



Grassroots  
**HUB**



Voluntarios de 'TDP Legacy Fund' trabajan en Torres del Paine, Chile.

## MANUAL 2

## MÓDULO 8

Crowdfunding para organizaciones comunitarias sin fines de lucro

### Recaudación de fondos peer to peer para organizaciones comunitarias sin fines de lucro

¿Por qué debo utilizar el crowdfunding cuando ya tengo una página web que acepta donaciones? Una de las ventajas distintivas del crowdfunding es la recaudación de fondos peer to peer. La recaudación de fondos peer to peer permite que las organizaciones minimicen su gasto en recaudación de fondos capitalizando el poder de donaciones de sus redes ampliadas. Al implementarla correctamente, la recaudación de fondos peer to peer permite a las organizaciones ampliar el tamaño de su público exponencialmente. Este módulo ofrece una visión en profundidad de cómo funciona la recaudación de fondos peer to peer y cómo puedes utilizarla para respaldar tu campaña.

## El Santo Grial de la Recaudación de Fondos

La recaudación de fondos peer to peer funciona de forma similar a un esquema piramidal de carácter lucrativo, excepto que en este caso todo el dinero se dirige a una buena causa.



### La recaudación de fondos peer to peer se considera una de las herramientas más efectivas del crowdfunding porque:

1. Ahorra el valioso tiempo y los recursos de la organización al poner la capacidad de recaudar fondos directamente en las manos de sus seguidores.
2. Permite que tu organización monetice la capacidad viral de las redes sociales.
3. Incentiva a tu público a donar al aprovechar la presión social y legitimar a tu organización a través del boca a boca.

## Aprovechar el poder de las redes de tu red

La clave para comprender el poder de la recaudación de fondos peer to peer es reconocer que hay más posibilidades de que las personas apoyen la campaña de su amigo que la de un extraño o una ONG que nunca han escuchado. De hecho, podrías invertir 1000 dólares para crear la campaña de marketing más profesional del mundo, pero nada se compara con el poder de un amigo que le cuenta a otro amigo que piensa que tu organización hace un gran trabajo y que quieren apoyarla de forma activa. Si alguien crea su propia página para la campaña peer to peer para apoyar tu causa, para su red social tu campaña es ahora su campaña. Sus amigos y familia apoyarán ahora a esta persona, no a tu organización. Aunque parezca contradictorio, hacer a la persona el centro de su campaña en vez de a tu organización es una manera mucho más eficiente de convertir el interés pasivo en una fuente de ingresos estable. El objetivo final de la recaudación de fondos peer to peer es que tu organización esté representada por un embajador que, al recaudar fondos en tu nombre, se dirigirá a su propia red social con una forma única de legitimidad que nunca podrías conseguir por ti mismo.



### Consejo Práctico

Aunque la mayor parte de plataformas de crowdfunding internacionales te permitirán utilizar la recaudación de fondos peer to peer, algunas no lo harán. Asegúrate de que la plataforma que has elegido tiene esta función antes de implicarte demasiado en la planificación de la estrategia peer to peer. Pero, incluso si tu plataforma no respalda este tipo de recaudación de fondos, los principios de este módulo se pueden aplicar al pedir a tus héroes e influencers que compartan y promuevan tu campaña y contenido de marketing con sus redes en lugar de crear su propia página de recaudación de fondos peer to peer.

## Alentar la participación en dos sencillos pasos

Para aprovechar completamente la recaudación de fondos peer to peer, necesitas alentar a las personas a participar en tu campaña. Este proceso tiene dos pasos diferentes para que los seguidores de tu organización se impliquen y para asegurarte de que aprovechan al máximo sus redes para promocionar tu campaña.

