

FINANCIACIÓN ALTERNATIVA

# ¿El *crowdfunding* es una opción válida para tu negocio?

Por Christian Eufinger

“Un banco global tiene que ser una red de abajo arriba, ágil y de trato cercano, que facilite dinero a los emprendedores cuando más lo necesitan.” Así lo expresa Julie Hanna, presidenta ejecutiva de Kiva, la mayor plataforma de *crowdlending* del mundo tras haber gestionado préstamos entre particulares por valor de 1.200 millones de dólares desde su fundación en 2005. La web de Kiva está llena de historias de éxito de personas que consiguieron los fondos que necesitaban para poner en marcha sus negocios gracias al *crowdfunding* o financiación colectiva. Es el caso de la zimbabuense Lindiwe, que vende su zumo casero Lee Juice en su propia tienda. O Víctor, un inmigrante mexicano en Estados Unidos que logró abrir una cafetería pese a que la banca tradicional le negó un préstamo por carecer de puntuación crediticia e ingresos estables.



## ¿El crowdfunding es una opción válida para tu negocio?

« La experiencia en la recaudación de fondos muestra que los donantes tienden a dar más dinero y durante más tiempo a proyectos específicos cuanto más los conocen. »

La financiación colectiva es uno de los segmentos de mayor crecimiento del sector. Emprendedores de todo el mundo están descubriendo que las plataformas de crowdfunding no solo ofrecen una alternativa de financiación rápida sin comisiones iniciales ni intermediarios, sino que también dan una gran publicidad, lo que les permite acceder más fácilmente a los inversores, presentarles una idea y comprobar su reacción.

Este fenómeno podría ser un problema para los bancos, sobre todo a largo plazo. Incluso algunas entidades tradicionales se están preguntando si deberían hacer lo mismo antes de perder más clientes hacia lo que perciben como redes de prestamistas más ágiles, personalizadas y eficientes que, además, han sabido aprovechar con rapidez las ventajas de la tecnología y la penetración de los *smartphones*.

Este artículo, basado en la investigación del IESE acerca de esta área emergente, subraya las fortalezas y debilidades de las distintas opciones disponibles en el mercado. Aunque estas alternativas de financiación no son en absoluto perfectas, tienen varios puntos fuertes que la banca tradicional debería tener presentes en su empeño por recuperar la confianza del consumidor y competir con una nueva generación de actores tecnológicos.

### De un comienzo modesto a un vasto mercado

El *crowdfunding* es un modo alternativo de recaudar dinero para financiar un proyecto o negocio basado en aportaciones a través de una plataforma de Internet. Por lo general, las cantidades son relativamente pequeñas y provienen de un amplio número de personas. En apenas quince años, esta alternativa ha pasado de estar en los márgenes del universo financiero a reconfigurar radicalmente el acceso a la financiación. Se ha convertido, pues, en una disrupción en un sector con cientos de años de antigüedad.

Bajo el paraguas del crowdfunding encontramos una gran variedad de modelos de negocio, pero todos tienen estos protagonistas en común: alguien que pone en marcha un proyecto (emprendedor) y necesita dinero; personas que contribuyen (donantes o inversores) y están interesados en el proyecto, causa o empresa, y una organización moderadora que proporciona información sobre las distintas iniciativas y oportunidades de financiación disponibles, además de poner en contacto a las partes.

Existen varias categorías de *crowdfunding* en función del modelo de negocio, los mecanismos operativos y los grupos a los que se dirige. En este artículo me centro en los cuatro tipos definidos por la European Crowdfunding Network de la Comisión Europea.

#### 1 Crowdfunding de donaciones

Lo utilizan sobre todo los proyectos benéficos. No procura rentabilidad económica a los donantes, sino que el valor para ellos reside en saber que apoyan financieramente una buena causa, como pagar los gastos médicos de personas necesitadas.

La experiencia en la recaudación de fondos muestra que los donantes tienden a dar más dinero y durante más tiempo a proyectos específicos cuanto más los conocen. Así, las plataformas de *crowdfunding* suelen contar muchas historias personales, ilustradas con fotos o vídeos, para que los donantes sientan y mantengan vínculos emocionales más estrechos con las causas que exponen. También hacen un buen uso de las redes sociales, puesto que una parte significativa de la financiación suele proceder de la familia, amigos y contactos personales del recaudador. De hecho, la prevalencia de las redes sociales en la vida cotidiana es uno de los factores que han favorecido el despegue de este tipo de *crowdfunding*, ya que la gente prefiere dar dinero directamente a quienes conocen y merecen su confianza, por lo que el elemento prosocial está presente.

