

# MÉTODOS EXISTENTES DE FINANCIACIÓN DE CONTENIDOS Y SERVICIOS POSITIVOS

La presente tabla ofrece una visión general de las posibilidades de financiación existentes, explica cómo funcionan, destaca las ventajas e inconvenientes de cada una, y da recomendaciones sobre cómo utilizarlas con éxito.

Su objetivo es

+ Su objetivo es ayudar a entender lo que cada una de estas vías ofrece a todo tipo de productores y proveedores, cómo pueden serles de ayuda, y

+ mostrar que cada concepto tiene sus ventajas y sus inconvenientes que han de estar cuidadosamente equilibrados.

MÉTODO DE FINANCIACIÓN	EXPLICACIÓN	EJEMPLOS	VENTAJAS	INCONVENIENTES	RECOMENDACIÓN ESPECIAL
Financiación pública	<ul style="list-style-type: none"><li>Financiación con dinero público: ayudas, financiación de proyectos, instituciones públicas como proveedores, etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Radiodifusión pública</li><li>Gobierno/ministerios</li><li>Sector público</li><li>Programas de financiación pública</li><li>Subvenciones</li><li>Becas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Seguridad en la financiación</li><li>Reputación positiva y confianza</li><li>Continuidad</li><li>Redes y coordinación</li><li>Público amplio</li><li>Misión no comercial</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Financiación limitada</li><li>Restricciones</li><li>Con frecuencia no es una financiación global (solo se financian partes)</li><li>Programas de financiación pública con procedimientos/requisitos complicados</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Existen oportunidades de financiación pública en múltiples niveles: europeo, nacional, autonómica, municipal...</li><li>Es recomendable buscar en todos los niveles y quizás incluso combinar diferentes solicitudes.</li></ul>
Publicidad	<ul style="list-style-type: none"><li>Permitir la publicidad directamente en los contenidos/servicios</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Anuncios en forma de banners, recuadros, ventanas emergentes, vídeos previos, etc.</li><li>Publicidad en juegos o aplicaciones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Puede ser una forma efectiva de conseguir dinero para invertir en el proyecto</li><li>La publicidad online sencilla es fácil de producir</li><li>Puede llegar a un público objetivo muy amplio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Poco fiable: los enlaces externos / páginas de aterrizaje pueden ser potencialmente dañinos</li><li>Es complicado mantenerla bajo control</li><li>Reputación negativa</li><li>Algunos formatos pueden ser molestos e irritantes para los usuarios</li><li>No es fácil de compatibilizar con otros socios, especialmente entidades públicas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La publicidad se debe implementar con cautela. Se deben aceptar las limitaciones que el uso de la publicidad online supone para los contenidos y servicios positivos, así como lo complejo de la supervisión.</li></ul> <p>→ Tenga en cuenta también los criterios de POSCON sobre los elementos comerciales de los contenidos y servicios positivos (publicidad, patrocinio, compras online, etc.)</p>
Patrocinio	<ul style="list-style-type: none"><li>Similar a la publicidad</li><li>Una marca/empresa apoya un proyecto e invierte en él, ganando presencia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Patrocinio o inversión en un contenido/servicio completo, o de una parte (un determinado proyecto, evento, etc.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Oportunidad de llegar más lejos en su proyecto</li><li>Oportunidad para colaborar y establecer contactos</li><li>Más publicidad: mayor difusión y visibilidad gracias al patrocinador</li><li>Incentivos para las marcas (reputación positiva, beneficios fiscales)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Difícil de encontrar</li><li>La decisión puede ser difícil para el patrocinador: historia/reputación de la marca, cuestiones éticas</li><li>No ofrece sostenibilidad a largo plazo</li><li>Posibilidad de influencia por parte del patrocinador</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Las instituciones públicas también pueden ser patrocinadores</li><li>Muchas empresas comerciales tienen programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que se pueden abordar</li><li>Los patrocinadores no tienen por qué tener necesariamente los mismos objetivos que el proyecto</li><li>Se puede buscar más de un patrocinador al mismo tiempo</li></ul> <p>→ Tenga en cuenta también los criterios de POSCON sobre los elementos comerciales de los contenidos y servicios positivos (publicidad, patrocinio, compras online, etc.)</p>
Empresas	<ul style="list-style-type: none"><li>Las empresas realizan sus propios contenidos/servicios para niños</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Empresas comerciales</li><li>Radiodifusores privados</li><li>Editoriales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se centran en las áreas que conocen, y en las que tienen experiencia</li><li>Tienen interés en producir contenidos para su grupo objetivo</li><li>Se apoya en el éxito de la empresa (recursos, publicidad, reputación)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Lo popular no es necesariamente positivo: debe tener éxito comercial</li><li>La supervivencia del proyecto depende del éxito comercial de la empresa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Conviene ser lo más transparente posible sobre el carácter comercial y sobre quién lleva a cabo los contenidos/servicios.</li></ul> <p>→ Tenga en cuenta también los criterios de POSCON sobre los elementos comerciales de los contenidos y servicios positivos (publicidad, patrocinio, compras online, etc.)</p>
