales o tecnológicos. Se aporta financiación al proyecto a cambio de recompensas o reconocimiento. Según datos disponibles en su página web, la plataforma ha recaudado más de 8 millones de euros, con un aporte medio a proyectos de 49,4 euros. La plataforma ha recibido más de 4.800 propuestas de proyectos para ser publicados en su plataforma, y finalmente solo se han publicado 1.333 proyectos con un porcentaje de proyectos exitosos del 77,11 por cien. A lo largo de los años, los proyectos se distribuyen según las siguientes categorías:

Tabla 1 – Distribución por categorías proyectos de Goteo

Porcentaje	Categoría
20,7	Social
15,8	Educativo
15,5	Cultural
12,6	Ecológico
10,1	Tecnológico
8,6	Comunicativo
8,5	Emprendedor
7,5	Científico
0,6	Diseño

Fuente: Goteo (<https://www.goteo.org/>)

La plataforma cobra una comisión del 4 por cien (impuestos no incluidos), en concepto de mantenimiento del proyecto en la plataforma que será deducido del total recaudado, siempre y cuando los proyectos consigan o superen el objetivo definido. A esta comisión, hay que añadir las comisiones derivadas de las transacciones bancarias y el servicio PayPal.

- ▬ Verkami (<https://www.verkami.com/>): es una plataforma enfocada a proyectos de artistas, diseñadores, creadores o colectivos. Las recompensas pueden ser experiencias únicas, creaciones específicas, diseños exclusivos, o tener acceso a la descarga de música o de vídeo. Según datos publicados en su página web, a través de la plataforma de financiación colectiva, se han

financiado más de 7.000 proyectos, con una tasa de éxito del 72 por ciento, y han recaudado más de 35 millones de euros, gracias a la participación de 958.000 mecenas. La transferencia de fondos al promotor que solicita financiación sólo se hará efectiva si se alcanza el objetivo fijado (obtención del 100 por ciento o más del objetivo de financiación en el plazo de 40 días). La plataforma, cargará un 5 por ciento (impuestos no incluidos) sobre la suma obtenida por el usuario creador en concepto de herramientas de *crowdfunding* y asesoramiento. Además, se descontará 1,35 por ciento en concepto de gestión de pagos por tarjeta, y si los hubiera, los gastos de transferencia.

- *Crowdfunding* basado en préstamos: los patrocinadores o financiadores esperan recibir una renta fija periódica y el reembolso de la inversión principal original (Massolution, 2012).

- ECrowd! (<https://www.ecrowdinvest.com/>): es una plataforma de financiación colectiva, que únicamente permite invertir en proyectos que tengan un impacto positivo sobre el medioambiente y la sociedad. En su plataforma, se pueden encontrar proyectos que forman parte de 8 categorías, salud, educación, energía, agua, comunidades, economía circular, movilidad y alimentación. Dentro de las distintas categorías aparecen proyectos de eficiencia energética, biomasa, energías renovables, fibra óptica, reciclaje, etcétera. Son proyectos de la economía real, que son rentables por sí solos, por tanto, son inversiones responsables pero también rentables ofreciendo intereses entre el 5 y 7 por cien cobrados en cuotas mensuales sin comisiones para el inversor. El importe mínimo de inversión está fijado en 50 euros.

- Crowdfunding basado en donaciones: los patrocinadores o financiadores colaboran en causas en las que no esperan recibir compensaciones. Sólo reciben la satisfacción de hacer algo bueno y de apoyar un proyecto que le emociona. Son proyectos solidarios con gran impacto social (Massolution, 2012). Algunos ejemplos son:

