



THECROWDFUNDINGCENTER



Las mujeres superan a los hombres en crowdfunding inicial, de acuerdo con un análisis de PwC y The Crowdfunding Center

Un nuevo reporte demuestra que aunque son más los hombres que las mujeres quienes utilizan el crowdfunding inicial, estas tienen más éxito que los hombres alcanzando sus metas financieras en todos los sectores y regiones geográficas en el mundo.

- **Este análisis de más de 450,000 campañas de crowdfunding inicial de nueve de las más grandes plataformas de crowdfunding globales demuestra que las campañas lideradas por mujeres tenían 32% más éxito en alcanzar su meta de financiamiento que las de los hombres.**
- **Mientras que los hombres buscaban típicamente metas más altas de financiación, los proyectos liderados por mujeres logran un promedio de cantidad prometida mayor al de los proyectos liderados por hombres: en promedio, cada promotor individual contribuye con \$87 a las mujeres y con \$83 a los hombres (una diferencia de casi 5%).**
- **Aun en sectores dominados por hombres, tales como el sector tecnológico, en donde por cada campaña liderada por mujeres hay nueve campañas lideradas por hombres, las lideradas por mujeres tienen mayor éxito, de 13% a 10%, respectivamente.**
- **EEUU y el Reino Unido son los países más prósperos para el crowdfunding inicial con mayor volumen de campañas. En ambos países, el 20% de las campañas lideradas por hombres alcanzó sus metas, comparado con el 24% y el 26% de campañas lideradas por mujeres, respectivamente.**
- **Sin embargo, los hombres continúan utilizando crowdfunding inicial sustancialmente más que las mujeres y logran recaudar más financiamiento que las campañas lideradas por mujeres; el 89% de las campañas recauda más de \$1 millón y eran campañas lideradas por hombres, comparado con el 11% de aquellas lideradas por mujeres.**

PwC y The Crowdfunding Center lanzaron hoy su reporte conjunto *Women Unbound: Unleashing female entrepreneurial potential*, que explora las vivencias de las mujeres al lograr el éxito financiero a través del crowdfunding inicial, comparado con las rutas más tradicionales para recaudar financiamiento.

Los hallazgos del reporte, que están basados en dos años completos de datos de crowdfunding (2015-16) monitoreados por The Crowdfunding Center, incluye los resultados de más de 465,000 campañas de crowdfunding de nueve de las más grandes plataformas de crowdfunding globalmente.

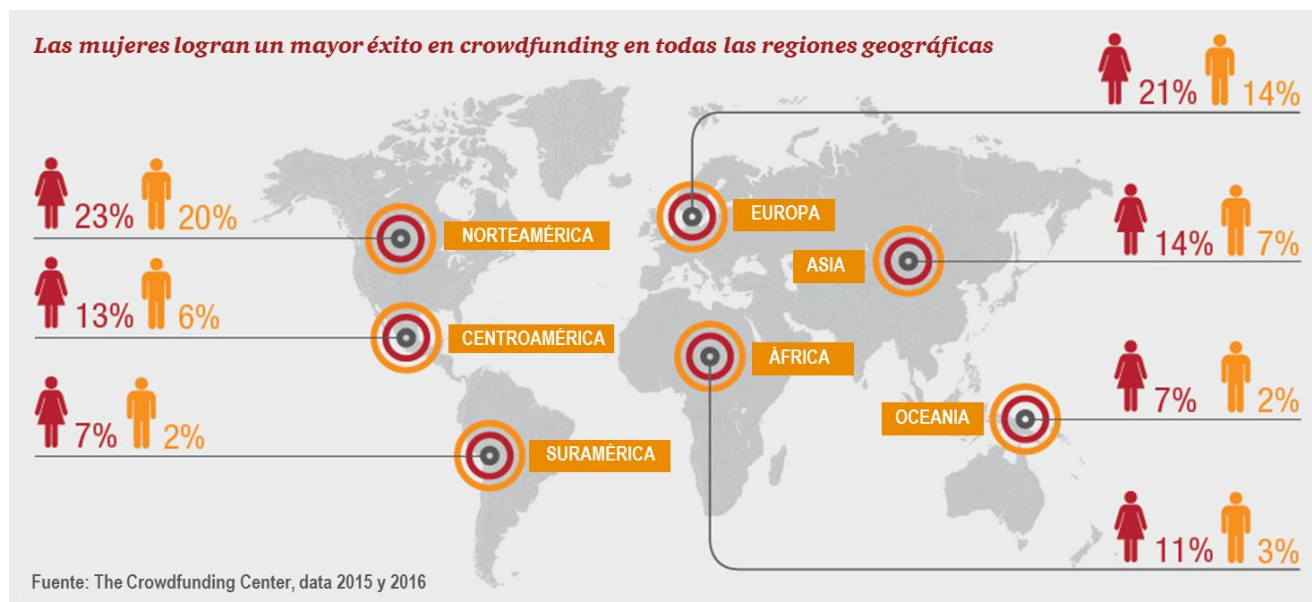
Según el reporte, mientras está claro que los hombres utilizan el crowdfunding más que las mujeres, estas tienen más éxito que los hombres al utilizarlo. El 17% de las campañas lideradas por hombres alcanza su meta financiera, comparado con el 22% de las campañas lideradas por mujeres. En general, las campañas

