



Un beneficiario de la 'Fundación Chol Chol' trabaja en Temuco, Chile.

## MANUAL 2

## MÓDULO 2

### Crowdfunding para organizaciones comunitarias sin fines de lucro

### Elegir la plataforma de crowdfunding correcta

Una vez que hayas decidido dar el paso y llevar a cabo un crowdfunding en línea, el primer paso es encontrar la página web o 'plataforma' de crowdfunding adecuada para tus necesidades. Hay docenas de plataformas de crowdfunding en línea, todas con sus propias ventajas y desventajas, cada una diseñada para diferentes objetivos y causas sociales. En el Módulo 1, exploramos lo más básico del crowdfunding en línea y utilizamos una breve lista de verificación para identificar si es una buena estrategia para tu organización. Ahora examinaremos más detenidamente algunas de las preguntas clave que necesitas preguntarte al elegir una plataforma de crowdfunding para albergar tu campaña, así como sugerir unas cuantas plataformas que pensamos que funcionan mejor para organizaciones comunitarias de pequeño y mediano tamaño.



#### Descargar Recursos

Para completar este módulo, utiliza 'Recurso 2 –Elegir una plataforma de crowdfunding' que está disponible para descargar junto con este módulo en nuestra página web. Utiliza este recurso como guía cuando estés planeando y diseñando tu propia campaña de crowdfunding para asegurarte de que has completado cada paso.

## 8 factores importantes a considerar al elegir una plataforma

Hay muchos factores a considerar al elegir una plataforma de crowdfunding. En este módulo, exploraremos 8 de los criterios más importantes.

Estos criterios no son todos iguales. Es esencial que evalúes cuidadosamente cuáles son los más importantes para tus necesidades y metas específicas – no hay un modelo único de plataforma de crowdfunding. Para algunas organizaciones sin fines de lucro, tener acceso al apoyo en línea en su idioma nativo será más importante, mientras que, para otras, la capacidad de dirigirse a una audiencia de una región específica puede ser clave. Está en ti considerar estos factores y decidir cuáles son los más importantes para ti. Después puedes empezar a seleccionar la plataforma de crowdfunding perfecta para las necesidades de tu organización.



### ¿Esta plataforma se especializa en causas sociales?

Algunas plataformas de crowdfunding se enfocan específicamente en organizaciones benéficas, organizaciones sin fines de lucro y proyectos de desarrollo internacional. Por tanto, es importante considerar: **¿La plataforma está específicamente diseñada para apoyar causas sociales?**

Las plataformas específicamente diseñadas para las organizaciones sin fines de lucro son muy buenas porque no sólo atraen personas interesadas en donar a causas sociales, sino que también le dan legitimidad a tu campaña. Las plataformas 'generalistas' pueden llegar a una audiencia mayor, pero es mejor apuntar hacia donantes de calidad interesados en causas sociales como las tuyas en vez de intentar batallar contra sofisticadas start-ups lucrativas como las que se encuentran en Kickstarter e Indiegogo.

Elegir una plataforma que se especialice en causas sociales significa que la plataforma sabe lo que funciona mejor para las organizaciones sin fines de lucro y la comunidad sólo está interesada en proyectos como el tuyo.



#### Consejo Práctico

La disposición de las plataformas de crowdfunding de causas sociales también está diseñada para los donantes, en lugar de para los inversores. Aunque se incentiva el uso de vídeos explicativos y discursos de venta, el uso de fotos de colores, un enfoque en la narración de historias y una narrativa detallista son toques que son específicamente relevantes para las audiencias de organizaciones sin fines de lucro y están incorporadas en las plataformas que se especializan en causas sociales. Tus donantes quieren sentirse bien al apoyar una causa increíble, en vez de verse inundados de información sobre beneficios financieros.



## ¿Qué modelo de crowdfunding utilizarás?

Una de las primeras preguntas que necesitas hacerte al elegir una plataforma de crowdfunding es: **¿Qué modelo de crowdfunding quieres utilizar para recibir fondos? ¿La plataforma ofrece esa opción?**

Hay dos modelos de financiamiento diferentes ofertados por casi todas las plataformas de crowdfunding, muchas sólo ofrecen una o la otra:

### Financiamiento 'Todo o Nada' y 'Flexible'

#### Sólo puedes retirar fondos si cumples con el objetivo establecido al comienzo de tu campaña.

Si no llegas a este objetivo, tanto tú como la plataforma no reciben nada y el dinero se devuelve a los donantes.

Este tipo de retorno financiero fue utilizado inicialmente como una forma de seguridad para los inversores (donantes) en el mundo de las start-ups lucrativas.

