

SMART IBÉRICA

# WEBINAR CROWDFUNDING

---

INTRODUCCIÓN AL CROWDFUNDING DE  
RECOMPENSAS

# ¿QUÉ ES EL CROWDFUNDING?

## FINANCIACIÓN COLECTIVA

El crowdfunding o micromecenazgo, en castellano, es una red de financiación colectiva, normalmente online, que a través de donaciones económicas o de otro tipo, consiguen financiar un determinado proyecto a cambio de recompensas, participaciones de forma altruista.



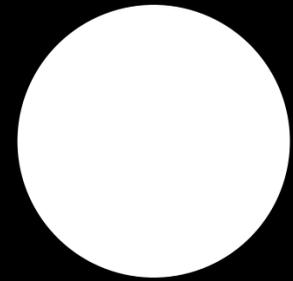


PRIMERAS ACCIONES DE CROWDFUNDING

**OFICIALMENTE → MARILION(1997)**

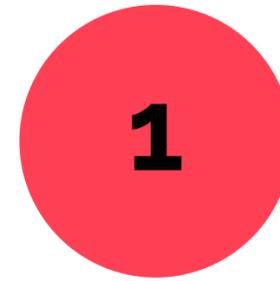
1987 -EXTREMODOURO FINANCIÓ SU GIRA CON DONACIONES PARTICULARES

# CROWD...



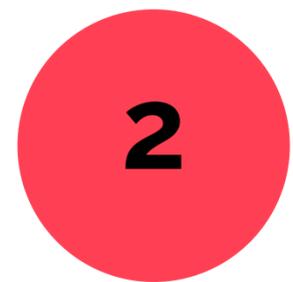
## CROWDSOURCING

Externalización  
colaborativa/masiva



## CROWDSEARCHING

búsqueda masiva de algo-  
[99\\_designs](#)