Como ejemplos tenemos las plataformas GiveForward, FirstGiving y la más grande, GoFundMe, que ayuda a los usuarios a montar su propia campaña de recaudación de fondos, compartirla en las redes sociales y gestionar las donaciones que reciben. En la mayoría de los países, el uso de la plataforma es gratuito y, si no se reciben donaciones, no se cobra nada. La empresa gana dinero con una comisión de unos 25 céntimos de dólar por donación, de la que también se deduce un porcentaje en concepto de gastos de gestión.

Dada su naturaleza benéfica, las plataformas de donaciones son menos relevantes para las empresas, aunque algunas, como Indiegogo, ofrecen una combinación de *crowdfunding* comercial y social.

## ¿El crowdfunding es una opción válida para tu negocio?

### 2 CROWDFUNDING DE RECOMPENSA

Es el más relevante para las pequeñas empresas que emprenden proyectos creativos. La diferencia es que, como indica su nombre, los financiadores reciben una compensación por su inversión en forma de productos o servicios, no beneficios económicos. Se sitúa a medio camino entre el patrocinio y el comercio.

Además de Indiegogo, otras plataformas populares son RocketHub y Kickstarter. En este último caso, su modelo de financiación de todo o nada es diferente al resto: nadie paga o recibe ninguna cantidad hasta que el proyecto alcanza su objetivo de plena financiación dentro del plazo fijado. De lograrse, Kickstarter se lleva el 5%, más unos gastos de gestión de entre el 3% y el 5%.

¿Cuál es el gancho? Los financiadores participan en un proyecto interesante y, si tiene éxito, recibirán a cambio un pequeño regalo. Por ejemplo, en el caso de un álbum, una *app*, un videojuego o un aparato, como unos auriculares, serán los primeros en tenerlo... aunque no está garantizado que vaya a ser bueno. Aun así, la mayoría de las personas que aportan dinero en este tipo de *crowdfunding* lo hacen por amor al arte, no por la rentabilidad. Para Kickstarter, se trata de comprometerte con una idea creativa que quieres ver en el mundo.

A los emprendedores les sirve para probar algo dentro de un plazo y un presupuesto establecidos, así como crear demanda y posibles pedidos para un nuevo producto o servicio antes de su lanzamiento. Es una buena herramienta de marketing y prueba de concepto que les libra, además, de ceder a los inversores una participación en el accionariado.

Algunas plataformas de este tipo permiten al recaudador quedarse con los fondos, aunque no haya alcanzado sus objetivos, así como volver a pedir más dinero pasada la fecha límite. Sin embargo, para un negocio no tiene mucho sentido malgastar capital en un proyecto que renquea ya desde el principio.

### 3 CROWDLENDING (PRÉSTAMOS)

Es el potencialmente más disruptivo, ya que permite a los emprendedores sortear a los intermediarios financieros tradicionales y disfrutar de un acceso a la financiación más fácil, rápido y barato. En lugar de solicitar un préstamo a un único banco, reciben el dinero de primera mano de decenas o cientos de particulares de cualquier parte del mundo. La diferencia aquí es que se trata de préstamos, no donaciones, por lo que sí que hay una expectativa de rentabilidad. Los modelos principales son dos:

**ENTRE PARTICULARES (P2P).** Estas plataformas emparejan a prestatarios y prestamistas, que no suelen conocerse de antemano, con el objetivo de montar un negocio. Pueden ser activas o pasivas. En el primer caso, los prestamistas reciben información detallada de los prestatarios para que puedan elegir el destinatario de su inversión. En el segundo, los prestamistas indican el grado de riesgo que están dispuestos a asumir y la plataforma los empareja con aquellos prestatarios acordes con este criterio. El modelo P2P ofrece una serie de ventajas a los prestatarios. Las más de las veces el tipo de interés es menor que el de los bancos, al igual que la garantía necesaria para obtener el préstamo. En cuanto a los prestamistas, la rentabilidad es más bien alta, además de que la recompensa puede ir más allá de ser meramente económica. Este es el

caso de las plataformas sociales como Kiva (ver **Préstamos que cambian vidas**).