### Paso 1: ¡Activa a tus héroes!

Este paso implica dirigirte a tus seguidores clave y animarlos a crear sus propias páginas de la campaña peer to peer. Al dirigirte a tus héroes en potencia, intenta hacer el proceso de involucrarse en tu campaña tan fácil como sea posible y siempre asegúrate de que tu lenguaje es optimista y entusiasta. Quieres convencer a estos héroes de que tu causa merece la pena y de que les darás todo el apoyo que necesiten.

## Dónde encuentras a tus héroes

**Otra vez, el mejor lugar para empezar es tu lista de correos electrónicos.** Envía un boletín que alerte a tus seguidores más fieles de que pronto vas a empezar una campaña de crowdfunding y necesitarás su ayuda. Crea una guía clara y paso a paso para ayudarles a crear su propia página peer to peer. Debes poder encontrar instrucciones que te ayuden a hacer esto en la página de 'FAQ' de tu plataforma de crowdfunding. Asegúrate de que incluyes el enlace a tu página de crowdfunding en el correo electrónico para que tus héroes puedan comenzar de inmediato.

**Otro buen lugar para buscar patrocinadores es a través de las redes sociales.** Si has observado que hay personas que participan con regularidad en tu contenido o en tus publicaciones, envíales un mensaje con los mismos detalles que estaban en tu correo electrónico. La clave es identificar a las personas que ya piensan que tu trabajo es increíble y convertirlos en embajadores de tu causa.

### Finalmente, una importante fuente de apoyo para el crowdfunding son los influencers.

Ya hemos analizado a los influencers en detalle en el módulo anterior, pero la recaudación de fondos peer-to-peer es una gran forma de involucrarlos de una manera más estructurada. Al crear su propia página de la campaña para tu recaudación de fondos, pueden atraer a sus propios seguidores de forma sencilla y transparente. También ofrece la oportunidad de hacer un poco de 'marketing inverso', donde puedes anunciar el hecho de que un influencer en específico está haciendo publicidad para ti. Esto no sólo te ayudará a promover tu campaña, sino que permitirá a otras personas ver que gente importante e influyente cree en tu trabajo lo suficiente como para asociarse contigo.



### Consejo Práctico

Como siempre, al trabajar con influencers y seguidores clave, asegúrate de agradecerles públicamente y de forma regular. Te están haciendo un enorme favor al promocionar tu causa y es más posible que lo sigan haciendo si se sienten valorados y apreciados.

## Paso 2: Ofréceles contenido increíble

Ahora que has captado el interés de tus héroes y les has ayudado a crear su propia página de crowdfunding peer to peer, necesitas apoyarlos en su misión de formar parte de tu campaña. Todos quieren apoyar una gran causa, pero no todos tienen el tiempo o la energía para dedicarse a crear y llevar a cabo una campaña de crowdfunding. Para hacer su trabajo más fácil, necesitas identificar algunas formas inteligentes de implicar a sus redes, proporcionando a tus héroes contenido e ideas de recaudación de fondos que pueden compartir con un solo clic.

Ya debes tener contenido estratégico escrito en la página de recaudación de fondos de tu organización, señalando clara y concisamente quién eres, qué tratas de hacer, cómo lo harás, cuánto dinero necesitas para hacerlo y por qué son las mejores personas para este trabajo.

Ahora traduce esta información en una serie de publicaciones para redes sociales sencillas, de una o dos frases, que puedes publicar durante la primera semana de tu campaña.

También es esencial que tú:

- Añadas imágenes y vídeos bonitos y significativos a este texto, captando la atención de tu público. Asegúrate de que nunca pones solamente texto. Siempre acompaña el texto de las redes sociales con algo visual.
- Actualices tanto tus redes sociales como la página de crowdfunding de tu organización de forma regular con actualizaciones del proyecto y formas en que la gente puede participar.
- Animes a tus seguidores a compartir tu contenido en sus redes sociales.

