

## **REWARD CROWDFUNDING: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA**

**GUSTAVO BARBOSA DE CARVALHO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

**ISRAEL JOSE DOS SANTOS FELIPE**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE (UFRN)

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

## **REWARD CROWDFUNDING: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DE LITERATURA**

### **Introdução**

Reward Crowdfunding é uma forma inovadora de captar recursos na internet em troca de produtos e serviços que está se expandindo como área de estudo promissora na esfera mais ampla de pesquisa sobre finanças e empreendedorismo. Pesquisadores como Amedomar e Spers (2018) caracterizam o financiamento coletivo com base em recompensas como uma importante forma de financiamento de pessoas, empresas e projetos em estágio inicial. A discussão científica em diversos periódicos acadêmicos colabora para a legitimação destes estudos como área de interesse das pesquisas em empreendedorismo e finanças.

### **Problema de Pesquisa e Objetivo**

O Reward Crowdfunding ainda apresenta um conhecimento científico limitado e fragmentado, assim o propósito deste estudo é revisar, sintetizar e categorizar os conhecimentos existentes para oferecer uma visão geral sobre o estado atual da pesquisa em Reward Crowdfunding, sendo guiados pelas seguintes perguntas Q1: Quais os temas são abordados pela literatura das campanhas de Reward Crowdfunding? Q2: Quais são os fatores determinantes para o sucesso das campanhas indicados pela literatura? Q3: Quais são os temas emergentes e quais as pesquisas futuras são necessárias sobre o tema?

### **Fundamentação Teórica**

Reward Crowdfunding é caracterizado como uma forma de potencializar o sucesso das startups, que utiliza este método de captação de recursos. Em uma visão expansionista da função, Leone et al. (2023) caracteriza-o como uma ferramenta importante para modelar ideias complexas e inovadoras como iniciativas de economia circular. Para além da motivação quanto a escolha deste modelo de financiamento, faz-se necessário compreender como é o comportamento do patrocinador, o marketing e os componentes das campanhas que impactam em uma captação de recursos eficiente.

### **Metodologia**

Esta pesquisa de revisão sistemática de literatura foi realizada com base nas recomendações do PRISMA (PAGE et al., 2021). As buscas foram realizadas nas bases de dados Scopus e Web of Science com a aplicação dos descritores "Reward Crowdfunding", "Reward-Based Crowdfunding". O booleano "OR" foi utilizado entre as palavras para aumentar a sensibilidade da busca e diminuir a especificidade. Os estudos publicados a partir da interceptação do banco de dados até 03 de fevereiro de 2023 foram triados e, por fim, o estágio de elegibilidade foi realizado por meio da leitura dos artigos na íntegra.

### **Análise dos Resultados**

Um total de 304 estudos foram identificados por meio das buscas nas bases de dados. Destes, 61 estudos foram incluídos na revisão sistemática. O sucesso de uma campanha de Reward Crowdfunding é obtido quando a soma dos valores aportados pelos patrocinadores é igual ou maior que a meta do projeto. Dos estudos foram identificados 13 autores que buscaram identificar fatores que tivessem relação com o sucesso das campanhas. Estes fatores identificados podem ser divididos em duas categorias gerais: fatores de agência e fatores estruturais.

### **Conclusão**

Esta revisão sistemática revela que os artigos podem ser categorizados em seis temas de pesquisa (financiamento, comportamento do patrocinador, direito, marketing, recompensas e sucesso das

campanhas). Os fatores que impactam no sucesso das campanhas podem ser divididos em dois, os fatores de agência (duração, meta, vídeos, recompensas, composição da equipe, quantidade de palavras, imagem, atualização e categoria) e os fatores estruturais (comentários, geolocalização, redes sociais, apoiadores, aporte médio e data do lançamento).

### **Referências Bibliográficas**

AMEDOMAR, A.; SPERS, R. G. Reward-based crowdfunding: a study of the entrepreneurs' motivations when choosing the model as a venture capital alternative in Brazil. *International Journal of Innovation*, v. 6, n. 2, p. 147-163, 2018. LEONE, D. et al. Reward-based crowdfunding for building a valuable circular business model. *Journal of Business Research*, v. 157, n. December 2022, 2023. PAGE, M. J. et al. The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *International Journal of Surgery*, v. 88, p. 1-11, 2021.