



Research  
studio



Descubre  
nuestro blog:  
**inteligencia ética**

[www.inteligenciaetica.com](http://www.inteligenciaetica.com)

# ¿Por qué la gente financia proyectos vía crowdfunding?

Investigación social realizada entre la Comunidad de Mecenas de Lánzanos.

## Informe de Resultados.

Abril 2014

Pepa Barral  
Tel: 619 256 655  
[pepa@twomuchrs.com](mailto:pepa@twomuchrs.com)  
@pepabarral

Luis Miguel Barral  
Tel: 616 104 246  
[luismi@twomuchrs.com](mailto:luismi@twomuchrs.com)  
@luismi\_barral

Elaborado para





# ¿Por qué la gente financia proyectos vía crowdfunding?

Investigación social realizada entre la Comunidad de Mecenas de Lánzanos.

Autores:

Luis Miguel Barral y Pepa Barral.

[Two Much Research Studio.](#)

Promotor:



Empresas colaboradoras:



[Quiero Salvar el Mundo Haciendo Marketing.](#)



[MUWOM.](#)



[Target Empirica.](#)



[ENAE Business School](#)



[Northern Illinois University](#)



A Bruno Teixidor (@bruteix), Carola Rodríguez (@Carola\_Rodrgz) y Nicolás Alcalá (@cosmonauta) por subirnos a la nave.

A Pedro Serrahima (@serrahim) por su valentía ética.

Sois Titanes.



Foto: Celularis



Foto: Riot Cinema



Ficha técnica	5
Conclusiones	8
Análisis de Resultados.	
Diferentes grados de sensibilidad hacia el crowdfunding.	31
¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?	58
¿Y en los promotores del proyecto?	77
Lo que hace sentir bien al “mecenas”.	81
Áreas de duda o sombra en torno al crowdfunding.	87
Metodología.	93
Perfil de la muestra entrevistada.	105



## Universo de la investigación:

Comunidad de usuarios registrados en la plataforma de crowdfunding Lánzanos (España): 130.000 personas. [www.lanzanos.com](http://www.lanzanos.com)

## Método:

Se han desarrollado dos fases:

**Fase cualitativa.** Septiembre de 2013, mediante cuestionario CAWI semi-estructurado, con una duración media de 35 minutos, cumplimentado por 280 usuarios.

Link al cuestionario: [http://test.nicequest.com/surveys/global\\_glacier/ntqr\\_32379](http://test.nicequest.com/surveys/global_glacier/ntqr_32379)

**Fase cuantitativa.** Partiendo del análisis cualitativo anterior se ha realizado una encuesta en marzo de 2014, mediante cuestionario CAWI de preguntas cerradas (duración 12 minutos), con la participación de 4.070 usuarios de Lánzanos, de los cuales 3.153 (77,5%) han contribuido como mecenas en algún proyecto de crowdfunding en los últimos tres años.

Link al cuestionario: [http://test.nicequest.com/surveys/global\\_glacier/ntqr\\_45126](http://test.nicequest.com/surveys/global_glacier/ntqr_45126)

En este informe mostramos los resultados de esta fase cuantitativa.

## Muestreo empleado en la encuesta:

Se envió la invitación a participar en la encuesta a 118.000 usuarios seleccionados mediante muestreo aleatorio simple.

Se ha tomado la opinión de una muestra de **3.153 mecenas**. Error máximo de muestreo +/- 1,75%. Nivel de confianza del 95,5% y en el supuesto de máxima indeterminación de un suceso aleatorio ( $p = 0,5 = 1-p$ ).



**Hola,**

Soy **Gregorio López Triviño** y te hablo en nombre de todo el equipo de Lánzanos, una de las primeras plataformas de crowdfunding que abrió sus puertas en Europa.

Te escribo para pedir tu participación en una encuesta sobre el crowdfunding.  
¿Nos ayudas?

**No, prefiero no ayudar**

En colaboración con la empresa Netquest hemos preparado un **cuestionario** para ser respondido **de forma totalmente anónima** (es la razón por la que no te saludamos por tu nombre en este mensaje).

Se trata de una encuesta diferente, con preguntas que podrían sorprenderte porque no son las que nos hacen habitualmente. Algunas te harán reflexionar, por ello te sugiero que elijas un momento del día en que puedas disponer de un tiempo de calma que te permita responder con tranquilidad.

Tu sinceridad será para nosotros un preciado regalo.