Otro aspecto positivo es que solo se pone en riesgo el dinero de los prestamistas, por lo que el riesgo sistémico de las plataformas P2P es menor que el de los bancos tradicionales. A diferencia de estos, no invierten su propio capital en los préstamos que tramitan, sino que su principal fuente de ingresos son las comisiones de transacción. Por tanto, a pesar de que sí son responsables de la evaluación crediticia de los prestatarios, no están expuestas al riesgo crediticio.

Claro que esta ventaja tiene un gran inconveniente: el riesgo moral. Al no comprometerse con ninguno de los proyectos o negocios que acogen, las plataformas P2P se ven incentivadas a maximizar los préstamos tanto en volumen como en importe para así maximizar sus ingresos por comisiones. Por consiguiente, la diligencia debida puede resentirse y, con ello, aumentar la tasa de morosidad. De todas formas, no existe consenso sobre hasta qué punto este riesgo moral afecta a la tasa de morosidad. Tampoco parece que esto disuada a los inversores. El mercado de los préstamos P2P, sobre todo en Estados Unidos, sigue creciendo a buen ritmo.

Una posible solución al problema que plantea este riesgo moral sería adoptar un modelo híbrido que combine los préstamos P2P con un seguro. Ripio Credit Network, por ejemplo, asume una parte del riesgo crediticio de los prestamistas a cambio de una comisión. Esta plataforma calcula la pérdida media de préstamos similares y, en caso de impago, lo compensa con las comisiones pagadas por todos los prestamistas.

## ■ Préstamos que cambian vidas

Las plataformas de *crowdlending* social como Kiva creen que llenan un vacío en el mercado y que, de paso, cambian el mundo.

Se estima que en el mundo hay 2.000 millones de personas desbancarizadas, es decir, que no tienen una cuenta bancaria y a las que su falta de ingresos mínimos y regulares les impide acceder a préstamos, tarjetas de crédito u otros servicios bancarios convencionales. A pesar de ello, muchas de estas personas son jóvenes y emprendedoras y se conectan cada vez más a Internet con sus móviles. Las condiciones perfectas para las plataformas de *crowdfunding*.

Uno de los mercados de mayor crecimiento es África. Aunque el *crowdfunding* sigue siendo minoritario en comparación con el resto del mundo, el ritmo de su implantación ha aumentado de manera considerable en los últimos tres años. Según el Banco Mundial, más de la mitad del mercado del *crowdfunding* en África lo ocupan las plataformas de *crowdlending* como Kiva, que financia negocios emprendedores capaces de tener un impacto socioeconómico real, crear empleo y reducir la pobreza. Su lema es: “préstamos que cambian vidas”.

Se trata de microprestamos incrementales de 25 dólares, en su mayor parte para apoyar iniciativas pequeñas, comunitarias y dirigidas por mujeres. Kiva no

cobra nada y los prestamistas no reciben ningún interés. La plataforma cubre sus costes operativos con las donaciones voluntarias de fundaciones y otros patrocinadores, de modo que los prestatarios reciben el 100% de los fondos. La tasa de morosidad es de apenas el 3%, un dato sorprendente teniendo en cuenta que se trata de personas que las instituciones financieras tradicionales han rechazado por considerarlos un riesgo demasiado alto.

Aun así, no todo es un camino de rosas. Las microempresas fundadas por estas plataformas pueden tener una tasa de fracaso alta, lo que deja en peor situación al emprendedor, ya vulnerable de por sí. La penetración de Internet y el uso de las redes sociales –dos de los elementos claves del éxito del *crowdfunding*– continúan siendo bajos en algunos sitios. Por otro lado, el ritmo de despliegue de estos negocios suelen dictarlo las operadoras de telefonía móvil y su relación con los bancos centrales. Las pequeñas empresas deben



Gracias al *crowdlending*, estas malienses consiguieron el capital que necesitaban para comprar los productos que revenden en su mercado local.

lidiar con una burocracia excesiva, la debilidad de las instituciones y determinadas vulnerabilidades sistémicas, como el uso descontrolado del *big data* y el aumento de las amenazas de ciberseguridad.