- Migranodearena (<https://www.migranodearena.org/>): es una plataforma de crowdfunding social y solidario que permite implicarse con causas sociales a través de la creación de retos solidarios. El funcionamiento es el siguiente: una persona, grupo de personas o empresa toma la iniciativa de crear un reto solidario a favor de una ONG, se marca un objetivo de recaudación y lo comparte con sus familiares, amigos y conocidos para que éstos lo apoyen. Aunque no se llegue al objetivo de recaudación establecido, los fondos son transferidos a las organizaciones beneficiarias. que permite hacer donaciones a ONG para varios proyectos. La plataforma permite que cualquier usuario pueda crear y poner en línea su proyecto o reto solidario para una de las 1.300 causas sociales en la página. Según datos recogidos en su página web la plataforma ha recaudado más de 7,9 millones de euros, desde su creación en el año 2014, y se han publicado más de 5.000 retos solidarios, con una donación media de 58,71 euros. La plataforma cobra una comisión del 4 por cien sobre los fondos donados.
- Microdonaciones.net (<http://microdonaciones.hazloposible.org/>): es una plataforma de financiación colectiva que publica proyectos solidarios promovidos por ONGs españolas, que hayan sido declaradas de Utilidad Pública. La plataforma sólo hace efectivas las pre-donaciones si se consigue el cien por cien del objetivo económico del proyecto y destina el cien por cien del importe

recaudado al proyecto, descontando únicamente las comisiones financieras. Además, las ONGs no pagan por hacer uso de la plataforma. Los proyectos permanecen en la página web durante 5 semanas y los usuarios pueden hacer donaciones sin límite mínimo ni máximo.

- Teaming (https://www.teaming.net/?lang=es_ES): es una plataforma de financiación colectiva para recaudar fondos para causas sociales a través de microdonaciones de un euro al mes. Teaming nace en el año 2012 y es una herramienta que permite que cualquier usuario pueda crear una página de grupo, asociado a una causa social, y lo comparte entre familiares y amigos a través de canales digitales. Cada vez que alguien se une a un grupo, los usuarios pueden ser creadores y miembros de uno o más grupos, se compromete a donar un euro cada mes. La plataforma es totalmente gratuita, todo el dinero donado mensualmente es transferirlo a la cuenta corriente de la causa social sin comisiones. Según datos publicados en su página web, la plataforma ha recaudado más de 14,5 millones de euros desde su creación, se han creado más de 9.700 grupos vinculados a diferentes causas sociales y han participado más de 278.000 donantes.
- Ihelp (<https://ihelp.org.es/es>): es una plataforma de financiación colectiva, que nace en el año 2016, renovando la anterior plataforma creada en el año 2001, con el nombre www.ciberseguridad.org, que fue la primera plataforma de *crowdfunding* solidario que comenzó a operar en España. Sus servicios son gratuitos y hacen un exhaustivo estudio de todas las causas que se presentan en la plataforma y de seguimiento sobre qué se ha conseguido con los fondos obtenidos. Su razón de ser son los retos solidarios y ofrece la oportunidad a personas comprometidas de poder crear un reto, captar donaciones que

permiten ayudar económicamente y dar difusión a una ONG. Según datos publicados en su página web, la plataforma ha recaudado más de 1 millón de euros, la comunidad cuenta con más de 5.000 miembros y se han realizado más de 15.000 donaciones.

- Crowdfunding basado en capital social: los patrocinadores o financiadores reciben una compensación en forma de ingresos basados en la participación en el capital social (Massolution, 2012)

- La Bolsa Social (<https://www.bolsasocial.com/>): es la primera plataforma de participación en el capital social a través del *crowdfunding* en España y también es la primera de financiación colectiva que vincula los objetivos de desarrollo sostenible establecidos por la ONU con proyectos de emprendimiento social. La plataforma está especializada en inversiones con impacto social y medioambiental positivo. Para poder tener acceso a la información de las empresas los inversores deben estar registrados en la plataforma. Para que la financiación sea efectiva se debe conseguir el cien por cien del objetivo de financiación.

3. Interés de los inversiones en participar en plataforma en red para financiar proyectos emprendimiento social

Las plataformas de *crowdfunding* son una de las alternativas de financiación que utilizan los proyectos de emprendimiento social tanto para su establecimiento, como para su consolidación y expansión. Así, los proyectos más pequeños suelen solicitar donaciones, mientras que los proyectos de mayor envergadura ofertan parte de su capital propio

para dar entrada a nuevos inversores. En este último caso, el inversor pasa a ser propietario de una parte de la empresa en la que invierte su dinero con la esperanza en un horizonte de tiempo no definido de poder vender su participación a un precio significativamente superior a la aportación realizada en el momento de su entrada. No obstante, los intereses de estos inversores no son sólo económicos, sino que también buscan invertir en proyectos que tengan impacto social y medioambiental positivo. Son precisamente este tipo de proyectos de emprendimiento social en los que nos vamos a centrar tratando de analizar como los inversores privados sensibles al emprendimiento social responden a solicitudes de financiación de proyectos en función de su relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Para ello, se estudian proyectos recientemente financiados en la plataforma de financiación especializada en emprendimiento social denominada Bolsa Social. Dicha plataforma se creó en el año 2014 y es la primera plataforma de España de *crowdfunding* basada en capital dedicada a financiar proyectos de emprendimiento social.