- Reconoce que muchos proyectos requieren un nivel mínimo de financiamiento para que sean viables. Si no se llega al objetivo, el proyecto no puede realizarse y cualquier intento de hacerlo con fondos insuficientes sería simplemente una pérdida del dinero del inversor/donante.

#### Cada dólar donado va directamente a tu causa.

Este método da a las organizaciones más flexibilidad, pero hay algunos defectos.

Este tipo de financiamiento requiere un mayor nivel de confianza de parte del donante. Para que se sienta cómodo donando, el donante debe confiar en que incluso si no se llega a la cantidad total requerida para el proyecto, se hará un buen uso de su dinero.

- Es a menudo, pero no siempre, idóneo para programas de desarrollo que ofrecen talleres, proyectos de capacitación y programas educativos.



#### Ejemplo: Todo o Nada

Recaudar dinero para construir un aula de una escuela: Necesitarías recaudar la cantidad total requerida para terminar el proyecto. Si la cantidad recaudada no cubre los costos totales, entonces el proyecto colapsaría. No tiene sentido tener un aula sin techo y los donantes no estarán contentos de saber que su dinero se utilizó en un edificio medio terminado sin perspectiva de ser completado.



#### Ejemplo: Financiamiento Flexible

Si propusiste un objetivo de \$1000 para ayudar a llevar a cabo una serie de talleres de prevención de violencia doméstica, pero sólo recaudaste \$500, todavía podrías ofrecer un proyecto significativo. Aunque es posible que sólo puedas llegar a la mitad de las mujeres o visitar la mitad de las comunidades, el dinero de los donantes se utilizaría en un proyecto constructivo socialmente que refleja directamente su meta original.

## ¿Qué modelo de financiamiento deberías elegir?

Aunque es tentador elegir el método 'financiamiento flexible' para asegurarte el financiamiento, algunos proyectos pueden tener mejor desempeño bajo el modelo 'todo o nada'. De hecho, si tomas el riesgo y eliges todo o nada, tu campaña tendrá una ventaja distintiva - ¡la urgencia!

### La urgencia, la necesidad de acción inmediata, puede beneficiar a tu campaña de crowdfunding de dos maneras:

#### Urgencia organizacional

##### Cómo funciona:

Los recaudadores de fondos de organizaciones sin fines de lucro impulsarán su campaña de crowdfunding dos veces más si saben que necesitan alcanzar su objetivo para recibir los fondos. Los recaudadores de fondos están más dispuestos a explorar cada vía de apoyo posible si saben que el fracaso significa que todo su trabajo duro sería inútil.

Sin embargo, es importante considerar que para que la urgencia organizacional sea efectiva, primero debes tener los recursos y capacidades para dedicar cantidades significativas de tiempo y energía a tu campaña.

#### Urgencia del donante

##### Cómo funciona:

Si anuncias, con una semana para terminar tu campaña, que necesitas \$1000 más o perderás todo, te garantizamos que aquellos que no hayan donado todavía considerarán más seriamente hacerlo y aquellos que ya hayan donado empezarán a atraer a amigos y familia para completar los fondos que faltan. Si tus donantes saben que tu proyecto colapsará si no alcanzas la cantidad necesaria, es mucho más posible que ellos impulsen tu causa y te ayuden a alcanzar tu objetivo. Quieren ver que tu proyecto tiene éxito – por eso donaron en primer lugar. Este proceso se aprovecha de la 'Recaudación de fondos peer to peer', una poderosa herramienta de crowdfunding que exploraremos más adelante en el **Módulo 9**.

Considerar cuidadosamente si tu campaña es más adecuada para los modelos de 'todo o nada' o 'financiamiento flexible' es de suma importancia. Hazte a ti mismo y a tu equipo las siguientes preguntas:

- ¿Cuándo y cómo queremos recibir los fondos?
- ¿Es prioritario asegurarnos de recibir al menos algo de financiamiento o intentar conseguir el objetivo mayor, pero arriesgar a perder todo?
- ¿Tenemos los recursos o capacidad de aprovechar completamente la urgencia organizacional?
- ¿Tenemos un grupo de defensores centrales que pueden ser susceptibles a las estrategias de 'urgencia del donante'?

Mientras que en muchos casos la opción de recaudación de fondos flexible funcionará mejor para organizaciones pequeñas, el enfoque todo o nada tiene la capacidad de recaudar cantidades mucho mayores de dinero y conseguir muchos más donantes nuevos si está bien ejecutada. Cualquiera que elijas, tendrás que comprobar si las plataformas de crowdfunding que estás considerando apoya lo respalda. Algunas ofrecen ambos, mientras que otras se especializan en uno o en otro.



