

# PMS

## Estudio de Mercado i + e Emprendimiento Tecnológico con Impacto Social en Canadá

Septiembre 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Toronto, Canadá - ProChile

**pro|CHILE**  
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



# Tabla de contenido

- Tabla de contenido .....2
- I. Resumen Ejecutivo.....3
- II. Identificación del servicio .....3
  - 1. Nombre del servicio ..... 3
  - 2. Descripción del servicio ..... 3
- III. Descripción general del mercado importador .....5
  - 1. Tamaño del mercado..... 5
  - 2. Crecimiento en los últimos 5 años ..... 5
  - 3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado ..... 6
  - 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios ..... 6
  - 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior..... 7
  - 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios ..... 7
  - 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles ..... 7
  - 8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios ..... 8
- IV. Descripción sectorial del mercado importador .....8
  - 1. Comportamiento general del mercado..... 8
  - 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio ..... 10
  - 3. Canales de comercialización ..... 13
  - 4. Principales players del subsector y empresas competidoras ..... 14
  - 5. Marco legal y regulatorio del subsector ..... 14
  - 6. Tendencias comerciales del sector ..... 16
- V. Competidores .....17
  - 1. Principales proveedores externos ..... 17
  - 2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos. .... 18
- VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios .....19
- VII. Otra información relevante del mercado de destino .....20
- VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado.....21
- IX. Caso de Éxito: Social Venture Exchange (SVX) .....21
- X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ...24
- XI. Fuentes de información (*Links*).....25
- XII. Anexos.....26

# I. Resumen Ejecutivo

Dentro de la amplia gama que abarca la definición de emprendimiento, que en un contexto empresarial se refiere a una nueva empresa o proyecto, existe una arista catalogada como el *emprendimiento social*.

La piedra angular del emprendimiento social, que lo distingue de un emprendimiento común, es que su objetivo de fondo es satisfacer las necesidades de la sociedad en la que está inserto. Este tipo de emprendimiento puede manifestarse de 2 formas:

- Organizaciones sin fines de lucro, cuyo propósito principal es de carácter social y destina las utilidades de la operación en apoyar este objetivo, como por ejemplo financiar una fundación, financiar un programa de apoyo para niños en riesgo social, etc.
- Organizaciones con fines de lucro, que utilizan un modelo de negocios para generar utilidades pero cumplen su objetivo social a través del giro en sí, por ejemplo empleando a personas excluidas, otorgando préstamos a micro emprendimientos con dificultades para acceder financiamiento, etc.

A su vez, cuando un emprendimiento social logra su finalidad mediante el uso de herramientas tecnológicas, estamos en presencia de un *emprendimiento tecnológico con impacto social*. Uno de los ejemplos más representativos de este tipo de emprendimiento actualmente es el *Crowdfunding*, o financiamiento colectivo a través de plataformas virtuales.

En este informe, repasaremos el marco teórico del Crowdfunding, analizaremos las estadísticas y el impacto concreto que está teniendo esta nueva tendencia en el financiamiento de proyectos no convencionales con dificultades de acceso a capital, y finalmente, revisaremos el caso de éxito de Social Venture Exchange (SVX), la primera plataforma online que conecta empresas con potenciales inversionistas en ser aprobada en Canadá, y que a su vez se enfoca únicamente en iniciativas con impacto social o medioambiental.

## II. Identificación del servicio

### 1. Nombre del servicio

Emprendimiento Tecnológico con Impacto Social: Crowdfunding.

### 2. Descripción del servicio

Crowdfunding es un término inglés que se traduce como financiamiento masivo o colectivo, y se refiere a la recolección de fondos para un determinado proyecto gracias a contribuciones del público general, mediante el uso de plataformas de internet y medios sociales. Es una tendencia cada vez más arraigada, especialmente en industrias vanguardistas y disruptivas como tecnología, *digital media*, música, cine, videojuegos, entre otros.

El Crowdfunding corresponde a un tipo de *emprendimiento tecnológico con impacto social* que provee una solución de financiamiento a emprendimientos que no encajan con los patrones para acceder al financiamiento tradicional, ya que enfrentan barreras como:

- no cumplen los criterios mínimos de capital, garantías, proyección de ventas, etc. para obtener financiamiento de una institución bancaria
- de cumplir los criterios, se exponen a altos costos de endeudamiento (al ser típicamente más riesgoso)
- los programas de incubadoras y aceleradoras de negocios tienen cupos muy limitados y altos estándares de exigencia
- la alternativa de *Venture Capital*<sup>1</sup> o Capital de Riesgo, se encuentra en declinación: en el año 2000, US\$ 5,9 billones fueron invertidos en 1007 start-ups canadienses, mientras que estas cifras bajaron a US\$1,1 billones en 357 start-ups en el 2010 (fuente: Thomson Reuters)

De esta manera, el Crowdfunding se ha transformado en una fuente de capital cada vez más popular entre los start-ups y las pequeñas y medianas empresas canadienses, incluyendo emprendedores, innovadores e incubadoras de todas las áreas, con y sin fines de lucro.

Complementariamente a proveer financiamiento, el Crowdfunding presenta múltiples beneficios para el emprendedor, por ejemplo, publicidad y exposición instantánea y gratis. Esto, ya que al tener intereses involucrados, los inversionistas de cierta forma apadrinan el proyecto, difundiéndolo entre sus contactos y sus redes sociales.

Asimismo, se generan instancias de intercambio de ideas y *feedback* entre el creador y los inversionistas, dando la ventaja de perfeccionar y testear el producto en un público de prueba antes de lanzarlo al mercado.

Por otro lado, el Crowdfunding también presenta beneficios para los inversionistas. Algunas campañas se basan en un intercambio de recompensas o retorno monetario a cambio del aporte de capital, mientras otras son netamente donaciones para apoyar una causa de interés (ver sección V.1 Comportamiento general del mercado). Por ejemplo, permite que los inversionistas participen del proceso creativo, empodera a personas del público general a convertirse en inversionistas o prestamistas, accediendo a oportunidades de inversión que de otro modo no tendrían, etc.

Con todo, existe un consenso respecto a que el Crowdfunding es un nuevo modelo de negocios que vendría a redefinir la relación entre creador, inversionista y consumidor, al proveer un punto de convergencia de ideas y expectativas entre los tres, logrando prescindir de un intermediario.

---

<sup>1</sup> Las entidades de capital riesgo son entidades financieras cuyo objetivo es adquirir una participación temporal en empresas no cotizadas, para que ésta aumente su valor con la inyección de capital, y una vez madurada la inversión, retirarse obteniendo un beneficio.

# III. Descripción general del mercado importador

## 1. Tamaño del mercado

Con una superficie de 9,9 millones de kilómetros cuadrados, Canadá es el segundo país más extenso del planeta después de Rusia, y es habitado por una población de 34,9 millones de personas.

Se ubica dentro de las 15 naciones más ricas del mundo, con un PIB de US\$ 1.833,4<sup>2</sup> billones al año 2012, y de acuerdo a cifras publicadas por el FMI, alcanza un ingreso per cápita de US\$50.862.

A la vez, presenta una amplia apertura comercial, con un nivel de intercambio comercial de US\$ 917,1 billones con 220 países al año 2012, en base a información de Statistics Canada. Lo anterior, junto a su alto ingreso por habitante, lo posiciona como un mercado muy atractivo para los exportadores internacionales.

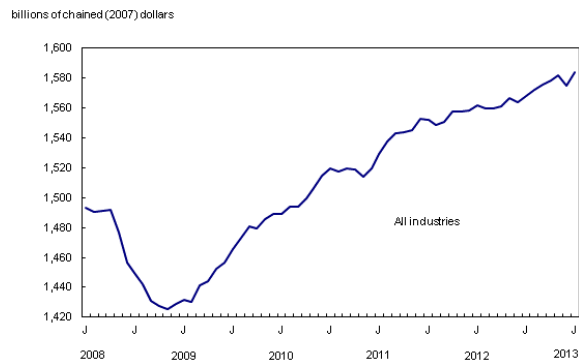
Finalmente, cabe destacar el rol fundamental que juega el sector servicios en la economía canadiense, representando el 70% del producto del año 2012, aunque hay que tener en cuenta que Canadá es bastante dependiente de sus abundantes recursos naturales (minería, petróleo, etc.) y de su comercio exterior, principalmente con EE.UU.

## 2. Crecimiento en los últimos 5 años

Tras enfrentar los efectos de la crisis económica y financiera que se gatilló en el año 2008, Canadá ha logrado tener una de las mayores recuperaciones dentro del grupo de países G-7, sustentada por un sólido sistema financiero y una fuerte demanda interna.

A continuación se presenta la evolución del PIB canadiense en términos reales, durante los últimos 5 años. Es posible ver la abrupta caída del producto a mediados del año 2009, y luego la pronunciada recuperación que se extiende hasta el día de hoy.

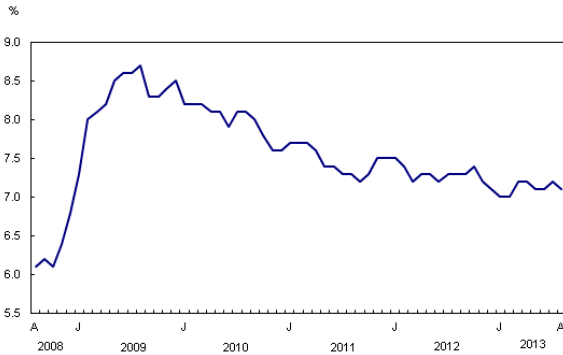
**Evolución del PIB Real Canadiense, período 2008-2013** (Fuente: Statistics Canada)



<sup>2</sup> Cifras oficiales de Statistics Canada, a precios corrientes. PIB Real 2012 a precios constantes del año 2007: US\$ 1.658,2 billones

De igual forma, el siguiente gráfico exhibe la trayectoria de la tasa de desempleo en el mismo período, donde se observa que dicho indicador se acopla bastante al crecimiento del producto pero evidentemente en una tendencia inversa. Así, tras alcanzar un peak de desempleo de 8,7% en agosto 2009, hoy da cuenta de una cifra cercana al 7,1% (a agosto 2013).

**Tasa de Desempleo Canadiense, período 2008-2013** (fuente: Statistics Canada)



### 3. Estabilidad económica, política, institucional y seguridad jurídica del mercado

Canadá es un país desarrollado, que figura entre las naciones más ricas del mundo, y presenta un entorno político y socioeconómico estable.

A nivel político, es una monarquía constitucional dependiente de la Corona Británica, por tanto la autoridad máxima es la Reina Isabel II de Inglaterra, quien es representada localmente por el Gobernador General. En tanto, el Jefe de Gobierno es el Primer Ministro, rol en el que actualmente se desempeña Stephen Harper, líder del partido Conservador.

Al analizar el escenario económico del último tiempo, Canadá no ha estado al margen de la desaceleración económica mundial. No obstante, los indicadores exhiben una tendencia de recuperación, dejando en evidencia que la economía canadiense se mantiene resiliente a la crisis de la Zona Euro y al entorno económico de EE.UU., su principal aliado comercial (ver sección IV.2 Crecimiento en los últimos 5 años).

Finalmente, cabe mencionar que en un horizonte en el corto a mediano plazo, no se vislumbran cambios estructurales en el modelo económico canadiense, ni mayores amenazas al sector servicios, como eventuales impuestos adicionales o barreras regulatorias de distintas índoles.

### 4. Política nacional y marco legislativo aplicable al sector servicios

A partir del año 1998, el Ministerio de Relaciones Exteriores del Gobierno de Canadá organiza las denominadas *Canada Trade Missions*<sup>3</sup>. Estas misiones son parte integral de la estrategia de promoción de las exportaciones

<sup>3</sup> <http://www.tradecommissioner.gc.ca/eng/trade-missions/general-info.jsp>

canadienses, y consisten en visitas a distintos países del mundo por parte de delegaciones comerciales encabezadas por el Ministro de Comercio Exterior u otro funcionario gubernamental de alto rango.

Su objetivo final es abrir puertas y desarrollar relaciones de largo plazo para las exportaciones de servicios profesionales, tecnología y productos, incorporando pequeñas y medianas empresas, emprendedores jóvenes, mujeres, aborígenes y nuevos exportadores.

A modo de ejemplo, la última *Canada Trade Mission* tuvo lugar en Abril 2013, el mercado de destino fue China y Japón y se abarcaron 4 sectores: tecnologías de la información, soluciones empresariales, aplicaciones móviles y tecnología de imágenes para la medicina.

## 5. Disponibilidad de instrumentos financieros locales para la adquisición de servicios desde el exterior

Existen instituciones como Export Development Canada (EDC) que proveen apoyo financiero a empresas canadienses con operaciones en mercados internacionales, mediante instrumentos como seguros contra incobrables, seguros para activos contra riesgo político del país, distintos tipos de financiamiento de exportaciones y garantías para clientes extranjeros. Adicionalmente, EDC promueve la inversión directa canadiense en el extranjero y la inversión extranjera hacia Canadá, actuando conjuntamente con otras instituciones financieras y con el Gobierno de Canadá.

## 6. Políticas y normativas respecto de las compras públicas de servicios

El Tratado de Libre Comercio entre Chile y Canadá, con vigencia desde julio del año 1997, tiene un capítulo referente a compras públicas, estipulando la igualdad de condiciones en esta materia. El capítulo provee un marco regulatorio dentro del cual se establece el trato nacional y la no discriminación, medidas de transparencia, condiciones para participar, plazos y procedimientos de licitación, entre otros.

El texto completo del Capítulo de Compras Públicas se puede encontrar en español el siguiente link: [http://www.direcon.gob.cl/sites/www.direcon.gob.cl/files/bibliotecas/Capitulo%20Kbis%20\(espa%F101\)%20CANADA%20-%20CHILE.pdf](http://www.direcon.gob.cl/sites/www.direcon.gob.cl/files/bibliotecas/Capitulo%20Kbis%20(espa%F101)%20CANADA%20-%20CHILE.pdf)

## 7. Infraestructura y telecomunicaciones disponibles

En base a información de Canada Year Book 2012<sup>4</sup>, elaborado por Statistics Canada, es posible concluir que la población canadiense ha evolucionado en términos de adopción de tecnología y conectividad, incorporándolas a su vida diaria y alcanzando un importante nivel de penetración.

Así, el uso de internet continúa incrementando su participación entre los canadienses, donde el año 2010, un 79% de los hogares tenía acceso a la red, de los cuales un 96% declaró tener una conexión de alta velocidad. A modo de referencia, Canadá se ubicó séptimo en el ranking de adopción de banda ancha en los hogares, según el ranking de la OECD en el año 2008.

<sup>4</sup> <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-402-x/11-402-x2012000-eng.htm>

En relación a los equipos computacionales, el año 2010 los precios al consumidor de computadores presentaron una caída de 16,4% frente al 2009, donde los computadores portátiles o laptops retrocedieron un 17,3% en valor mientras los computadores fijos o desktops lo hicieron en un 15,3%. Con todo, los precios de los computadores exhibieron una baja de 84,4% entre el 2002 y el 2010.

## 8. Participación del sector privado en las principales industrias de servicios

En Canadá, el sector servicios ha presentado un crecimiento más pronunciado que el sector bienes en los últimos años. Cabe recordar que los servicios representaron el 70,0% del PIB nacional el año 2012.

En términos de empleo, el año 2011 la fuerza laboral canadiense ascendía a 18,7 millones de personas, de las cuales 17,3 millones se encontraban empleadas (92,5% del total). Dentro de dicho grupo, 13,5 millones de personas (78,0% del total empleado) trabajaban en el sector servicios.<sup>5</sup>

# IV. Descripción sectorial del mercado importador

## 1. Comportamiento general del mercado

Como se ha señalado, el Crowdfunding conecta a través de plataformas online o intermediarios, a un emprendedor en busca de financiamiento para su proyecto con una masa crítica de individuos dispuestos a proveer dicho capital.

Dado que el Crowdfunding radica en la existencia de estos potenciales inversionistas, es fundamental entender qué los motiva a aportar o invertir, siendo posible identificar 3 razones primarias:

- **Motivación social:** interés en apoyar una causa que afecte positivamente su vida o su entorno, o en ayudar a que se cumpla el sueño de alguien más. Estos inversionistas donarán una cierta cantidad sin esperar nada a cambio o se conformarán con una recompensa menor que acredite su apoyo, como un gorro o un lápiz.
- **Motivación por el producto:** interés en la propuesta de valor, buscan estar cerca de la idea en desarrollo y si es posible, contribuir con *feedback* al creador. Buscarán una recompensa relacionada al producto como una entrada al lanzamiento, poder comprarlo con descuento o antes de que salga al mercado.
- **Motivación por el retorno monetario:** interés en acceder a oportunidades de inversión que de otro modo no tendrían, decidiendo su portafolio óptimo de riesgo-retorno. La recompensa será el retorno monetario, que en el caso del modelo de inversión no está garantizada (como en cualquier otra inversión), mientras que en el modelo de préstamo el riesgo de no pago debería ser menor.

<sup>5</sup> Canada Year Book 2012, Statistics Canada - <http://www.statcan.gc.ca/pub/11-402-x/11-402-x2012000-eng.htm>



Los distintos tipos de inversionistas dan paso a los 4 modelos tradicionales de Crowdfunding que se detallan a continuación:

Modelo de CF	Tipo de Contribución	Motivación del Inversionista	Ejemplos
<b>Donación</b>	Donación por filantropía o patrocinio social	Social	Katapult, Weeve
<b>Recompensa</b>	Donación a cambio de recompensas no financieras	Social o Producto, según la recompensa	Fundo, Fundrazr, Rockethub, Kickstarter, Indigogo
<b>Préstamo</b> (tradicional, condonable y pre-venta)	Préstamos entre personas (P2P) o personas a empresas (P2B)	Retorno Monetario	Prosper, Lendingclub
<b>Inversión</b>	Participación en la propiedad de la compañía, como una acción común	Retorno Monetario	Crowdcube (UK), Wiseed (Francia), ASSOBS (Australia)

Fuente: National Crowdfunding Association of Canada (NCFA)

De estos 4 modelos, donación y recompensa generalmente se agrupan en una sola categoría, ya que en ambos casos el costo de financiamiento es marginal o cero. La categoría conjunta (donación/recompensa) es la más popular a nivel mundial.

Asimismo, el modelo de préstamo es el segundo más masivo, caracterizándose por requerir la mitad del tiempo que el modelo de inversión para alcanzar la meta de financiamiento. En particular, existen 3 subcategorías de este modelo, según las condiciones de pago:

- Préstamo tradicional: devuelve el capital más los intereses en pagos pre pactados
- Préstamo condonable: el pago ocurre cuando el proyecto empieza a generar ventas o utilidades, según sea convenido
- Pre-venta: el pago se efectúa mediante la entrega de productos terminados, hasta obtener un valor equivalente a la contribución

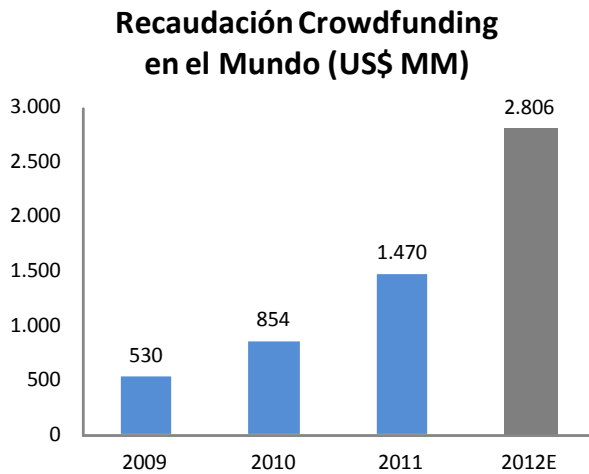
En tanto, el modelo de inversión es el más efectivo en recaudar sumas elevadas de capital, pero es el menos utilizado por diversas limitantes, como infracciones a regulaciones del mercado financiero, la propiedad intelectual, etc. Sólo está permitido en Australia, Reino Unido, Holanda, Francia, Bélgica, Alemania y próximamente en Estados Unidos, con la entrada en vigencia del JOBS Act. Sin embargo, se espera que este modelo de Crowdfunding tome fuerza en los próximos años, a medida que el marco legal se vaya adecuando a esta nueva tendencia (ver sección V.7 Marco legal y regulatorio del subsector).

Por último, cabe destacar que existen modelos híbridos de Crowdfunding que combinan 2 o más modelos tradicionales, por ejemplo, para permitir que los inversionistas participen en las ganancias de un proyecto sin enmarcarse en el modelo de inversión, que actualmente no es legal en Canadá.

## 2. Estadísticas de producción y comercio del servicio

En base a un estudio de la consultora Massolution/Crowdsourcing LLC, citado por la NCFA, el volumen mundial de recursos levantados por el Crowdfunding se habría ubicado en torno a los US\$ 1.470 millones en el año 2011, casi triplicando el nivel del año 2009. Lo anterior implica una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) de 67% en 2 años.

Para el 2012 se estima que la recaudación habría bordeado los US\$2.806 millones, prácticamente duplicando al 2011, lo cual deja entrever la dinámica con la que se mueve esta industria, que ha exhibido un crecimiento casi exponencial en los últimos años.

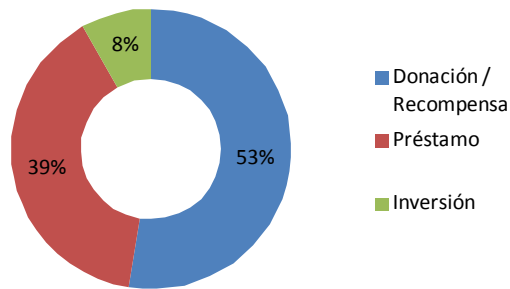


Fuente: NCFA

La contundente alza entre los años 2011 y 2012 estaría liderada por la recaudación bajo el modelo de inversión, donde se proyecta un 300% de incremento en el capital, sumado a un 75% bajo el modelo de préstamo y un 50% bajo el modelo de donación/recompensa.

De esta forma, queda en evidencia que si bien el modelo de inversión es el menos masivo (ver gráfico. Recaudación Crowdfunding 2011 por Modelo), es el más exitoso en términos de recursos recaudados y es considerado el modelo de Crowdfunding con mayor potencial.

### Recaudación Crowdfunding 2011 por Modelo



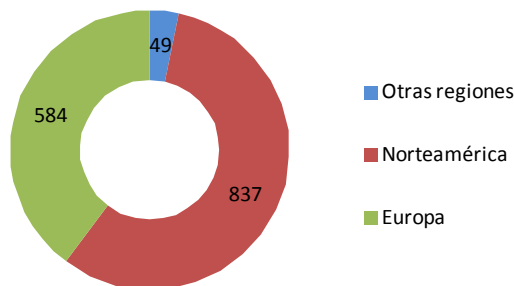
Fuente: NCFCA

A modo de ejemplo, sobre el 80% de las campañas basadas en inversión en el año 2011 levantaron fondos sobre US\$25.000, mientras que para el caso del modelo donación/recompensa, un tercio de las campañas recaudaron entre US\$5.000 y US\$10.000 en el año 2011, y sólo un tímido 10% superó los US\$10.000.<sup>6</sup>

Así se concluye que si bien los modelos de donación/recompensa y préstamo son más populares, para proyectos que necesiten un mayor nivel de financiamiento la alternativa más recomendable es optar por campañas basadas en inversión o un modelo híbrido que combine atributos de varios modelos.

Por otro lado, al analizar las cifras por región geográfica, se distingue Norteamérica (Canadá y USA) como el principal polo de Crowdfunding en el mundo, registrando una recaudación de US\$837 millones en el 2011 equivalentes al 57% del total, seguido por Europa con un 40% (US\$584 millones). Llama la atención que esta tendencia aún no ha penetrado mayormente el mercado asiático, lo que sin duda representa un interesante potencial de crecimiento para todo tipo de iniciativas.

### Recaudación Crowdfunding 2011 (Total US\$ 1.470 MM)

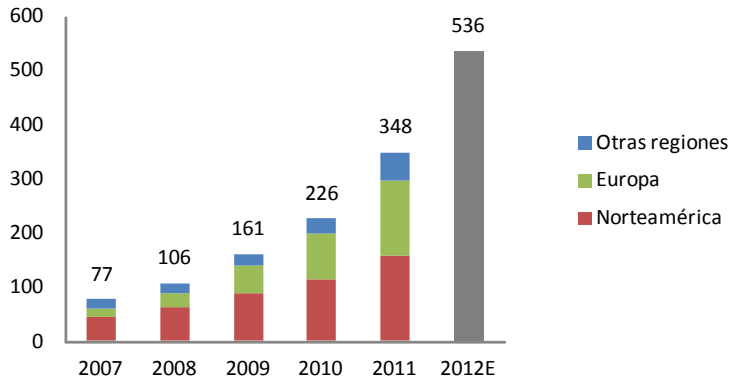


Fuente: NCFCA

<sup>6</sup> National Crowdfunding Association of Canada (NCFCA), estudio de mercado de Daily Crowdsourc

En tanto, la cantidad de plataformas de Crowdfunding a nivel mundial ha crecido en directa relación con los fondos recaudados, con un CAGR de 46% entre el 2007 y el 2011. En particular, en el año 2011 se identificaron 348 plataformas, de las cuales 158 se ubican en Norteamérica y 139 en Europa. No obstante, aunque Norteamérica es más importante en términos de recaudación y número de plataformas, Europa fue la cuna de la mayoría de las campañas exitosas en el 2011, con 654.000 aciertos versus 532.000 en el mercado norteamericano.

### Plataformas Crowdfunding en el Mundo



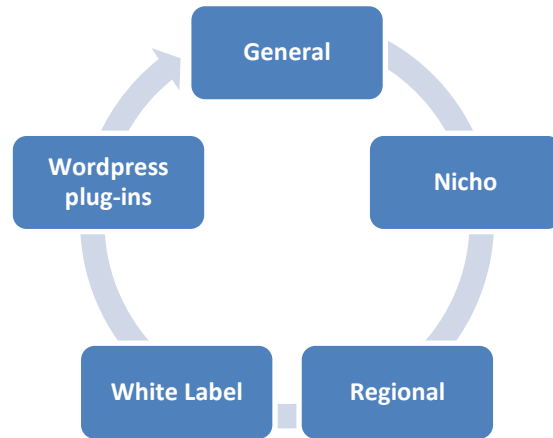
Fuente: NCFA

Finalmente, cabe destacar que la popularidad y el éxito de los 3 modelos de crowdfunding tradicionales (donación/recompensa, préstamo e inversión) varían por región geográfica. Según un informe de Canada Media Fund (CMF)<sup>7</sup>, el modelo de inversión cobra mayor importancia en Europa, donde las regulaciones de los mercados financieros tienden a ser menos restrictivas que en Norteamérica, y en el año 2011 más de la mitad de los US\$ 112 millones recaudados por el modelo de inversión en el mundo fueron levantados en Europa.

<sup>7</sup> "Crowdfunding in a Canadian Context" - Canada Media Fund, Agosto 2012

### 3. Canales de comercialización

La National Crowdfunding Association of Canada (NCFA) distingue 5 principales tipos de plataformas de Crowdfunding:



Fuente: NCFA

Las plataformas de **propósito general** son las más masivas a nivel mundial. Permiten un rango bastante extenso de proyectos de todos los campos, entregando al inversionista la posibilidad de explorar la variedad según su interés. La primera plataforma oficial de Crowdfunding y la más importante en la actualidad, Kickstarter<sup>8</sup> (de origen estadounidense), es un ejemplo de plataforma general.

En tanto, las plataformas de **nicho** están ganando terreno rápidamente y se estima que pasarán a liderar la industria en algún momento. Los portales especializados generaran un sentido de comunidad entre sus participantes, ya que al compartir intereses similares pueden unirse en pos de apoyar una causa o industria específica.

Las plataformas **regionales** son otra forma de acceder al Crowdfunding, esta vez apuntando a una región física o un área bien definida. Los proyectos localizados permiten que los participantes apoyen una iniciativa que impactará directamente a su comunidad, beneficiándose por ende de los resultados.

Por otro lado, para las empresas que quieran crear su propio sitio de crowdfunding, existen 2 alternativas: las plataformas white label o marca blanca y las plataformas de wordpress plug-ins.

En el primer caso, las plataformas **white label** ofrecen un pack de servicios para crear un portal de crowdfunding a la medida del cliente, con opción de asistencia en programación, diseño, *coaching*, etc. además de la posibilidad de apalancarse de la marca del proveedor white label al usarla en el dominio del nuevo portal de crowdfunding.

En el segundo caso, los portales de **wordpress plug-ins** permiten que quienes ya cuentan con su página web o blog en Wordpress<sup>9</sup> implementen una aplicación de crowdfunding en ella, al proveer un plug-in con integración a portales de pago, temas prediseñados para el portal de crowdfunding, etc. La idea es llevar los proyectos

<sup>8</sup> <http://www.kickstarter.com/>

<sup>9</sup> Wordpress es un software open-source que permite crear blogs o sitios web, con una sólida base de usuarios alrededor del mundo que colaboran tanto en su desarrollo como en su extensión - <http://wordpress.org/>

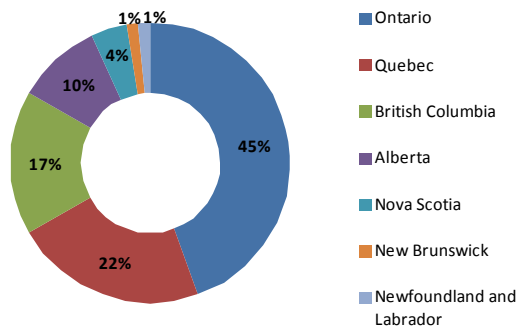
directamente a los potenciales inversionistas (los usuarios habituales de la página web). En Canadá, Ignitiondeck<sup>10</sup> es la plataforma de crowdfunding de wordpress plug-ins más reconocida.

Finalmente, cabe destacar que cualquiera sea la plataforma a utilizar, existen 2 maneras de manejar la recaudación: (i) Todo suma, donde todos los aportes van directamente al fondo del proyecto independiente de si éste alcanza la meta o no; y (ii) Todo o nada, donde el creador del proyecto sólo percibe los fondos si logra llegar a la meta de recaudación, de lo contrario los aportes son devueltos.

#### 4. Principales players del subsector y empresas competidoras

Al mes de agosto 2013, existen 72 proveedores de Crowdfunding reconocidos por la NCFCA en el directorio de Crowdfunding canadiense, de los cuales 62 son plataformas online y 10 son proveedores de servicios. Se concentran principalmente en la provincia de Ontario, que es el origen del 45% del total nacional.

**Plataformas Crowdfunding por Provincia (Ago 2013)**



Fuente: NCFCA

Para ver la lista completa de portales y proveedores de Crowdfunding locales reconocidos por la NCFCA, dirigirse a ANEXO 1. Directorio de Crowdfunding en Canadá.

#### 5. Marco legal y regulatorio del subsector

Actualmente, Canadá carece de un marco regulatorio específico al Crowdfunding. Es posible encontrar diversas plataformas bajo los modelos de donación/recompensa, préstamo e híbridos, sin embargo, el modelo de inversión es ilegal según las regulaciones de los mercados financieros locales<sup>11</sup>.

Esto, ya que la ley prohíbe: (i) adquirir participaciones accionarias en compañías no abiertas en bolsa; y (ii) promocionar públicamente las inversiones de capital, y por ende, la difusión en las redes sociales de las campañas de Crowdfunding está prohibida.

No obstante, según las leyes vigentes, existen ciertas excepciones en las que un inversionista puede comprar acciones en una compañía sin que ésta haya realizado una oferta pública inicial de acciones (IPO). Éstas son:

<sup>10</sup> <http://ignitiondeck.com/id/>

<sup>11</sup> "Crowdfunding in a Canadian Context" - Canada Media Fund, Agosto 2012

- Inversionistas “acreditados”<sup>12</sup>, que cuentan con un capital neto superior a CAD\$ 1 millón o un ingreso anual superior a CAD\$200.000
- El monto de inversión sea de CAD\$ 150.000 o superior

En este contexto, The Canadian Securities Administrators, organismo que agrupa a las comisiones reguladoras de las 13 provincias de Canadá, está en proceso de revisar los requerimientos para eventualmente ampliar el espectro de excepciones y poder incluir a los inversionistas de Crowdfunding en esta categoría.

En tanto, la comisión reguladora de la provincia de Ontario (Ontario Securities Commission) ya está logrando los primeros avances, con la aprobación del lanzamiento de Social Venture Exchange (SVX) en junio 2013, la primera plataforma online que conecta inversionistas acreditados con emisores<sup>13</sup> (ver sección IX. Caso de Éxito: Social Venture Exchange (SVX)).

De igual forma, la Canadian Advanced Technology Alliance ha desplegado una campaña para solicitar que los reguladores de cada provincia modifiquen sus leyes de manera similar a lo que hizo Estados Unidos con la aprobación del JOBS Act<sup>14</sup> (Jumpstart on Business Start-ups Act) en abril 2012, que flexibiliza las restricciones para que inversionistas no acreditados puedan invertir en una compañía que no ha publicado un prospecto. Esto, ya que los costos en tiempo y recursos que implica un prospecto desincentivan a las pequeñas y medianas empresas.

Si bien, el plazo oficial para la entrada en vigencia del JOBS Act venció en enero 2013 y la entidad reguladora estadounidense Securities and Exchange Commission (SEC) aún se encuentra formulando la nueva normativa, en vista de su alta complejidad, se espera que la ley se promulgue durante segundo semestre 2013<sup>15</sup>.

Otro punto a considerar al evaluar estos cambios al mercado financiero canadiense es la protección de los inversionistas contra el fraude. Existe un riesgo implícito de estafa al usar el Crowdfunding como vehículo de inversión (por parte de los creadores del proyecto y/o las plataformas mismas), que se acentúa ya que la mayoría de estos inversionistas no serán sofisticados, sino público general. A la vez, existe el fraude no intencional, que ocurre cuando un proyecto financiado no se concreta por alguna razón externa, no cumple las expectativas de los inversionistas o no logra generar ganancias.

Sin embargo, quienes están a favor del Crowdfunding sostienen que el modelo de inversión de hecho promueve una mayor transparencia<sup>16</sup>, al ser ésta una característica fundamental para que el inversionista se decida a invertir, y que además se pueden incluir medidas de resguardo en la nueva legislación, de igual forma que se quiere implementar en Estados Unidos con el JOBS Act.

---

<sup>12</sup> <http://www.osc.gov.on.ca/en/21943.htm>

<sup>13</sup> “OSC approves online portal aimed at funding for social, environmental ventures” - <http://business.financialpost.com/2013/06/20/osc-approves-online-portal-aimed-at-funding-for-social-environmental-ventures/>

<sup>14</sup> [http://en.wikipedia.org/wiki/Jumpstart\\_Our\\_Business\\_Startups\\_Act](http://en.wikipedia.org/wiki/Jumpstart_Our_Business_Startups_Act)

<sup>15</sup> “Crowdfunding market will be learning process” - <http://business.financialpost.com/2013/07/16/crowdfunding-market-will-be-learning-process-study/>

<sup>16</sup> “Crowdfunding market will be learning process” - <http://business.financialpost.com/2013/07/16/crowdfunding-market-will-be-learning-process-study/>

## 6. Tendencias comerciales del sector

El año 2012 fue clave para el Crowdfunding a nivel mundial. Según el estudio de Massolution/Crowdsourcing LLC, los fondos levantados estarían en torno a los US\$2.806 millones, con un impresionante crecimiento de 91% frente al 2011. En abril, se firmó el JOBS Act en Estados Unidos, que permitirá el acceso de inversionistas no acreditados a portales de Crowdfunding basados en inversión; mientras que en mayo se registró el proyecto más exitoso en la historia de Kickstarter, el reloj Pebble, cuya meta de recaudación era US\$ 100.000 y recibió más de US\$ 10 millones de 68.929 inversionistas<sup>17</sup>.

Para el 2013 se espera que la industria siga creciendo a tasas exponenciales, y ya se habla de cifras cercanas a los US\$ 5.100 millones<sup>18</sup>. Así, en medio de toda esta ebullición del Crowdfunding, existen ciertas tendencias que deberían empezar a tomar fuerza en los próximos años:

- **Diferenciación:** a pesar de que el concepto es bastante nuevo y aún se encuentra en etapa de desarrollo, ya existen marcados líderes en la industria mundial del Crowdfunding como Kickstarter. A diciembre 2012, dicho portal había recaudado fondos por US\$ 371 millones en sus 3,5 años de existencia, mientras que sólo entre enero y junio 2013 levantó US\$ 203 millones (55% de su nivel histórico). Kickstarter sigue atrayendo más y mejores proyectos, incrementando la brecha con los demás portales, por lo tanto al menos las plataformas basadas en donación/recompensa deberán presentar un factor diferenciador y darle al público y a los creadores de proyectos una razón para escogerlos por sobre Kickstarter, o de lo contrario tenderán a desaparecer.
- **Consolidación:** en cualquier industria que esté de moda y tenga bajas barreras de entrada, como es el caso de crear un portal de Crowdfunding, existe una proliferación inicial de nuevos entrantes que al pasar el tiempo será reemplazada por una consolidación natural del mercado. Esto está en directa relación con el punto anterior, donde las plataformas que no sean capaces de diferenciarse y entregar un valor agregado irán quedando atrás.
- **Impacto del JOBS Act:** muchos portales norteamericanos basados en el modelo de inversión se encuentran a la espera de la nueva legislación, no obstante, hay factores que podrían desincentivar el surgimiento masivo de nuevas plataformas como (i) la demora en la promulgación de la ley, inicialmente anunciada para enero 2013; (ii) el período de ajuste, ya que tanto a inversionistas como a creadores de proyectos les tomará tiempo entender y adaptarse a la nueva legislación; y (iii) la burocracia, ya que las plataformas de inversión deberán cumplir con una serie de requisitos legales para poder operar.

En definitiva, la industria del Crowdfunding se irá consolidando, los actores serán cada vez más sofisticados y los portales que sobrevivan serán los que logren atraer proyectos atractivos, ya que una plataforma finalmente es juzgada por el éxito de los proyectos que alberga.

<sup>17</sup> <http://www.kickstarter.com/projects/597507018/pebble-e-paper-watch-for-iphone-and-android?ref=most-funded>

<sup>18</sup> <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/>



# V. Competidores

## 1. Principales proveedores externos

En base al ranking “Global 100 Crowdfunding Index”<sup>19</sup> elaborado por el Crowdfunding Press Center, la estadounidense Kickstarter es la plataforma de crowdfunding más popular a nivel mundial, y ocupa el lugar #720 en popularidad entre los sitios más visitados en la red.

Más aún, desde su lanzamiento en el año 2009, Kickstarter ha apoyado más de 42.000 campañas levantando fondos por cerca de US\$649 millones, y se estima que su sitio web recibe 9,9 millones de visitas al mes desde todas partes del mundo<sup>20</sup>. De igual forma, Indiegogo, también estadounidense y fundada en el 2008, figura en el segundo lugar del ranking en el puesto #2.350.

Al mirar la lista de las 10 plataformas más relevantes en el mundo, medido por el tráfico de visitas, es evidente que Estados Unidos es el país que lidera esta tendencia, siendo el origen de 8 de estos portales. Canadá sólo está representado en el ranking por las plataformas Fundrazr y Crowdhelms, en las posiciones 14 y 84 respectivamente.

Ranking Crowdfunding	Nombre	Web Site	Ranking Tráfico Web Global	País
1	Kickstarter	www.kickstarter.com	720	USA
2	Indiegogo	www.indiegogo.com	2.350	USA
3	Uinvest	www.uinvest.com.ua	5.356	Ucrania
4	GoFundMe	www.gofundme.com	5.726	USA
5	Angel List	www.angel.co	10.957	USA
6	Just Giving	www.justgiving.com	11.125	UK
7	Kiva	www.kiva.org	11.754	USA
8	Lending Club	www.lendingclub.com	13.841	USA
9	Quirky	www.quirky.com	14.977	USA
10	You Caring	www.youcaring.com	35.100	USA

En tanto, al considerar el ranking “Top 10 Crowdfunding Sites For Fundraising”<sup>21</sup> de la revista Forbes, Kickstarter e Indiegogo vuelven a ser líderes, en los lugares 1 y 2 respectivamente, coincidiendo con lo propuesto por

<sup>19</sup> <http://crowdfundingpr.wordpress.com/2013/06/12/crowdfunding-press-center-releases-the-first-global-100-crowdfunding-site-index/>

<sup>20</sup> <http://www.shopify.com/blog/8071463-the-top-5-crowdfunding-sites-for-your-next-big-idea#ixzz2cp4sx1Xc>

<sup>21</sup> <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/>

Crowdfunding Press Center en el listado anterior. Otros nombres que se repiten son Angel List y Quirky, aunque aparecen nuevos candidatos como Crowdfunder, RocketHub, Crowdrise, entre otros.

En definitiva, existen distintos criterios para determinar qué sitios de Crowdfunding son los más influyentes en el mundo, aunque Kickstarter e Indiegogo son comunes denominadores bajo cualquier prisma, por su tamaño y su reconocimiento de primeros entrantes de la industria. Pero finalmente, la plataforma más adecuada a utilizar dependerá del proyecto que se quiera financiar, al haber portales especializados u orientados a mercados específicos.

Un punto que vale la pena comentar es la entrada de Kickstarter a Canadá. Hasta ahora, los emprendedores canadienses con intención de financiar su proyecto en la plataforma estadounidense podían hacerlo, pero enfrentaban numerosas limitantes como tener residencia permanente en Estados Unidos y número de seguro social, tener un documento de identificación emitido por el gobierno estadounidense, cuenta bancaria y tarjeta de crédito o débito en Estados Unidos, etc. Por ende, prácticamente la única alternativa para un ciudadano canadiense residente en Canadá era embarcarse en una sociedad con un residente americano, con todos los riesgos y burocracia que ello implicaba.

Sin embargo, en agosto 2013 Kickstarter anunció su apertura a proyectos basados en Canadá, los cuales fueron lanzados oficialmente el 9 de septiembre 2013. La plataforma es la misma utilizada por Estados Unidos y Reino Unido (incluyendo los mismos cargos por servicio), y los proyectos canadienses son listados en dólares canadienses, aunque para inversionistas de fuera de Canadá se despliega una conversión a dólares americanos antes de finalizar el aporte<sup>22</sup>.

Con todo, este nuevo acceso a la plataforma más reconocida globalmente es un gran paso para la industria de Crowdfunding en Canadá, e implica una amplia ventana de exposición de los proyectos canadienses al mundo.

## 2. Descripción de los servicios otorgados por competidores locales o externos.

Los portales de Crowdfunding divergen en los servicios que ofrecen de acuerdo al tipo de plataforma y a la región geográfica donde se constituyan.

Así, las plataformas tradicionales (ya sean de propósito general, de nicho o regional) otorgan al creador la posibilidad de cargar su proyecto al portal, utilizar las herramientas de diseño pre establecidas para armar su campaña, fijar sus metas de financiamiento y plazo de recaudación, recaudar los fondos mediante los convenios de pago y apalancarse del tráfico de visitas del portal y de su marca.

En contraste, las plataformas white label y de wordpress plug-ins son netamente proveedores de servicios, ya que en vez de permitirle al creador publicar un proyecto en su portal, lo empoderan con las herramientas necesarias para lanzar su propio sitio de Crowdfunding o habilitar una aplicación de Crowdfunding en un blog o sitio web ya existente (ver sección V.3 Canales de comercialización).

---

<sup>22</sup> <http://www.kickstarter.com/blog/kickstarter-in-canada>

La estructura de costos es distinta en cada plataforma, pero generalmente las tradicionales cobran un porcentaje de la recaudación entre 2% y 5% para las campañas exitosas (que alcancen la meta de financiamiento) y pueden cobrar un cargo por campañas no exitosas o simplemente no cobrar.

En tanto, las plataformas white label facturan por la implementación de la plataforma, por el servicio mensual y un porcentaje por campaña, aunque inferior al de una plataforma externa; mientras que los proveedores de wordpress plug-ins sólo cobran un cargo fijo inicial por el plug-in, liberando al usuario del pago de una comisión mensual y/o un porcentaje de cada campaña que realice.

## VI. Obstáculos a enfrentar por los exportadores de servicios

Si bien el Crowdfunding emerge como una solución alternativa para acceder a financiamiento, y colateralmente puede presentar otros beneficios como publicidad gratis y *feedback* en el proceso creativo, también conlleva ciertos riesgos para el creador del proyecto que deben tenerse en cuenta, como:

- Desconocimiento del concepto: en Canadá, el crowdfunding aún se está posicionando como una nueva industria, por lo que la mayoría de los emprendedores no tienen un conocimiento acabado de esta plataforma y cómo se pueden beneficiar de ella. Asimismo, el público general tampoco está suficientemente informado que existe esta instancia para apoyar proyectos de su interés
- Daño a la reputación del creador: si una campaña no logra su meta de financiamiento o recibe un apoyo precario, la reputación del creador del proyecto se puede ver dañada por este fracaso público. De igual forma, si logra financiarlo pero no puede concretarlo de la forma propuesta o no cumple las expectativas, puede afectar su imagen y su éxito en una iniciativa futura
- Costo y beneficio de la campaña: existe una cierta reticencia entre los creadores frente a los costos en publicidad (ej.- un video promocional), tiempo, producción y envío asociados a una iniciativa de Crowdfunding, donde incluso puede ser necesario contratar un apoyo externo para manejar la campaña. Esto se acentúa al tomar en cuenta la posibilidad de que la campaña no sea exitosa y por ende, estos costos no tengan beneficio alguno.
- Protección de la propiedad intelectual: muchos creadores son reacios a publicar los detalles de un proyecto antes de que empiece su producción, por el riesgo de que ser víctimas de robo de propiedad intelectual o plagio.
- Desgaste del inversionista: cuando un creador se dirige a la misma masa crítica de inversionistas en reiteradas ocasiones, existe la posibilidad que en algún momento se desgaste el interés por apoyarlo. Asimismo, a medida que la oferta de plataformas y proyectos se expande, será cada vez más difícil diferenciarse y atraer apoyo a un proyecto determinado.
- Falta de marco regulatorio: considerando que Canadá carece de un marco regulatorio para el Crowdfunding, la probabilidad de ser víctima de estafas o que los fondos sean usados ilegítimamente es un desincentivo importante para que los inversionistas se involucren en estas iniciativas.

Los puntos anteriores son de consideración de cualquier emprendedor que está evaluando usar una plataforma de Crowdfunding canadiense para obtener financiamiento, independiente de donde provenga. Ahora bien, un emprendedor chileno que desee usar un portal canadiense para ampliar su horizonte de oportunidades, debe estar consciente de que además enfrentará desafíos adicionales:

- Idioma: en Canadá los idiomas oficiales son inglés y francés, aunque la lengua primaria es el inglés en todas las provincias, excepto en Quebec. Por lo tanto, es esencial tener un buen manejo de inglés para transmitir exitosamente los objetivos e ideales detrás del proyecto, logrando así que el público se identifique con él y quiera contribuir
- Competencia: en vista de que el Crowdfunding es una tendencia global y no existen restricciones de ciudadanía para subir un proyecto a una determinada plataforma, eventualmente el emprendedor chileno se expone a competir con proyectos de alto nivel provenientes de diversas partes del mundo, incluyendo países con un mayor nivel de desarrollo que Chile como Estados Unidos, potencias europeas, asiáticas, etc. y debe tener un producto a la altura para ser reconocido.
- Burocracia: aunque en estricto rigor las plataformas canadienses son abiertas a todo público y no exigen directamente tener residencia ni cuenta bancaria local, cada portal está asociado a una entidad que procesa las recaudaciones de las campañas y es un requisito que los creadores del proyecto tengan una cuenta en dicho intermediario financiero. Por ejemplo, Fundrazr y Crowdhelms, los únicos portales canadienses en el ranking “Global 100 Crowdfunding Index” (ver sección VI.1 Principales proveedores externos), están asociados a PayPal<sup>23</sup>. Para activar una cuenta en PayPal sí es requisito contar con cuenta o tarjeta bancaria y residencia en el país en el que se está postulando, y como las únicas cuentas aceptadas para captar fondos en las plataformas canadienses son las registradas en países autorizados (Canadá, Estados Unidos, Australia, Nueva Zelanda, Reino Unido, etc.) donde Chile no figura, un emprendedor chileno estaría obligado a tener residencia en uno de estos países o asociarse con alguien que cumpla los requerimientos para poder optar a financiar su proyecto en Canadá<sup>24</sup>.

## VII. Otra información relevante del mercado de destino

En Canadá permanentemente se están organizando eventos y seminarios destinados a la difusión y promoción del Crowdfunding. Los principales eventos programados para los próximos meses hasta el momento son los siguientes:

- Crowdfunding for Beginners, NCFA - Toronto (Sept 5, 2013)  
<http://www.ncfacanada.org/event-toronto-sept-5-2013-crowdfunding-for-beginners/>
- Crowdfunding for Kanadians, Toronto Hispanic Chamber of Commerce - Toronto (Sept 11, 2013)

<sup>23</sup> <https://www.paypal.com/>

<sup>24</sup> <http://support.fundrazr.com/hc/en-us/articles/200055313-Roadblock-The-PayPal-Account-Is-Based-In-A-Country-Which-Cannot-Receive-Payments>

<http://www.thcc.ca/events/crowdfunding-canadians>

- Canadian Crowdfunding: Roadmap to Success, NCFA - Niagara (Sept 27, 2013)  
<http://www.ncfacanada.org/event-niagara-sept-27-2013-canadian-crowdfunding-roadmap-to-success/>
- Canadian Crowdfunding Conference, Finanso 2013 - Montreal (Nov 21, 2013)  
<http://crowdfundbeat.com/finanso-crowdfunding-conference/>

También existen eventos organizados por privados, como la “Crowdfund Night” en Montreal, que partió en el año 2012 como una iniciativa de 2 emprendedores, y en julio 2013 ya realizó su tercera edición. Para mayor información visitar <http://crowdfundnight.com/>.