Los proyectos de Bolsa Social se clasifican según las siguientes áreas de actuación en base a retos sociales y medioambientales:

- Salud y bienestar
- Educación de calidad
- Producción y consumo responsable
- Cambio climático y medio ambiente
- Integración y desarrollo social

Los proyectos que llegan a Bolsa Social han de superar una primera fase de selección en la que el Comité de Selección, en el que participan Analistas Financieros Internacionales (AFI), elige los proyectos que tengan un modelo de negocio probado, potencial de crecimiento y generen impacto positivo en la sociedad y en el medio ambiente. Una vez

superada la fase de selección y análisis, los proyectos pasan a la fase de *funraising*. En esta etapa los proyectos se publican en la página web y se dispone de un plazo de dos meses para que los inversores puedan invertir. Durante esta fase se organizan jornadas para poder contactar con los emprendedores y se les puede hacer preguntas a través del foro de inversores. La última fase es la de seguimiento en la que se podrá participar como socio en la marcha de las empresas en las que se ha invertido y las empresas envían a sus socios información sobre los resultados económicos y de impacto social con carácter anual y semianual.

Los inversores que participan en Bolsa Social pueden tener dos perfiles:

- No acreditados (según la Ley 5/2015, Ley de fomento de la financiación empresarial) que no pueden invertir una cantidad superior a 3.000 euros por empresa, ni más de 10.000 euros al año en los proyectos de Bolsa Social.
- Acreditados, que son inversores profesionales regulados, empresas de gran activo, inversores, personas físicas o jurídicas que tengan un contrato de asesoramiento financiero que recoja las operaciones de la Bolsa Social o que demuestren que tiene capacidad económica y conocimientos de inversión apropiados (para ello han de poder acreditar que obtienen ingresos anuales superiores a 50.000 euros o que disponen de un patrimonio financiero superior a 100.000 euros y responder a un cuestionario), que no tienen limitaciones a la hora de invertir en empresas de la plataforma.

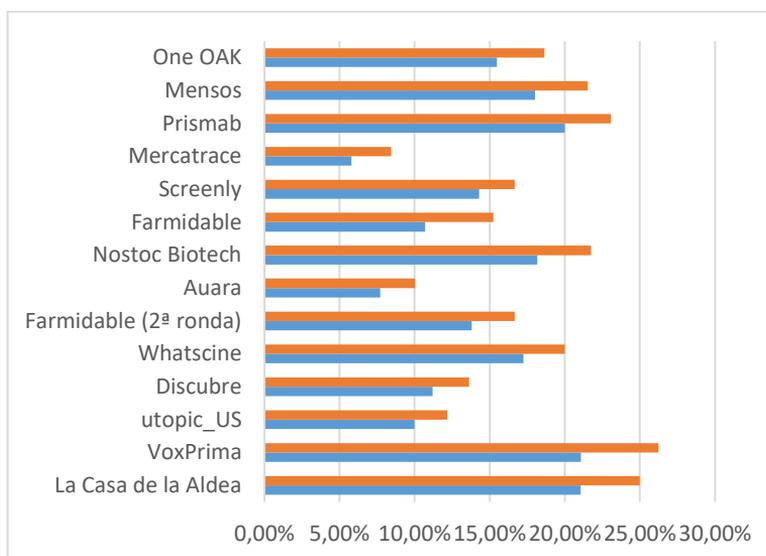
Además, los inversores pueden optar por dos modalidades de inversión:

- Línea semilla, para aquellos negocios que están en su fase inicial.
- Línea de crecimiento, para empresas que quieren crecer una vez que su modelo de negocio ha sido validado y tienen necesidades superiores a 100.000 euros.