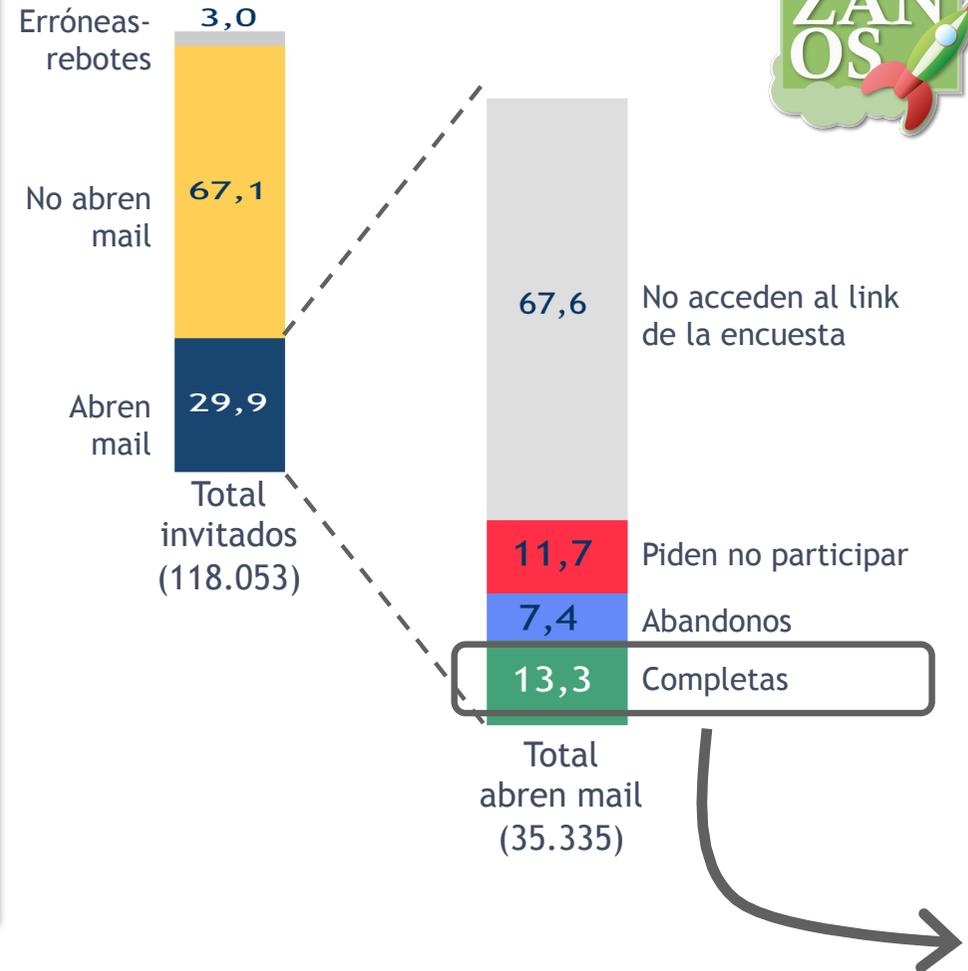
**Accede al cuestionario aquí**

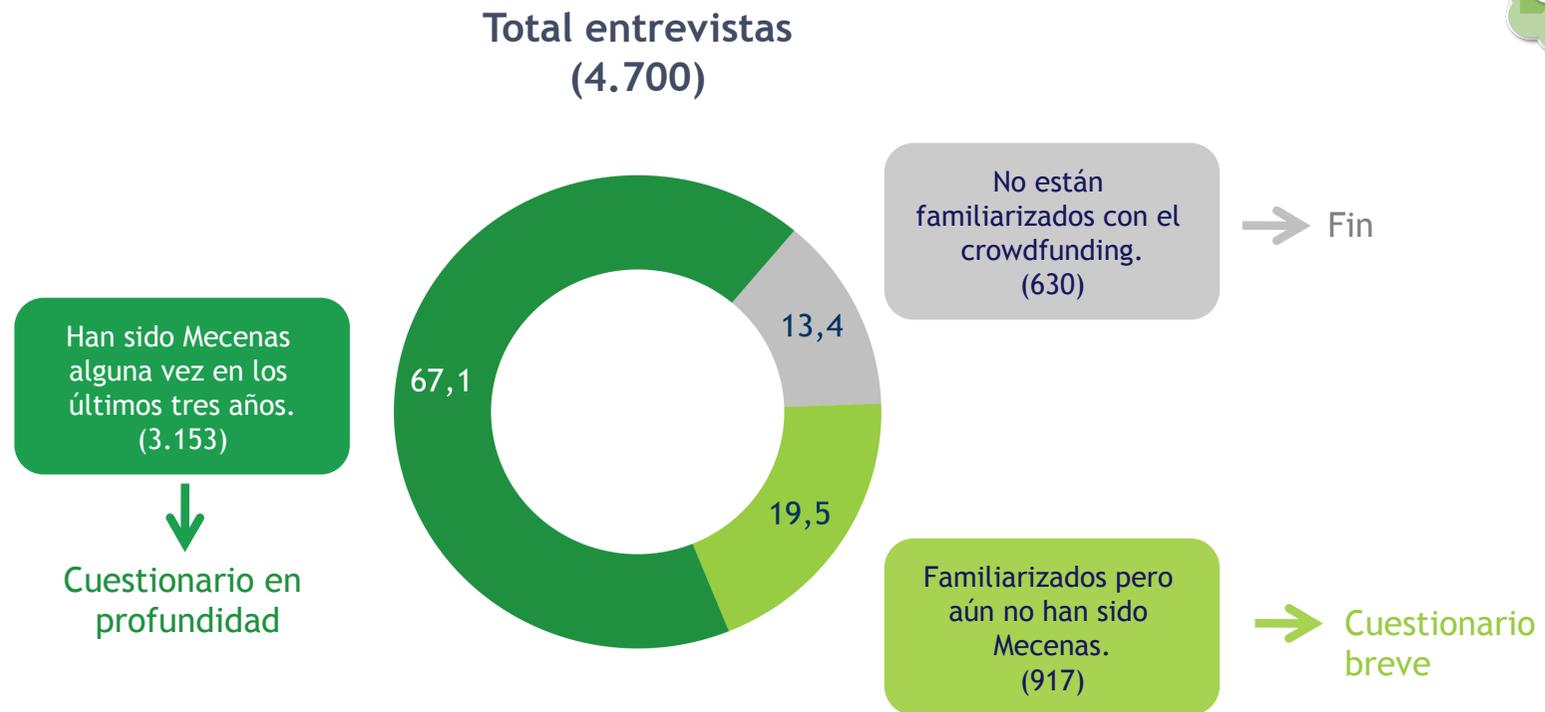
Si no deseas participar pincha en este otro [link](#), y no te enviaremos ningún recordatorio.

Un abrazo y gracias por tu generosidad.



**Gregorio López Triviño**  
Director







# Conclusiones.



# ¿Por qué la gente financia proyectos vía crowdfunding?

Porque obtienen algo a cambio. **Un retorno.**

Esta investigación nos ha permitido explorar el contenido de ese retorno, al escuchar la opinión de **más de 3.400 personas** que ya tienen la experiencia de haber financiado proyectos vía crowdfunding.

Hemos recibido un préstamo de **770 horas** de vida de mecenas. Tras escucharlas, detectamos que el crowdfunding “hace al mecenas sentirse bien” y estas son sus principales razones:

### **1. “Contribuyo a crear lo que me gusta.”**

Es el beneficio más destacado por los participantes en esta investigación. Al hablar de “contribuir a crear” entramos en el terreno de la **co-gestión**, donde el mecenas participa en la **creación de las condiciones** para que acontezca lo que decide apoyar.

Este primer beneficio impregna todo lo demás.

### **2. “Apoyo directamente a los creadores del proyecto. Sin intermediarios.”**

En el apoyo directo se manifiestan dos beneficios complementarios para el mecenas. De un lado la sensación de **cercanía** a los creadores, y de otro la **eficiencia** de optimizar los recursos, pues el apoyo económico llega a su destino prácticamente en su totalidad, sin dejar peajes en intermediarios que no aportan valor.



### **3. “Contribuyo a crear cosas innovadoras.”**

Entendiendo por “innovador” un concepto próximo a “lo nuevo”, “lo original”. Los mecenas del crowdfunding nos están indicando que resulta gratificante sentirse como un **canal por donde viene lo nuevo**. Es el modo de formar parte de una renovación.

### **4. “Estoy apoyando al impulso emprendedor.”**

El apoyo a una **fuerza empresarial protagonizada por empresas pequeñas**, que generan riqueza económica desde modos empresariales en muchos casos distintos a los que han conducido hasta el actual colapso económico e institucional.

Estos cuatro beneficios forman el núcleo del retorno. A ellos hemos de sumar un par de beneficios más que, sin tener tanto protagonismo, actúan como un eco armónico con los otros cuatro.

⇒ Un eco de carácter más “épico”: **“Siento que no somos tan dependientes de los poderes tradicionales.”**

⇒ Y otro más “romántico”: **“Ayudo a que los sueños se hagan realidad.”**

Si tomamos la suficiente distancia para observar el conjunto que forman los cuatro beneficios principales y los dos ecos asociados vemos, a modo de síntesis, que el crowdfunding para el mecenas es una historia de **Cambio hacia algo Nuevo y Valioso, Facilitado**.

Comprender su sentido no requiere de complejos razonamientos intelectuales, ni tampoco exige un especial heroísmo en los mecenas. El crowdfunding no crea la sensación de ir “contra-corriente”. Permite **sumarse al cambio desde la facilidad**.



## Pregunta del cuestionario.

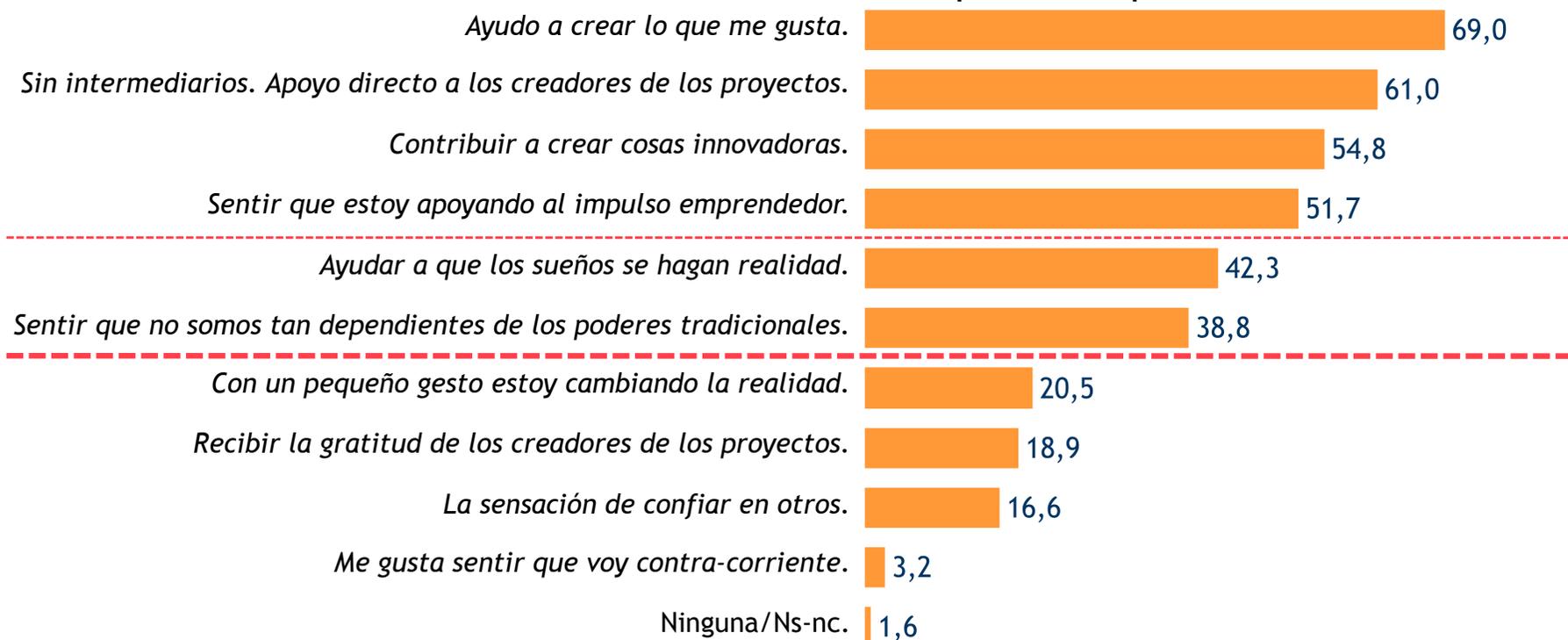
*Algunas personas nos han dicho que al financiar proyectos de crowdfunding experimentan la sensación de sentirse bien. Aquí hemos resumido algunas de las razones para sentirse bien que nos han dicho.*

*Por favor, marca las cuatro o cinco en las que tú más te reconoces.*

Base: total mecenas, 3.153.

Items mostrados en orden aleatorio.

