

# Be Helpie

## Mercado

### **Usuarios app**

Tras un año de funcionamiento y tras analizar el tipo de usuario que tenemos, hemos llegado a la conclusión de que llegamos a un mercado muy amplio y bastante generalista.

Inicialmente concebimos la aplicación orientada hacia un público joven (Millennial y Generación Z) y de ahí es aspecto visual y la usabilidad de la aplicación. Sin embargo, nuestra base de usuarios comprende desde jóvenes de 18 años hasta personas de 50, de todos los sexos y condiciones socio económicas.

También detectamos inicialmente que nuestra plataforma podría interesar a usuarios interesados por las aplicaciones de juego, o bien por el apoyo directo a las causas sociales. Sin embargo, tras realizar encuestas entre nuestros usuarios, nos encontramos que en realidad es la mezcla de ambas opciones la que gusta. Nuestros usuarios no son especialmente aficionados a los juegos de azar ni tienen entre sus prioridades apoyar a causas sociales. Sin embargo, la mezcla de ambas les atrae e interesa.

Haciendo un cálculo sencillo, basado en datos del INE (Instituto Nacional de Estadística) que mezcla por una lado los conocimientos de los medios digitales y, por otro lado, el poder adquisitivo, en base a una línea por edades, nos arroja una campana de Gauss de **10 millones** de personas en España, fundamentalmente entre 25 y 45 años, con suficientes conocimientos digitales y suficiente poder adquisitivo como para poder ser donante activo en nuestra aplicación.

El modelo es muy sencillo de replicar en otros países con características socio-económico-culturales similares a las española: Portugal, Italia, Francia...

Tras un año de funcionamiento hemos podido comprobar que este perfil, hombre y/o mujer, de entre 25 y 45 años, con poder adquisitivo medio, es el usuario que más rendimiento nos deja dentro de la aplicación.

### **Usuarios web**

Partimos de la premisa de que la fórmula web es un canal a través del cual son las propias Asociaciones las que van a llegar a sus usuarios y van a utilizar Be Helpie como mera plataforma tecnológica que les ofrece una solución original para financiarse.

Se calcula que en España existen en torno a **150.000 Asociaciones sin Ánimo de Lucro** legalmente constituidas y registradas. Esto incluye *Organizaciones No Gubernamentales* (ONG), *Asociaciones Deportivas* (Clubes de fútbol y fútbol, equipos ciclistas...), *Culturales* (asociaciones de artistas, grupos de música, teatro), de *Estudiantes* (Estudiantiles, Antiguos Alumnos) etc.

En la plataforma de sorteos solidarios Be Helpie, cualquier Asociación legalmente constituida puede crear un sorteo solidario y difundirlo entre su comunidad. La labor comercial que tiene que realizar Be Helpie es conseguir es llegar a los gerentes, gestores, responsables o community manager de estas asociaciones para que sean ellos los que difundan orgánicamente los sorteos entre sus comunidades de fans, donantes y seguidores.

# Be Helpie

## **Análisis del perfil del donante para el caso concreto de las ONG**

Según el Informe del Perfil de Donante de la Asociación Española de Fundraising 2016, en España casi el 25% de la población ha sido donante de una ONG en los últimos 12 meses. Esta tendencia se ha incrementado progresivamente (19% en 2012 // 20% en 2014).

También se incrementa el número de personas que aún no han donado pero tienen intención de hacerlo próximamente (11% en 2012 // 11 % en 2014 // 17% en 2016).

Podemos afirmar que la "tendencia hacia la solidaridad" es un hecho confirmado en el total de la población.

Dicho informe presenta también un dato muy relevante para nosotros: el 51% de los donantes han realizado micro-donaciones en el último año.

El perfil del donante es mujer, 46,2 años de media, casada, con hijos y estudios universitarios.

El formato web se adecúa perfectamente a las características de este perfil:

- No es necesario **descargar** una app,
- La web es una URL compartida que puede ser consultada desde **móvil, Tablet u ordenador**.
- La llamada a la acción es la **solidaridad**, antes que el premio o el sorteo.
- Los premios ofrecidos los decide la propia asociación, que conocerá los intereses de sus potenciales donantes, para ofrecer un **regalo que suscite interés** (ya no se trata de regalos para millenials).
- La estética es más sobria y menos Millenial.
- Se deja libertad a la Asociación para que explique detalladamente el proyecto que se va a apoyar.

## **Competidores**

**Stockcrowd** <https://www.stockcrowd.com/ong>

Es una plataforma de software que permite captar fondos para cualquier tipo de proyecto a través de sus canales digitales. Sigue un modelo muy similar al de nuestra plataforma web, con la particularidad de que se han centrado en grandes empresas y corporaciones, y no se dirigen a usuario final.

Ayudan a financiar proyectos empresariales, innovadores, sociales o inmobiliarios a través de la comunidad.

