

Universidad Tecnológica Nacional Facultad Regional Rosario

Ingeniería en Sistemas de Información



GIVE - Plataforma de donaciones

Cátedra: Proyecto Final

Comisión: 5K1

Año académico: 2023

Integrantes:

Franco Enrico Pinacca	43133	fpinacca@gmail.com
Federico Facundo Ruiz	43904	federicofruiz@hotmail.com
Juan Pablo Castelli	45242	jcastelli@frro.utn.edu.ar

Abstract

La creación de esta plataforma de donación fue motivada por la falta de una aplicación que permita a las personas hacer donaciones de manera fácil y segura, y asegurarse de que el dinero llegue al destino deseado. La falta de transparencia y seguridad en los procesos de donación tradicionales a menudo hace que las personas se sientan incómodas al hacer donaciones y puede disuadir a muchas de hacer contribuciones importantes a las causas que les importan. Esta plataforma de donación tiene como objetivo abordar estas preocupaciones al ofrecer una experiencia de donación transparente y segura para todos los usuarios.

La plataforma ofrece a los usuarios la posibilidad de donar de cuatro formas diferentes. En primer lugar, las campañas de ejecución inmediata son supervisadas por moderadores para garantizar la transparencia y la efectividad de las donaciones. En segundo lugar, se ofrece la opción de **crowdfunding** para proyectos específicos que requieran financiación colectiva. Además, la plataforma permite la **donación mensual a una persona o causa específica**, lo que permite a los usuarios apoyar de forma sostenible a individuos o temas que les importen. Por último, se ofrece la posibilidad de **donación mensual a un tema de interés general**, como el medio ambiente o la salud pública. En resumen, ofrece una amplia gama de opciones para que los usuarios puedan apoyar a causas importantes de manera efectiva y sostenible.

En adición a la donación en forma de dinero, será posible que las campañas requieran de donaciones de otro tipo, como por ejemplo, horas hombre de determinado tipo de rubro como: carpintería, plomería, electricidad, etc. Además de donaciones de comida, maquinaria, ropa u otros bienes que puedan ser útiles para la campaña. Esto permitirá a los usuarios donar de diversas formas, no solo monetariamente, y brindará a las campañas una mayor oportunidad de éxito al contar con recursos valiosos.

Es importante destacar que esta plataforma tiene como objetivo hacer que el proceso de donación sea lo más accesible y fácil posible para todos los usuarios. Es por eso que se van a soportar todos los medios de pagos existentes, incluyendo tarjetas de crédito, transferencias bancarias, y billeteras virtuales. De esta manera, los usuarios pueden elegir el método de pago que más les convenga y hacer su donación de forma segura y confiable. Con esta amplia gama de opciones de pago, la plataforma asegura que nadie se queda atrás en la contribución a causas importantes.

Para **asegurar la transparencia en las donaciones**, es necesario tener un **proceso de auditoría** interna que permita una visibilidad clara de la contabilidad de la aplicación. Esto requiere un

registro detallado de todas las transacciones financieras realizadas, una seguridad sólida para proteger la información financiera, funciones de búsqueda y filtrado para permitir a los auditores encontrar fácilmente transacciones específicas, herramientas de análisis financiero, y monitoreo continuo de transacciones para **detectar anomalías o irregularidades**. Además, es importante que el sistema cuente con herramientas para analizar tendencias y patrones en las transacciones financieras a lo largo del tiempo, lo que puede ayudar a identificar posibles fraudes o errores en la contabilidad.

Por otra parte, pueden surgir incidentes que requieran que los usuarios se comuniquen con la plataforma para recibir ayuda. Para manejar estos incidentes, es necesario contar con una interfaz accesible para **permitir a los usuarios reportar incidentes de manera rápida y efectiva**. Se necesita un formulario de reporte que permita a los usuarios proporcionar información detallada sobre el incidente, una base de datos para almacenar los reportes de incidentes, y un sistema de notificación que permita a los encargados responder de manera oportuna y efectiva. También es importante contar con un registro de seguimiento que permita a los usuarios realizar un seguimiento del estado de su reporte de incidente y a los encargados llevar un registro de las acciones tomadas.

Palabras clave: donación, plataforma, transparencia, causas, moderación.

Análisis de la organización donde se implementará el sistema

Objetivos principales y secundarios

Principales

Objetivos del sistema

1. **Desarrollar una plataforma de donación en línea que sea fácil de usar y accesible** para todos los usuarios.
2. **Ofrecer una experiencia de donación transparente y segura que garantice que el dinero llegue al destino deseado.**
3. **Permitir que los usuarios donen de diversas formas**, no solo monetariamente, incluyendo horas hombre, maquinaria, ropa, y otros bienes útiles para las campañas.
4. **Integrar múltiples formas de pago**, como tarjetas de crédito, transferencias bancarias y billeteras virtuales, para hacer el proceso de donación lo más accesible y fácil posible.
5. **Incorporar rigurosos procesos de auditoría** para evitar fraudes en las campañas de donaciones.

Objetivos del negocio

1. **Satisfacer las necesidades no atendidas del mercado**, ofreciendo una experiencia transparente y segura que atraiga a un gran número de usuarios.
2. **Ofrecer diversas opciones de donación** que permitan a los usuarios apoyar a causas importantes de manera efectiva y sostenible, y que aumenten el éxito de las campañas de donación.
3. **Diferenciarse de la competencia al permitir que los usuarios donen de diversas formas**, no solo monetariamente, y brindar a las campañas una mayor oportunidad de éxito al contar con recursos valiosos.

4. **Generar ingresos a través de una comisión sobre las donaciones realizadas** a través de la plataforma, y fomentar la sostenibilidad financiera a largo plazo mediante la inversión en nuevas tecnologías y servicios.