La rentabilidad que obtienen los inversores puede ser elevada pero también estos proyectos presentan elevado riesgo por ser empresas de reciente creación con alto potencial de crecimiento. El inversor que realice la mayor aportación se le denomina “inversor de referencia”, representará al resto de socios en la Junta de socios y podrá nombrar un miembro del Consejo de Administración que vele por los intereses de los socios de Bolsa Social.

Cada una de las empresas que han realizado su campaña de búsqueda de financiación con Bolsa Social tiene un objetivo de capital mínimo y máximo, que se corresponde con un porcentaje del capital de la empresa.

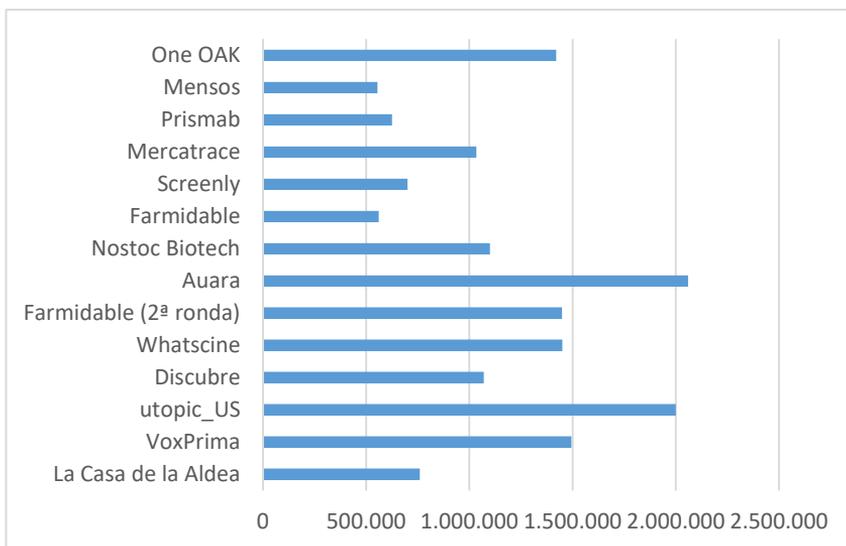
Gráfico 1 – Porcentaje de capital mínimo y máximo ofrecido



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

Tal y como puede verse en el Gráfico 1, el porcentaje de capital social ofrecido por las empresas oscila mayoritariamente entre el 10 y el 20 por ciento. Si se ofrecieran porcentajes muy elevados se reduciría el éxito de la campaña (Vismara: 2016). Teniendo en cuenta estos datos, el capital social total estimado en la mayoría de los casos se encuentra entre 500.000 y 1.500.000 euros (véase Gráfico 2).

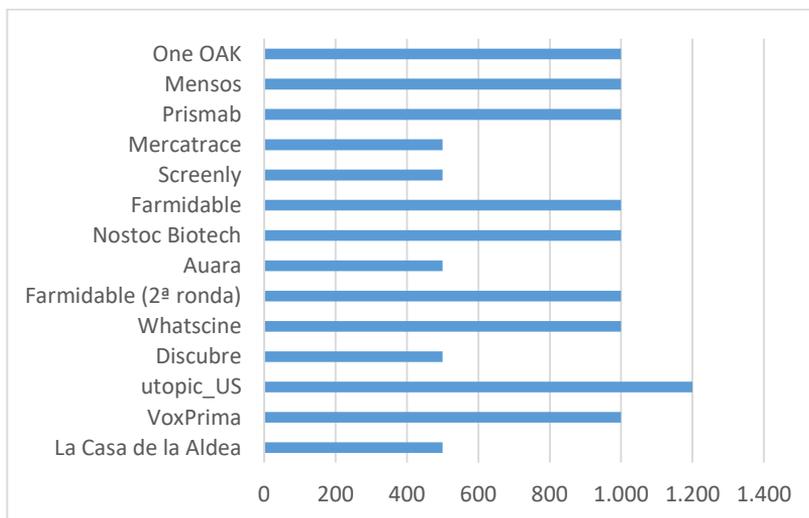
Gráfico 2 – Capital Social estimado



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

Si analizamos la inversión mínima se puede decir que se mueve entre los 500 y los 1.000 euros en la mayoría de los proyectos (véase Gráfico 3).