### % Respuesta múltiple.



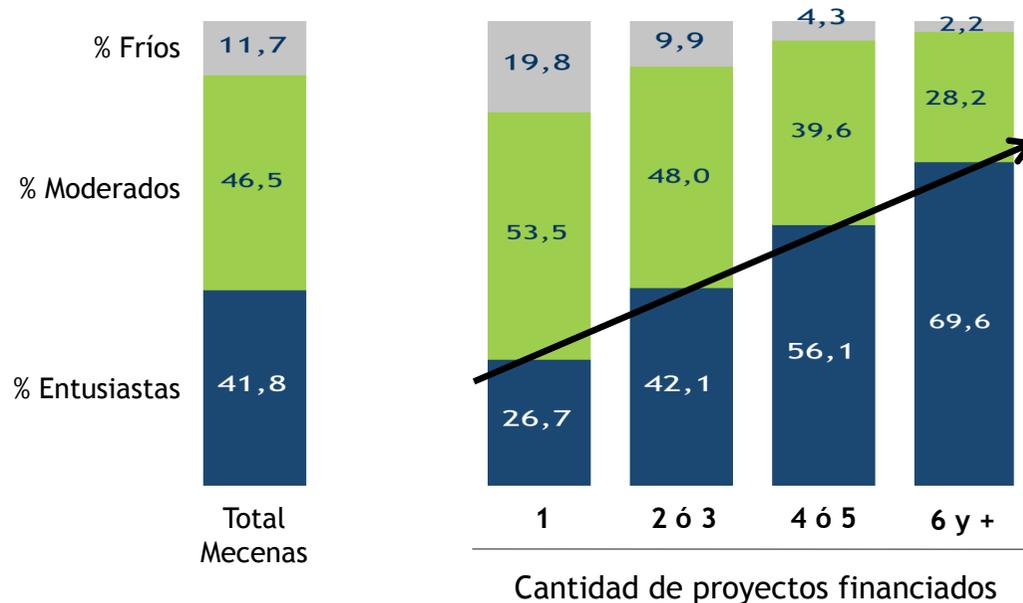


## ¿Hay **distintos tipos** de mecenas?

Sí.

La investigación desvela la existencia de un gradiente de tres sensibilidades al crowdfunding, que hemos denominado como **entusiastas** (41,8% de los entrevistados), **moderados** (46,5%) y **fríos** (11,7%).

Y también desvela que hay una fuerte **correlación** entre este gradiente de **sensibilidad** y la **participación** como mecenas en la financiación de proyectos. Así, cuanto mayor es la frecuencia de participación, mayor es la proporción de entusiastas y menor la de moderados y fríos.





### ¿Cuáles son los factores que explican las diferencias entre entusiastas, moderados y fríos?

La investigación realizada nos indica que no se observan diferencias decisivas que tengan que ver con el perfil socio-demográfico. No aparecen grandes diferencias por sexo y edad. Tampoco por niveles de estudios. Ni por situación laboral. Ni siquiera por la situación económica personal.

El factor **más influyente** para explicar las diferencias de sensibilidad es la **actitud desde donde el mecenas otorga un sentido al crowdfunding**. Hay dos actitudes predominantes:

⇒ La actitud que hemos denominado **ChangeMaker**, que está presente en las personas que entienden el crowdfunding como una “**forma que tenemos los ciudadanos para poder mejorar el mundo.**”

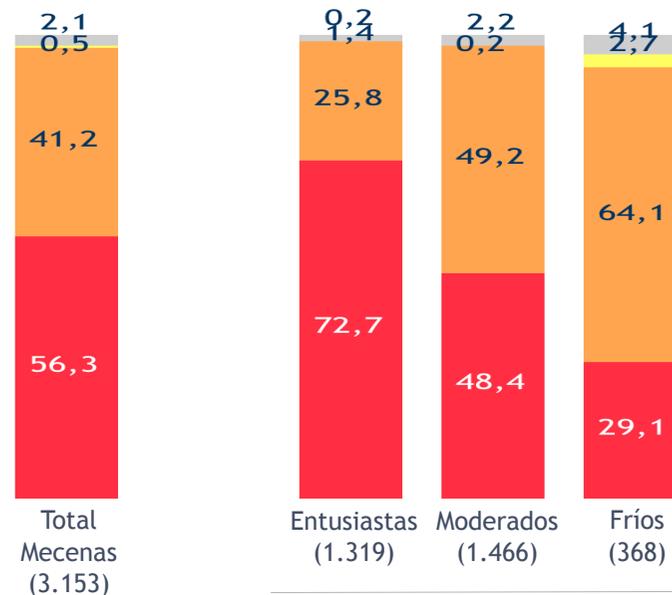
⇒ Y la actitud llamada **Pragmática**, que concibe este fenómeno como una fórmula que “**está bien para que algunos proyectos salgan adelante con el apoyo de la gente, pero poco más.**”

Ambas actitudes están presentes en las tres sensibilidades al crowdfunding pero con **diferente dosis**. Entre el grupo de entusiastas predomina la actitud ChangeMaker sobre la Pragmática. En los fríos es justo al revés, y en los moderados la proporción se reparte al 50%.



## Actitud desde donde el mecenas otorga un sentido al crowdfunding

-  % No sé qué decir.
-  % *Es una utopía, otra más. Realmente no sirve para mucho.*
-  % Actitud Pragmática: *está bien para que algunos proyectos salgan adelante con el apoyo de la gente, poco más.*
-  % Actitud ChangeMaker: *una forma que tenemos los ciudadanos para poder mejorar el mundo.*



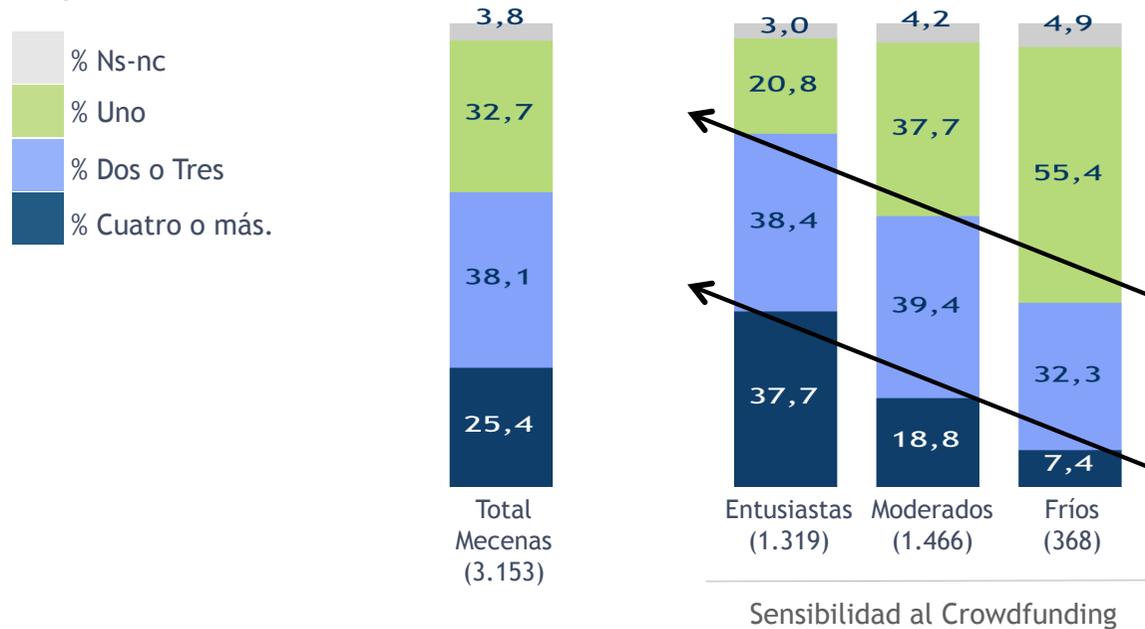
Sensibilidad al Crowdfunding



La conclusión es que en el grupo de mecenas que hemos definido como **entusiastas** encontramos una **mayor frecuencia en la participación** debido a que hay una dosis mayor de actitud ChangeMaker que de actitud Pragmática.

La presencia de esa actitud **ChangeMaker** que ve en el crowdfunding “una herramienta para mejorar el mundo” explica que la mirada del mecenas entusiasta encuentre con más facilidad proyectos que sintonicen con sus motivaciones.