Secundarios

6. **Mínima intervención humana**, buscamos establecer procesos que no dependan de intervención humana para poder mantener un estructura chica, es casos específicos necesitaremos de intervención para casos como auditorías post campañas o en donaciones “sospechosas” (montos muy grandes, muchas donaciones a un mismo proyecto por una misma persona, etc).
7. **Desarrollar un sistema escalable** que pueda manejar un gran volumen de operaciones al mismo tiempo y permita incorporar nuevos requerimientos en el futuro.
8. **Permitir la consulta de información de nuestra BD** (teniendo en cuenta la [Ley 25.326](#)) para ofrecer un mayor nivel de transparencia de parte de la plataforma.
9. **Transparentar algoritmos utilizados**
10. **Ofrecer informes mensuales/anuales** del destino del dinero donado en la plataforma:
 - a. ¿Para que se usaron las comisiones?
 - b. ¿Qué proyectos cumplieron sus objetivos?
 - c. ¿Cuánto se donó a los distintos usuarios?
 - d. etc

Matriz FODA

Fortalezas

- Utilización de aplicaciones gubernamentales para la validación de la persona.
- Gran mercado de “mecenazgo” por el aumento de creadores de contenido en la web.
- Ofrece opciones de donación efectivas y sostenibles que atraen a un gran número de usuarios.
- Brinda una mayor oportunidad de éxito a las campañas al contar con recursos valiosos.
- Permite que los usuarios donen de diversas formas, no solo monetariamente.

Debilidades

- La falta de campañas populares en la plataforma puede hacer que los usuarios se desanimen a donar.
- La falta de una base de usuarios establecida puede hacer que sea difícil atraer nuevas campañas y donantes.
- Poco conocimiento sobre procesos transaccionales.
- Necesidad de mano de obra
- Procesos manuales que no puedan escalar muy bien

Oportunidades

- Inexistencia de servicio que acumule todas las categorías y tipos de campañas.
- Inexistencia de servicio con tal transparencia.
- Creciente apoyo a campañas de financiación de personas físicas.
- La posibilidad de donar de diversas formas, no solo monetariamente, puede atraer a usuarios que desean contribuir pero no tienen los recursos financieros para hacerlo.

Amenazas

- Empresas competidoras ya consolidadas y con alta infraestructura.
- Las crisis económicas pueden afectar la cantidad de donaciones que reciben las campañas en línea.
- Los cambios en las regulaciones gubernamentales pueden afectar la forma en que se procesan las donaciones en línea.
- Posible fraudes que puedan manchar la imagen de la plataforma

Título del proyecto

Give

Problemas o necesidades

- Para las donaciones de servicios o bienes, es necesario controlar que dichas **promesas de donación sean cumplidas**, pero a la vez es necesario **mantener un sistema sencillo** para el usuario y motivarlo a donar, si se colocan muchas restricciones es posible que se frustre y no lo haga.
- Es necesario poner principal énfasis en el **control de fraudes**, agregar verificaciones tanto al solicitante como al donador.
- La **seguridad** es otro componente crucial, es obligatorio que aseguremos que los destinos monetarios no sean alterados y que la información sensible de los usuarios no sea divulgada.

Objetivos del sistema

1. **Desarrollar una plataforma de donación en línea que sea fácil de usar y accesible** para todos los usuarios.
2. **Ofrecer una experiencia de donación transparente y segura que garantice que el dinero llegue al destino deseado.**
3. **Integrar múltiples formas de pago**, como tarjetas de crédito, transferencias bancarias y billeteras virtuales, para hacer el proceso de donación lo más accesible y fácil posible.
4. **Incorporar rigurosos procesos de auditoría** para evitar fraudes en las campañas de donaciones.
5. **Brindar soporte** a los usuarios mediante distintas alternativas ante posibles percances.

Funciones incluidas y excluidas

Incluidas

Para el solicitante.

1. Crear campañas con un objetivo específico bajo distintas posibles categorías y tipos de recaudación, por tiempo, por monto o ejecución inmediata.
2. Solicitar tanto dinero, como horas hombre como bienes.
3. Crear un perfil de creador de contenido/artista.
4. Dar recompensas tanto a los donantes de campañas como a los creadores de contenido.
5. Verificar la oficialidad de la campaña mientras está en curso.
6. Verificar el cumplimiento de la campaña una vez terminada.
7. Historial de proyectos

Para el donante.

8. Aportar de una vez dinero.
9. Suscribirse a una temática genérica o a un perfil de creador de contenido.
10. Detalle de suscripciones activas
11. Posibilidad de dar de baja una suscripción
12. Valorar campañas y solicitantes

Para la organización.

13. Cobrar una comisión a las transacciones para el mantenimiento de la solución.
14. Ponderar tanto a los solicitantes como a las campañas y mostrar a los donantes.
15. Monitorear donaciones para evitar lavado de dinero.
16. Elegir periódicamente mediante ponderación una campaña a la que irán las recaudaciones hechas para categorías de manera genérica.
17. Verificar persona para realizar campaña y para donaciones grandes.

Funcionalidad común a todos los usuarios.

- 18. Auth (login, registro, etc)
- 19. Crear un ticket a soporte
- 20. Denuncia de perfiles

Excluidas

- 1. Soluciones de inteligencia de negocios para los solicitantes, para entender con más profundidad los resultados de su campaña
- 2. Donaciones no monetarias, horas hombre, maquinaria, ropa, y otros bienes útiles para las campañas.
- 3. Contenido exclusivo para donadores/recompensas

Diagrama de Gantt preliminar

El diagrama fue realizado teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- Cada día contemplamos una jornada laboral de 8 hs
- De lunes a viernes (excluyendo días no laborables)

