

TOSHIBA VA POR LICITACIONES

Toshiba está preparándose para entrar fuertemente en los próximos proyectos de infraestructura en México, como las licitaciones de trenes rápidos, en las compras de gobierno y en todas las oportunidades de negocio derivadas de las reformas estructurales.



Foto: Cortesía

MUNDO DIGITAL

CrowdFunding

Quando las masas y los fondos se unen para proyectos positivos o sólo para salir beneficiado

DARDANÉ RODRÍGUEZ VERDUGO/ COLABORACIÓN*

Ensenada, B. C.

A quién no le pasó alguna vez por la cabeza la idea de tener un millón de amigos (como versa aquella canción popular), pedir un peso a cada uno para lograr una riqueza sin tener que empobrecer a las personas.

La captación de fondos es algo normal para llevar a cabo alguna causa común de cualquier tipo como por ejemplo: investigaciones, campañas políticas o ejercer acciones mediante organizaciones benéficas. Como los tiempos han cambiado y las tecnologías de la información se encuentran cada vez más inmersas en las redes de la sociedad, la tarea de recaudar fondos se ha facilitado de una manera desmesurada.

¿CROWDFUNDING?

Crowdfunding, del inglés crowd (masa), y funding (financiamiento), también conocido como “micro mecenazgo”, “microfinanciación colectiva” o “financiación masiva”, consiste en conseguir dinero u otros recursos haciendo uso de los medios de comunicación masivos, como lo es Internet, para llegar a un grupo numeroso de personas o una comunidad (masa), a través de una convocatoria abierta para para esfuerzos e iniciativas. De una manera más sencilla, crowdfunding es una forma de obtener financiación pidiéndole a

un gran número de personas una pequeña cantidad de dinero.

UN POCO DE HISTORIA

El término crowdfunding fue acuñado en 2006 por Michael Sullivan, quien realizó una recaudación de fondos para la creación de una incubadora de proyectos relacionados con video blogs, fallando en el intento.

El primer proyecto crowdfunded en línea ocurrió en 1997, cuando la banda de rock Marillion no podía costear la gira después del lanzamiento de su séptimo álbum, sus seguidores norteamericanos utilizaron Internet para recaudar 60 mil dólares para que pudieran tocar en los Estados Unidos. Aunque la banda no participó en esta recaudación, utilizaron esta misma técnica para financiar con éxito la producción de sus tres álbumes siguientes.

Hasta hace poco, la financiación de un negocio, proyecto o emprendimiento involucraba pedirles a pocas personas grandes sumas de dinero. Crowdfunding cambia esta idea tan solo haciendo uso del internet para comunicarse con miles, incluso millones de posibles financiadores.

TIPOS DE CROWDFUNDING

Dentro del crowdfunding existen muchos tipos los cuales se basan en donaciones (en los que las contribuciones se destinan a una causa benéfica), en préstamos y en acciones, sin embargo los dos tipos principales del crowdfunding son: basados en recompensas y basados en capital.

Crowdfunding basado en recompensas: los emprendedores realizan preventas del producto o servicio para poner en marcha la idea del negocio sin tener que sacrificar acciones o endeudarse.



La financiación masiva parece tener un futuro brillante.

La gente invierte simplemente porque cree en la causa. Los premios o recompensas que se ofrecen dependen del proyecto, por ejemplo Oculus Rift en su etapa crowdfunding ofrecía desde un poster exclusivo del producto hasta acceso anticipado al kit de desarrollo y el prototipo del casco; mientras que campañas como la del reloj inteligente Pebble retribuían a cambio el producto personalizado.

Crowdfunding basado en capital: el patrocinador o backer recibe acciones no cotizadas de la empresa a cambio de los fondos comprometidos.

CÓMO FUNCIONA

Por lo general, los emprendedores que buscan fondos configuran el perfil de su proyecto en algún sitio Web o plataforma existente. Se pueden utilizar las redes sociales, junto con las redes tradicionales de amigos, familiares y conocidos del trabajo, para difundir la idea y recaudar dinero.

Las plataformas existentes cuentan con diversos métodos para evitar campañas fraudulentas, uno de estos consiste en no facilitar los fondos recabados a menos que estos hayan llegado a la meta definida en un principio.

PLATAFORMAS

Existen muchos sitios que facilitan la realización de campañas

para recaudar fondos, sitios como Kickstarter, IndieGoGo o Patreon brindan una plataforma gratuita para realizar la solicitud de fondos o difusión del proyecto de una manera sencilla.

No solamente en Estados Unidos existen sitios para realizar crowdfunding, en México también existen plataformas para ello, proyectos como fondeadora o rekaudo brindan ayuda para la realización de campañas para recaudar fondos.

ÉXITO Y DESILUSIÓN

Existe una gran lista de proyectos que han resultado exitosos al utilizar esta clase de financiación, (Ouya: la video consola de código abierto, Form1+: la impresora de alta resolución en 3D, la sudadera con capucha que aseguran dura más de 10 años, Pebble: el reloj inteligente, el videojuego Shovel Knight, entre muchos otros).

Claro, no todo es miel sobre hojuelas, puede que un proyecto logre la simpatía del público logrando su objetivo pero, realmente no brindan nada realmente útil. Algunos ejemplos de esto son la titanboa (una serpiente electromecánica de 15 metros) y la campaña para hacer ensalada de papa.

MENDIGOS ELECTRÓNICOS

Gracias al lanzamiento de campañas exitosas pero sin sentido se ha generado una oleada de perso-

nas que buscan obtener ganancia con proyectos nulos, el término mendicidad electrónica (e-begging) apareció para nombrar esto.

El e-begging utilizando crowdfunding funciona de la siguiente manera: el mendigo en cuestión empieza una campaña solicitando donaciones bajo el pretexto de elaborar películas, podcasts o videos para youtube, dichos proyectos nunca ven la luz o se realizan con la más baja calidad posible costando tan solo una fracción de las donaciones recibidas y así es como el mendigo electrónico se embolsa el resto como ganancia.

PEDIR O NO PEDIR

Con la combinación de los sistemas de micropago, las redes sociales y el apoyo por parte de artistas, músicos, periodistas, cineastas, políticos y científicos, crowdfunding parece tener un futuro brillante pero, será esto acaso una moda pasajera o estará destinado a ser el futuro de los proyectos de inversión, dejando de lado a las incubadoras de empresas, generando verdaderas startups basadas en un solo producto. Esto solo el tiempo y las personas lo dirán.

**El autor es profesor en el área de Tecnologías de la Información y Comunicación en la Universidad Tecnológica de Tijuana, campus Ensenada. ✓