

Pequeños esfuerzos, notables inversiones: crowdfunding

En muchas ocasiones, pedir un préstamo bancario, “tirar” de ahorros o pedir el dinero a familiares pueden ser iniciativas habituales para pequeños proyectos de inversión o emprendimiento. Pero si algo ha traído la llamada “economía del bien común” es la capacidad para vender ideas. Para venderse en las redes.

seguir para tener éxito? Si analizamos iniciativas de éxito en este terreno, observamos que una premisa es que la campaña de Crowdfunding venga acompañada de habilidades comerciales. Si se tiene la idea pero no se cuenta con esta capacitación, tal vez sea conveniente utilizar algún tipo de agencia de recruitment. La cuestión esencial es que la persona al otro lado de la pantalla se sienta realmente interesada en la idea y que se alcance el número suficiente de impactos para encontrar a ese tipo de audiencias.

Establecer el público objetivo es, pues, fundamental.

El crowdfunding es ya una iniciativa extendida en todo el mundo, con la que se intentan recaudar fondos para un proyecto de inversión con muchas inversiones de pequeño importe. Esta recaudación se suele hacer a través de algún método de difusión, siendo las redes sociales la opción mayoritaria.

¿Cómo comenzar un proyecto de Crowdfunding? ¿Qué pautas



Tras el público objetivo, hay que decidir qué canales se van a utilizar para dar difusión a la campaña de Crowdfunding. Las redes sociales, como se ha mencionado anteriormente, son la elección habitual por su gratuidad y capacidad de penetración.



Definida la vía e comunicación, hay que explicarlo. Y es preciso algo más que una definición ingeniosa. El inversor, aunque realice un desembolso reducido, debe saber las ventajas del proyecto y cómo va a usarse su dinero. Si la presencia en redes sociales es reducida, se suele buscar el apoyo de alguien con amplio número de seguidores que quiera apoyar (preferentemente de forma altruista) el proyecto.

Junto a la red social, también es precisa una plataforma de lanzamiento que recoja y sume las aportaciones. A cambio de una pequeña comisión, estas

plataformas ofrecen un espacio apropiado para la inversión y multiplican también los impactos en el público objetivo.



Junto a la idoneidad del proyecto, uno de los principales motivos del fracaso de algunos proyectos de crowdfunding es la falta de constancia. Si algo requieren estos proyectos es presencia e insistencia.

Otro de los errores comunes es pensar en crowdfunding como un tipo de financiación adecuada para proyectos complejos empresariales para los que no está concebida esta forma de financiación.



En España, donde se ha dado un marco normativo que ha aportado seguridad jurídica, es



importante también tener en cuenta que existen asociaciones orientadas a promover esa seguridad jurídica y a dotar de las condiciones reputacionales precisas a los proyectos, como es la Asociación Española de Crowdfunding:

<http://www.spaincrowdfunding.org>