Tabla resumen de tareas a realizar

Id	Nombre de la tarea	Duración (días)	Comienzo	Fin	Predecesoras
1	Análisis y diseño	42	19/04/2023	30/05/2023	-
2	Relevamientos de datos	3	19/04/2023	23/04/2023	-
3	Análisis de necesidades y requerimientos	4	23/04/2023	27/04/2023	2
4	Planeamientos de objetivos	2	27/04/2023	29/04/2023	3
5	Analisis de competidores	9	27/04/2023	06/05/2023	3
6	Análisis de factibilidad	3	06/05/2023	09/05/2023	4 - 5
7	Análisis de datos	7	09/05/2023	16/05/2023	6
8	Definición de la metodología de desarrollo a utilizar	1	16/05/2023	17/05/2023	7
9	Análisis de riesgos	4	17/05/2023	21/05/2023	7
10	Elaboración de users story mapping	2	21/05/2023	23/05/2023	8 - 9
11	Elaboración de users flows	2	23/05/2023	25/05/2023	10
12	Elaboración de Casos de uso	5	25/05/2023	30/05/2023	11
13	Desarrollo	112	30/05/2023	11/09/2023	-
14	Análisis de stack tecnológico a utilizar	1	30/05/2023	31/05/2023	12
15	Configuración Base de datos y repositorio	1	31/05/2023	01/06/2023	14
16	Implementar design system	1	30/05/2023	31/05/2023	12
17	Configuración de CI/CD	2	01/06/2023	03/06/2023	15
18	Configuración de entornos de desarrollo	2	01/06/2023	03/06/2023	15

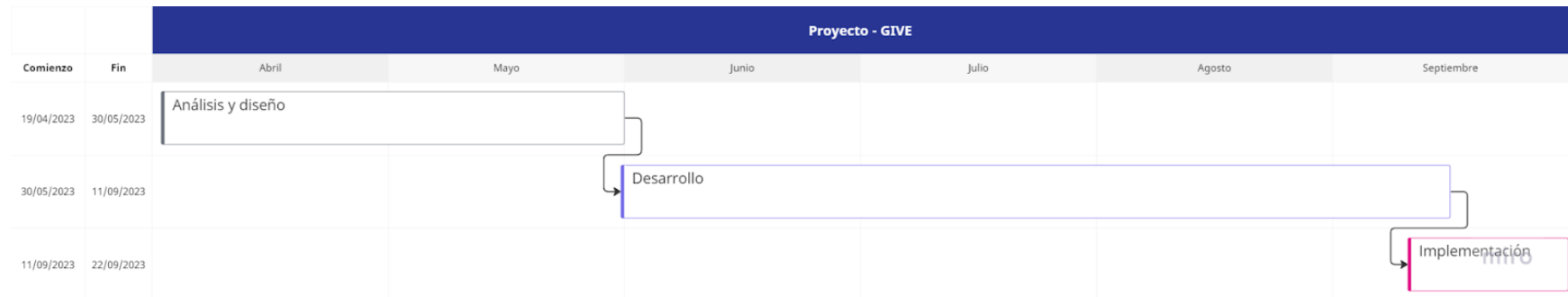
19	Desarrollo (codificar)	80	03/06/2023	22/08/2023	16 - 17 - 18
20	Test de integración	5	22/08/2023	27/08/2023	19
21	Test unitarios	20	22/08/2023	11/09/2023	19
22	Implementación	15	11/09/2023	22/09/2023	-
23	Configuración y deploy del proyecto	4	11/09/2023	15/09/2023	21
24	Pruebas de usabilidad	5	15/09/2023	20/09/2023	23
25	Definición de métricas	2	11/09/2023	13/09/2023	21
26	Elaboración de los manuales de usuario	2	11/09/2023	13/09/2023	21
27	Configuración de softwares de métricas/logs de errores	2	20/09/2023	22/09/2023	24 - 25
Duración total del proyecto		169	Fecha fin	22/09/2023	

Resumen

- Día de comienzo de actividad: lunes 19 de abril de 2023
- Duración por etapa
 - Análisis y diseño: 42 días
 - Desarrollo: 112 días
 - Implementación: 15 días
- Duración total: 169 días
- Horas de trabajo netas: 1.352 hs
- Fecha fin: 22/09/2023