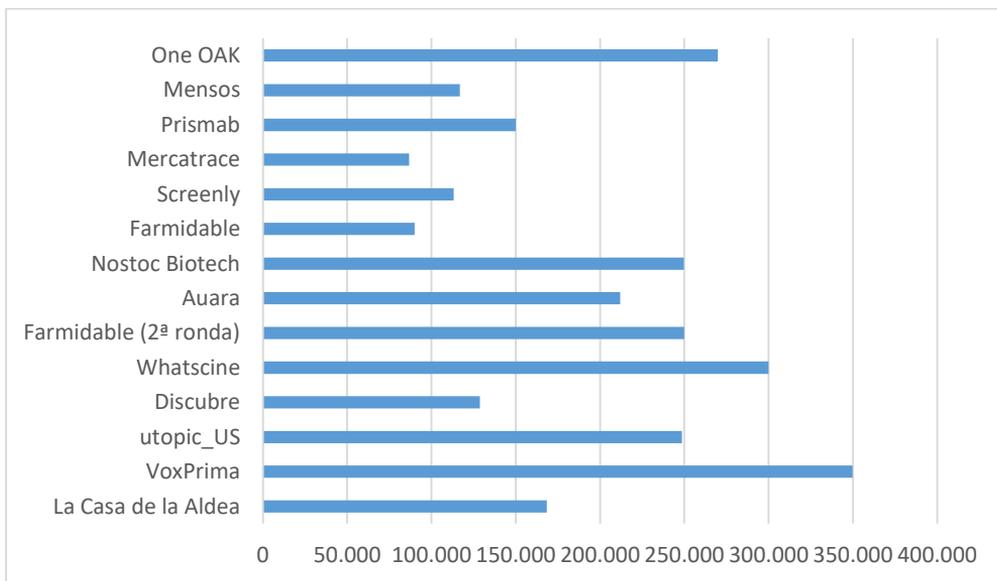
Gráfico 3 – Inversión mínima



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

La cantidad conseguida por los proyectos de emprendimiento social oscila mayoritariamente entre 100.000 y 250.000 euros, habiendo recaudado más de 2.800.000 euros (véase Gráfico 4).

Gráfico 4 – Cantidad conseguida



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

De esta forma, el porcentaje conseguido se encuentra en la mayoría de los casos entre el 100 y el 120 por ciento, por lo que todas las campañas finalizaron con éxito (véase Gráfico 5).

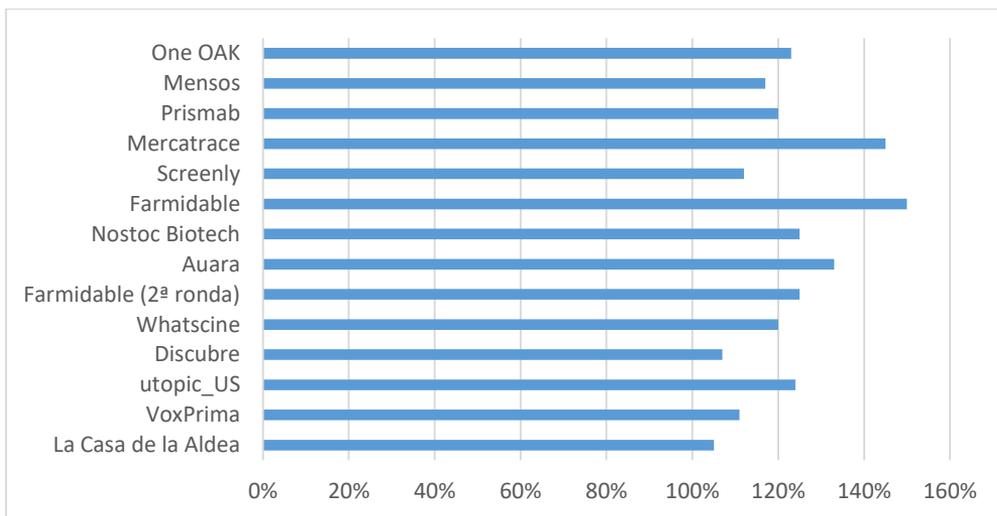
En el caso de que la campaña tenga éxito, Bolsa Social cobra una comisión a las empresas de hasta el 6 por ciento del capital obtenido (con un mínimo de 6.000 euros) más 500 euros al año durante cinco años. En el caso de que la campaña no tenga éxito, Bolsa Social sólo le cobra a la empresa una comisión de publicación de 1.000 euros.