## ¿La plataforma permite incentivos?

Algunas plataformas requieren que ofrezcas algún tipo de incentivo o recompensa a los donantes. Necesitas considerar: **¿La plataforma te permite ofrecer incentivos, deberías ofrecerlos y, si es así, de qué tipo?**

Aunque esto parezca una forma lógica de incrementar el interés de los donantes, los investigadores de Yale George Newman y Jeremy Shen encontraron que recompensar a los donantes que apoyan causas sociales reduce las donaciones en muchos contextos. Identificaron que los donantes que recibían un regalo se sentían egoístas, lo que reducía la motivación para donar. En efecto, si vas a ofrecer un regalo por la donación, Rob Wu, director general de la plataforma de crowdfunding CasueVox, dice que las organizaciones sin fines de lucro deben centrarse en recompensas enfocadas en el impacto.



### Consejo Práctico

Un regalo de recaudación de fondos enfocado en el impacto es aquel que es directamente pertinente al proyecto que el donante apoya. Esto puede incluir ofrecer una bufanda hecha a mano por una familia que comenzó un negocio local como resultado de tu proyecto o una carta personal de un niño al que tu organización le proporcionó educación.

### Consideraciones al decidir si utilizar incentivos

- ✓ Al compararlos con otro tipo de incentivos, los regalos enfocados en el impacto son una ganancia para todos porque unen las motivaciones de los donantes de donar con el impacto tangible del beneficiario.
- ✗ Al mismo tiempo, debes tener cuidado en cuanto a los productos que ofreces. De alguna forma, un regalo producido por un niño a gran escala puede ser malinterpretado o malentendido como una forma de trabajo infantil.
- ✗ Desde una perspectiva legal, también necesitas considerar si tu regalo sería considerado un 'producto' por el cual la donación se considere un pago. Si es así, podrías ser susceptible a un impuesto sobre la donación como un pago por un producto. La legalidad y ética que rodea el modelo de regalo puede ser un poco complicada y recomendamos pedir asesoría de un abogado o contador local.
- ✓ Sin embargo, si estás seguro de que tus regalos son sinceros, relevantes de forma genuina a tu proyecto y legales, puede ser una forma efectiva de captar nuevos donantes.



## ¿La plataforma es apta para móviles?

Un estudio de 2016 de Estados Unidos identificó que cerca del 80% de la actividad en redes sociales tiene lugar en dispositivos móviles. Esto es importante porque en la mayoría de los casos, las redes sociales es donde la mayoría del marketing de tu campaña tendrá lugar. Por tanto, necesitas considerar: **¿La plataforma tiene un diseño intuitivo y apto para dispositivos móviles?**

- Si un donante interesado está vinculado a una increíble página de crowdfunding apta para celulares, hay muchas más posibilidades de que donen directamente desde sus dispositivos móviles.
- Si tiene un diseño precario para los celulares o directamente no tiene, esto disminuye las posibilidades de recibir una donación de estos donantes.



## ¿La plataforma satisface a tu audiencia?

Esto es importante porque cada plataforma de crowdfunding te ayudará a apuntar hacia diferentes audiencias. Por tanto, necesitas considerar: **¿Cómo es tu 'donante promedio' y dónde vive?**

Esto es importante porque las páginas web de crowdfunding están basadas en países diferentes y estas plataformas enfocarán su marketing, accesibilidad financiera y preferencias de idioma en ubicaciones geográficas específicas. Por ejemplo, Ketto.org se enfoca en India, mientras que afrikstart.org está basado en África. Estas plataformas facilitan que las personas de estos países donen, utilizando opciones de pago locales como depósitos de banco y transferencias móviles.

Es más probable que la plataforma de crowdfunding en sí misma sea conocida y de confianza para los donantes que viven en el país en el que está basada. Al utilizar plataformas con las que tu audiencia está familiarizada, aumentas la legitimidad de tu campaña y la probabilidad de recibir donaciones.

Entender tu público objetivo es esencial para un crowdfunding efectivo y será explorado en más detalle en el Módulo 4. Por ahora, el factor más importante a considerar es en qué región viven la mayoría de tus donantes y si tu plataforma les ayudará a involucrarlos.



## ¿Ofrecen recaudación de fondos peer to peer?

Más adelante en este curso, exploraremos la recaudación de fondos peer to peer (Módulo 8), un modelo de recaudación de fondos único, donde los defensores clave de tu organización pueden crear sus propias páginas de recaudación de fondos para apoyar tu campaña. No todas las plataformas de crowdfunding ofrecen esta función, así que es importante considerar si la vas a utilizar al elegir una plataforma.

Por tanto, necesitas considerar: **¿La plataforma ofrece opciones peer to peer para que tus simpatizantes puedan crear y promocionar sus propias páginas de recaudación de fondos para apoyar tu misión?**

Aunque consideramos que la recaudación de fondos peer to peer es un componente importante de la mayoría de las campañas de crowdfunding exitosas, no siempre es necesaria. Si, debido a uno de los otros factores identificados aquí, quieres elegir una plataforma de crowdfunding que no ofrece esta función, no te preocupes demasiado – te mostraremos cómo modificar tu estrategia peer to peer para ofrecer la divulgación en vez de la recaudación de fondos en el Módulo 8. No obstante, si estás decidido a hacer una campaña peer to peer, este factor puede ser un factor decisivo para muchas plataformas.



### Consejo Práctico

Si no estás familiarizado con la recaudación de fondos peer to peer, es una buena idea echarle un vistazo al Módulo 8 antes de decidir si esta función será importante para tu campaña.



## ¿Cuánto cobra la plataforma?

De una forma u otra, las plataformas de crowdfunding ganarán dinero por tu campaña. Algunas se quedan con un porcentaje de los fondos que recaudas, mientras que otras cobran por suscripciones o una tarifa plana. Es esencial que evalúes con detenimiento los términos y condiciones antes de suscribirte en una plataforma de crowdfunding. Necesitas tener claro cuánto dinero recibirás realmente y cuánto se quedará la plataforma. De hecho, tienes la responsabilidad tanto hacia los donantes como hacia los beneficiarios para maximizar la cantidad de dinero que se utilizará directamente en tu proyecto.

Por tanto, es necesario considerar: **¿Qué porcentaje de la cantidad final recaudada se quedará la plataforma de crowdfunding como comisión? platform take as commission?**

Aunque minimizara los costos asociados con tu campaña de crowdfunding es importante, algunas plataformas de causas sociales son explícitas al quedarse con una tarifa mayor de tu campaña, justificando esto al utilizar el dinero extra que consiguen para publicitar y promocionar tu campaña. Esto significa que, a largo plazo, tu organización puede conseguir más dinero, a pesar de perder un porcentaje mayor de tus fondos totales.

Por tanto, es esencial pensar detenidamente sobre cuánto debes invertir de los fondos que te ha costado ganar para elegir una plataforma de crowdfunding profesional y acogedora. Para campañas pequeñas, puede que sea mejor elegir la opción más barata. Sin embargo, para campañas más grandes, invertir en una plataforma de crowdfunding con un firme apoyo, legitimidad internacional y capacidad de ayudarte a promocionar tu campaña puede ser una buena inversión.



### Consejo Práctico

Generalmente, las plataformas de crowdfunding que tienen como objetivo específico las causas sociales cobrarán una cantidad reducida para mostrar su apoyo por una buena causa como la tuya.



## ¿Qué apoyo ofrece la plataforma?

Esto puede ser difícil de evaluar sin alguna prueba y error. La mayoría de las plataformas tienen una guía explicativa para crear una campaña, pero algunas van un paso más allá. **¿La plataforma ofrece capacitación en profundidad o una orientación personalizada para ayudarte a producir los mejores resultados posibles?**

Este criterio puede ser particularmente importante para las organizaciones locales que tienen una experiencia limitada en la creación de contenido en línea. Una mayor orientación puede ser de gran ayuda para asegurarte de que tu proyecto de crowdfunding tenga éxito.

- Recuerda que las plataformas de crowdfunding tienen un interés directo en tu éxito – están ganando dinero con tu campaña. No tengas miedo de aprovecharte de su servicio. Haz preguntas y envía correos electrónicos si no estás seguro de nada.
- Si el apoyo en línea es importante para ti, asegúrate de que la plataforma de crowdfunding pueda ofrecer este apoyo en un idioma que entiendas. Recuerda que hay plataformas de crowdfunding que se ofrecen en muchos idiomas aparte del inglés.

## Posibles plataformas de crowdfunding para organizaciones comunitarias sin fines de lucro:

Ahora que hemos explorado 8 criterios importantes a considerar al elegir una plataforma de crowdfunding, queremos presentar 4 que creemos que funcionan mejor para organizaciones comunitarias sin fines de lucro. La información aquí es precisa por lo que nosotros sabemos.