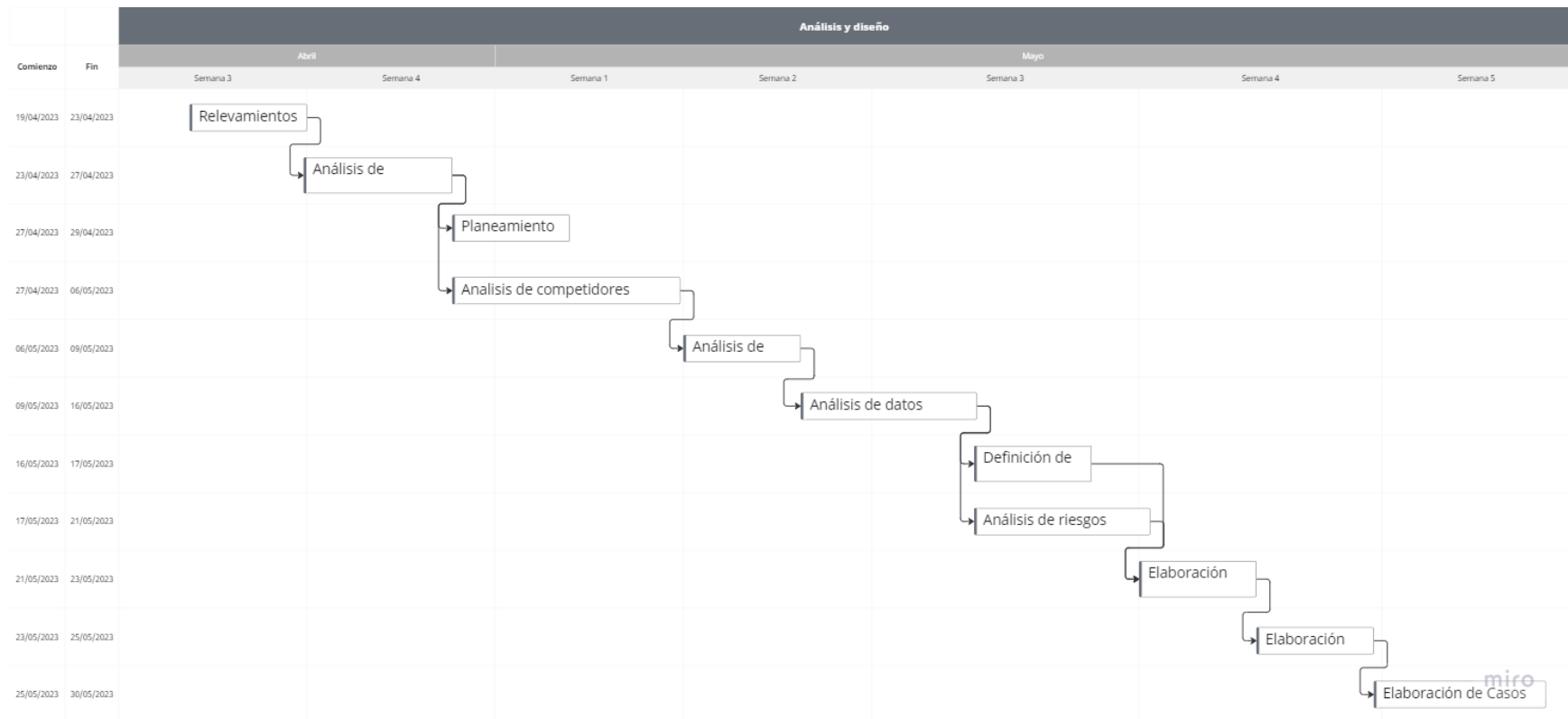
Resumen por etapa

Para poder mostrar mejor el gantt decidimos mostrar un resumen por etapa y el desglose de cada uno por separado.



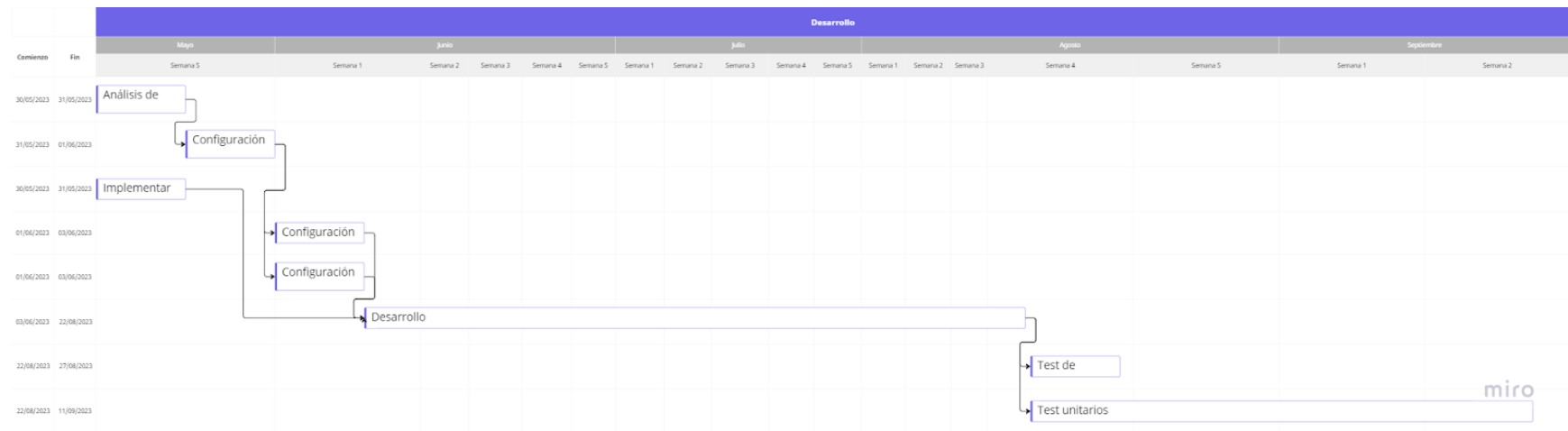
link: <https://miro.com/app/board/uXjVMLJ1DxU=?moveToWidget=3458764553728124244&cot=14>

Análisis y diseño



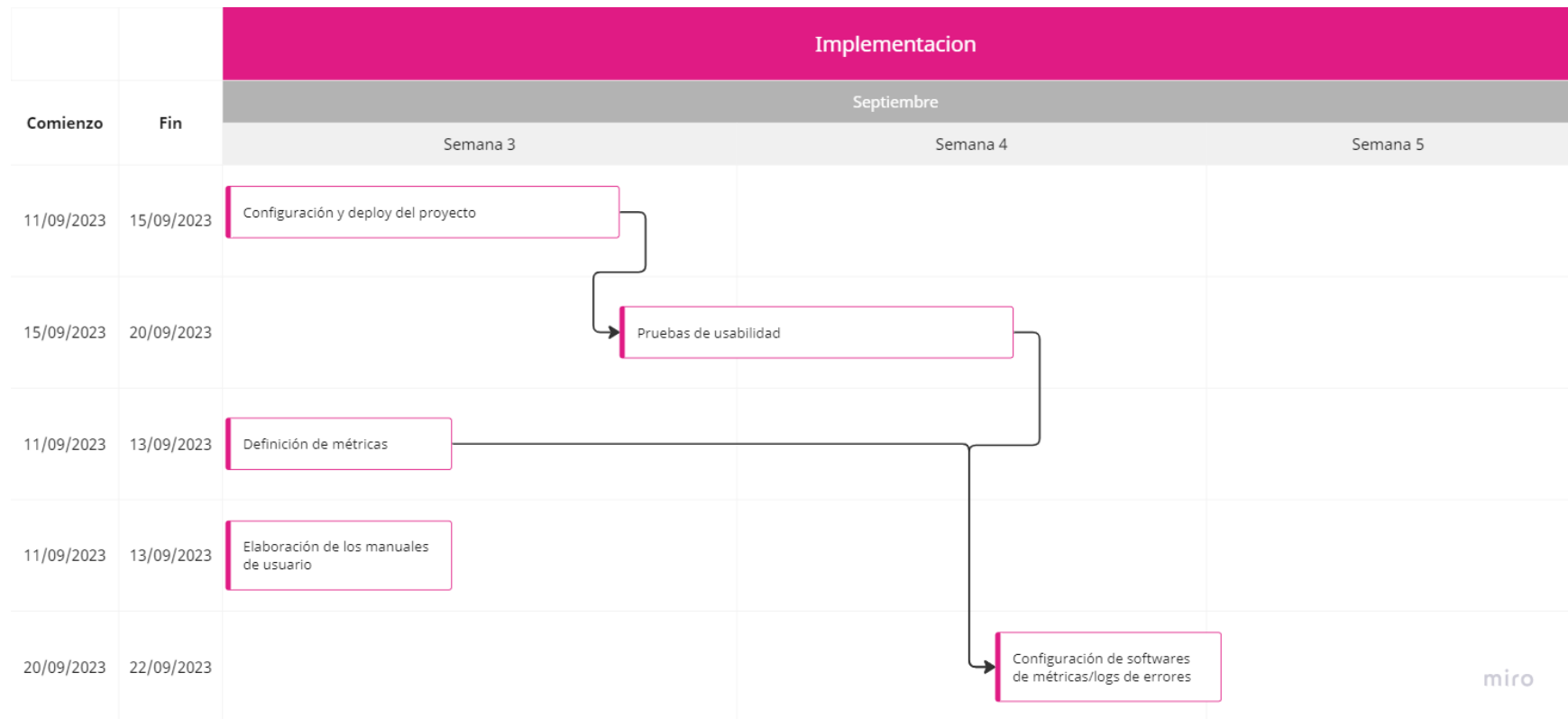
link: <https://miro.com/app/board/uXjVMLJ1DxU=?moveToWidget=3458764553728194213&cot=14>