Pago por contenidos	<ul style="list-style-type: none"><li>Costes/cuotas</li><li>Cuota de socio/cuenta</li><li>Modelos freemium</li><li>Tienda online</li><li>Compra desde la app</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Aplicaciones de pago (cuota de descarga)</li><li>Plataformas complejas / juegos online</li><li>Merchandising</li><li>Versiones gratuitas con posibilidad de subir a versión premium</li><li>Compras desde la app</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se recuperan los costes de producción, con posibilidad de obtener beneficios</li><li>Posibilidad de financiación sostenible y a largo plazo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Enfado y frustración de niños y padres si los costes aparecen inesperadamente o se cobran en secreto</li><li>Se debe vencer la reputación negativa (tácticas agresivas, métodos opacos)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Conviene ser lo más transparente posible sobre costes / cuotas / posibilidades de adquisición de sus contenidos/servicios. Puede ser perfectamente razonable solicitar una cuota por un gran contenido, pero se debe comunicar de manera muy transparente.</li></ul> <p>→ Tenga en cuenta también los criterios de POSCON sobre los elementos comerciales de los contenidos y servicios positivos (publicidad, patrocinio, compras online, etc.)</p>
Micromecenazgo	<ul style="list-style-type: none"><li>Recaudar fondos de la comunidad / el público de Internet mediante plataformas online para donaciones</li><li>Y/O</li><li>Compartir experiencias y conocimientos (de voluntarios) para proyectos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Financiación de proyectos o partes de proyectos mediante donaciones del público a través de plataformas específicas, como p. ej. kickstarter, betterplace, startnext, indiegogo, etc.</li><li>Proyectos desarrollados mediante el trabajo voluntario de expertos de determinadas áreas: diseño, programación, enseñanza, relaciones públicas, etc.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se involucra a grupos objetivo específicos como los padres</li><li>No hay gastos hasta que se alcanza el objetivo de la financiación</li><li>Se puede recaudar la cantidad específica de dinero necesario</li><li>Gran motivación e interés de los voluntarios</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>El éxito es imprevisible</li><li>No es sostenible para proyectos a largo plazo</li><li>Es difícil gestionar a los diversos voluntarios</li><li>No siempre se pueden satisfacer las necesidades del proyecto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Las plataformas de micromecenazgo online trabajan con mecanismos de recompensa: los contribuyentes y donantes reciben algo especial a cambio (avances, invitaciones a fiesta de presentación, un rol activo durante el proceso de diseño, etc.). Esto también funciona para los voluntarios y expertos que invierten sus conocimientos y su esfuerzo. Puede ser interesante elaborar una lista de sus contribuyentes, escribir cartas de recomendación o expedir certificados (especialmente para estudiantes).</li></ul>
Compromiso sin ánimo de lucro	<ul style="list-style-type: none"><li>Iniciativas sin ánimo de lucro, fundaciones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Asociaciones financiadas por miembros (p. ej. empresas)</li><li>Proyectos financiados por fundaciones</li><li>Financiación mediante donaciones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Objetivos no comerciales</li><li>Reputación positiva y de confianza</li><li>El enfoque principal es conseguir una alta calidad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Dependiente de si se conserva o no la financiación externa de empresas, ayudas, fundaciones...</li><li>No se participa en acciones / métodos de financiación rentables de los socios comerciales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Existe un amplio abanico de posibles socios de financiación: sector público y privado, así como patrocinios y donaciones</li><li>Muchas empresas comerciales tienen programas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) que se pueden abordar.</li><li>Los socios/miembros deben compartir los mismos objetivos que el proyecto.</li></ul>
Compromiso privado	<ul style="list-style-type: none"><li>Una persona/entidad privada lleva a cabo un proyecto por su cuenta sin financiación externa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Blogs, apps, juegos online</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Gran libertad en la toma de decisiones, sin ataduras con los socios</li><li>Impulsado por una pasión</li><li>Alta calidad y resultados positivos</li><li>Permite un desarrollo desde la base</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La sostenibilidad depende de la motivación y el compromiso personal</li><li>Gestión del tiempo y los recursos</li><li>Necesidad de socios y recursos si el proyecto crece</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Una idea se puede hacer realidad paso a paso con recursos limitados, en un ambiente de aprendizaje con la práctica con software y herramientas de uso libre. A medida que el proyecto crece se pueden ir incorporando socios que aporten conocimientos o financiación."</li></ul>