Cobran un fijo más variable. El fijo se negocia en cada caso y el variable es de hasta el 30%.

**Bidaway** <https://es.bidaway.com/faqs>

Organizan sorteos y subastas de experiencias con famosos, mediante la venta de tickets. También organizan servicios corporativos, ofreciendo a empresas la posibilidad de conocer a deportistas famosos o disfrutar de experiencias únicas.

Hace unos meses su comisión era del 30%, suponemos que las cosas les van bien, están consiguiendo ingresos paralelos y han podido bajar la comisión.

# Be Helpie

Nuestra intención es justamente esa, alcanzar break-even y aumentar los ingresos por publicidad para poder reducir progresivamente la comisión hasta el mínimo del 5% que ya tenemos planeado como escenario ideal.

Actualmente cobra un 20% y es un modelo que se parece bastante a Be Helpie, aunque lo diferencia el hecho de que se "compra" un ticket (en nuestro caso jurídicamente no se compra un ticket, se hace una donación) y se hacen "subastas" (una práctica que no nos gusta por acercarse demasiado al concepto juego).

**Change.org** <http://change.org>

Es la mayor plataforma de peticiones del mundo. Aunque se definen a si mismos como una Organización sin Ánimo de Lucro, son una Fundación propiedad de una empresa privada con ánimo de lucro de tipo social (B-Corp) que gestiona los activos. No funcionan por comisión, sino por venta de leads.

Los usuarios, al firmar las peticiones, dan su correo electrónico y su móvil (opcional).

Change vende los leads por 1,5€/lead si es con correo electrónico y por 6€/lead si es con teléfono móvil.

También cobrar por promocionar las campañas y comisión por adhesiones directas a causas.

Ej: Greenpeace organiza recogidas de firmas en [change.org](http://change.org) para después comprar los leads y hacer campañas de captación de donantes.

La empresa ingresó en 2017 un total de 17,9 millones de euros. Han participado más de 180 millones de usuarios de 196 países. Cuenta con 12 millones de usuarios en España y se crean más de 600 solicitudes de peticiones cada semana.

**Migranodearena** <https://www.migranodearena.org/>

Es una plataforma de crowdfunding. Las Organizaciones sin Ánimo de Lucro suben retos con un objetivo de recaudación que están activos durante 30-60 días. Cada organización hace su propia campaña entre su comunidad de usuarios y el objetivo es alcanzar la recaudación mínima y cerrar la campaña. La llama es a la solidaridad y los donantes no obtienen nada a cambio de su donación, más allá de la satisfacción personal de apoyar una causa con impacto social.

Al no ser una empresa con ánimo de lucro, su tarifa es de un 4%. Es un proyecto soportado por la Fundación Real Dreams y la plataforma es parte de su obra social.

## **Barreras ante nuevos competidores**

Como tal, no existen barreras de entrada para clonar nuestro modelo de negocio.

No obstante, hemos sido capaces de alcanzar una serie de hitos, logros y acuerdos que entorpecerían mucho la entrada de un competidor:

# Be Helpie

- Hemos desarrollado una **tecnología** (app, web, backend, sistemas, transaccional) con un elevado coste de inversión que hacen que la plataforma sea fiable, versátil y tecnológicamente escalable.
- Hemos dotado al proceso de todos los mecanismos necesarios para garantizar la **seguridad y confianza** de nuestros usuarios, marcas colaboradoras y patrocinadores: procesos y cuentas auditados, plataformas externas de sorteos, mecanismos legales, demostración de solvencia y realidad de los sorteos, etc.
- Hemos alcanzado **acuerdos comerciales de primer nivel**, tras meses de negociaciones, con marcas como La Caixa, Real Madrid o Asobal
- Hemos desarrollado, testado, validado y optimizado unos procesos de **marketing digital** que hacen que nuestra CAC sea muy inferior a la media.
- Tenemos Be Helpie como **marca registrada** a nivel europeo.
- Hemos conseguido un **posicionamiento de marca** haciendo impactado en más de 10 millones de personas diferentes en redes sociales y saliendo en todo tipo de medios de comunicación nacionales.
- Tenemos una amplia cartera de **relaciones comerciales con empresas de primer nivel** como Repsol, Seur, Correos o Caixabank gracias a la labor realizada durante estos últimos dos años.
- Somos capaces de generar unas estrategias de onboarding, engagement y gamificación que han conseguido que tengamos un **índice de retención** 4 veces superior a la media mundial en aplicación de entretenimiento.
- Somos capaces de realizar más de 2 millones de **impactos publicitarios de alta calidad** en la aplicación, lo que hace que el rendimiento que obtenemos de dicha publicidad sea un punto porcentual superior a la media mundial, dando viabilidad al modelo de negocio.
- Tenemos un **extraordinario equipo humano consolidado**, con un alto grado de experiencia y un alto nivel de implicación.