lideradas por mujeres tenían 32% más de éxito en lograr su meta de financiamiento que las lideradas por hombres a lo largo de un amplio rango de sectores, geografías y culturas.

El crowdfunding es una innovación disruptiva que ha proporcionado nuevas rutas al financiamiento para los individuos, negocios nuevos o en crecimiento. Les permite, como nunca antes, captar e interactuar directamente con el mercado y con miles de patrocinadores, simpatizantes, clientes y socios potenciales. El crowdfunding inicial es la utilización de plataformas de crowdfunding “basadas en recompensas” para financiar la creación, lanzamiento o desarrollo de nuevos negocios, productos y servicios, donde los patrocinadores pagan de forma adelantada por un producto, servicio o proyecto. Desde su concepción, la huella del crowdfunding inicial ha seguido esparciéndose con los niveles de financiamiento recaudados a través de las nueve plataformas analizadas en este reporte, saltando de \$10 millones en 2009 a más de \$767 millones en 2016, con patrocinadores de más de 200 países.

Las campañas lideradas por mujeres tuvieron un mejor desempeño en términos de asegurar sus metas de financiamiento que las campañas lideradas por hombres cuando segregamos los datos para cada sector y cada país. En países con los más grandes volúmenes de crowdfunding inicial, el Reino Unido y EE.UU., el 20% de las campañas lideradas por hombres alcanzó su meta. Sin embargo, las lideradas por mujeres los superaron, con 24% de mujeres en EE.UU. y 26% de mujeres en el Reino Unido alcanzando exitosamente su meta de financiación de campaña.

Esta tendencia continúa en países en donde el crowdfunding inicial aún no es a gran escala o exitoso. Por ejemplo, el 11% de las campañas lideradas por mujeres en África tuvo mayor éxito comparadas con el 3% de aquellas lideradas por hombres. Y en los países del E7 (China, India, Brasil, México, Rusia, Indonesia y Turquía), 10% de las campañas lideradas por mujeres logró sus metas en comparación con el 3% de las campañas lideradas por hombres.



Aun en lo que algunos consideran son sectores más masculinos, por ejemplo, tecnología, en donde vemos nueve crowdfunders iniciales masculinos para empresas tecnológicas por cada femenino, el 13% de las mujeres tuvo éxito logrando su meta de financiamiento, comparado con tan solo 10% de los hombres. Similarmente, en el sector de tecnología digital, en donde hay tres campañas lideradas por hombres por

cada una liderada por mujeres, estas lograron un índice de éxito de 16% comparado con solo 9% de los hombres.