## CROWDSPEAKING

Comunicación masiva de un  
mensaje



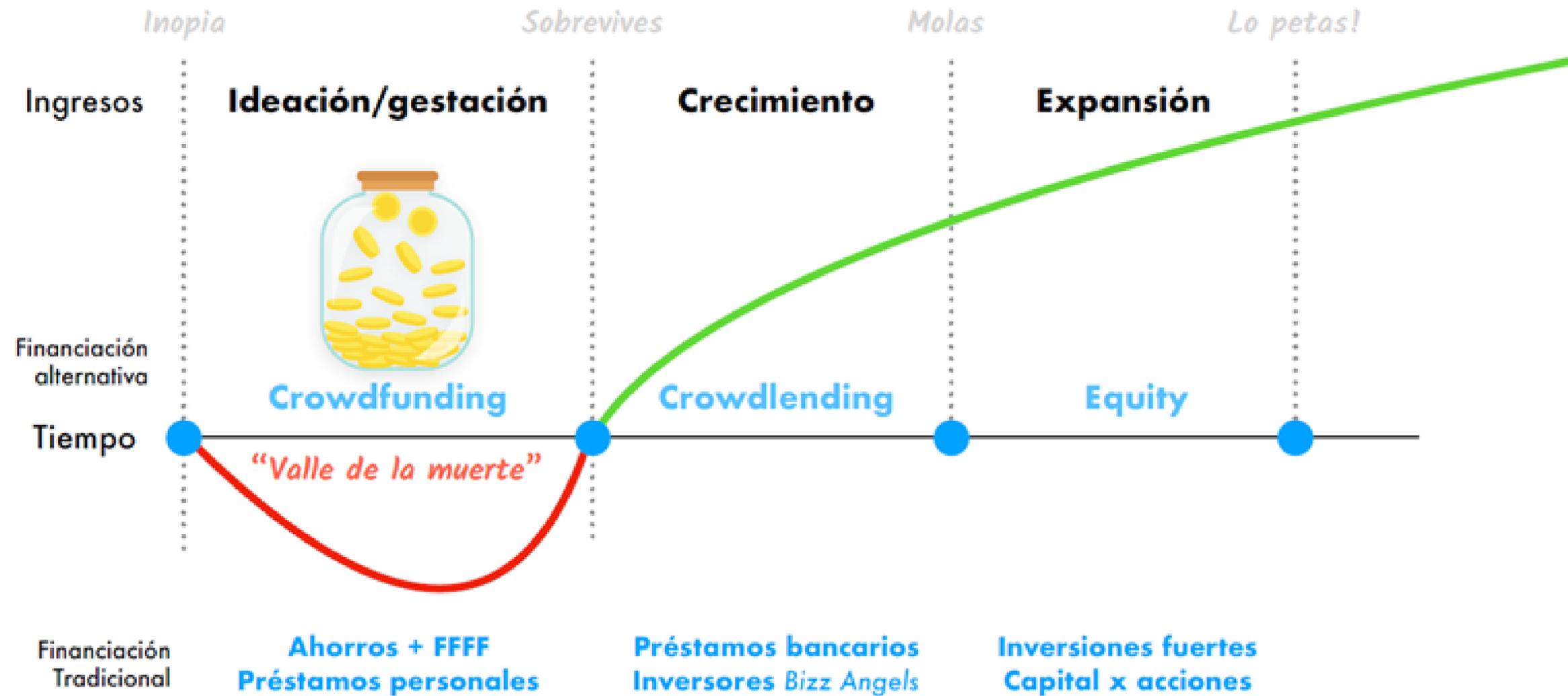
## CROWDFUNDING

financiación masiva

# TIPOS DE CROWDFUNDING (4 +1)



# ¿QUÉ CROWDFUNFING ELIJO?



Dependiendo de la fase del proyecto elegiremos el tipo de crowdfunding:  
Inicial/temprana/crecimiento/expansión

# COMUNIDAD



## COMUNIDADES CON LAS QUE TRABAJAS

Conexiones ya existentes:

- Proveedores
- Colaboradores
- Clientes
- Gente activa en RRSS

## REDES COMUNITARIAS

- Proyectos Similares
- Redes comunitarias
- Socios institucionales
- Público fantasma RRSS

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Influencers
- Bloggers
- Medios tradicionales