## Proyectos financiados

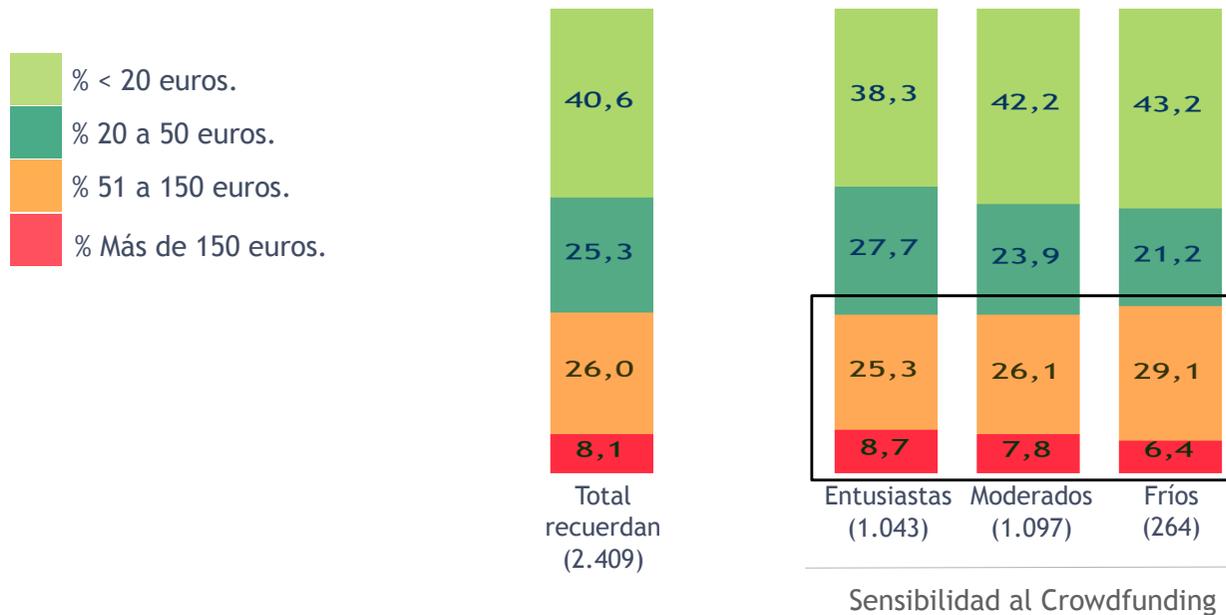




Ahora bien,  
aunque el grupo de entusiastas participa en más proyectos,  
las **cuantías** que aporta cada vez que financia  
son **similares** a las de moderados y fríos.

*Piensa por favor en la última vez que has financiado un proyecto de crowdfunding. ¿Recuerdas cuál fue la cuantía de tu aportación?*

Base: recuerdan la cuantía.





La cuantía que los mecenas aportan en cada proyecto que financian depende de la **conveniencia del proyecto** en sí. En concreto de dos grupos de factores:

a) Del **interés que tenga la propuesta** para el mecenas, pues cuanto mayor atractivo despierte **ese proyecto-en ese momento-para esa persona**, más fácil será que la cuantía aportada crezca.

La investigación aporta datos que nos permiten entender que el grado de atractivo “per se” que despierta el proyecto es más poderoso que los vínculos de amistad o familia a la hora de atraer mayores cuantías individuales. Hemos constatado que cuando los mecenas **no tienen vínculos** de amistad o familia con los promotores las cuantías aportadas son **superiores**.

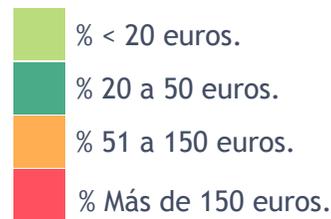
Todo parece apuntar a que familia y amigos actúan como las “astillas” a la hora de encender la hoguera. Los “leños” son aportados por los mecenas que conectan con el valor al desnudo del proyecto.

b) Del **formato de intercambio** propuesto por los promotores del proyecto. En el análisis se ha identificado que las aportaciones sin recompensa a cambio (donaciones puras) cosechan cuantías individuales más bajas que las aportaciones donde hay recompensas de carácter simbólico (camisetas, chapas, figurar en los créditos ...); y estas a su vez atraen cuantías inferiores a las que se basan en la pre-compra de un bien o servicio, donde el promotor se compromete a crear algo valioso para el mecenas y a entregarlo bajo unas condiciones pactadas entre las dos partes.

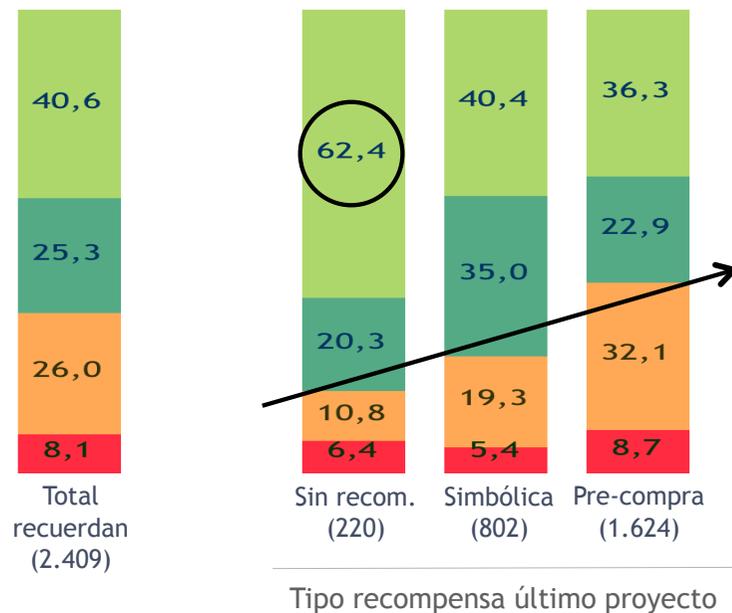
Se aúnan las fuerzas de 1) haber un producto/servicio valioso que será entregado al mecenas, y de 2) haber el compromiso de una transacción pactada. Ambas fuerzas inciden positivamente en la cuantía aportada.



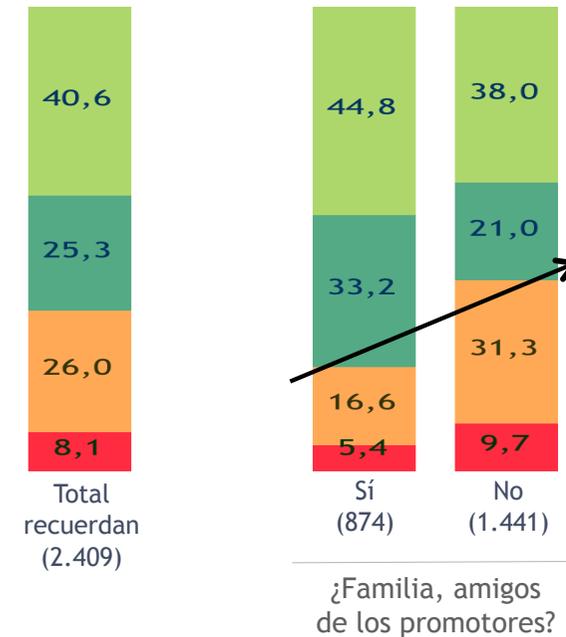
*Piensa por favor en la última vez que has financiado un proyecto de crowdfunding.  
¿Recuerdas cuál fue la cuantía de tu aportación?*



Base: recuerdan la cuantía.



Base: recuerdan la cuantía.





En resumen ...

- La **Actitud** desde donde el **mecenas** vive el crowdfunding (ChangeMaker / Pragmática) explica que financie con **mayor o menor frecuencia**.
- La **Conveniencia** del **proyecto** (interés y formato de intercambio) explica la **mayor o menor cuantía individual** aportada para la financiación del proyecto.



# ¿Qué tienen los proyectos que más **atraen la atención** de los mecenas?

Las cuatro **cualidades de mayor potencial** son de naturaleza **universal**, es decir, se pueden aplicar a todo tipo de proyectos sea cual sea el campo temático en el que se desarrollan:

- ⇒ Que el proyecto proponga algo de **Alta Calidad**.
- ⇒ Que se vea **Factible**, no fantasioso o ilusorio.
- ⇒ Que sea **Claro con el Dinero**, que se entienda sin dificultad porqué se busca esa cantidad.
- ⇒ Que sea **Contado de forma Atractiva**.

Todo proyecto que salte a la arena del crowdfunding debería cuidar con esmero estos cuatro componentes, pues estará creando una base firme para atraer el interés de los mecenas.

- ⇒ Si además propone algo **Innovador**, el proyecto emitirá un brillo especial que claramente mejorará sus opciones.



En un **segundo escalón** aparecen las cualidades propias de la naturaleza **temática** del proyecto. Ya no son tan universales como las cinco anteriores porque los intereses de los mecenas varían de unos a otros. Estas cualidades son ...

- ⇒ Que el proyecto genere **riqueza**, empleos.
- ⇒ Que proponga iniciativas en el ámbito de los **bienes y derechos sociales** más afectados por los recortes (educación, sanidad, medio ambiente ...).
- ⇒ La veta **solidaria**: que se ocupe de los colectivos más necesitados.
- ⇒ Que tenga que ver con **las Artes y la Cultura**.
- ⇒ Que el proyecto favorezca la creación de una **Comunidad** de personas colaborando.

