

Indicadores de Sucesso para o *Crowdfunding* – Uma Revisão Sistemática da Literatura

Thaísa Barcellos Pinheiro do Nascimento

André Grützmann

Alyce Cardoso Campos

Helena Resgala Neves

Resumo

Em tradução direta para o português, o termo *crowdfunding* significa “financiamento pela multidão”. Este método, além de ser uma forma de conseguir capital de giro para empresas iniciantes, oferece outras possibilidades como de fazer pesquisas de mercado, criar comunidades, desenvolver reputação, testar ideias, fazer pré-vendas ou, até mesmo, atrair outras formas de investimento. Existem diversas formas de *crowdfunding*, mas este estudo se concentrou no *crowdfunding* baseado em recompensas que normalmente utiliza plataformas como forma de mediação. O objetivo desse trabalho foi de realizar uma revisão de literatura sistemática a respeito dos fatores relacionados ao sucesso de campanhas de plataformas de *crowdfunding* com base em recompensas. Para isso, foi utilizado o método de análise bibliométrico e a recomendação PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), consiste em um *checklist* com 27 itens e um fluxograma de quatro etapas (GALVÃO; PANSANI; HARRAD, 2015). Sendo assim, a análise dos artigos foi realizada através das seguintes etapas: avaliação dos títulos, leitura dos resumos e leitura da versão completa. Após a segunda etapa, excluíram-se os estudos que apresentavam duplicidade. Devido aos critérios definidos e o objetivo deste trabalho, a busca levou a 24 documentos publicados entre 2014 a 2018 e, de acordo com a distribuição anual das publicações destes artigos houve crescimento de interesse pelo tema, possivelmente decorrente do crescente sucesso das plataformas. De acordo com a plataforma brasileira de financiamento coletivo com base em recompensas, Kickante (2018), a indústria de *crowdfunding* arrecadou U\$16.2 milhões no mundo em 2014, que em percentual apresenta um crescimento de mais de 100% do ano anterior. No ano de 2014 tem-se o maior nível de citações, e este fato foi devido a um único artigo que recebeu 527 citações. A partir da análise sobre os autores e co-autores, foram identificados 70 pesquisadores que são responsáveis pelos 24 artigos analisados. Além disso, a partir da leitura aprofundada dos textos selecionados, foi possível dividir os fatores de sucesso em quatro categorias principais: criador, patrocinador, projeto e relacionamento Criador - Patrocinador. A categoria que mais se destacou entre as discutidas nessa revisão, foi a respeito do projeto, que obteve um total de quatorze artigos divididos por quatro subcategorias. Por fim, o *crowdfunding* representa uma maneira alternativa para o arrecadamento de capital para uma ampla variedade de projetos. Porém, como a contribuição nos projetos é voluntária, o interesse por descobrir os fatores que influenciam para o sucesso, vem ganhando destaque na academia.

Palavras chave: *Crowdfunding*; Inovação; Redes Sociais.