Barry E. James, cofundador y CEO de The Crowdfunding Center, comentó:

“¿Quién hubiera esperado que, al remover a los intermediarios de la ecuación, y tanto hombres como mujeres emprendedores recibieran igual acceso directo al mercado, las mujeres inmediata y decididamente superaran a los hombres en todo aspecto? Arrojando nuevas luces en la desigualdad endémica y las causas que han limitado por tanto tiempo el acceso de las mujeres emprendedoras a las finanzas a través de las rutas de financiamiento tradicionales. Que únicamente la mitad de quienes actualmente se aventuren a una campaña de crowdfunding sean mujeres es, sin duda alguna, un reflejo de las bajas expectativas que surgen de las mismas raíces. De manera tal que, en este contexto, es hora de reajustar no solo nuestras expectativas y percepciones, sino nuestras actitudes, instituciones, comportamientos, y la forma en la que tomamos decisiones”.

El éxito de las mujeres en el crowdfunding contrasta claramente con los mecanismos de financiación establecidos para el nacimiento y crecimiento de empresas, en donde los negocios liderados por mujeres continúan enfrentando barreras para el acceso al financiamiento.

Manoj Kashyap, líder de FinTech Global de PwC, dice:

“Los hallazgos de nuestro reporte *Women Unbound* presentan un fuerte reto para las actuales normas de negocios al cuestionar seriamente si existen prejuicios profundamente enraizados que evitan un mayor acceso de las mujeres emprendedoras al financiamiento. Es extremadamente positivo ver que el alcance y crecimiento global del crowdfunding presenta varias grandes oportunidades, cada una con el potencial para lograr gran impacto social y económico. Incluyendo el entendimiento y aceptación de que el crowdfunding inicial es ahora un ambiente bien establecido a través del cual las mujeres pueden desarrollarse”.

Existe, sin embargo, espacio para un progreso mayor. Significativamente, más hombres que mujeres están haciendo más crowdfunding inicial, y como resultado, recaudan sustancialmente más financiamiento por esta vía. Los hombres son también más ambiciosos al establecer metas de financiación más altas que las mujeres, y los vemos dominar en las campañas de mayor financiación por sector. El reporte destaca que 63 campañas recaudaron más de \$1 millón, pero de estas, solo siete (11%) fueron lideradas por mujeres, y la campaña con mayor financiación fue creada por una mujer, quedando de número 18 en la lista.

Crowdfunding inicial: Campañas lideradas por hombres recaudaron sustancialmente más financiamiento que las campañas lideradas por mujeres.

Sectores con campañas de mayor financiamiento



TECNOLOGÍA
Total financiado \$458,992,269



DISEÑO
Total financiado \$326,338,365



GAMING
Total financiado \$195,039,940

Campañas recaudaron más de 1 millón



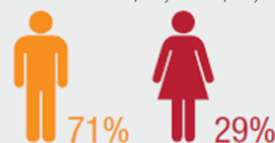
La campaña con mayor financiamiento liderada por una mujer está de No. 18
La campaña con mayor financiamiento liderada por un hombre recaudó:



La campaña con mayor financiamiento liderada por una mujer recaudó:



Campañas de crowdfunding que recaudaron \$20,000 - \$50,000



Campañas de crowdfunding que recaudaron \$50,000 - \$100,000



Campañas de crowdfunding que recaudaron más de \$100,000



Fuente: The Crowdfunding Center, data 2015 y 2016, todas las cifras en US\$

Sharmila Karve, líder de Diversidad Global de PwC comenta:

“Existe aún una gran oportunidad para que las mujeres sean más activas y representadas en el crowdfunding, y para ser más ambiciosas al establecer sus metas de recaudación de financiamiento. Esperamos que el éxito del crowdfunding destacado en este reporte motive a que las nuevas mujeres emprendedoras y las ya establecidas exploren el crowdfunding e invoquen la confianza y fe en su talento emprendedor y en las oportunidades”.