Y en un **tercer nivel** se encuentran cualidades de los proyectos que podemos nombrar como **acompañantes** secundarios:

- ⇒ Si es un negocio, que permita micro-invertir y **recibir micro-retornos** cuando el proyecto entre en beneficios.
- ⇒ Que los promotores tengan **experiencias exitosas previas** en el crowdfunding.



También aparecen cualidades en los proyectos que, de partida, cuentan **con poco poder de atracción** para los mecenas.

Si estas cualidades están presentes en el proyecto hay que trabajar con especial esmero la comunicación de todo lo precedente para que sumen al atractivo global. Y no sólo por eso, también porque hay cierto riesgo de que pueden llegar a provocar distanciamiento o rechazo.

Nos referimos a ...

⇒ Percibir en el proyecto una **propuesta** (demasiado) **arriesgada** que despierte dudas sobre su viabilidad. El mecenas tiene interés por lo nuevo, pero con un grado de sensatez que amortigüe el riesgo.

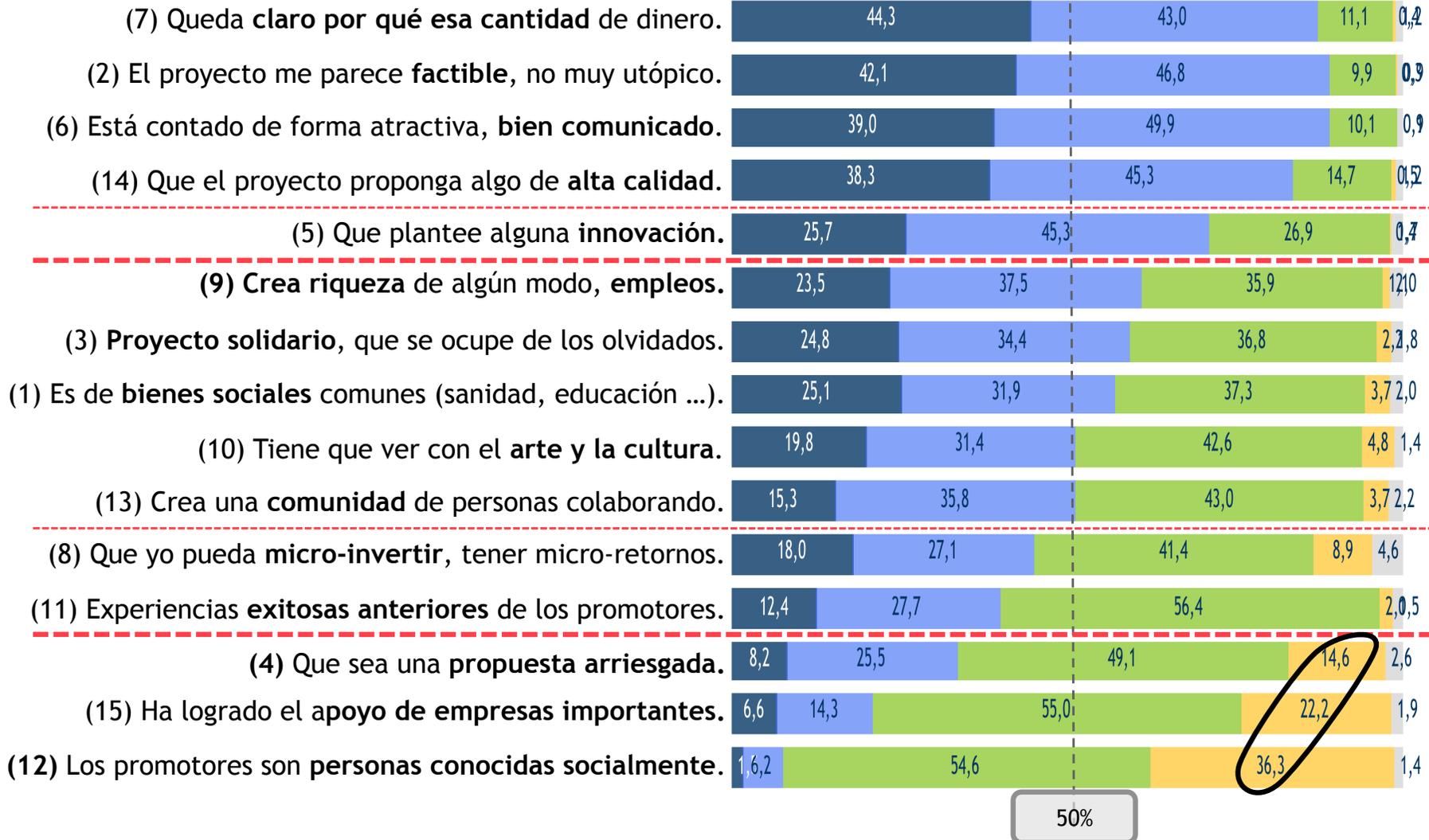
⇒ Que el proyecto cuente con el apoyo de **grandes empresas**, o que entre sus promotores haya **personas famosas**. Si el proyecto cuenta con estos recursos el mecenas tiene que entender el motivo de su presencia: cuál es su papel y por qué están apoyando o solicitando financiación. Entender -darle un sentido- es el modo de desactivar el automatismo de pensar "**aquí hay gato encerrado.**"



¿Qué tienen **los proyectos que más atraen la atención** de los mecenas? (\*)

% Claramente me motiva    % Más bien sí    % Ni sí, ni no    % Desmotivada    % Ns-nc

Base: total mecenas, 3.153.



(\*) Ver pregunta literal en la página siguiente



*“Hemos recogido de la gente aspectos que les influyen a la hora de financiar o no financiar cuando ven un proyecto de crowdfunding que les parece interesante de primeras. Te los mostramos para que nos indiques en qué medida te motivarían o no.”*

(Claramente me motiva / Más bien sí / Ni sí, ni no / Más bien me desmotiva / Claramente me desmotiva).

*Items mostrados en orden aleatorio, de uno en uno.*

1. *“Que el proyecto se centre en cuestiones que son **bienes sociales comunes** (por ejemplo sanidad, educación, reciclaje, ahorro de energía ... ).”*
2. *“Que el proyecto además de gustarme me parezca **factible, no muy utópico.**”*
3. *“Que sea un **proyecto solidario**, que se ocupe de los colectivos olvidados.”*
4. *“Que yo vea una **propuesta arriesgada**. Lo que nadie va a financiar de otra manera.”*
5. *“Que plantee alguna **innovación**. Algo nuevo, sea en el ámbito que sea: arte, cultura, productos, negocios ... lo que sea, pero innovador.”*
6. *“Que el proyecto esté contado de un modo atractivo. **Bien comunicado.**”*
7. *“Que me quede claro por qué necesitan esa cantidad de dinero que piden y no otra.”*
8. *“Si se trata de un negocio, que me dé la **opción de micro-invertir**. No sólo apoyar puntualmente con dinero, sino invertir y poder **tener un micro-retorno económico** cuando dé beneficios.”*
9. *“Que se vea que **ese proyecto va a crear riqueza** de algún modo, **empleos.**”*
10. *“Que el proyecto tenga que ver con el **arte y la cultura.**”*
11. *“Que los promotores ya hayan tenido **experiencias anteriores de éxito** en crowdfunding.”*
12. *“Que los promotores sean **personas conocidas socialmente, famosas.**”*
13. *“Que el proyecto necesite para su desarrollo **crear una comunidad de personas colaborando.**”*
14. *“Que lo que propone el proyecto sea algo de **alta calidad**. Sea lo que sea, pero que se haga con unos niveles altos de calidad.”*
15. *“Que el proyecto haya logrado el **apoyo de empresas importantes** que están apoyándolo a través del crowdfunding, como un **mecenas más.**”*



## ¿Hay factores **espanta-mecenas**?

Sí, y son muy coherentes con lo visto hasta aquí:

- ⇒ Si el mecenas ve que **la comunicación es poco atractiva** (en el fondo el proyecto no traspasa el velo de la saturación general de contenidos en que vivimos).
- ⇒ Si cree que hay **demasiado idealismo**, poco aterrizaje.
- ⇒ Si considera que **se pide demasiado dinero** para lo que se quiere hacer (es decir, si no queda claro el factor dinero).
- ⇒ Si entiende que tiene que aportar **demasiado dinero** para obtener una **recompensa de su interés** (desequilibrio en el intercambio).
- ⇒ Si piensa que los promotores **no están preparados** para hacer lo que dicen que van a hacer (riesgo de no factible).

Transmitir **una o varias de estas sensaciones** no es que dificulte la atracción de fondos, es que **garantiza la pérdida de apoyos**.



¿La sensación que transmiten **los promotores** influye en el mecenas?