En definitiva, el *crowdfunding* no resuelve todos los problemas del mundo, pero es un comienzo para quienes tienen pocas alternativas... o ninguna.

FUENTE: Los profesores del IESE Inés Alegre y Miguel Ángel Canela han dedicado estudios y documentos de trabajo a Kiva y el *crowdfunding* en África, mientras que Antonino Vaccaro, del Center for Business in Society, también ha escrito una serie de casos y notas técnicas sobre Kiva. Más información en IESE Publishing: [www.iese.com](http://www.iese.com).

Al compartir el riesgo con los prestamistas, la plataforma tiene más incentivos para evaluar debidamente

el riesgo crediticio y para reclamar a los deudores que incurren en mora. De este modo, la red aminora

el potencial de pérdidas y mejora las condiciones para todas las partes.

## ¿El crowdfunding es una opción válida para tu negocio?

**DE PARTICULARES A EMPRESAS (P2B).** Mientras que el modelo P2P abarca los préstamos entre particulares (ya sean al consumo o para pequeñas transacciones inmobiliarias privadas), el P2B permite los préstamos de particulares a empresas establecidas. A veces los préstamos P2B incluyen fondos públicos como coinversión. Por ejemplo, en 2014 el Gobierno británico invirtió 20 millones de libras en pequeñas empresas a través de estas plataformas. Pese a tener el mismo problema de riesgo moral, los préstamos P2B resultan atractivos para quienes quieren invertir en empresas, pero a un tipo de interés mayor que el ofrecido por la banca tradicional.

### 4 CROWDEQUITY (ACCIONES)

Permite a los inversores adquirir acciones de una empresa y, por tanto, ofrece mayores ventajas potenciales que el *crowdlending*. A los financiadores les puede interesar desde invertir en empresas que reflejen sus propios valores hasta aportar tanto conocimiento como fondos a aquellas que más les atraigan. En este sentido, no se diferencia de lo que hacen los *business angels* o inversores de capital riesgo.

En esta categoría destacan AngelList, EarlyShares y Crowdcube. Se suele pensar que el *crowdequity* solo es válido para pequeñas empresas y startups. Si bien es cierto que permite

financiarse a aquellas pequeñas empresas que no cumplen los requisitos para acudir a los medios tradicionales, también constituye una oportunidad para que empresas más establecidas y maduras amplíen sus fuentes de financiación. En el número 35 de *IESE Insight* se analizaban los pros y los contras del *crowdequity* para las *startups* (ver **El crowdequity, otra línea de financiación**).

### Modelos emergentes

Una innovación interesante en el campo del *crowdfunding* es la Oferta Inicial de Monedas (ICO, en sus siglas en inglés), ya que ofrece un acceso flexible e inmediato a mercados secundarios más profundos y lí-

