

## Panorama e Mapeamento de Plataformas de *Crowdfunding* Brasileiro

Thaísa Barcellos Pinheiro do Nascimento  
Alyce Cardoso Campos  
Marcelo Oliveira Junior  
André Grützmänn  
Helena Resgala Neves

### Resumo

O *Crowdfunding*, que em tradução direta significa “investimento pela multidão” refere-se ao cenário em que muitas pessoas financiam projetos e ideias através de plataformas on-line. No cenário Brasileiro, de acordo com a visão proposta por Von Krogh et al. (2012), a pesquisa sobre crowdfunding ainda não saiu da fase inicial. Sendo assim, o objetivo deste trabalho foi de identificar e descrever características das plataformas brasileiras de investimento coletivo, e conseqüentemente do próprio Crowdfunding brasileiro. Para isso, realizou-se uma revisão bibliográfica normativa a partir da *string* para as bases *Web of Science* e *Scopus*. Posteriormente a análise dos artigos foi realizada através das seguintes etapas: avaliação dos títulos, leitura dos resumos e leitura da versão completa. A segunda etapa do presente trabalho ocorreu a partir da busca por plataformas de crowdfunding brasileiras, obtidas através do compilado elaborado por Monteiro (2014) e da ferramenta de busca no *Google*. Por fim, os resultados obtidos nas duas etapas dessa metodologia foram comparados. A partir da leitura aprofundada dos textos selecionados, foi possível dividir os textos em três categorias: panorama, classificação e descrição. Sendo que essa última pode ser subdividida em: aspectos gerais, design e prestação de serviços. Observou-se também que a categoria que mais se destacou, foi a respeito da descrição, que englobou artigos que, de alguma maneira, descrevem um conteúdo específico das plataformas ou as plataformas de maneira geral e obteve um total de onze artigos. Os modelos de crowdfunding puderam ser classificados em: doação, recompensas, ações e empréstimos e as campanhas/pagamentos em: tudo ou nada, tudo e mais e holdin. Foram encontradas 70 plataformas brasileiras, dentre as quais, 32 se encontram ativas e o modelo de maior destaque no território brasileiro é o de recompensa. Além disso, foi possível observar que em 2011 houve um pico de produção de plataformas brasileiras utilizadas para diversos fins. Sendo que a partir de 2012, esses valores tiveram tendência negativa. Em 2017, as plataformas voltaram a apresentar crescimento, e isso se dá, principalmente, pois a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) regulamentou o crowdfunding de investimento criando um novo nicho para o investimento coletivo Brasileiro (CVM, 2017). Portanto, o país ainda possui uma quantidade expressiva de campanhas com objetivos sociais, ambientais e culturais, porém, já existem plataformas de destaque que apresentam outras propostas, como produtos inovações, ações e investimentos imobiliários. Além disso, o design das plataformas normalmente se assemelha, apresentando imagens, vídeos e informações textuais, visando facilitar a compreensão e estimular o interesse por parte dos patrocinadores.

**Palavras-chave:** Classificação; Descrição; Investimento Coletivo; Panorama; Plataformas.