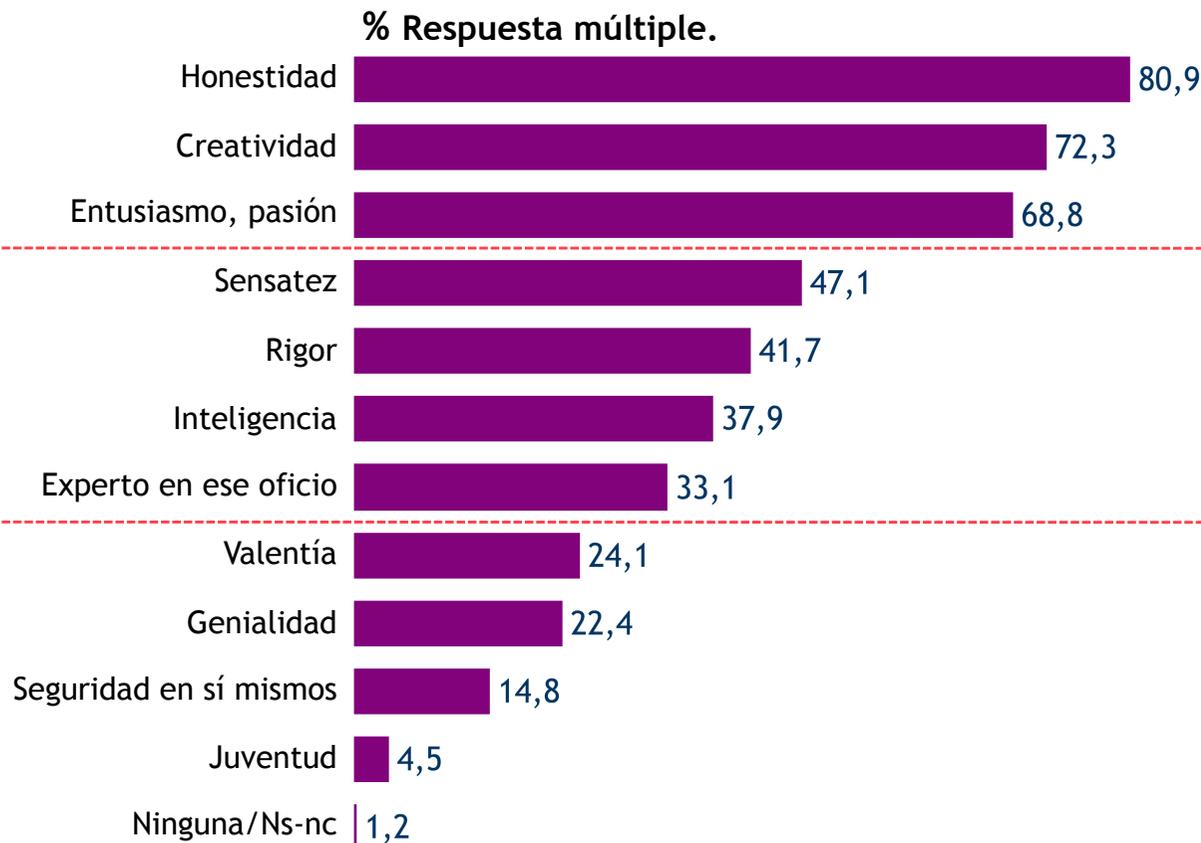


## ¿Qué **calidades de los promotores** incrementan el interés de los mecenas por financiar?

Aquí hay una lista de calidades personales. Por favor, señala las cuatro o cinco que tú más valoras cuando las reconoces en las personas que buscan financiar sus proyectos con crowdfunding.

Base: total mecenas, 3.153

Items mostrados en orden aleatorio.



Honestidad, Creatividad y Entusiasmo son las calidades que hacen **EMOCIONANTE** al proyecto.

Sensatez, rigor, inteligencia y experiencia en el oficio actúan como **DISOLVENTES DEL RIESGO**.



## ¿Los mecenas expresan áreas de duda o sombra en el crowdfunding?

Efectivamente, sí. En esas 770 horas escuchadas aparecen las cuatro zonas de sombra:

- ⇒ El **bajo listón de calidad** percibido en algunos proyectos que se exponen en las plataformas: riesgo de "relleno".
- ⇒ La forma en que se determina la **fiabilidad de los promotores**: riesgo de "coladero".
- ⇒ Como consecuencia de las dos anteriores aparece la pregunta sobre **qué papel juegan las plataformas**. Riesgo: ¿son simples comisionistas? Si es así, la imagen de su rol puede bascular hacia la de "intermediario" en detrimento de la de "hub" para la conexión de comunidades formadas por (sus) creadores y (su) público.
- ⇒ La no existencia aún de un marco que aporte **garantías jurídicas** acordes con este fenómeno. Riesgo de **indefensión**: "si hay un desencuentro entre las partes ¿a quién acudo?"

Estas cuatro áreas de sombra representan las áreas de mejora donde los actores implicados tienen que seguir trabajando si quieren que el crowdfunding gane en aceptación social y, en consecuencia, crezca como fenómeno económico.



Al **gobierno** corresponde promover un marco legal con la suficiente sensibilidad para que integre la **SEGURIDAD jurídica** sin encorsetar la **LIBERTAD creativa** que este fenómeno emana en sí mismo.

A las **plataformas** también se les presenta un desafío en forma de integración, pues les corresponde animar-promover-incentivar-filtrar la **CALIDAD de los proyectos** y la **FIABILIDAD de los promotores**. Pero -y aquí está el reto- , sin “procedimentar” en exceso, pues se pondría en riesgo la frescura y espontaneidad congénitas; sino más bien creando las condiciones de cultura para que quienes acudan al crowdfunding buscando financiación sean (muy) conscientes de ...

- a) Los **beneficios que movilizan** al mecenas, sus motivaciones profundas.
- b) Lo que le atrae en los **proyectos** y en los **promotores** cuando lo detecta.
- c) Y lo que actúa como **espanta-mecenas**.



En síntesis, la investigación realizada entre los mecenas de la plataforma Lánzanos nos muestra que el **Crowdfunding** hoy es un fenómeno que se expresa como ...

Un **Cambio**  
Hacia algo **Nuevo y Valioso**,  
**Facilitado** (fácil de concretar).

Haciéndolo (aún más) **Confiable**  
experimentará un notable crecimiento en los próximos tres años.



**Se alimenta de la necesidad social de cambiar.**



# Resultados.

Diferentes grados de sensibilidad hacia el crowdfunding.

¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

¿Y en los promotores del proyecto?

Lo que hace sentir bien al “mecenas”.

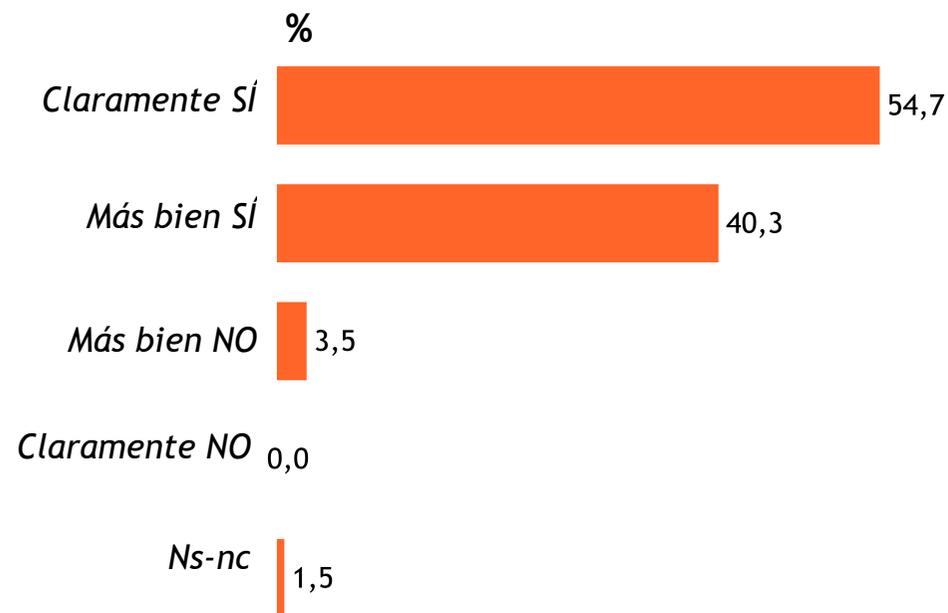
Áreas de duda o sombra en torno al crowdfunding





¿El crowdfunding es un tema que despierta en ti *interés o curiosidad*?

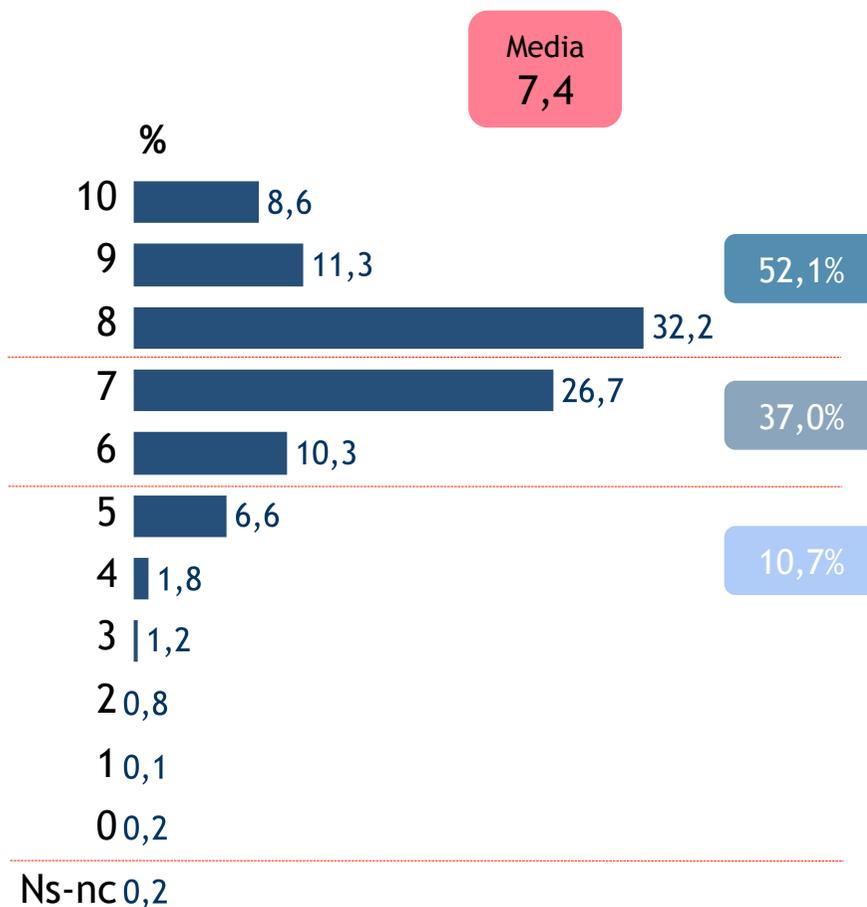
Base. Total mecenas, 3.153





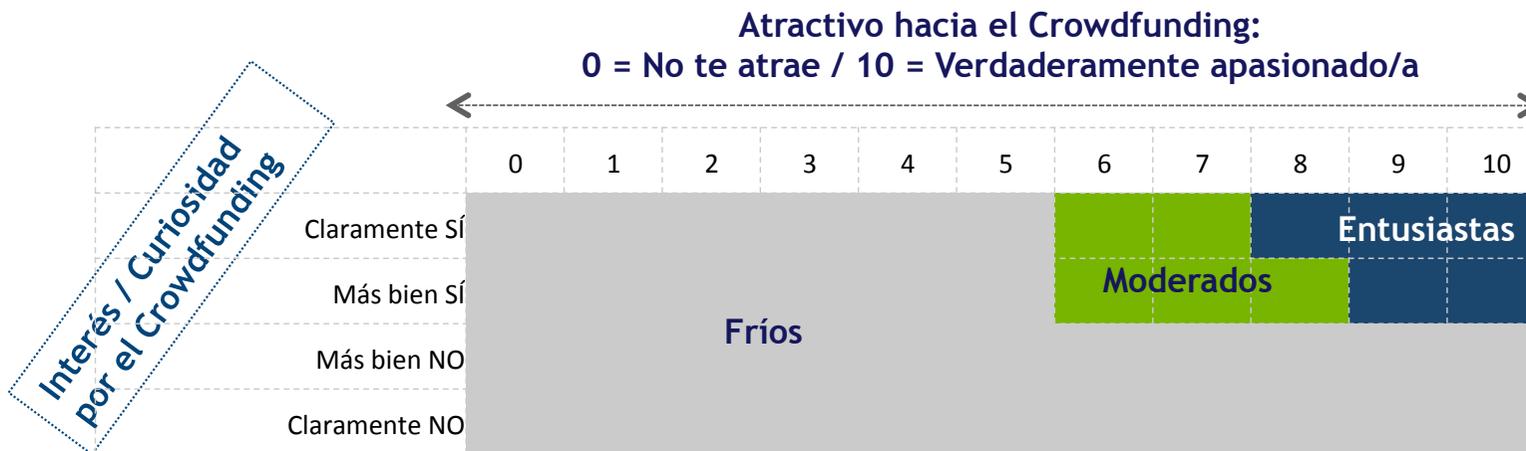
¿Qué nota te darías a ti mismo/a de 0 a 10, siendo CERO que el mundo del crowdfunding *no te atrae gran cosa* y DIEZ que te consideras *verdaderamente apasionado/a* del crowdfunding?

Base. Total mecenas, 3.153





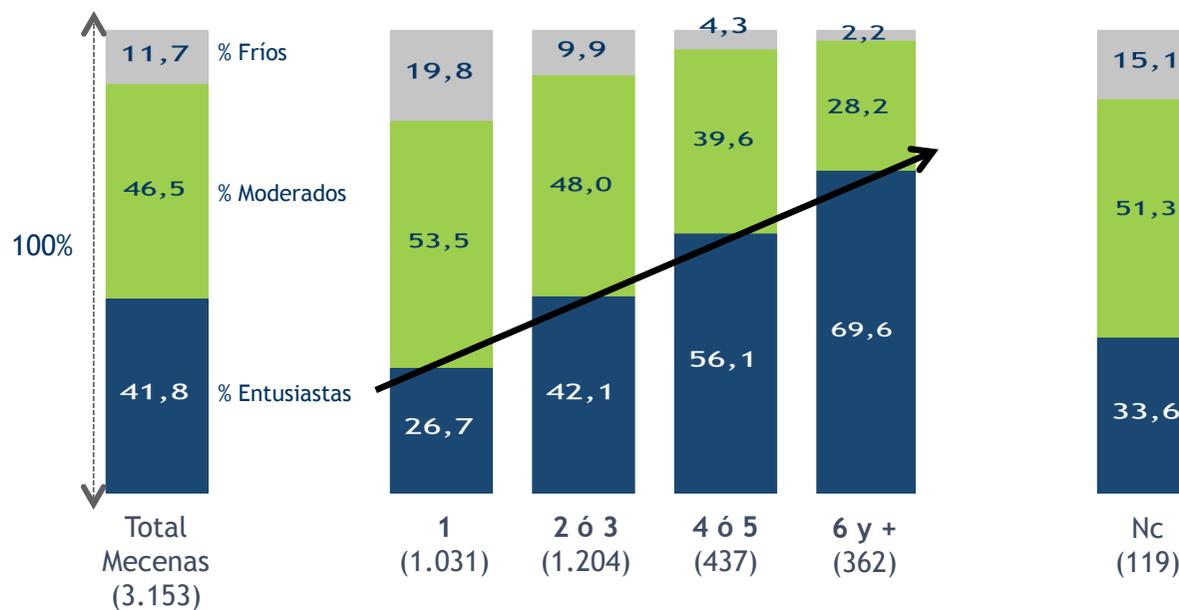
## Segmentos de Sensibilidad hacia el Crowdfunding



Los datos nos muestran la aparición de tres segmentos de sensibilidad al crowdfunding que vamos a llamar **entusiastas, moderados y fríos**.

Vemos que hay una clara relación entre el **grado de sensibilidad** al crowdfunding y el **grado de participación** como mecenas en proyectos.

Las personas que han financiado en **más proyectos** presentan un nivel de **entusiasmo mayor**.