Desarrollo



link: <https://miro.com/app/board/uXjVMLJ1DxU=?moveToWidget=3458764553729368149&cot=14>

Implementación













link: <https://miro.com/app/board/uXjVMLJ1DxU=?moveToWidget=3458764553729277003&cot=14>

Análisis de mercado

Fuentes de datos

- **SimilarWeb:** Es una plataforma de inteligencia de mercado que proporciona información sobre el tráfico, la audiencia y el rendimiento de cualquier sitio web en todo el mundo.
- **Webs de la competencia**
- **Post**
 - [Qué es Cafecito app: cómo cobrar por tus trabajos](#)
 - [Kickstarter: Business Model, SWOT Analysis & Competitors 2023](#)
 - [Kickstarter Business Model: How Does Kickstarter Make Money?](#)
 - [How does Patreon make money?](#)

Datos obtenidos e Interpretación

Indicador	Cafecito	Kickstarter	Patreon	Donorbox	GoFundMe
Visitas totales	7.3 M	22.6 M	102.7 M	1.8 M	44 M
País desde donde recibe más visitas					
Genero del público	28.2% F 71.8% M	22.2% F 77.8% M	24.55% F 75.45% M	48.99% F 51.01% M	46.74% F 53.26% M
Edad del público (mayor %)	25 - 34	25 - 34	18 - 24	25 - 34	25 - 34
Categoría top	Adult	Video games	Video games	News & Media Publishers	News & Media Publishers
Top topic	Argentina	News	News	News	News
Mayor parte de su tráfico en las redes proviene de	 Instagram	 youtube	 youtube	 youtube	 facebook

Referencias:

- **M:** millones
- **F:** femenino
- **M:** masculino

Teniendo en cuenta la **cantidad de visitas**, Patreon, Kickstarter y GoFundMe son las más influyentes, ya que son las que mueven mayor tráfico de usuarios, son los competidores más consolidados en el rubro.

Por otra parte vemos reflejado un mayor porcentaje de público **masculino** en estas plataformas, por lo que nuestro *target* se puede orientar a ese segmento. Otro dato a tener en cuenta es el rango de edades de los usuarios [18 - 34 años]. Por lo que nuestro **arquetipo** de usuario puede ser: "hombre joven adulto".

Comisiones

Comisión	Cafecito	Kickstarter	Patreon	Donorbox	GoFundMe
Por transacción	10%	5%	5 - 12% (dependiendo del plan)	1.5%	2.9%
Por pago	-	3 - 5%	-	2.9%	2.9%

Respecto a las comisiones podemos observar que todas cobran algún monto por operar en sus plataformas, es la vía de ingreso más importante de estas plataformas y es en el que se basan sus modelos de negocios.

Ciclo de vida del producto en el mercado

En el caso de una **plataforma de donaciones web**, puede variar dependiendo de varios factores, como la competencia, la demanda del mercado, la calidad del servicio y otros factores externos e internos. Sin embargo, en general, se podría describir el ciclo de vida de la siguiente manera:

1. **Introducción:** Durante la etapa de introducción, se lanza la plataforma al mercado y se busca atraer a los primeros usuarios y patrocinadores. Se lleva a cabo una **intensa campaña de marketing** para crear conciencia sobre la plataforma y sus características únicas.
2. **Crecimiento:** Una vez que se han establecido los primeros usuarios y patrocinadores, la plataforma comienza a crecer y atraer a un público más amplio. En esta etapa, la plataforma debe centrarse en mejorar la experiencia del usuario, aumentar la cantidad y calidad de los proyectos que se publican en la plataforma, y atraer más patrocinadores.

3. **Madurez:** Cuando la plataforma ha alcanzado su máximo potencial de crecimiento, entra en la etapa de madurez. En esta etapa, la competencia se vuelve más fuerte y es importante para la plataforma mantener su base de usuarios existente y atraer nuevos usuarios y patrocinadores. La plataforma puede necesitar diversificar su oferta de servicios para mantener su posición en el mercado.
4. **Declive:** Si la plataforma no puede mantener su base de usuarios o si la demanda del mercado cambia, puede entrar en la etapa de declive. En esta etapa, la plataforma puede experimentar una disminución en la cantidad de usuarios y patrocinadores, y es posible que deba considerar ajustar su estrategia o buscar nuevas oportunidades para mantenerse relevante.
5. **Renovación o retiro:** Si la plataforma es capaz de reinventarse o encontrar nuevos nichos de mercado, puede entrar en la etapa de renovación. Si no es posible, la plataforma puede retirarse del mercado.

