



El *crowdfunding* como nuevo método de financiación

Israel Márquez
Docente Investigador UTPL-Dpto. Ciencias de la Comunicación
isravmarquez@gmail.com

Uno de los desarrollos más recientes de la Web 2.0 es el denominado *crowdfunding*, que podemos definir brevemente como la *cooperación colectiva de varias personas a través de Internet con el objetivo de conseguir apoyo económico para iniciar un proyecto*. El *crowdfunding* puede utilizarse para muchos propósitos, desde artistas buscando apoyo de sus seguidores, hasta campañas políticas, pequeños negocios, nacimiento de compañías, creación de películas y documentales, etc. Hace poco, un ciudadano británico puso en marcha una campaña de *crowdfunding* para recaudar los 1.600 millones de euros que Grecia debe pagar al FMI, aunque el proyecto, demasiado ambicioso, no alcanzó el objetivo.

En América Latina este fenómeno aún no es muy conocido, si bien en países como Argentina, Brasil y México sí está teniendo cierta repercusión. La plataforma latinoamericana más famosa en la actualidad es Idea.me, presente en varios países latinos (Argentina, Brasil, Chile, México, Colombia y Uruguay) e incluso en Estados Unidos. Sin embargo, el *crowdfunding* en la región latina cuenta con algunos problemas (novedad del fenómeno, desconocimiento del término entre amplias capas de la población, desconfianza en el pago a través de Internet, etc.) no tan presentes en Estados Unidos y Europa, zonas en las que se están llevando a cabo la mayoría de campañas de *crowdfunding*.

En cualquier caso, el *crowdfunding* no es ningún antídoto o panacea, es simplemente una nueva posibilidad de lograr financiación para nuestros proyectos a través de Internet. Hay que entender que cada campaña de *crowdfunding* es un caso único en el que intervienen un conjunto amplio de factores que condicionan el que esa campaña se resuelva con éxito o no. Por eso son necesarias más investigaciones científicas sobre este tema, que atiendan a las peculiaridades y complejidades de cada caso. Todo ello con el fin de dictaminar el verdadero alcance y eficacia del *crowdfunding* como nuevo modelo de financiación en el siglo XXI.



PERSPECTIVAS
de investigación

Índice ●

- 1 En Portada**
Petroglifos de diseño: *Delirium rupestres*
- 2 Opinión**
El *crowdfunding* como nuevo método de financiación
- 3 Identificar los usos industriales de la arcilla**
Una web ofrecerá información de las características de la arcilla y su aplicación en materiales cerámicos, de construcción, aislantes térmicos y colorantes
- 4 *Delirium rupestris:* iconografía prehispánica bajo la mirada creativa del diseño y el arte**
"En el arte te legitima la creación, en arqueología tratas de recuperar la información del vestigio"
- 6 "Encontramos un 18% de vegetales 'listos para consumo' contaminados con bacterias"**
Entrevista a Diana Hualpa docente investigadora del Dpto. de Ciencias Agropecuarias y de los Alimentos
- 8 Radios ¿comunitarias?**
La radio comunitaria no solo dibuja diferencias en programación y en contenidos.

septiembre/2015

Consejo Editorial

- Juan Pablo Suárez Ph. D.
Director Revista Perspectivas de Investigación
Vicerrector de Investigación (UTPL)

- Karina Valarezo Ph. D.
Directora de Comunicación (UTPL)
- Miguel Tuñez López Ph. D.
Universidad de Santiago de Compostela
- Lic. Mónica Maldonado
Dirección de Comunicación (UTPL)

Coordinación

- Vicerrectorado de Investigación (UTPL)
- Dirección de Comunicación (UTPL)
- Grupo de investigación Novosmedios (USC)

ISSN 1390-891X

Diseño y maquetación

Jimmy Macas

Portada

Composición rojo con barroco
Diego González Ojeda

Contacto

Teléfono: 07 370 1444 ext. 2245
www.utpl.edu.ec
Línea gratuita 1800 UTPL UTPL
1800 8875 88

Web

perspectivas.utpl.edu.ec

Sugerencias y comentarios

perspectivas@utpl.edu.ec

f /utpl.ioja

t @utpl



UTPL
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA