**Caso de Estudio**

|  |  |
| --- | --- |
| **Título del caso de estudio** | Éxito de una campaña de crowdfunding femenina: el proyecto Silfir |
| **Palabras clave** | Aceso a la financiación, crowdfunding |
| **Proporcionado por** | IHF |
| **Idioma** | ESPAÑOL |
| **Caso de estudio** | |
| El crowdfunding es una práctica de financiación colectiva que parece estar revolucionando la dinámica de género en cuanto a la posibilidad de acceder a financiación. Los hombres utilizan las plataformas de crowdfunding con más frecuencia que las mujeres; sin embargo, éstas tienen más éxito a la hora de alcanzar los objetivos de sus campañas.  Las mayores tasas de éxito de las mujeres en el crowdfunding contrastan con las menores probabilidades cuando compiten con los hombres por subvenciones públicas y en los sistemas de financiación tradicionales en general (ESMT Berlín, 2019).  La marca de moda sostenible Silfir, fundada por Hannah Kromminga, es un ejemplo de cómo las mujeres pueden financiar sus negocios mediante crowdfunding con éxito.  En 2019, su empresa consiguió recaudar 30.000 euros en Kickstarter para pagar la producción de su colección. De ahí que el crowdfunding fuera esencial para probar el éxito del producto de Hannah y promover su idea, lo que le permitió ganar el Premio Europeo a la Innovación para un uniforme de diseño circular. | |
| **Enlace de referencia** | <https://www.kickstarter.com/projects/921919360/sustainable-fashion-made-easy-the-soft-workwear-uniform>  <https://esmt.berlin/press/women-are-more-successful-crowdfunding-men-says-esmt-berlin-study>  <https://femalefounderspace.com/5-crowdfunding-campaigns-of-female-founders-and-their-key-to-success/>  <https://wsa-global.org/person/hannah-kromminga/> |
| **Tipo de material** | CASO DE ESTUDIO |