Competencia

Cafecito

Es una plataforma Argentina de crowdfunding que busca unir a ONG, creadores de contenido o cualquiera que necesite apoyo en un proyecto con personas que deseen donar un monto bajo para su realización.

- Ofrece una solución sencilla de donaciones inmediatas (un cafecito)
 - El [código](#) de la plataforma es *open source*
 - Utiliza **mercadopago** como plataforma de pagos
-

Kickstarter

Kickstarter es una corporación de beneficio público, fue fundada en 2009 por Perry Chen, Yancey Strickler y Charles Adler. La empresa opera como una plataforma global de **crowdfunding**, dedicada a hacer realidad proyectos creativos conectando a creadores con patrocinadores.

Kickstarter opera en el nicho de crowdfunding en línea, conectando a visionarios creativos con patrocinadores potenciales que están apasionados por dar vida a nuevas ideas. Su modelo de negocio puede ser analizado utilizando el marco del canvas de modelo de negocio de la siguiente manera:

- **Segmentos de clientes:** Kickstarter atiende a dos segmentos de clientes principales: creadores de proyectos y patrocinadores. Los creadores de proyectos suelen ser artistas, diseñadores, cineastas, músicos, empresarios y otros que buscan financiamiento para hacer realidad sus ideas creativas.
 - **Propuesta de valor:** Kickstarter ofrece una plataforma que simplifica el proceso de recaudación de fondos, conecta a los creadores con una amplia audiencia de patrocinadores potenciales, mitiga el riesgo para los inversores (con el modelo de financiamiento "todo o nada")
 - **Relaciones con los clientes:** Kickstarter fomenta un sentido de comunidad entre creadores y patrocinadores a través de su interfaz amigable para el usuario, que cuenta con actualizaciones de proyectos, secciones de comentarios y niveles de recompensas.
 - **Flujos de ingresos:** El principal flujo de ingresos de Kickstarter proviene de una tarifa de plataforma, que es un porcentaje del total de fondos recaudados, recolectado sólo cuando un proyecto es financiado con éxito
 - **Recursos clave:** Los recursos clave de Kickstarter incluyen su reputación de marca, alcance global, base de clientes leales y diversa, algoritmos propietarios de reducción de riesgos, robusta infraestructura de la plataforma y contenido generado por el usuario en forma de listados de proyectos.
-

Patreon

Patreon es una plataforma en línea que permite a los creadores registrarse para alojar contenido en ella. Es común que los youtubers utilicen el sitio como una fuente secundaria de ingresos. Un ejemplo es el comediante Tim Dillon.

- Los patrocinadores se suscriben al canal del usuario, pagando una tarifa de suscripción mensual.
 - Los usuarios pueden establecer suscripciones en diferentes niveles de precios, ofreciendo diferentes niveles para satisfacer las necesidades de sus patrocinadores.
 - **Patreon toma un porcentaje de las ganancias** del creador cada mes, que varía desde el 5% para los socios antiguos hasta el 12% para los nuevos registros.
 - Patreon proporciona a sus creadores herramientas o "kits" para optimizar el compromiso de sus seguidores y aumentar las inscripciones en sus cuentas.
-

Donorbox

Donorbox es una plataforma de recaudación de fondos todo en uno con un proceso de configuración rápida y muchas funciones fáciles de usar. Más de 35 000 organizaciones en 40 países.

- Permite crear formularios de donación personalizados
 - Generar campañas de crowdfunding con un indicador de metas y un muro de donantes
 - Recopila información de seguidores y gestiona las relaciones con donantes
 - Acepta donaciones a través de **Google Pay, Apple Pay, Venmo**, además de tarjeta de crédito, transferencia bancaria y **PayPal**
-

GoFundMe

GoFundMe es una conocida plataforma de recaudación de fondos en línea. Mucha gente usa Gofundme para recaudar dinero para proyectos personales, gastos médicos o calamidades imprevistas.

- Pueden establecer una meta de recaudación de fondos con un indicador de metas para realizar un seguimiento
 - Descargar informes con tus datos clave de donantes
 - Solicitar retiro de fondos en cualquier momento sin afectar el indicador de la meta
 - Agentes de servicio al cliente disponibles 24/7
 - Los planes gratuitos cobran una tarifa de procesamiento del 2,9% más 25 centavos de £ por transacción.
-

Descripción de los productos competidores

Comparación con el producto en estudio

Para comprar los distintos productos de la competencia decidimos hacer foco en las características principales o más importantes de nuestra plataforma y verificar si la competencia tiene alguna similar o no.

Donaciones simples

Prácticamente todos los competidores cuentan con la posibilidad de realizar una donación simple, exceptuando a Patreon que tiene un modelo de negocio centrado en la suscripciones a creadores de contenidos.

Recompensas

Una característica que no tuvimos en cuenta pero varias plataformas de la competencia sí, fueron las recompensas.

En el caso de Cafecito es opcional brindar contenido exclusivo a cambio de un “café”, sin embargo es una modalidad bastante normal de la plataforma.

En el caso de Kickstarter, las campañas de crowdfunding suelen ofrecer recompensas dependiendo el *tier* de la donación realizada, no es algo obligatorio, pero la plataforma lo fomenta.

Por último en el caso de Patreon, funciona similar a Cafecito, donde los creadores de contenidos pueden generar contenido exclusivo en la plataforma, brindando acceso mediante el pago de una suscripción.

Sistema de verificado

Cafecito no tiene un sistema de verificación específico, pero los creadores de contenido pueden agregar su perfil de redes sociales y una descripción detallada de sus proyectos para proporcionar información adicional a sus seguidores.

Kickstarter tiene un sistema de verificación que requiere que los creadores de proyectos proporcionen información adicional, como su dirección y una identificación gubernamental, para demostrar su identidad y su ubicación.

Patreon no tiene un sistema de verificación específico, pero los creadores de contenido pueden optar por proporcionar información adicional, como su dirección y una identificación gubernamental, para demostrar su identidad y su ubicación.

Donorbox no tiene un sistema de verificación específico, pero ofrece una opción para verificar la cuenta bancaria asociada con la plataforma para garantizar que las donaciones lleguen a la organización sin fines de lucro correspondiente.

GoFundMe tiene un sistema de verificación que requiere que los organizadores de la campaña proporcionen información adicional, como su dirección y una identificación gubernamental, para demostrar su identidad y su ubicación. Además, GoFundMe tiene un equipo dedicado a la verificación y la protección de las cuentas para detectar y prevenir fraudes.

Auditorías públicas

Cafecito, Patreon, Donorbox y GoFundMe no publican auditorías públicas, pero proporcionan información sobre sus tarifas y políticas de privacidad en su sitio web.

Kickstarter: Kickstarter publica anualmente su Informe de Impacto, que proporciona información sobre cómo se han utilizado los fondos recibidos, el impacto de los proyectos financiados y las políticas de la empresa en cuanto a la equidad y la inclusión.

Comisiones

Respecto al tema de la comisiones, todas cobran comisiones

- Cafecito cobra una tarifa del 10% en cada transacción.
- Kickstarter cobra una tarifa del 5% en cada transacción, además de una tarifa de procesamiento de pagos del 3-5%.
- Patreon cobra una tarifa del 5-12% en cada transacción, dependiendo del plan que elijas.
- Donorbox cobra una tarifa del 1.5% en cada transacción, además de una tarifa de procesamiento de pagos del 2.9% + 30 centavos por transacción.
- GoFundMe cobra una tarifa del 2.9% + 30 centavos por transacción, además de una tarifa de procesamiento de pagos del 2.9%.

Suscripciones

Respecto al tema de suscripciones sostenidas por un periodo de tiempo, la única que adopta esta característica es Patreon. Por nuestra parte innovaremos con la posibilidad de poder inscribirse tanto a un usuario como a una temática en particular (animales, deportes, creadores de contenidos, etc).

Soporte a usuarios

Brindar una vía de comunicación ante posibles problemas o desperfectos es vital para poder detectarlos y resolverlos de la manera más rápida posible, de esta manera podremos retener a los usuarios que hubieran desistido de usar nuestra plataforma ante un desperfecto.

Las plataformas de mayor "tamaño" son las que ofrecen este tipo de servicios:

- Kickstarter
- Patreon
- GoFundMe

Reseñas

Cafecito tiene una sección de "Valoraciones" en cada perfil de creador de contenido, donde los seguidores pueden escribir reseñas y calificar el contenido.

Kickstarter, GoFundMe y Patreon tienen una sección de "Comentarios" en cada proyecto financiado, donde los patrocinadores pueden escribir reseñas y hacer preguntas sobre el proyecto.

Donorbox no tiene una sección específica de reseñas, pero los usuarios pueden dejar comentarios y valoraciones en las páginas de donación.

Verificaciones post campaña

Las plataformas de crowdfunding, como Kickstarter y GoFundMe, suelen tener un proceso de verificación posterior a la campaña para asegurarse de que los fondos se utilicen de manera adecuada y se entreguen las recompensas prometidas a los patrocinadores o donantes. Sin embargo, esto no es una práctica común en todas las plataformas.

En el caso de Cafecito, Patreon y Donorbox, estas plataformas se centran en la financiación de creadores de contenido o proyectos específicos y no suelen tener un proceso de verificación posterior a la campaña.

Valoración a usuarios

En cuanto a la valoración de los usuarios, algunas de las plataformas que mencionamos, como Kickstarter, Patreon y GoFundMe, permiten a los patrocinadores o donantes dejar comentarios y calificaciones en las campañas o perfiles de los creadores de contenido.

Por ejemplo, en Kickstarter, los patrocinadores pueden dejar comentarios en las páginas de campaña y calificar el proyecto con estrellas en función de su experiencia con el creador y el proyecto.

Sin embargo, no todas las plataformas tienen una sección específica para que los usuarios califiquen y dejen comentarios en los perfiles o páginas de campaña. Por ejemplo, en Cafecito, los seguidores pueden dejar comentarios en la sección de valoraciones de cada creador, pero no hay una opción de calificación de “estrellas”.

Denuncias

La mayoría de las plataformas de crowdfunding, como Kickstarter, Patreon, Donorbox y GoFundMe, tienen sistemas de denuncias para reportar cualquier problema o actividad sospechosa en las campañas o perfiles de los creadores.

Por ejemplo, en Kickstarter, los patrocinadores pueden enviar un correo electrónico al equipo de soporte para informar sobre cualquier problema o violación de las políticas de la plataforma. En Patreon, los seguidores pueden presentar una denuncia a través de un formulario en línea. En Donorbox, los donantes pueden enviar un correo electrónico al equipo de soporte para informar sobre cualquier problema. En GoFundMe, los donantes pueden utilizar un botón de "Denunciar" en la página de la campaña para informar sobre cualquier problema.

Además, estas plataformas tienen equipos dedicados de soporte al cliente que trabajan para resolver los problemas reportados y garantizar que las campañas y los creadores cumplan con las políticas de la plataforma.

Código open source

Unos de los factores más importante al momento de hablar de la transparencia, especialmente cuando se trata de soluciones de código, es que el código sea *Open source* ("El software open source es un código diseñado de manera que sea accesible al público: todos **pueden ver, modificar y distribuir** el código de la forma que consideren conveniente.").

Implementar un solución *Open source* sin contar con basta experiencia nos puede llevar a tener muchos problemas en las etapas tempranas de desarrollo como pueden ser **Comprometer la seguridad** ya que la apertura del código puede permitir a personas con conocimiento en el tema detectar vulnerabilidades de seguridad.

Por lo que en nuestro caso desistimos hacer el código *Open source* de momento, pero no descartamos "abrir el código" en algún momento.

Por parte de la competencia la única solución que mantiene público su código es Cafecito.