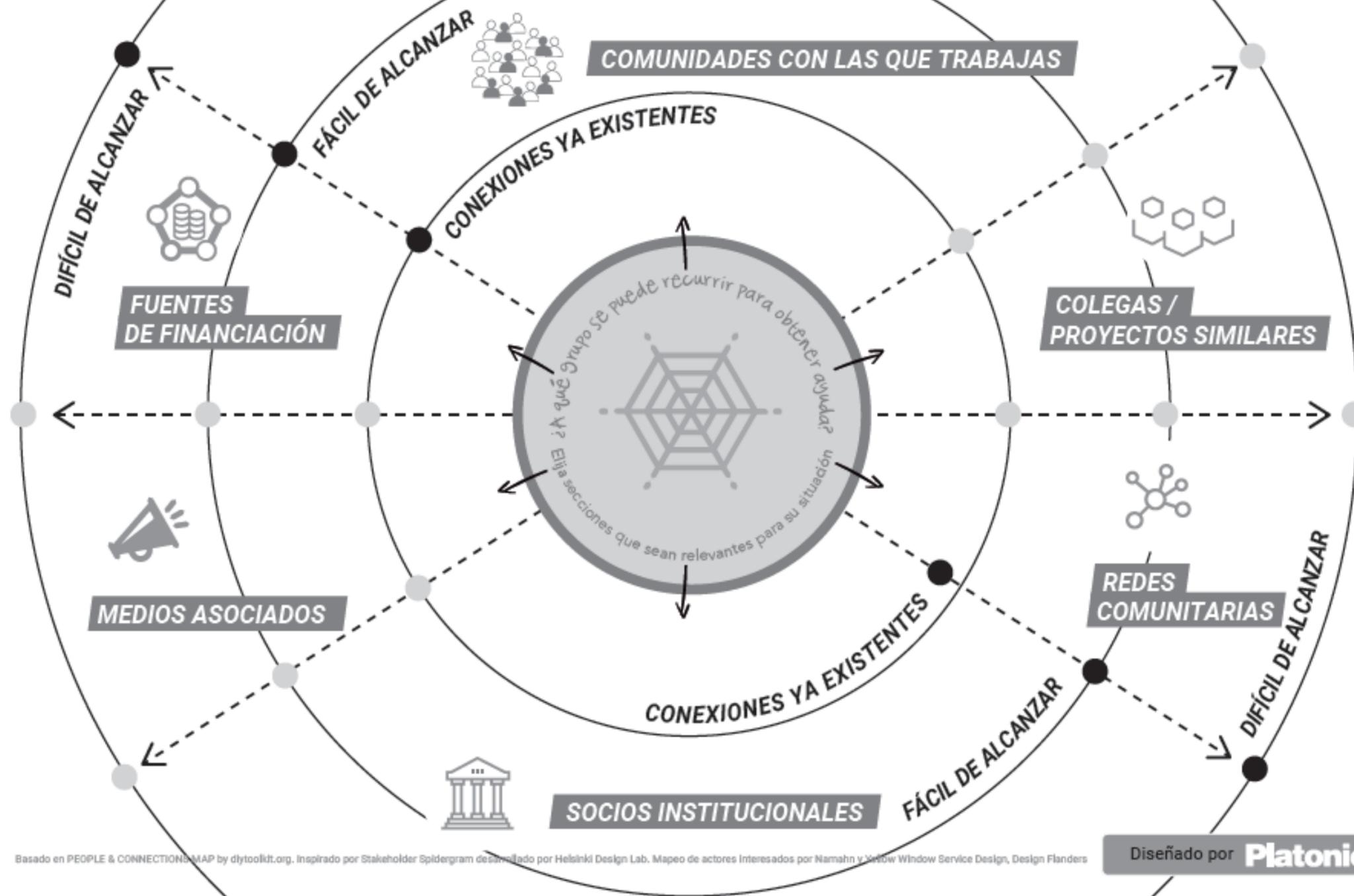
## FUENTES DE FINANCIACIÓN

- Entidades interesadas en financiar- matcher
- Financiación tradicional

permite desarrollar una imagen más clara de cómo las diferentes personas y organizaciones se relacionan tanto con tu trabajo como entre sí. Estos pueden incluir a personas o comunidades con las que trabajas directamente; los diversos organismos de los que recibes (o buscas) financiación; o tus propios pares, comunidades locales e incluso redes internacionales de apoyo.

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_



Basado en PEOPLE & CONNECTIONS MAP by diytoolkit.org. Inspirado por Stakeholder Spidergram desarrollado por Helsinki Design Lab. Mapeo de actores Interesados por Namahn y Window Window Service Design, Design Flanders

Diseñado por **Platoniq**

# ¿QUÉ SE CONSIGUE?

## APOYO

Conseguir apoyo al proyecto por parte de la comunidad. Permite evaluar o testar su interés por el proyecto sin asumir riesgos o inversiones previas.

## AUTO- PRODUCCIÓN

Autoproducción y autogestión para desarrollar el proyecto.

## VISIBILIDAD

Visibilizar y poner en valor otros trabajos y/o experiencia generando o potenciando nuestra marca.

## FINANCIACIÓN

Conseguir financiación en las primeras etapas del proyecto para poder impulsarlo.

# CROWDFUNDING DE RECOMPENSA

Crowdfunding

# CROWDFUNDING DE RECOMPENSA



PRODUCTO

Aportando € 600

Taller El-Recetario.net

Desarrollamos para ti y los tuyos un taller intensivo de 8 horas de duración dirigido por Makea Tu Vida. Un taller teórico/práctico para el aprendizaje y uso de metodologías de Diseño Abierto y la Reutilización a través del análisis y la experimentación con la plataforma El-Recetario.net. Si tienes una idea en mente, ponte en contacto con nosotros para diseñar específicamente el taller. (Nota: será necesario añadir gastos de desplazamiento y/o dietas para localizaciones fuera de Barcelona o Valencia)

SERVICIO

200€

QUEDAN 7 (DE 10)

★

Pack Concierto Privado

Descarga digital + Disco firmado +  
Entrada para el concierto oficial de  
presentación (previsto para septiembre-  
octubre) + Camiseta de Rufus T. Firefly +  
Concierto acústico en el salón de tu casa  
(sólo en la Comunidad de Madrid o hasta  
50Km. distante de Aranjuez)

EXPERIENCIAS

# ESQUEMA DEL CROWDFUNDING DE RECOMPENSAS



"Crowdfunding Sherpas", original diagram by Francesc Balaguer



## LA RECOMPENSA

- ¿Qué puede interesar a mí comunidad?
- ¿Qué puedo ofrecerle para satisfacer ese interés?
- ¿Cuánto me costaría hacer esa recompensa?

## CARACTERÍSTICAS DE LAS RECOMPENSAS

- VALIOSAS
- LIMITADAS
- EXCLUSIVAS
- ABUNDANTES
- TANGIBLES
- GENEROSAS
- RELACIONADAS CON LA CAMPAÑA



NUNCA SE PUEDE OLVIDAR

# EL MECENAS ES MUCHO MÁS QUE UN CLIENTE



# COSTES

¿Qué costes puedo encontrar en las recompensas?