## Considera utilizar una actividad

Otro método increíble para implicar a tu público es proponer una actividad que tus seguidores se puedan grabar haciéndola y publicarlo en redes sociales. Al personalizar las cosas se marca la diferencia porque la gente está mucho más dispuesta a implicarse en el contenido que presenta una persona que conocen.



### Ejemplo: Desafío del Cubo de Agua Fría de ALS

El desafío del cubo de agua fría de ALS es un gran ejemplo de una campaña viral peer to peer que se centró en una actividad. La Asociación ALS recaudó más de 100 millones de dólares para luchar contra la enfermedad de Lou Gehrig al animar a la gente a publicar vídeos de sí mismos echándose un cubo de agua fría sobre la cabeza o donar a la organización si se negaban a hacerlo en 24 horas. Los participantes nominaban a otras personas de sus redes para que hicieran lo mismo y el resultado fue una increíblemente efectiva campaña viral.

## Gestionar tus redes de héroes activos

Ahora que has activado a tus héroes y les has dado el mejor contenido que puedes producir, es el momento de pensar en cómo asegurar que este apoyo continúe durante mucho tiempo. Es vital recordar que las personas que están en contacto con tu organización durante las campañas de recaudación de fondos peer to peer tienen el potencial de ser guardianes futuros de tu organización si se les trata bien.

- Asegúrate antes de que finalice tu campaña de conseguir los correos electrónicos de todas las personas que contribuyeron o recaudaron para tu organización y añádelos a tu lista de correos electrónicos.
- Anima a la gente a seguir a tu organización en las redes sociales. Ofréceles actualizaciones regulares a tus seguidores a través de ambos canales.
- Si un influencer en particular hizo un gran esfuerzo para promocionar tu causa, asegúrate de que le otorgas reconocimiento públicamente y haz lo correspondiente si te piden hacer lo mismo por ellos.
- Proporciona a todos los donantes acceso a la información sobre transparencia financiera para que puedan ver cómo gastaste su dinero. Si surge algún problema en tu proyecto, comunícate con tus donantes y recaudadores de forma honesta.
- Envíales testimonios de aquellos que se han beneficiado con tu trabajo para crear legitimidad y mostrar que has realizado tus promesas.

## Para terminar

La recaudación de fondos peer to peer es uno de los aspectos más atractivos de crowdfunding porque maximiza el alcance y minimiza el esfuerzo. Las campañas de peer to peer fuertes utilizan habilidades y herramientas de una variedad de áreas para crear impulso e impulsar las donaciones de una red mucho más amplia de donantes potenciales de lo que jamás imaginaste. En nuestro siguiente módulo, exploraremos formas de incorporar otros mecanismos de recaudación de fondos como galas, carreras populares y festivales de cine para ayudar a promocionar tu campaña de crowdfunding.

## Este recurso fue producido por Grassroots Collective

Este es el Módulo 8 de nuestro manual de 10 partes de crowdfunding para ONGs. Encuentra el manual completo en: [www.thegrassrootscollective.org/grassroots-hub](http://www.thegrassrootscollective.org/grassroots-hub)

¿Tienes una pregunta sobre crowdfunding para el desarrollo comunitario o quieres aprender sobre cómo podemos apoyar a tu organización? Contáctanos en: [info@thegrassrootscollective.org](mailto:info@thegrassrootscollective.org)

Esta información es una guía; los medios con los que se aplica están bajo tu dirección. El uso de nuestra página web y la información y materiales que en ella se encuentran es por cuenta y riesgo del usuario y Grassroots Collective no aceptará la responsabilidad por daños que puedan presentarse del uso de este sitio web. Es esencial que contextualices el uso de esta guía y lo apliques dentro de las limitaciones legales de tu país. Este es un documento vivo y no debe ser tratado como una solución independiente para todos los desafíos de crowdfunding. Los conceptos de mejores prácticas siempre se están revisando y perfeccionando, así como los contenidos del manual. No podemos garantizar la integridad, precisión o idoneidad de esta información para una finalidad particular.