

# Crowdfunding en América Latina: esto no ha hecho más que empezar

## ¿Qué es el crowdfunding?

El **crowdfunding**, esa manera de **financiación** colectiva para nuevos proyectos e iniciativas, se ha puesto muy de moda y, poco a poco, va surgiendo en América Latina. Es similar a otros conceptos que igual son más familiares, como donaciones y los microcréditos, pero el **crowdfunding** se apoya en **Internet** para captar a los colaboradores y facilitar sus aportaciones.

Tal y como explica un artículo presentado en [ChannelBiz](#), Los emprendedores presentan una idea en alguna de las webs que hay sobre **crowdfunding** y han de marcar una **cantidad mínima necesaria** a la que quieren llegar para poder desarrollar el proyecto. Si la alcanzan, esto supone un éxito y ya puede llevarse adelante. Si **no consiguen llegar a la cantidad mínima**, entonces se devuelven las aportaciones a los donantes y la idea habrá fracasado. La aportación no ha de ser muy grande, pueden ser de unos pocos euros. Eso depende del donante.



Aclara Patricio Sabatini, fundador y director de [Panal de Ideas](#), una de las plataformas de la región más populares que ofrecen la búsqueda de financiación, que “el **financiamiento colectivo** o **crowdfunding** se ha convertido en el nuevo paradigma de producción y gestión cultural mundial. Funciona como un **sistema de recaudación colectiva**, donde cada proyecto establece un presupuesto y la comunidad colabora con él a través de pequeñas sumas de dinero recibiendo recompensas a cambio”.

El resultado de esta experiencia es que “terminan naciendo desde libros y discos, hasta diseños de indumentaria, obras de teatro, películas o cualquier producto cultural que podamos imaginar”, tal y como añade Sabatini, buen conocedor de este sector.

El proceso es simple. **Fanny Villiers, Directora de proyectos en Fondeadora**, lo explica de este modo: “funciona a través de una página web como puede ser la que Villiers gestiona, en la cual el usuario presenta su proyecto y llama a fondeos”. En el caso de Fondeadora, “**a cambio de estos fondeos, propone recompensas directamente vinculadas con el proyecto**. La campaña de recaudación de fondos tiene un objetivo de dinero y un plazo de tiempo. Si el creador llega a juntar el dinero, o más, en el tiempo límite, se lleva el total recaudado (menos nuestra comisión de 6.5%). Si no llega a la meta en el tiempo límite, se regresa todo el dinero a sus fondeadores sin cargo”.

Es decir, concluye Fanny Villiers, **“en vez de ir a ver una persona para solicitar 1 millón de pesos, el creador de proyecto busca 1 millón de personas para que le den 1 peso”**.



Aunque no tiene por qué ser solo dinero. **Van saliendo a la luz nuevas formas de colaborar**. Por ejemplo, desde Panal de Ideas, explican su fundador, “somos la primera plataforma del mundo en liberar las comisiones fijas y trabajar con un modelo de colaboraciones voluntarias. Queremos crear una comunidad que potencie y desarrolle no solo a los proyectos, sino a las personas involucradas y “profesionalizarlos”.

Para el mercado de América Latina en concreto, el crowdfunding puede ser de gran utilidad para dar oportunidades a esas personas que menos tienen. No hay que olvidar que **un importante desafío de todos los gobiernos de América Latina, es crear oportunidades comerciales sostenibles para todos** los beneficiarios de los Programas para la lucha a la pobreza de Transferencias Condicionadas con Corresponsabilidad (PTC). Así que, con esta financiación colectiva, **se permite a personas de cualquier estrato social a aspirar a conseguir el dinero necesario para desarrollar su idea**.