<b>Chuffed.org</b>	Chuffed fue fundada originalmente en Australia, pero se ha expandido en la actualidad para apoyar proyectos de 22 países en el Pacífico, Asia, Europa y Norteamérica.
✓	Cobran un 0% de comisión – esto significa que recibes cada centavo que se dona. Si cobran a los donantes una comisión por transacción de alrededor del 1.3% (todas las plataformas lo hacen), pero ellos recaudan sus propios fondos de patrocinadores corporativos, lo que significa que no tienen que cobrarte a ti.
✓	Tienen un fuerte enfoque en causas sociales
✓	Su herramienta de generación de campañas es fácil de utilizar e intuitiva.
x	Desafortunadamente, ellos sólo ofrecen incentivos de exención de impuestos a los donantes y organizaciones australianas.

<b>Global Giving</b>	Global Giving es una plataforma de crowdfunding basada en el Reino Unido. Es una de las mejores opciones para las organizaciones que están basadas en partes remotas del mundo donde encontrar una plataforma que respalde transferencias financieras sea difícil. De hecho, Global Giving ha apoyado a organizaciones comunitarias en la increíble cantidad de 170 países.
✓	Global Giving es una plataforma increíblemente profesional y solidaria. Apoyan sólo a organizaciones sin fines de lucro legítimas y se toman el escrutinio muy seriamente.
✓	Promocionan los proyectos alojados en sus plataformas entre socios corporativos, lo que significa que tu organización tiene la oportunidad de asegurar financiamiento de marcas globales como Google, Microsoft y Trip Advisor.
x	Retienen una tarifa del 5 al 12% de las donaciones. Justifican esta gran tarifa al señalar la publicidad y el apoyo personalizado provisto para ayudar a hacer de tu campaña un éxito.

<b>Pozible.com</b>	Pozible es otra plataforma basada en Australia con una perspectiva realmente global; apoyan el crowdfunding en más de 100 países diferentes. Está dirigida a organizaciones comunitarias un poco más grandes con mayores objetivos y una presencia en línea más establecida.
✓	Ofrecen la posibilidad de que tu campaña esté alojada en su página o integrada directamente en tu sitio web. Esta es una gran opción para organizaciones que ya tienen una página web con un tráfico elevado o una campaña existente y activa en redes sociales.
✓	Tienen un apoyo en línea excelente y una 'academia de crowdfunding' muy útil.
x	Cobran una comisión del 5% por proyectos por debajo de los 100,000 dólares australianos.
x	Es más adecuada para organizaciones sin fines de lucro establecidas. No es una buena opción para crowdfunding principiantes.

<b>Razoo.com</b>	Razoo es una plataforma basada en Estados Unidos que ha recibido más de 500 millones de dólares desde que comenzó en 2006 y ofrece un diseño limpio y sofisticado con una función de búsqueda intuitiva para los donantes.
✓	Están bien establecidos para poder compartir las iniciativas en todas las redes sociales.
✓	Ofrecen una buena función que te permite crear un perfil para tu organización dentro de su página web, pudiendo llevar a cabo múltiples campañas desde este perfil. De esta forma, puedes tener campañas separadas simultáneamente para diferentes actividades que llevas a cabo en la comunidad.
x	La desventaja es que se quedan con el 4% de la comisión por alojar tu campaña (que aún así es una tarifa competitiva entre la mayoría de las plataformas de crowdfunding).
x	Sólo permiten organizaciones con registro 501c3 en Estados Unidos para alojar un perfil de organización sin fines de lucro. Si no estás basado en Estados Unidos, puedes recaudar fondos a través de un perfil personal, pero éstos serán depositados a través de una organización socia o individuo con cuenta bancaria en Estados Unidos.

Es importante señalar que las plataformas de crowdfunding que hemos enumerado aquí están todas basadas internacionalmente. Aunque estas plataformas tienen un historial de éxito, existen fuertes motivos para pensar en trabajar con una plataforma de crowdfunding local basada en tu región. Éstas pueden ser Ketto.org en India, afrikstart.org en África o ideame.org en Latinoamérica. Aunque las plataformas locales pueden limitar tu acceso a donantes internacionales y angloparlantes, ofrecen apoyo en idiomas locales y proporcionan opciones de pago local mucho más fáciles para las donaciones regionales.

## Para terminar

Las plataformas que hemos enumerado anteriormente son solo cuatro de cientos de plataformas que existen. Sugerimos que investigues más y encuentres la que te funciona mejor. Ahora que sabes las cuestiones que necesitas preguntarte, estarás mejor posicionado para elegir la mejor plataforma para tus necesidades específicas. En el **siguiente módulo**, perfilaremos tu público objetivo y comenzaremos a identificar las mejores estrategias para que participen en tu campaña.

## Este recurso fue producido por Grassroots Collective

Este es el Módulo 2 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.