Finalmente, es altamente recomendable revisar constantemente la página web de la National Crowdfunding Association of Canada (NCFA) - <http://www.ncfacanada.org/> y de CrowdFundBeat<sup>25</sup> para estar al tanto de los nuevos eventos que se están programando.

## VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

El CEO de Crowdfunder, una plataforma híbrida de donación/inversión entre las más reconocidas a nivel mundial, declaró en la revista Forbes<sup>26</sup> que el Crowdfunding es un concepto que va más allá de una forma de financiamiento, sino que es un punto de convergencia entre el emprendimiento y la filantropía, que está forjando un mercado para las inversiones con impacto social, en pos del retorno monetario tanto como del retorno social.

Está cubriendo una brecha que no estaba cubierta por el sistema financiero, por el mayor riesgo de estos sectores, ni por las entidades gubernamentales, ya que los fondos públicos para estimular por ejemplo el arte, el cine, la música, etc. se vuelven más escasos, sobre todo en momentos de crisis.

## IX. Caso de Éxito: Social Venture Exchange (SVX)

Social Venture Exchange (SVX) es una plataforma de Crowdfunding bajo el modelo de inversión, exclusivamente para inversionistas acreditados, con foco en iniciativas sociales y medioambientales. Fue desarrollada en la ciudad de Toronto (provincia de Ontario) bajo el liderazgo de MaRS Discovery District<sup>27</sup> y MaRS Centre for Impact

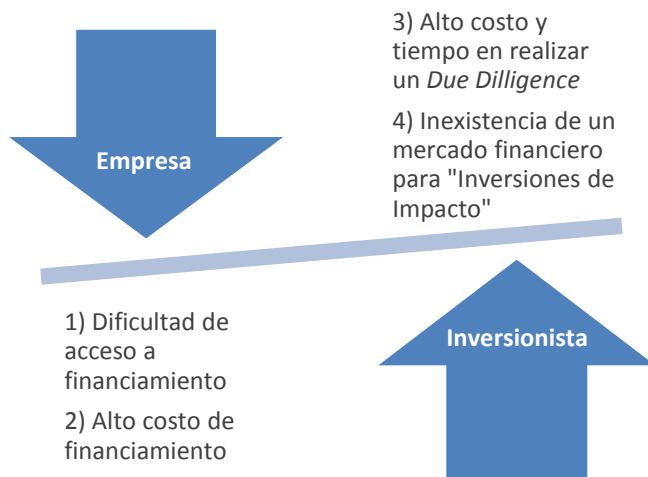
<sup>25</sup> <http://crowdfundbeat.com/category/events/>

<sup>26</sup> <http://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2013/05/08/top-10-crowdfunding-sites-for-fundraising/>

<sup>27</sup> <http://www.marsdd.com/>

Investing, en colaboración con TMX Group<sup>28</sup>, y es apoyada por distintas entidades como el Gobierno de Ontario, Torys LLP, KPMG, The J.W. McConnell Family Foundation, Royal Bank of Canada y Hamilton Community Foundation.

La primera aproximación a SVX surgió en el año 2007, como una alternativa para atraer capital a emprendimientos con impacto social. El equipo de SVX se percató del importante número de organizaciones sin fines de lucro, asociaciones y emprendimientos sociales en Canadá con dificultades para alcanzar su misión por falta de recursos, y por otro lado, identificó que existía una base importante de inversionistas interesados en "Inversiones de Impacto"<sup>29</sup>, pero estaban limitados por el gasto de recursos en el *Due Dilligence*<sup>30</sup> previo a la decisión de invertir.



Se identificó el alto potencial de las inversiones de impacto, una industria que mueve CAD\$5.300 millones actualmente en Canadá y se espera que llegue a CAD\$30.000 millones en 10 años, creciendo a una tasa de 18,9% anual, lo que confirmó la relevancia de crear un mercado de capitales de impacto.

Tomando en cuenta que en Canadá el crowdfunding de inversión no está permitido, SVX tuvo que adoptar algunas restricciones en comparación a un portal tradicional para obtener la aprobación de las entidades reguladoras. Mientras que una plataforma común de crowdfunding es abierta a cualquier emprendedor y los potenciales inversionistas son el público general, SVX está dirigido únicamente a inversionistas acreditados y a emprendimientos que sorteen el filtro y *Due Dilligence* correspondientes, los cuales resguardan la seguridad de los inversionistas. Cumplir con los criterios listados a continuación es un requisito indispensable para que los distintos actores puedan acceder a la plataforma:

<sup>28</sup> <http://www.tmx.com/en/index.html>

<sup>29</sup> Inversiones de capital en empresas o fondos que generan bienes sociales y/o medioambientales junto a retornos para el inversionista, que pueden ir desde la simple devolución del capital a una rentabilidad de mercado

<sup>30</sup> Proceso por el cual un comprador potencial evalúa una empresa objetivo o sus activos, de cara a una adquisición

Perfil Empresa / Emisor	Perfil Inversionista
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizaciones con y sin fines de lucro, cooperativas, fondos de inversión, etc.</li> <li>• Ingresos menores a CAD\$25.000</li> <li>• En busca de financiamiento entre CAD\$100.000 y CAD\$10 millones</li> <li>• Giro con impacto social o ambiental:</li> <li>• Impacto social: soluciones de vivienda, servicios de empleo, educación, alimentos, población indígena, etc.</li> <li>• Impacto ambiental: energías renovables, agricultura sustentable, tratamiento de agua, reducción de desechos, transporte, etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundaciones y fondos (privados, públicos, o comunitarios), administradores de activos o individuos de alto patrimonio</li> <li>• Sólo para inversionistas <b>acreditados</b>, con capital neto superior a CAD\$ 1 millón o un ingreso anual superior a CAD\$200.000</li> <li>• Inversionistas pacientes, orientados al impacto social/ambiental y a retornos financieros modestos en relación al mercado</li> </ul>

Así, luego de un período 6 años que tomó perfeccionar el modelo y cumplir con todos los requisitos de las entidades reguladoras, en junio 2013 el Ontario Securities Commission (OSC) finalmente aprobó el lanzamiento de SVX, el cual comenzó a operar oficialmente en septiembre 2013, por un período de prueba inicial de 2 años.

### Cómo funciona SVX

Habiendo determinado los perfiles objetivo, el proceso mediante el cual SVX logra crear este ecosistema estratégico para inversiones de impacto es el siguiente:

- **Búsqueda:** de potenciales empresas/emisores en el giro social o ambiental, que cumplan los requisitos, y de potenciales inversionistas acreditados interesados en las inversiones de impacto
- **Filtro:** de emisores e inversionistas, usando rigurosos criterios basados en el mercado de capitales, incluyendo estándares sugeridos por terceros independientes, con liderazgo en temas de medición de impacto social y ambiental
- **Due Dilligence:** de los emisores, incluyendo la revisión de estados financieros, estructura corporativa, directorio y plana gerencial, historia de crédito, etc.
- **Preparación (coaching):** de los emisores, para que estén en condiciones de promover sus proyectos y logren captar el interés de los inversionistas
- **Creación de conexiones:** entre emisores e inversionistas, tanto en forma virtual mediante la plataforma, como en forma presencial, en ferias, seminarios y eventos de *networking* organizados por SVX

### Perspectivas Futuras

SVX es pionero en muchos aspectos: es el primer portal online que conecta emisores con inversionistas acreditados en ser aprobado por la entidad regulatoria de Ontario (OSC), es el primer portal de inversiones de

impacto en Norteamérica y es el primer *dealer* registrado en la bolsa de comercio de Toronto (TSX) sin fines de lucro<sup>31</sup>.

Se espera que levante capital por CAD\$2,5 millones en el primer año, destinado a aproximadamente 30 emprendimientos en Ontario, y que en el futuro se expanda a otras provincias importantes de Canadá (British Columbia, Quebec, Alberta) y a Estados Unidos.