Este reporte pretende crear visibilidad de las potenciales barreras que tanto los negocios liderados por mujeres como por las emprendedoras han enfrentado al incursionar en finanzas; resaltando que las oportunidades para las mujeres emprendedoras no parecen haber sido iguales. Pero gracias al crowdfunding, las emprendedoras pueden ahora tener acceso al mercado directamente y esto hace una gran diferencia.

Por encima de todo, la data del crowdfunding arroja una luz visible tanto en los retos como en las oportunidades a las cuales debemos responder. Erradicar cualquier barrera potencial que parece haber sido más prevalente en las rutas financieras tradicionales proporciona oportunidades que beneficiarán tanto a hombres como a mujeres, a los negocios y a la sociedad. El reporte describe acciones que los gobiernos, fundadores, asesores comerciantes, educadores, emprendedores, mujeres y hombres pueden tomar para aprovechar estas oportunidades y erradicar cualquiera de estas barreras.

Notas

1. Para averiguar más y descargar *Women Unbound: Unleashing female entrepreneurial potential*, visite www.pwc.com/womenunbound. El reporte se basa en dos años completos (2015-2016) de datos de campañas de crowdfunding monitoreados por The Crowdfunding Center de nueve de las plataformas de crowdfunding más grandes del mundo.
2. Para explorar los datos por país, región o sector, visite www.pwc.com/womenunbound.

3. PwC está comprometida con promover la diversidad y la inclusión, y actualmente tiene una variedad de programas para lograr que este tema avance. Estos incluyen [Aspire to Lead: The Women's Leadership Series](#), un foro global sobre mujeres y liderazgo para los estudiantes del mundo. PwC también se ha asociado con la campaña HeForShe de ONU Mujeres, la cual tiene como propósito movilizar a un billón de hombres y niños como defensores y agentes de cambio para lograr poner un fin a las persistentes desigualdades que enfrentan las mujeres y niñas globalmente.
4. Para leer más la investigación de PwC sobre mujeres en el lugar de trabajo, dé un vistazo a [The female millennial: A new era of talent](#); [Next Generation Diversity: Developing tomorrow's female leaders](#); [Millennials at work](#); [Modern mobility: Moving women with purpose](#); y [Winning the fight for female talent: How to gain the diversity edge through inclusive recruitment](#).
5. Averigüe más sobre el acelerador de financiación de negocios para mujeres de The Crowdfunding Center en <http://bizfundingaccelerator.com/?r=BeBoldForChange> y entérese más sobre cómo utilizar el crowdfunding como una herramienta y asegurar un flujo de caja positivo y validación del mercado en <http://routesto.info/toolsforwomen>.

Sobre The Crowdfunding Center

The Crowdfunding Center es el observatorio global de crowdfunding fundado por Barry James y su equipo en 2013, el cual ahora proporciona el almacén más grande de data del mundo sobre crowdfunding, utilizado para proporcionar reportes basados en datos y evidencias y herramientas para negocios, gobierno, emprendedores, inversionistas y academias. Entérese de más y reciba reportes y datos para su sector, país o ciudad visitando TheCrowdfundingCentre.com

Sobre PwC

En PwC, nuestro propósito es construir confianza en la sociedad y resolver problemas importantes. Somos una red de firmas en 157 países con más de 223,000 personas que están comprometidas con la entrega de calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría. Díganos qué es importante para usted visitándonos en: www.pwc.com/interamericas.

PwC se refiere a la red de PwC y/o una o más de sus firmas miembros, cada una de las cuales es una entidad legalmente separada. Ver www.pwc.com/structure para más detalles.

© 2017 PwC. Todos los derechos reservados.

The Crowdfunding Center

Jamie Veitch

T: +44 (0)7904 272 200

E-mail: press@thecrowdfundingcentre.com

Michelle Rodger

T: +44 (0)844 8844 943

E-mail: press@thecrowdfundingcentre.com

PwC

Aoife Flood

T: +353 (0)87 2799296

E-mail: aoife.flood@ie.pwc.com

Miriam Arrocha

T: +507 206 9232

E-mail: miriam.arrocha@pa.pwc.com