

# Gestión Empresarial



Gregorio López-Treviño, fundador de Seedquick, en las oficinas. EE

## Seedquick, un nuevo concepto de financiación colectiva

La plataforma de 'crowdfunding' permite a los usuarios compensar con rentabilidad económica a sus inversores

L. M. MADRID.

Desde que Mariano Rajoy presentase el pasado febrero en el Debate sobre el Estado de la Nación 2014 el anteproyecto de Ley para el Fomento de la Financiación Empresarial y anunciase que se limitarían las aportaciones a las plataformas de financiación colectiva, el *crowdfunding* ha vivido, y vive, unas semanas de movimiento ante la incertidumbre sobre cómo será la nueva situación.

Entre todo este revuelo, Lánzanos, la empresa fundadora de la plataforma pionera en España en este sector, apuesta por la recién creada Seedquick, la primera red de fi-

nanciación colectiva para emprendedores, pensada para proyectos empresariales, culturales, de investigación y tecnológicos.

Lo que hace diferente a Seedquick es que, mientras que Lánzanos basa, como el *crowdfunding* tradicional, su sistema de recompensas en productos físicos o servicios, la nueva plataforma se centra en proyectos que producen rentabilidad económica a sus inversores.

"Abrimos al público esta nueva iniciativa para ayudar a todas aquellas ideas que busquen financiación a cambio de rentabilidad", explica Gregorio López-Treviño, fundador de Lánzanos.

El *modus operandi* es fácil: el em-

### Crear un nuevo marco legal de regulación

En el marco de la nueva ley que pretende limitar el *crowdfunding*, Seedquick y otras plataformas se pronuncian a favor de crear un marco legal de regulación. Plantean asimismo una propuesta para modificar el anteproyecto en algunos puntos que coartarían el potencial de trabajo de estas plataformas.

prendedor debe registrar su proyecto en la web de Seedquick, y es la propia plataforma, junto con otras entidades especializadas, la encargada de valorarlo, de optimizarlo y de ponerlo en conocimiento de los inversores.

Para ello han creado un nuevo sistema de votación, por el que será necesario obtener un número mínimo de votos para poder pasar a la fase de financiación. Esta es la etapa más dura, puesto que incluye el diseño de una campaña de comunicación de la que dependerá el éxito o fracaso del proyecto. El único requisito indispensable para inscribirse en Seedquick es que el emprendedor tenga fijada su actividad en el territorio nacional.

Los interesados en financiar una idea a través de esta plataforma podrán invertir en ella a cambio de un porcentaje de beneficios o facturación. "Ninguna plataforma de *crowdfunding* había planteado hasta ahora un retorno de la inversión financieramente interesante y jurídicamente viable", asegura López-Treviño, quien confirma el paso definitivo a este nuevo modelo.

Las condiciones de este intercambio económico se recogen en un contrato privado que firma de forma individual el emprendedor con cada uno de sus inversores una vez completado el total de la financiación, y que ahorra a ambos lados trabas burocráticas.

La falta de ayudas para la financiación es, según López Treviño, el motivo por el cual muchas iniciativas interesantes no se llegan a materializar. "En la actualidad, emprendedores, desempleados o pequeños empresarios tienen proyectos interesantes, pero no encuentran ayudas por parte de la Administración", afirma y añade a estas dificultades la complejidad de conseguir un trabajo por cuenta ajena. La idea de lanzar Seedquick nace por ello de la voluntad de fomentar el autoempleo. "Todo proyecto tiene posibilidades de cristalizar", señala el promotor de esta nueva plataforma, al tiempo que hace hincapié en la necesidad de unión entre inversores y nuevos empresarios, "con el fin de que juntos lo hagan posible, generando así nuevas oportunidades para todos".



## EL AMOR A LA CASA PROPIA

En un mundo cambiante en el que las parejas, el orden familiar, los empleos, las prioridades vitales y los referentes ideológicos son cambiantes, el español medio mantiene su objetivo vital de tener una casa en propiedad.

Hay quienes argumentan que, precisamente porque nada es seguro, tener un techo garantizado para la vejez se vuelve aún más importante. Y, a pesar de que el cálculo financiero demuestra que la inversión en una hipoteca no siempre compensa, la idea de comprar una casa no nos abandona.

Es lo que tienen los bienes tangibles. Que, en el caso de la vivienda, la pisa, la tocas, la decoras mejor que el piso alquilado, y la vives. Y aunque, en realidad, durante décadas tu casa le pertenece al banco, tú la sientes como propia. Además, el español medio tiende a asociar el alcanzar el éxito personal y profesional con la posibilidad de comprarse una casa.

Por todo esto, la dinámica de hipotecarse hasta las cejas sin seguridad sobre cómo iba a poder responder durante 40 años, ha sido de lo más común y natural. Y aprovechando el filón, especuladores y promotoras inmobiliarias hicieron el agosto, mes tras mes, durante una década.

La insolvencia, los desahucios, los 15M, el ahogamiento financiero del español medio tras la reducción de su salario, y la inmovilidad laboral de los parados son algunas de las consecuencias directas de nuestro amor a la casa propia.

Visto lo visto, la tasa de euríbor -base del cálculo para la gran mayoría de las hipotecas- es probablemente hoy el dato más importante para garantizar la estabilidad financiera y social en España.

Y también son noticias de gran trascendencia la introducción de capital internacional en nuestro devaluado mercado inmobiliario, como ejemplifican la reciente adquisición del 6 por ciento de FCC por parte de Microsoft. Y la creación reciente de vehículos financieros de inversiones inmobiliarias (Socimis).

Hay quien piensa que estos movimientos indican que hemos tocado fondo. Yo prefiero pensar que, tras la *burbuja*, empezamos a disponer, poco a poco, de dinero concreto y fluido. Dinero para proteger, indirectamente, a nuestras amadas, aunque truculentas, casas propias.

## CaixaBank, Santander y Telefónica lanzan Yaap

Simboliza su alianza para el desarrollo de negocios digitales

elEconomista MADRID.

CaixaBank, el Banco Santander y Telefónica presentaron el jueves Yaap, la nueva marca que representa su alianza para el desarrollo de negocios digitales.

Su misión es la creación de nuevos negocios apoyados en la tecnología, y que buscan aumentar el bienestar de las personas mediante servicios globales, abiertos y digitales.

A lo largo de los próximos meses, Yaap tiene previsto el lanzamiento de dos nuevos servicios: *Yaap shopping* y *Yaap money*. El primero es un escaparate virtual en el que interactuarán miles de tiendas con cientos de miles de usuarios, ofreciéndoles ventajas en sus pro-

ductos o servicios. Quiere ofrecer soluciones digitales a los comercios de proximidad, un sector con poca presencia *online*, y convertirse en su aliado en la digitalización y modernización de su actividad comercial.

### Incrementar las ventas

De esta forma, las pymes podrán ofrecer a sus clientes descuentos, ofertas y programas de fidelización, para así incrementar sus ventas.

Además, será un servicio universal, abierto a todos los usuarios, independientemente del banco y operador móvil que tenga contratado el consumidor. Comenzará su actividad en los próximos meses.

Por su parte, *Yaap money* permitirá a los usuarios enviarse dinero de móvil a móvil. De la misma manera que *Yaap Shopping*, se trata de un producto abierto a todos los usuarios, independientemente de los operadores con los que trabajen.