Mientras está abierto el plazo para poder realizar aportaciones por parte de los inversores, el dinero recaudado se deposita en una cuenta de Triodos Bank. Si se reúne la cantidad solicitada por el emprendedor se le hace la transferencia del dinero y se

lleva a cabo la ampliación de capital, sino, las aportaciones se devuelven a los inversores.

En este caso todas las campañas analizadas recibieron los fondos solicitados.

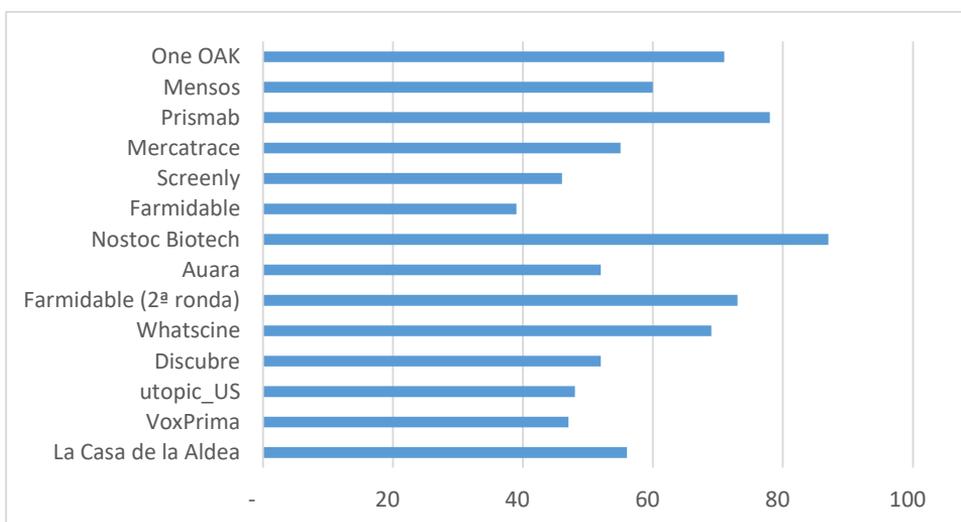
Gráfico 5 – Porcentaje conseguido



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

El número de inversores oscila mayoritariamente entre 40 y 60 (véase Gráfico 6).

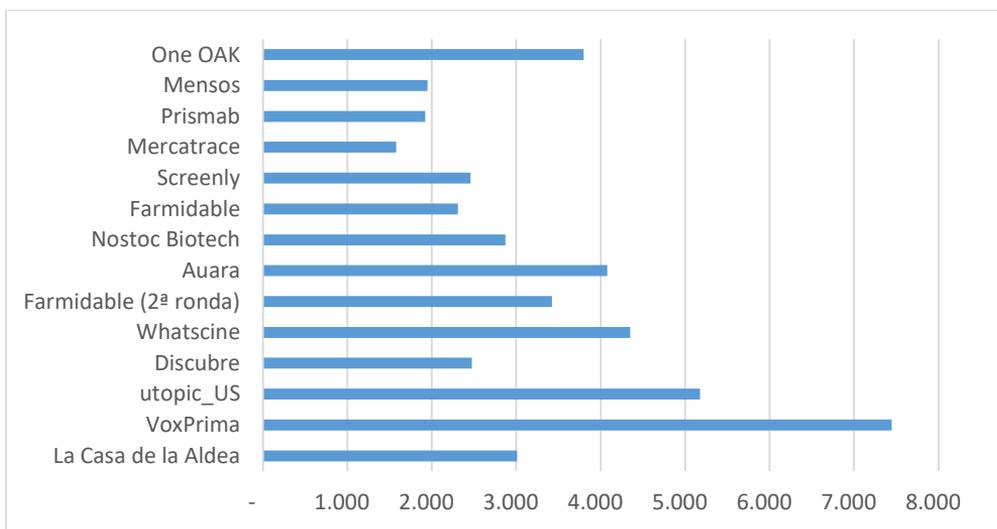
Gráfico 6 – Número de inversores



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

La inversión media suele estar entre los 2.000 y los 4.000 euros (véase Gráfico 7).