Tabla Resumen de características

Características	GIVE	Cafecito	Kickstarter	Patreon	Donorbox	GoFundMe
Donaciones simples	✓	✓	✓	✗	✓	✓
Recompensas	▬	✓	✓	✓	✗	✗
Sistema de verificado	✓	✗	✓	✗	✗	✓
Auditorías públicas	✓	✗	✓	✗	✗	✗
Comisiones	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Suscripciones	✓	✗	✗	✓	✗	✗
Suscripciones por temáticas	✓	✗	✗	✗	✗	✗
Soporte a usuarios	✓	✗	✓	✓	✓	✓
Reseñas	✓	✓	✓	✓	?	✓
Verificaciones post campaña	✓	✗	✓	✗	✗	✓
Valoración a usuarios	✓	✗	✓	✓	✗	✓
Denuncias	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Código <i>open source</i>	▬	✓	✗	✗	✗	✗

Referencias:

- ✓ posee la característica
- ▬ fuera del MVP, pero lo consideramos para futuras etapas
- ✗ no posee la característica
- ? no encontramos información al respecto

Ventajas creadas respecto a los competidores

1. Reunimos en un sólo lugar distintos tipos de campañas y financiación, en nuestra plataforma se podrá donar tanto a proyectos con inicio y fin como a creadores de contenido para apoyarlos a qué continúen con su trabajo, los competidores suelen enfocarse en una sola de estas formas.
2. Dado que no tenemos fines de lucro, esto puede atraer a más usuarios, ya que las comisiones que se cobrarán serán lo suficientemente bajas para cubrir los costos de mantención.
3. Ninguna plataforma actual cuenta con la **suscripción por categoría**.
4. Son pocas las empresas competidoras que transparentan sus procesos.
5. Disponibilizamos al usuario donante, distintas formas de aumentar la confianza en el solicitante.
 - a. Verificación de identidad
 - b. Reseñas de proyectos anteriores
 - c. Documentación del proyecto en cuestión
 - d. Valoración por parte de los usuarios del solicitante

Factores críticos internos para desarrollar las ventajas creadas respecto a la competencia

Partiendo de la base que “Los factores críticos de éxito son los elementos esenciales para cumplir los objetivos de cada organización y que se determinan según las condiciones temporales del entorno”. Los que identificamos en nuestro caso son:

1. Cumplimiento de campañas
2. Volumen de usuarios
3. Transparencia en los procesos

En nuestro caso particular, para poder competir con las plataformas ya establecidas, debemos tener una **estructura de costos chica** para poder cobrar las comisiones más bajas posibles y entrar al mercado a competir.

4. Bajos costos de mantenimiento

Segmentos del mercado sobre los cuales operar

El objetivo de la solución es abarcar todo el margen de mercado relacionado a la financiación. Como se mencionó anteriormente, en Give se podrá donar tanto a proyectos particulares con un objetivo definido, desde el desarrollo de un producto el cuál el donante está interesado en que salga al mercado, como campañas de ayuda a personas, por ejemplo recaudación para compra de medicamentos u operaciones, también gente que está interesada en la ayuda de temáticas de forma genérica, como puede ser ayuda al ambiente y por último personas que siguen a un artista o creador de contenidos y que quieren donar.

Conclusiones del análisis de mercado

En conclusión apuntamos a un arquetipo de usuario **hombre joven adulto de entre 18 - 34 años**, dispuesto a donar principalmente en:

1. Donaciones benéficas
2. Proyectos particulares
3. Apoyo a creadores de contenidos/artistas

Otro tema importante son las comisiones, en promedio las comisiones que se cobran son alrededor del 5,28% por transacción, si logramos encontrar un punto de equilibrio entre el volumen de usuario y el costos de infraestructura para lograr una comisión inferior, seremos competitivos en el mercado en cuanto a costes.

Además el volumen de usuarios es muy importante para lograr que las campañas se cumplan, para eso podemos crear una campaña de marketing agresiva (ejemplo comisiones 0 temporalmente) para lograr un volumen suficiente de usuario y así lograr que las campañas puedan lograr sus metas.

Determinación del precio del producto

Cualquier persona podrá **registrarse gratuitamente**, el costo para el usuario se verá reflejado en sus donaciones, de las cuales **se cobrará una comisión**, con un porcentaje a determinar, una vez se conozca el costo de mantención, pero se estima que dado que no hay finalidad de lucro y por lo tanto no se buscan beneficios, esta no debería superar a las comisiones de los competidores.

posible fórmula:

$$\text{comisión} = \text{monto_donación} * \text{tasa_de_mantenimiento} * \text{objetivo_de_comisiones}$$

Donde:

- **monto_donacion:** es el valor neto de la donación
- **tasa_de_mantenimiento:** porcentaje a definirse para cobrar por transacción, ejemplo el 4% (0.04)
- **objetivo_de_comisiones:**
 - puede tomar valor 0 si se logró el objetivos de las comisiones del mes
 - puede tomar valor 1 si todavía no se lograron los objetivos de las comisiones del corriente mes

La **tasa_de_mantenimiento** la podemos calcular teniendo en cuenta estadísticos de la plataforma recolectados en el tiempo.

$$\text{costo_por_transaccion}_{\text{promedio}} = \text{costos}_{\text{promedio}} / \text{cantidad_donaciones_total}_{\text{promedio}}$$

luego:

$$\text{tasa_de_mantenimiento} = \text{costo_por_transaccion}_{\text{promedio}} / \text{donacion}_{\text{promedio}}$$

Ejemplo:

Con un costo de 100.000 ARS y en promedio 10.000 operaciones por mes, de un valor promedio de 1.000 ARS, nuestra tasa de mantenimiento debería ser de:

$$\text{costo_por_transaccion}_{\text{promedio}} = 100.000 \text{ ARS} / 10.000 = 10 \text{ ARS}$$

$$\text{tasa_de_mantenimiento} = 10 \text{ ARS} / 1.000 \text{ ARS} = 0,01$$

$$\therefore \text{tasa_de_mantenimiento} = 1\%$$