## X. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Para llevar a cabo una campaña exitosa, independiente de la plataforma de Crowdfunding que el creador del proyecto escoja, existen ciertos lineamientos que recomendamos se tomen en cuenta para captar el interés de potenciales inversionistas y aumentar la probabilidad de alcanzar la meta de financiamiento. En particular, destacamos los siguientes:

- Proyecto atractivo: los proyectos más exitosos son los que logran cautivar a audiencia, conectándose a sus emociones y creencias, y haciéndolos parte del mismo. El público necesita involucrarse y creer en el proyecto para motivarse a contribuir
- Audiencia pre-existente: los proyectos que apuntan a una audiencia objetivo ya consolidada tienden a ser más exitosos, al apalancarse de valores que los individuos ya comparten y así motivarlos en masa
- Red de contactos sólida: para los creadores que cuentan de antemano con una red de contactos relevante se hará bastante más fácil el esfuerzo de promoción, en especial si tienen el apoyo de *bloggeros* o periodistas que puedan difundir el proyecto en sus respectivos medios
- Esfuerzo promocional constante y de alto nivel: un esfuerzo de promoción permanente durante toda la campaña con material de alta calidad, es clave para inspirar la confianza necesaria al inversionista de que el producto valdrá su contribución. Contar con un video promocional y fotos del producto, del proceso productivo, etc. (idealmente profesionales) es indispensable para lograr el éxito
- Compromiso con la audiencia: parte del atractivo del Crowdfunding viene dado por la interacción directa del creador con el público general. Campañas que actualizan constantemente a los inversionistas sobre el estado del proyecto, que les permiten proveer *feedback*, etc. tienden a ser más exitosas
- Recompensas atractivas: para las campañas basadas en el modelo de donación/recompensa, es recomendable ofrecer incentivos que sean del interés de los inversionistas, por ejemplo ítems de *merchandising* (polaras, gorros, tazones, etc.), acceso a la pre-venta del producto o experiencias como encuentros con el equipo creativo, entre otros

---

<sup>31</sup> SVX se sustenta por aportes gubernamentales y de fundaciones, una comisión de acceso al portal para los emisores entre CAD\$500 y CAD\$2.500, comisiones para asistir a eventos presenciales, etc.



- Meta de financiamiento realista y presupuesto claro: la meta de financiamiento debe justa y suficiente para cubrir los costos del proyecto y poner en marcha el emprendimiento. Si la suma es demasiado elevada, los inversionistas tenderán a pensar que el creador no tiene un presupuesto bien definido o que tiene la intención de destinar parte de los fondos a otro fin. El creador debe demostrar que tiene un plan presupuestario adecuado y sabe exactamente en qué usará los recursos en cada etapa, para inspirar al público a invertir

Finalmente, vale la pena mencionar que la mayoría de los sitios de crowdfunding (sobre todo los de mayor envergadura), tienen disponible en su página web sus propios manuales con recomendaciones y lineamientos a seguir para alcanzar el éxito en una campaña, y es altamente recomendable que el emprendedor se interiorice con ellos.

## XI. Fuentes de información (*Links*).

- Government of Canada  
<http://www.canada.gc.ca/>
- Statistics Canada  
<http://www.statcan.gc.ca/>
- The Canadian Securities Administrators  
<http://www.securities-administrators.ca/>
- National Crowdfunding Association of Canada  
<http://www.ncfacanada.org/>
- Canada Media Fund  
<http://www.cmf-fmc.ca/>
- Canadian Advanced Technology Alliance  
<http://www.cata.ca/>
- Ontario Securities Commission  
<http://www.osc.gov.on.ca/>
- Social Venture Exchange (SVX)  
<http://svx.ca/>
- Crowdsourcing.org  
<http://www.crowdsourcing.org/>
- CrowdFundBeat  
<http://crowdfundbeat.com/>

## XII. Anexos

### ANEXO 1. Directorio de Crowdfunding en Canadá

Fuente: National Crowdfunding Association of Canada - NCCA

Type	Name	Area of Focus	Base
Portal	An Idea Nation - Global Think Tank	Social Network for Solving Global Challenges	British Columbia
Portal	Art Market Canada	Creative and Artistic Projects	Ontario
Portal	Ashoka	Innovative Social Entrepreneurs	Ontario
Portal	Boldmine	Closed beta	Ontario
Portal	Boumchicaboum	Music and Cinema	Quebec
Portal	Chimp	Canadian Charities	British Columbia
Portal	Climb for Change	Charity climbs, treks, hikes and adventures	British Columbia
Portal	Cookie Jar	General Purpose Awareness and Fundraiser	Ontario
Portal	Crowdcapital	Beta CFP	Alberta
Portal	CrowdFundChoice	Social impact, entrepreneurs, education & the environment	Ontario
Portal	Crowdhelps	Crowdfunding campaigns to help women	Ontario
Service Provider	CrowdLinker	Make the right connections fast	Ontario
Portal	CSI Catalyst	Social Innovation Projects	Ontario
Portal	Cuban Hat	Films and documentaries	Quebec
Portal	DocIgnite	Documentary Films	Ontario
Portal	Dream Bank	Gifts, dreams and social philanthropy	British Columbia
Portal	Ecloid	General purpose (FR only)	Quebec

Portal	Equals6	Student Scholarships	Nova Scotia
Portal	Fan Funding	Fund your favorite writers (Wattpadd project)	Ontario
Portal	FANPUSH	Music & Entertainment	British Columbia
Portal	Fonpop	General purpose	Quebec
Portal	Fundchange	Charitable organizations and social change projects	Ontario
Service Provider	Fundica	Crowdsourced access to grants, tax credits, loans and equity funding	Quebec
Service Provider	Funding Collective	Crowdfunding Market Accelerator	British Columbia
Portal	Fundo	General Purpose	Quebec
Portal	FundRazr	General Purpose	British Columbia
Portal	FundUni	Students and Education	Newfoundland and Labrador
Portal	Fundweaver	General Purpose, focused on Inuit, Metis and First Nations projects	British Columbia
Portal	Giveffect	Crowdfunding for Charities	Ontario
Portal	GiveMeaning	Creative fundraising for Charities	British Columbia
Portal	GreedyGiver	Incentivized Crowdfunding	Ontario
Portal	Haricot	General purpose	Quebec
Portal	Healthy Crowdfunder	Health and Wellness, High Tech Health Ventures	British Columbia
Service Provider	iCrowdfundSocialmedia	Crowdfunding Consultancy	Ontario
Portal	Ideacious	General Purpose	Ontario
Portal	Ideavibes	General purpose	Ontario
Portal	iFundWaterloo	Innovation and community	Ontario
Service Provider	IgnitionDeck	Wordpress Crowdfunding Plugin	Alberta
Portal	InvestYYC	Art, Media and Cultural projects from Calgary	Alberta

Portal	IOU Music	Crowdfunding for musicians and fans	Nova Scotia
Service Provider	Katapult	Charities and Not-for-Profits	Alberta
Portal	Kivendi	Startup Projects	New Brunswick
Portal	Kreativ Thotz	General Purpose	Ontario
Portal	La Ruche	Projects impacting Quebec City and surrounding areas	Quebec
Portal	Luevo	Crowdfunding Fashion	Ontario
Portal	Make a Champ	Athletes and Sporting Organizations	Quebec
Portal	MotherlandFund	General Purpose	Ontario
Portal	My Class Needs	Canadian Classrooms K-12	Ontario
Portal	Opportunity International Canada	Funding individuals, groups and businesses that work to end poverty	Ontario
Portal	Optimize Capital Markets	Private placement for Accredited Investors and Institutions	Ontario
Portal	Picatic	Ticketing and Event Management	Ontario
Portal	Pick My Class	Public School Teacher Projects	Ontario
Portal	Plebs	General Purpose	Quebec
Portal	Podium Ventures	Equity Investment for High Tech Startups (Accredited Investors)	Alberta
Portal	Projetco	General Purpose (WIP)	Quebec
Portal	Projets QC	General Purpose	Quebec
Portal	Projexity	Urban Change Projects	Ontario
Portal	PROPERTiii	Property Crowdsourcing and Crowdfunding	Quebec
Portal	Pursuit	Canadian Athletes	Nova Scotia
Portal	Solaris	Academic Scholarships	Ontario
Service Provider	Seeding Factory	Crowdfunding Consulting and Management	Quebec

Portal	Smallchangefund	Grassroots community projects	Ontario
Service Provider	SocialGift	Group Gifting Solution and Plugin	Ontario
Portal	SoKap	Creative projects (films, music, books)	British Columbia
Portal	Sourced.fm	Social crowdfunding and sales platform for music	Quebec
Portal	Springboard	General purpose	Ontario
Service Provider	StartingTrends	Resources, Campaign Services	Ontario
Portal	Trend Trunk	Creative crowdfunding for non-profits & charities	Ontario
Portal	Uend	Strategic projects to help extreme poverty	Alberta
Portal	Weeve	Not-for-profit and Social Change	British Columbia
Portal	Wicitoh	Canadian First Nations projects or events (closed beta)	Alberta
Portal	Yoyomolo	Social fundraising platform that offers the ability to create different kinds of campaigns	Quebec

*El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarga.*