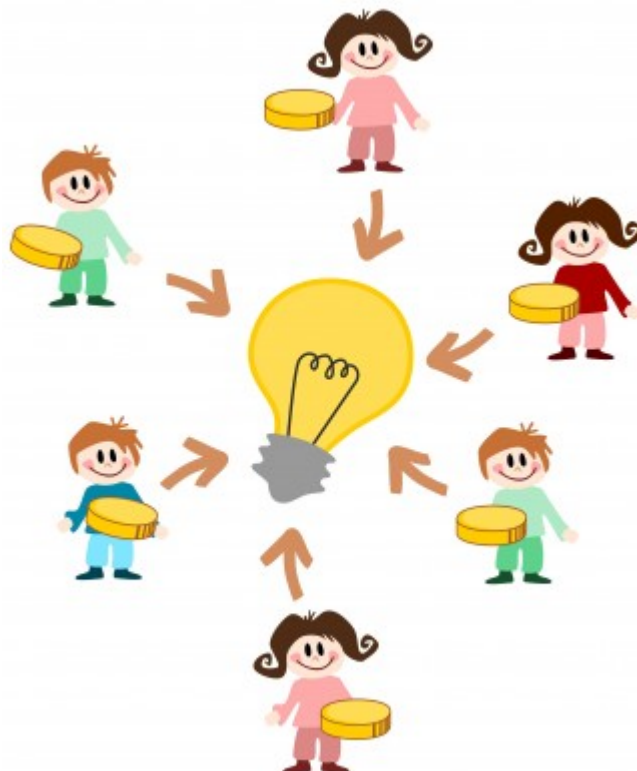
Y la pregunta que muchos se hacen: **¿qué lleva uno a cambio de aportar capital a una buena idea?** Eso ya depende de la plataforma en donde se haga la donación: puede llegar a llevarse una parte de los ingresos si se forma un negocio, puede ser que le toque una copia del producto que llegue a lanzarse o puede, simplemente, sentir la satisfacción de haber contribuido a una idea que puede hacer algo para crear un mundo mejor. Así de simple.

## **Aún poco conocido, pero en crecimiento**

Aún muchas personas **no conocen el crowdfunding en América Latina** pero, poco a poco, más personas saben de la existencia de esta forma de ayudar a proyectos con potencial o de esta manera de conseguir dinero para desarrollar una buena idea.

Explica Patricio Sabatini, fundador y director de **Panal de Ideas (esta se trata de una plataforma argentina que sirve como plataforma para proyectos culturales)** que, en la región, “el mercado del **crowdfunding está en pleno crecimiento**”. Y, añade que “eso se demuestra porque mes a mes, ingresan más proyectos y personas a las plataformas, y también cada vez más personas consideran el financiamiento colectivo como un medio para sus proyectos”.

Sin embargo, Panal de Ideas, al igual que otras plataformas del sector del crowdfunding, aún encuentran ciertos desafíos a superar para llegar a más personas y es que, tal y como explica el fundador, **“estas herramientas aún no llegan a estar al alcance de todo el público objetivo**. El desafío es que lleguen no solo a quienes podrían utilizarla para sus proyectos sino también a aquellas personas que podrían funcionar como colaboradores (llamados “activistas” en Panal de ideas).



Los principales desafíos a los que hacer frente para impulsar el crowdfunding entre los países latinos, son, de acuerdo con Sabatini, las **“barreras culturales, tecnológicas y también barreras cambiarias y económicas, que hacen que no sea tan simple el acceso y uso de estas herramientas”**. Al mismo tiempo, dice el creador de Panal de Ideas que “las instituciones, los medios, las empresas y el boca a boca cumplen un rol difusor importante, pero sigue faltando participación e inclusión para que efectivamente se vislumbre un escenario donde la gestión colectiva se naturalice en nuestro entorno”.

En cuanto a países, cuenta **Fanny Villiers, Directora de proyectos en Fondeadora, que** el crowdfunding empieza a ser muy conocido en **México y en Chile**, las regiones donde opera esta firma. Al país sudamericano, llegaron a través del programa Start up Chile y es que sí se están promoviendo iniciativas para ayudar a que el crowdfunding crezca, aunque afirma Villiers que “nunca hemos recibido apoyo de instituciones publicas o de emprendimiento fuera del fondo Ventures Institute, llevado por los socios de Fondeadora”.

Como ejemplo, explica la directiva que en Fondeadora hay más de 70.000 participantes que han apoyado más 1000 proyectos con alrededor de 4 millones de dolares.

Otros **mercados importantes en la región son Colombia y Argentina, donde Fondeadora quiere llegar en un breve plazo de tiempo.**

Villiers cree que Argentina es uno de los principales países para el triunfo del crowdfunding, viendo que, por ejemplo, Idea.me, la principal plataforma de la región cuenta con una gran cantidad de proyectos que llegan de ese país. Al mismo tiempo, desde Colombia ven como cada vez los emprendedores del país van presentando nuevos proyectos.

Parece ser que el crowdfunding y las nuevas formas de vida colectiva no han hecho más que

comenzar, gracias a Internet. **“Vivimos una época de revolución constante; la tecnología rompe los cimientos del viejo mundo generando un nuevo mar de posibilidades”**. explica Patricio Sabatini.

### **Fotogalería: Plataformas a las que acudir en América Latina**

ngg\_shortcode\_0\_placeholder