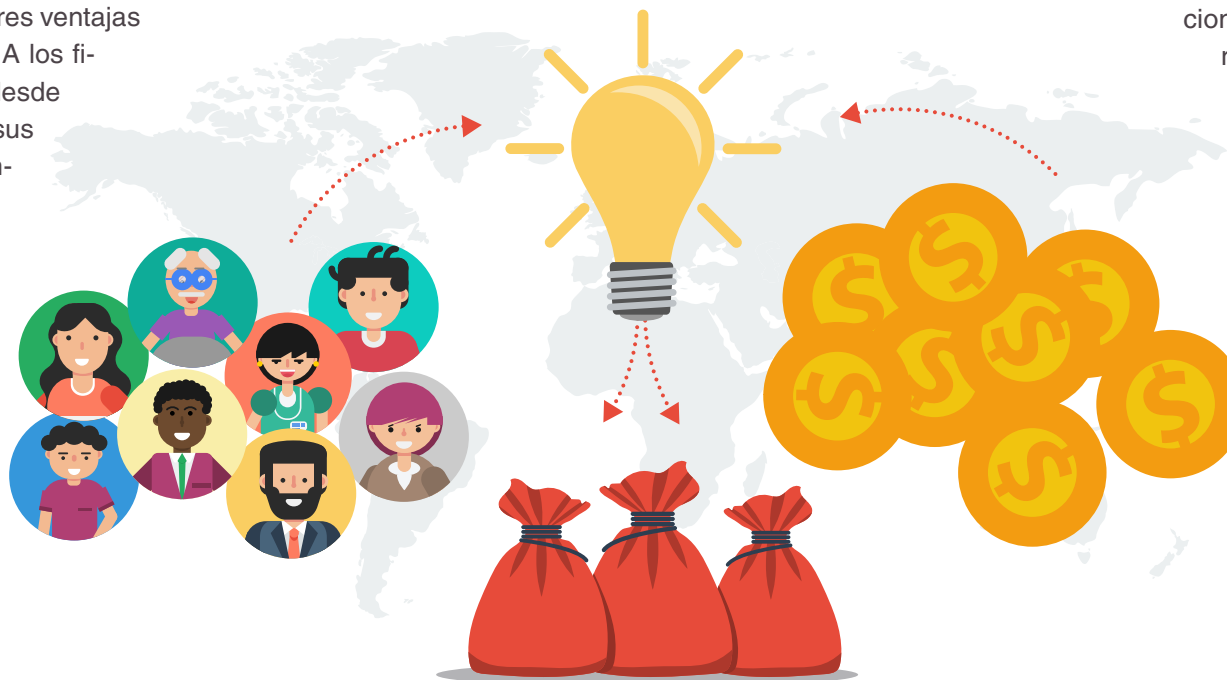
« Se suele pensar que el *crowdequity* solo es válido para pequeñas empresas y *startups*, pero también constituye una oportunidad para que empresas más establecidas y maduras amplíen sus fuentes de financiación. »

quidos. Al igual que en las tradicionales ofertas públicas de venta (OPV), los inversores compran acciones de una empresa, pero nominadas en una moneda virtual o *token* como bitc oin o ethereum.

Estos *tokens* permiten a los inversores adquirir un producto o acceder a un servicio ofrecido por una determinada empresa en desarrollo (*utility tokens*, como en el caso de Filecoin); representan sus acciones y dan dividendos y a veces derecho de voto (*equity tokens*, como hizo *Digix*), o son préstamos a corto plazo y con interés (*debt tokens*, como *Steem*).

En 2017, el mercado de las ICO atrajo unos 5.600 millones de dólares. Pero no todas cumplen sus objetivos de financiación. De las 913 identificadas, solo el 48% tuvieron éxito, según la revista *Business Insider*.

Aun así, su potencial es inmenso. Gracias al *blockchain*, tecnología que monitoriza y registra de extremo a extremo todas las transacciones sin necesidad de ser validadas por un



## ¿El crowdfunding es una opción válida para tu negocio?

### ■ El *crowdequity*, otra línea de financiación

¿Podría ser una solución para las *startups* faltas de liquidez?

**B**usiness angels, aceleradoras, incubadoras, firmas de capital riesgo... Son varias las opciones que tienen las *startups* para financiarse. Añadamos una más: las plataformas de *crowdequity*, que agregan los fondos de muchos particulares a cambio de una pequeña participación en el negocio. ¿Podría ser esta la solución más idónea para las *startups* necesitadas de dinero?

Tal vez sí, tal vez no, según los expertos que opinaron sobre esta cuestión en el foro del caso Wave del número 35 de *IESE Insight*.

Por un lado, el *crowdequity* puede ser otra línea de financiación de las *startups*, mientras que los pequeños inversores acceden a oportunidades de negocio en general reservadas a las firmas de capital riesgo, más acaudaladas.

Sin embargo, la democratización de la financiación de las *startups* es un arma de doble filo. Para las *startups*, repartir las acciones entre muchos inversores implica ceder menos control, pero a estos puede que no les guste atar su dinero a una empresa en la que no tienen voz.

La presentación de una idea o plan de negocio a una gran audiencia exige más tiempo y esfuerzo, además de obligarte a revelar demasiado en una fase temprana de crecimiento. Podría no merecer la pena, teniendo en cuenta lo pequeñas que suelen ser las cantidades recaudadas a través del *crowdequity*, sobre todo si se precisa una gran inyección de capital para mantener el negocio a flote.

Además de dinero, los *business angels* aportan asesoramiento profesional y contactos que ayudan a la *startup* a ir un paso más allá. Y la guían durante el proceso de financiación de un modo que está, en general, fuera del alcance de la “multitud”.