## COSTES DE PRODUCCIÓN

- Directos
- Indirectos

## COSTES DE ENTREGA DE LA RECOMPENSA

- Gastos de envío
- Gastos de packaging

## COSTES DE CAMPAÑA

- Plataforma
- Pagos
- Comunicación

# COSTES

# DEFINIR COSTES FIJOS Y VARIABLES

## DEFINIR EL OBJETIVO DE FINANCIACIÓN DE LA CAMPAÑA

- Costes de las recompensas
- Costes de la plataforma
- Costes de transacciones de pago
- Transacciones fallidas (5%)
- Asesoramiento en la campaña\*
- Diseño gráfico/visual \*
- Promoción \*
- IMPUESTOS

# PREGUNTAS SOBRE LA RECOMPENSA



¿RECOMPENSAS  
A 1 EURO EURO?

¿RECOMPENSA EL  
PRODUCTO  
ESTRELLA?

¿MUCHOS O  
POCOS TRAMOS?

¿LIMITO LAS  
RECOMPENSAS?

# PLATAFORMAS



## KICKSTARTER

Más conocida y popular a nivel mundial  
Está implantada en España

**Modelo de financiación:** TODO O NADA

**TIPO DE CAMPAÑA:** 40 DÍAS

**Costes:**

Comisión de Kickstarter: 5%

Comisión por procesamiento de pago

3%+0,20 x contribución

Recompensas Inferiores a 10€: 5%+0,05% €

x Contribución

IVA aparte



## INDIEGOGO.

2º plataforma líder en el mundo

**Modelo de financiación:** TODO O NADA /

TODO CUENTA

**TIPO DE CAMPAÑA:** 40 DÍAS

**Costes:**

Comisión de Indiegogo: 5%

Comisión por procesamiento de pago por

tarjeta 3%+0,30 x contribución

IVA aparte

## VERKAMI creative crowdfunding

Líder en España

**Modelo de financiación:** TODO O NADA

**TIPO DE CAMPAÑA:** 40 DÍAS

**Costes:**

Comisión de Verkami: 5%

6,35% Comisión + gestión de pagos con

tarjeta

8,4% comisión si se paga por paypal

IVA aparte

# GOTEIO

**FUNDACION: BENEFICIOS FISCALES PARA EL MECENAS  
PROYECTO CON COMPROMISO SOCIAL**

**Modelo de financiación:** TODO O NADA /MATCHFUNDING  
TIPO DE CAMPAÑA: MÍNIMO (40 DÍAS) + ÓPTIMO (40 DÍAS)  
COLABORADORES- CROWDSOURCING

**Costes:**

5 % Comisión de Goteo + costes bancarios (3-5% +0,20 x contribución)

IVA aparte



# SELECCIÓN DE LA PLATAFORMA



Fisología de filtrado



Métricas de la campaña



Usabilidad de la plataforma



Posibilidades de pago



Herramientas para crear la campaña

# EL MENSAJE

LA COMUNIDAD TIENE QUE TENER UNA MOTIVACIÓN

¿Qué es y para qué sirve?

¿Qué soluciona?

¿Es un producto, un servicio, una experiencia?

¿Por qué es necesaria la colaboración de las personas?

¿A qué se van a destinar los fondos recaudados?

¿Quiénes están detrás del proyecto?

¿Qué se hará si se recauda más del objetivo?



# FASES DE LA CAMPAÑA



PLANIFICACIÓN

PRE-CAMPAÑA

CAMPAÑA

POS-CAMPAÑA

# PLANIFICACIÓN

- PLANTEAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
- OBJETIVO DE RECAUDACIÓN
- CÁLCULO DE LA MÍNIMA AUDIENCIA



# PLANIFICACIÓN

NÚMERO DE  
MECENAS

OBJETIVO

---

CÁLCULO PROMEDIO  
RECOMPENSA

RATIO DE  
CONVERSIÓN DEL  
MECENAS

Del 1% al 3 %

NÚMERO DE  
VISITAS

NÚMERO DE MECENAS

---

RATIO DE CONVERSIÓN

# EJEMPLO

OBJETIVO: 30.000

PROMEDIO DE RECOMPENSA 50 €

## NÚMERO DE MECENAS

$30.000 / 50 = 600$  MECENAS

Número de visitas: ratio de conversión 1%

1 mecenas --- 100 visitas

600 mecenas ---x visitas

60.000 visitas para conseguir 600 mecenas.



# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

- Recopilar contactos cercanos
  - Desarrollo de comunidad alrededor del poyecto
  - Medios digitales
  - Notas de prensa
  - Acciones para presentar la campaña
  - Planificar contenidos –  
precampaña/campaña/poscampaña
  - Preparar el material audiovisual
  - ¿Qué vamos a comunicar y para qué?
  - Acciones previas para generar  
comunicación
  - Actualizaciones RRSS y blog de campaña
  - Tener el contenido y texto pensado en campaña
  - Estrategia de recaudación
- Realización del diseño de campaña

# PRE-CAMPAÑA

- Garantizar los primeros apoyos
- Regla 30-90-100
- Trabajar público cercano: FFF
- Redes Sociales
- Contacto previo con colaboradores
- Contactar con otros promotores de campañas para estudiar el poder compartir comunidad
- Preparación del equipo: determinar roles
- Preparar contactos con los medios  
(¿Cuándo vais a contactar con ellos?)

# CAMPAÑA

- Conseguir visitas a la web y convertir en mecenas
- Comunicar y analizar la estrategia
  - Constancia
  - Visual
  - Acciones directas e indirectas
  - Noticias

# POST-CAMPAÑA

- SEGUIR MIMANDO AL MECENAS
- INFORMACIÓN CONSTANTE DE LO QUE OCURRE
- ENTREGAR LAS RECOMPENSAS
- AGRADECER
- SEGUIR GENERANDO CONTENIDO
- ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

# CAMPAÑA DE CROWDFUNDING FALLIDA

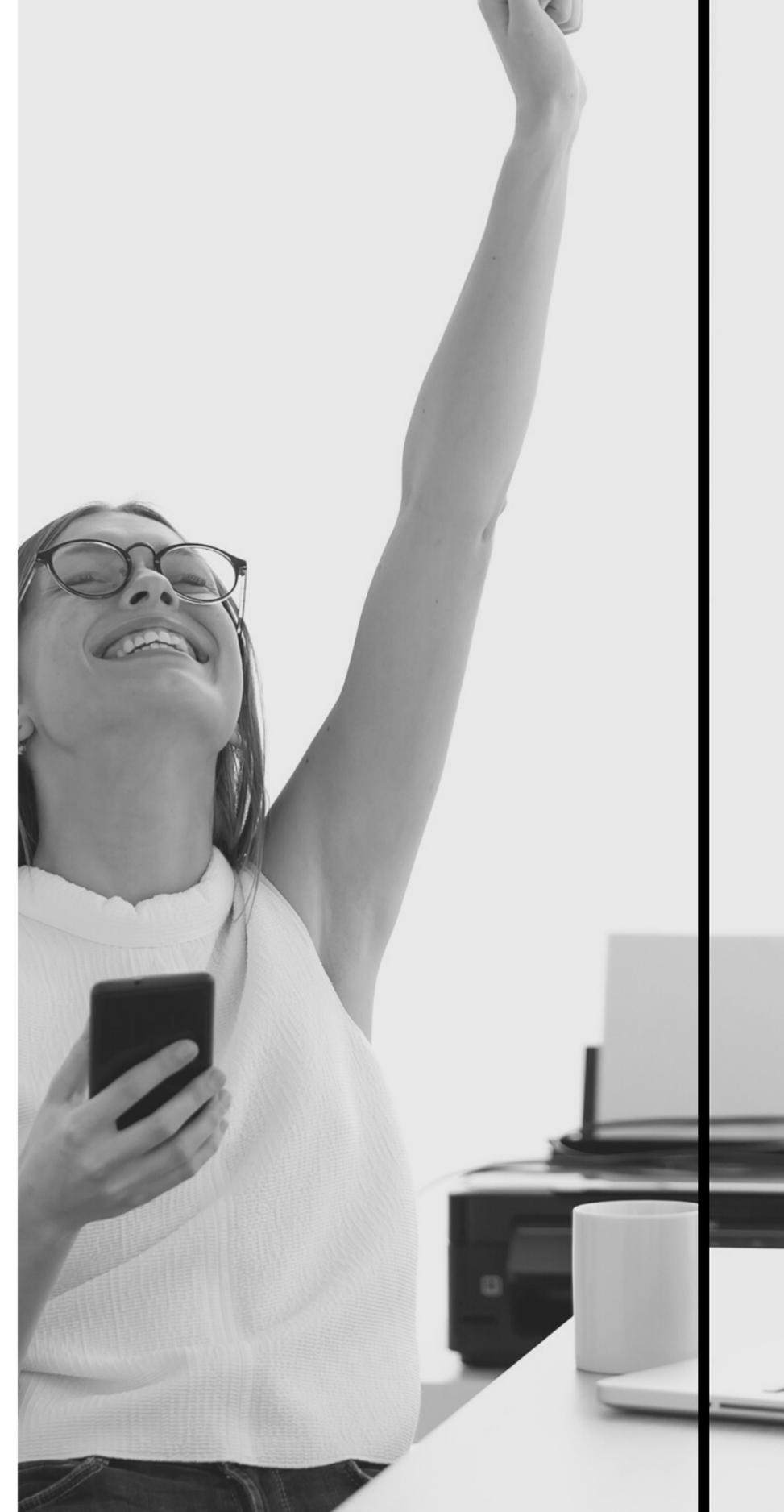
- No llegar al 100% del objetivo- no se paga nada
- Motivar a los mecenas para recibir información útil
- Realizar acciones de campaña y agradecer la participación
- Ser activo como usuario en la plataforma
- Actualizar página de campaña si es necesario
- Recopilar información de campaña y emprender acciones de mejora