Gráfico 7 – Inversión media



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

Hay que tener en cuenta que cuando los proyectos se publican en la página web ya tienen parte de la financiación que solicitan conseguida. Por ejemplo, en el caso de la empresa One Oak, cuando se abrió la campaña el día 12 de marzo, ya contaba con 85.984 euros, lo que suponía el 39 por ciento de la financiación solicitada. Dicha cantidad había sido aportada por siete inversores, siendo, por tanto, la inversión media de los mismos de 12.283 euros. El hecho de que no partan de cero en el lanzamiento anima a otros inversores a confiar en el proyecto y a invertir en él.

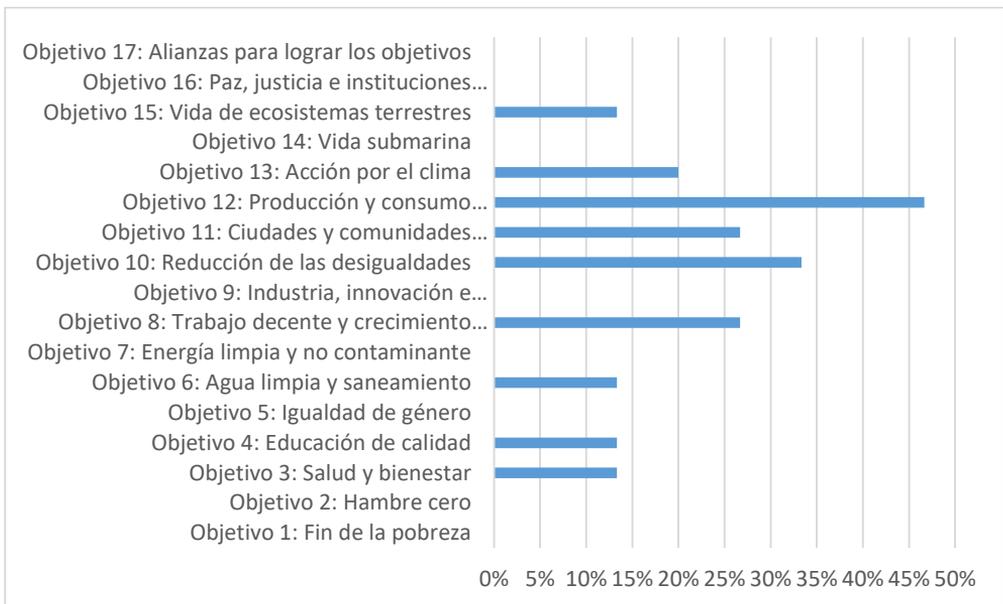
El 44 por ciento de los proyectos ofrecen una rentabilidad mayor al capital invertido y el 9 por ciento proporcionan una rentabilidad 10 veces superior a la inversión realizada. La rentabilidad media de la inversión es de 2,2 veces el capital invertido a más de 3,6 años (Rey-Martí, *et al*: 2019).

Por otra parte, de los proyectos analizados, el 57 por ciento eran considerados inversiones con incentivos fiscales. Cuando se invierte como persona física en empresas que tengan menos de 3 años de vida, se puede deducir hasta un 20 por ciento de la

inversión en el IRPF. La inversión máxima que se puede deducir es de 50.000 euros (deducción de 10.000 € en la cuota íntegra estatal del IRPF). En algunas comunidades esta deducción puede llegar hasta 16.000€ (Cataluña) o 14.000 € (Madrid, Andalucía, Aragón, Galicia y Murcia). Se deben mantener las participaciones en la empresa durante un mínimo de 3 años y un máximo de 12 años.

Si se analizan los Objetivos de Desarrollo Sostenible que están presentes en los proyectos de emprendimiento social de esta plataforma, son los relacionados con la producción y consumo responsable, la reducción de desigualdades, el trabajo decente y el crecimiento económico los que aparecen con mayor frecuencia.

Gráfico 8 – Proyectos de emprendimientos social y su relación con los ODS



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de Bolsa Social.