Tal y como están las cosas, el *crowdequity* funciona mejor como complemento que como sustituto de las fuentes tradicionales de inversión de capital. Pero los emprendedores son pioneros, así que el carácter poco convencional del *crowdequity* podría ser justamente la garantía de su independencia y, al tiempo, la forma de poner a prueba su idea de negocio con la multitud.

FUENTE: Klueter, T. M. y De San José Riestra, A. Wave: en la cresta de la ola. IESE, caso E-187. Ver “Wave: ¿se puede crecer con ‘crowdequity’?”. IESE Insight, N° 35 (2017).

tercero, las ICO podrían llegar a reconstruir el sistema financiero de acciones y otros valores, descentralizando no solo el dinero sino también la creación y compraventa de acciones.

El riesgo de las ICO es que a los inversores les interesen más las monedas –con la esperanza de que su valor suba si la *startup* tiene éxito– que la empresa en sí. Para reducirlo, Ethereum, por ejemplo, utiliza con-

tratos inteligentes que bloquean los fondos para que los inversores mantengan su compromiso y no se limiten a comprar y vender sus *tokens*, los liquiden, retiren beneficios o salgan de la empresa enseguida. También ayuda que una firma de capital riesgo de prestigio respalde la ICO, pues añade legitimidad.

Otro ejemplo interesante es HiP Property, que emplea el *blockchain* en el sector inmobiliario para la compraventa de deuda y acciones en tiempo real. Si los propietarios de inmuebles necesitan liquidez, pueden vender una parte de su capital a través de la plataforma. HiP se lanzó en 2016 en Reino Unido, donde el mercado inmobiliario está valorado en unos 4,8 billones de libras, pero prevé expandirse por todo el mundo. Y aunque se centra en las inversiones en inmuebles comerciales, en el futuro quiere ampliar el negocio a quienes compran una vivienda por primera vez. En definitiva, el modelo basado en monedas virtuales podría sacudir otro sector establecido, el inmobiliario, que los fundadores de HiP describen como “fracturado, anticuado y orientado a favorecer en exclusiva a las instituciones financieras”.

### Un futuro incierto

Como podemos ver, el *crowdfunding* puede transformar el funcionamiento de las finanzas creando nuevas oportunidades de financiación tanto para emprendedores como ciudadanos en general. Pero, al tratarse de un sector en ciernes, su futuro es incierto. El historial de las campañas de *crowdfunding* es irregular. Y como las plataformas no están reguladas al mismo nivel que las instituciones financieras tradicionales, son susceptibles de fraude e incumplimiento del compromiso adquirido. **La figura 1** compara las fortalezas

## ¿El crowdfunding es una opción válida para tu negocio?

y debilidades de la banca tradicional y las plataformas de *crowdfunding*.

A los legisladores les cuesta seguir el ritmo con el que la tecnología cambia y facilita nuevos usos. Muchas iniciativas de *crowdfunding* siguen operando en un limbo legal, lo cual constituye una seria fuente de riesgo tanto para las plataformas como para sus usuarios.

Como el mercado de las ICO mueve grandes cantidades de dinero, algunos legisladores han optado por centrarse en la elaboración de nuevas leyes que regulen la zona gris en la que se sitúan estas transacciones. Sin embargo, no hay consenso mundial: Estados Unidos las regula como cualquier otra venta de acciones y valores, mientras que China y Corea del Sur las han prohibido. Al final, tendrá que acordarse algún tipo de marco regulatorio. Cuando eso ocurra, el coste y el esfuerzo relativos al cumplimiento normativo podrían reducir algunas de las ventajas que estas nuevas plataformas ofrecen respecto a la financiación tradicional.

En China ya pueden apreciarse señales del colapso del sector de los préstamos P2P. En una noticia, cuyo titular resaltaba que las plataformas P2P iban cayendo como fichas de dominó en medio del pánico, Bloomberg informaba de que Pekín ha introducido un complejo proceso de registro para limpiar el sector y recogía la opinión de un gestor de activos asegurando que muchas de las P2P no sobrevivirían a la llegada de la regulación. Tan solo en julio de 2018 cerraron 118 plataformas.