## ACCIONES DE MEJORA

- ANALIZAR POR QUÉ FRACASÓ
  - Regla 30-90-100
  - Si el Ratio de conversión está entre el 1-3% -- Falta de visitas a la web
  - Si el ratio es inferior al 1% el producto no convence
- CONOCIENDO POR QUÉ FALLA
  - Reducir el objetivo
  - Hablar con proveedores
  - Mejorar el planteamiento de la campaña
  - Seguir comunicando

# ÉXITO DE CAMPAÑA

- Crowdfunding: Inicio
- Seguir vendiendo en la web: mecenas tardíos
- Seguir comunicando con mecenas
- Seguir configurando la plataforma
- Entregar la recompensa
- Solucionar las reclamaciones



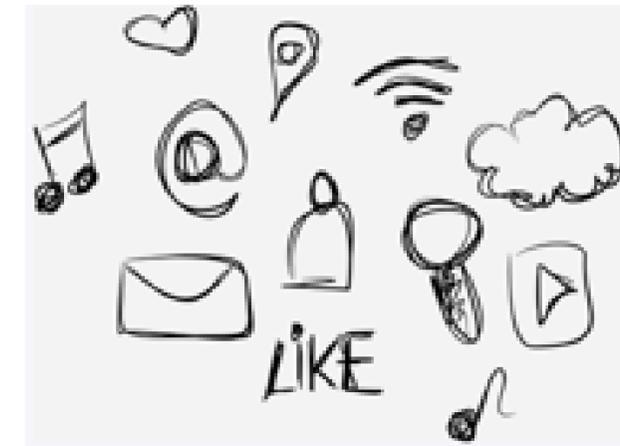
# USO RECOMENDADO DEL CROWDFUNDING

- Elegir el tipo de crowdfunding adecuado
- Elegir la plataforma adecuada
- Conocer los sistemas de pago que usa la plataforma
- Diseñar recompensas o contraprestaciones realistas
- Diseñar una campaña de crowdfunding efectiva
- Controlar los costes de la campaña y evitar que generen problemas
- Hacer una buena precampaña
- Entregar la contraprestación a tiempo
- Cuidar la comunidad de personas que han aportado
- Comunicarse con la comunidad : Antes/Durante/Después

# TRIBUTACIÓN DEL CROWDFUNDING

NORMATIVA PREVENTA

TIPO IMPOSITIVO DE IVA DE LA CONTRAPRESTACIÓN



INGRESOS POR UNA ACTIVIDAD ECONÓMICA

TRIBUTA POR ISD/IS

PRESTACIÓN DE SERVICIOS 21% DE IVA



# TRIBUTACIÓN DEL CROWDFUNDING



Desgravaciones fiscales

150 € tienen una deducción del 80%

La cantidad aportada que exceda los 150 € tiene una deducción del 35%

# CROWDFUNDING DE DONACIONES

El crowdfunding de donación es aquel en el que no se ofrece ninguna recompensa

Tipos de crowdfunding de donación:

- Pago único
- Pago recurrente

Plataformas:

- Teaming.net
- migranodearena.org
- crowdrise.org
- Omaze
- Prizeo
- Generosity
- Patreón: crowdfunding recurrente

El receptor si es una persona jurídica tributa por Impuesto de Sociedades.

Art. 3.2 de la Ley del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones establece que los incrementos de patrimonio por donaciones experimentados por personas jurídicas no están sujetos al ISD sino que tributa en el IS como corresponda.

Únicamente pueden declarar el ISD las personas físicas.



**GRACIAS**