4. Conclusiones

Toda iniciativa, nuevo proyecto, en el que los promotores crean valor social, en cualquiera de sus posibles formas de concreción, se ha de considerar emprendimiento social. Ante las dificultades de obtener financiación, los proyectos de emprendimiento

social están recurriendo a las fórmulas de *crowdfunding* para obtener los fondos que necesitan tanto para la puesta en marcha de nuevos proyectos como para su consolidación y crecimiento. No obstante, dependiendo del tamaño del proyecto de emprendimiento social y la cantidad de financiación que se necesite los promotores deciden optar bien por ejemplo por el *crowdfunding* basado en donaciones para cantidades pequeñas, o bien por el *crowdfunding* basado en el capital, para el caso de requerir mayor volumen de fondos. Para dar cobertura a estas demandas en los últimos años se han ido desarrollando distintos tipos de plataformas de *crowdfunding*. En España, la Bolsa Social es una plataforma de *crowdfunding* que ofrece a los inversores participar en el capital social de las empresas en las que invierten, teniendo en cuenta que los inversores buscan invertir en proyectos que tengan un impacto social en la sociedad y en el medio ambiente, lo que está directamente relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. Los proyectos de emprendimiento social encajan en esta filosofía dado que una de sus características fundamentales es que crean valor social, cuya materialización se concreta en actuaciones vinculadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. De hecho, la mayor parte de los proyectos de emprendimiento social centran sus actuaciones en uno o varios de dichos objetivos, siendo los más frecuentes los objetivos de “trabajo decente y crecimiento económico”, “producción y consumo responsables” y “reducción de las desigualdades”.

Para que los inversores realicen sus aportaciones a través de este tipo de plataformas es necesario un trabajo riguroso por parte de la plataforma y transparencia en la información facilitada al inversor, con el fin de poderle ofrecer garantías que mitiguen su percepción del riesgo y ganarse su confianza. En el caso de Bolsa Social, todas las campañas de financiación de proyectos lanzadas han finalizado con éxito. No obstante, todavía el número de proyectos constituye una muestra de reducida dimensión.

5. Bibliografía

- Jensen, L. S. y Özkil, A. G. (2018) *Identifying challenges in crowdfunded product development: a review of Kickstarter projects*. Cambridge University Press, N° 4, Vol. 29.
- Lejarriaga Pérez de las Vacas, G. y Bel Durán, P. (2018) Emprendimiento, emprendimiento social, emprendimiento en economía social y emprendimiento a través de organizaciones de participación. Presentado en las V Jornadas de investigación y docencia en materia de empresas de participación. Emprendimiento social y nuevas formas de hacer economía: su relación con las organizaciones de participación y la economía social celebradas el 16 de febrero de 2018, en Madrid.
- Harris, J. (1985) *A Statue for America: The First 100 Years of the Statue of Liberty*. Four Winds Press.
- Ley 5/2015, Ley de fomento de la financiación empresarial, BOE nº 101 de 28 de abril.
- Massolution y Crowdsourcing LLC. (2012) *Crowdfunding industry report: market trends, composition and crowdfunding platforms*. Disponible en internet: <https://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf>. Fecha de consulta: 26 de febrero de 2019.
- Mollick, E. R. y Kuppuswamy, V. (2014) *After the campaign: outcomes of crowdfunding*. UNC Kenan-Flagler Res. Pap.
- Ordanini, A.; Miceli, L.; Pizzetti, M. y Parasuraman, A. (2011) Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. *Journal of Service Management*, N° 22, pp. 443-470.
- Rey-Martí, S; Mohedano-Suanes, A y Simón-Moya, V (2019). Crowdfunding and Social Entrepreneurship: Spotlight on Intermediaries. *Sustainability*, n° 11, 1175.
- Sánchez Espada, J.; Martín López, S.; Bel Durán, P. y Lejarriaga Pérez de las Vacas, G. (2018) Educación y formación en emprendimiento social: características y creación de valor social sostenible en proyectos de emprendimiento social. *REVECO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, N° 129, pp. 16-38. DOI: 10.5209/REVE.62492.
- Schwiebacher, A. y Larralde, B. (2010) *Crowdfunding of Small Entrepreneurial Ventures. Handb. Entrep.* Finance Oxford University Press, Forthcoming.
- Vismara, S (2016). Equity retention and social network theory in equity crowdfunding. *Small Business Economic*, n° 46, pp. 579-590. DOI 10.1007/s11187-016-9710-4