Otro reto también importante es el desarrollo de los medios, tanto legales como tecnológicos, que garantizan la seguridad y privacidad de los inversores. Actualmente la confianza es una de las grandes ventajas de

las plataformas de *crowdfunding* respecto a las instituciones financieras tradicionales, todavía afectadas por el daño reputacional que sufrieron a causa de la crisis financiera global. No está claro cómo las plataformas van a poder mantener dicha ventaja si no logran superar sus propios desafíos y carencias.

A corto y medio plazo, la mayor amenaza para la banca tradicional es la gran cantidad de liquidez que podría entrar —ha sucedido ya en algunos casos— en el mercado de los préstamos a través de estos nuevos actores tecnológicos.

Además, estas empresas ya han desarrollado plataformas muy potentes con servicios mucho más personalizados gracias al *big data*. Como se ha visto con Amazon y los distribuidores tradicionales, es muy difícil competir con estas plataformas, hasta el punto de que dejan obsoletos a los actores ya establecidos.

A propósito de Amazon, la experiencia y conocimiento que ha adquirido a través de la distribución en Internet supone una enorme ventaja frente a un banco tradicional que intente desarrollar una solución tecnológica desde cero. Cuando los bancos han adoptado más tecnología, lo han hecho en la mayor parte de los casos para mejorar sus servicios de banca online de cara a los clientes que ya tienen. En lo tocante a la innovación en servicios financieros, muy pocos la han emprendido ellos mismos. La mayoría la han externalizado o comprado.

Por ejemplo, Bank of America Merrill Lynch se ha asociado con Amazon, aprovechando el *big data* de millones de vendedores que esta última ha acumulado, para ofrecer a las pymes un mayor abanico de opciones de crédito. Es de esperar que más prestamistas y bancos se muevan en esa dirección. Al fin y



## ¿El crowdfunding es una opción válida para tu negocio?

al cabo, así es como funcionan las *fintech*: desglosan los paquetes de servicios que solían ofrecer los bancos y demás instituciones financieras tradicionales y, en su lugar, proveen uno o dos productos o servicios específicos. Y les va muy bien así. No tendría sentido que Bank of America Merrill Lynch intentara superar a Amazon en su punto más fuerte.

A corto y medio plazo, las instituciones financieras tradicionales tendrán que asociarse con las *fintech* no ya para seguir siendo competitivas, sino para evitar su desaparición total. En la mayoría de los casos, es mejor colaborar con una *fintech* o entrar en su accionariado que comprarla. Las adquisiciones suelen presentar dificultades de integración, además del riesgo de que la oferta de la *fintech* canibalice la propia. Lo decisivo es que los bancos sean más innovadores con su capital y liquidez. Incluso podrían crear sus propios laboratorios de innovación *fintech* y separarlos de sus operaciones principales.

Esta nueva ola de disrupción y desintermediación tecnológica abre importantes oportunidades de creación de riqueza a emprendedores, inversores y prestamistas, tanto nuevos como establecidos. Como ocurre con toda tecnología revolucionaria o con las ideas de negocio más cacareadas, hay que ser prudente, saber distinguir y no dejarse llevar por el bombo. Claro que tampoco se debería minimizar la magnitud de la disrupción. La amenaza para los bancos es real, pero, como siguen siendo rentables –se trabaja ampliamente con ellos y disponen de gran liquidez–, no parece inminente. Las entidades han empezado a reaccionar a esta nueva competencia, pero su respuesta es, en mi opinión, insuficiente.

Volviendo con Julie Hanna, cabe recordar lo que dijo sobre el *crowdlending* en una conferencia de Wired Money: “Es paciente. Es responsable. Es transparente. Se basa en la reputación y no en el crédito y la garantía. En esencia, está volviendo a humanizar la

banca. Nos permite llevar los negocios a toda la humanidad y la humanidad a los negocios”. Cualquiera que sea el paso que decidas dar en tu empresa, estos son los nuevos principios rectores.



### EL AUTOR

**Christian Eufinger** es profesor del departamento de Dirección financiera en el IESE. Imparte clases de banca, finanzas corporativas, valoración y finanzas operacionales. Es licenciado en Administración de empresas e Ingeniería por la Universidad Técnica de Darmstadt, además de máster y doctor en Finanzas por la Universidad Goethe de Fráncfort

Artículo publicado en IESE Insight y reproducido previa autorización