Cantidad de proyectos financiados

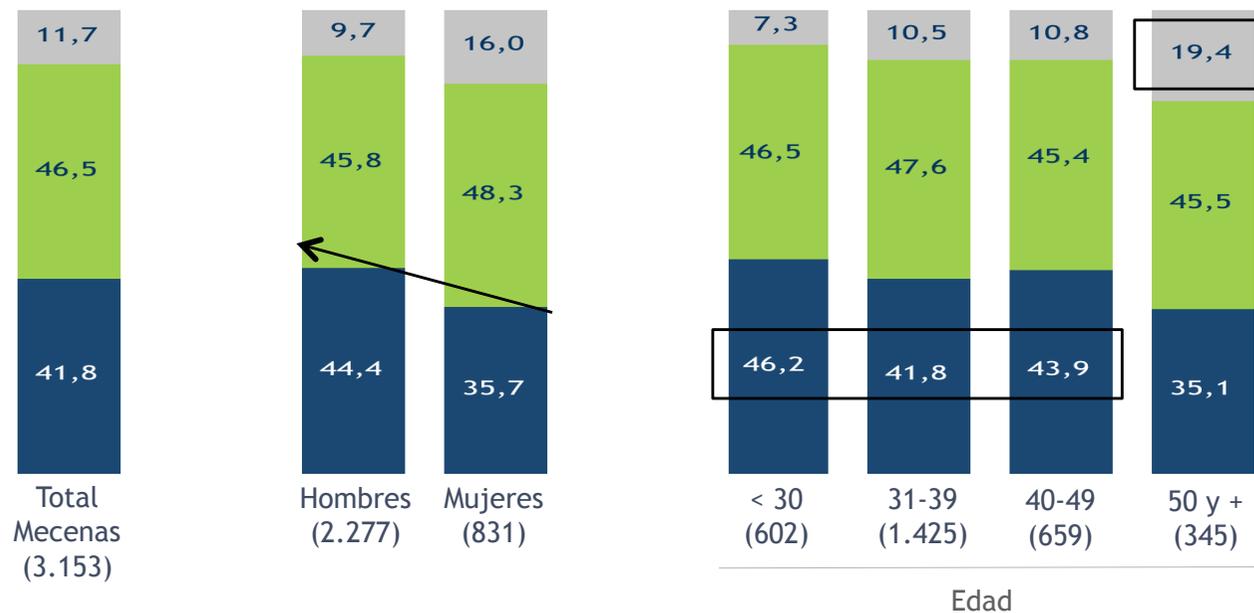
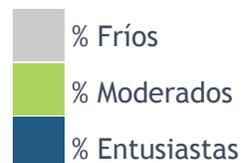


¿Podemos **identificar** cuáles son los **factores** que nos ayudan a entender los diferentes grados de sensibilidad al crowdfunding?

¿Podemos entender qué es lo que explica la **formación del entusiasmo** hacia el crowdfunding?



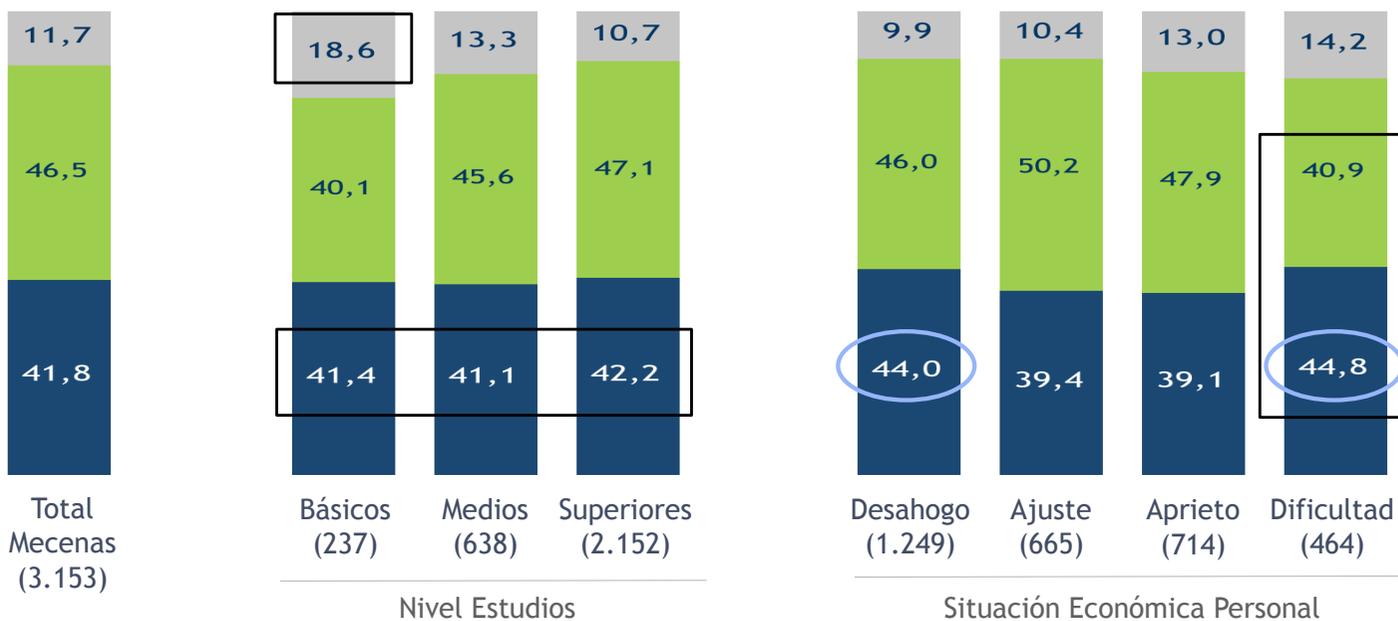
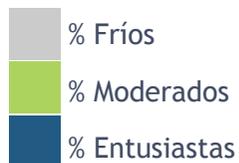
## Sensibilidad hacia el crowdfunding



Los niveles de entusiasmo son más altos entre los hombres que entre las mujeres. Al ver los datos por generaciones detectamos que no hay diferencias notables entre ellas, hasta llegar a los 50 años. En la generación más madura repunta el porcentaje de “fríos”.



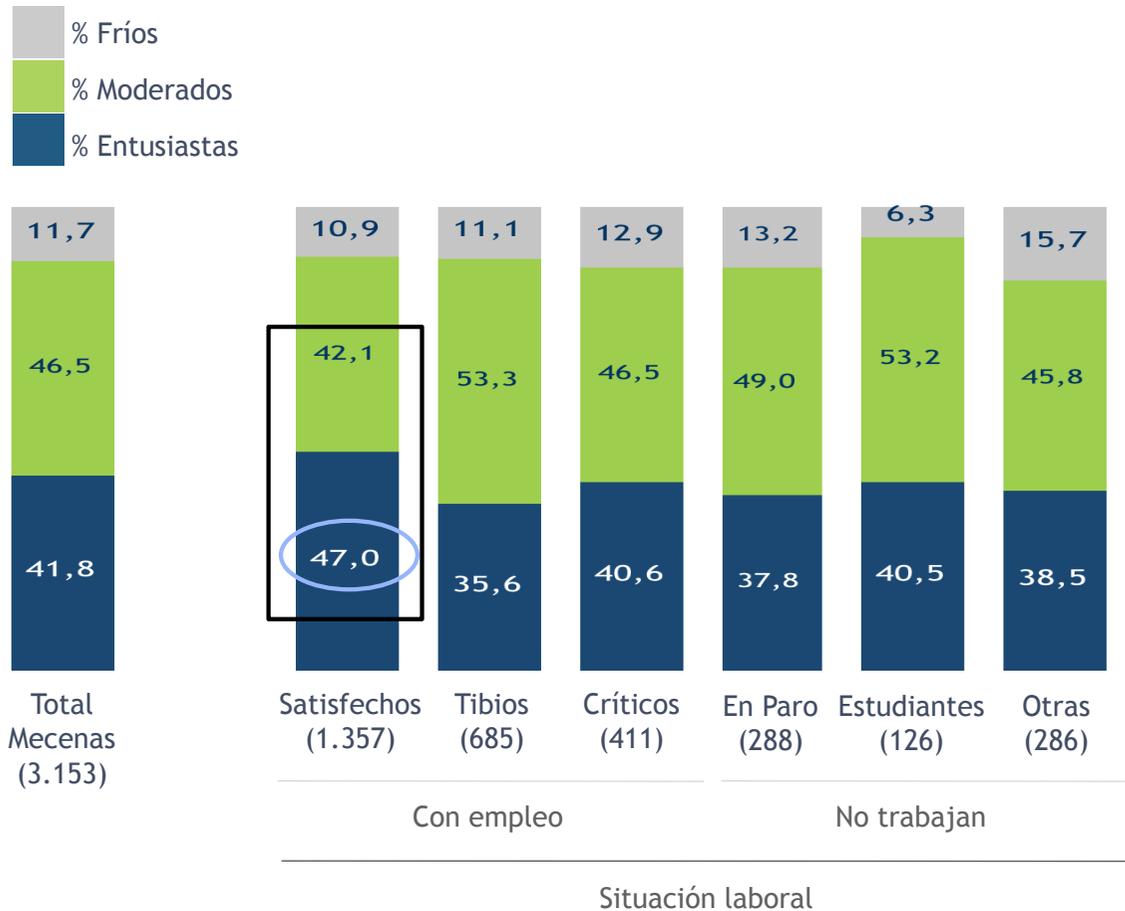
## Sensibilidad hacia el crowdfunding



Los diferentes niveles de estudio tampoco ejercen una influencia reseñable sobre los niveles de sensibilidad al crowdfunding. Tampoco en la situación económica personal vemos grandes diferencias, si bien llama la atención que son los extremos (desahogo y dificultad) los que manifiestan ese repunte del entusiasmo. Se aprecia un dato sutil: los mecenas en dificultad económica son el único público donde el segmento de entusiastas es mayor que el de moderados.



## Sensibilidad hacia el crowdfunding

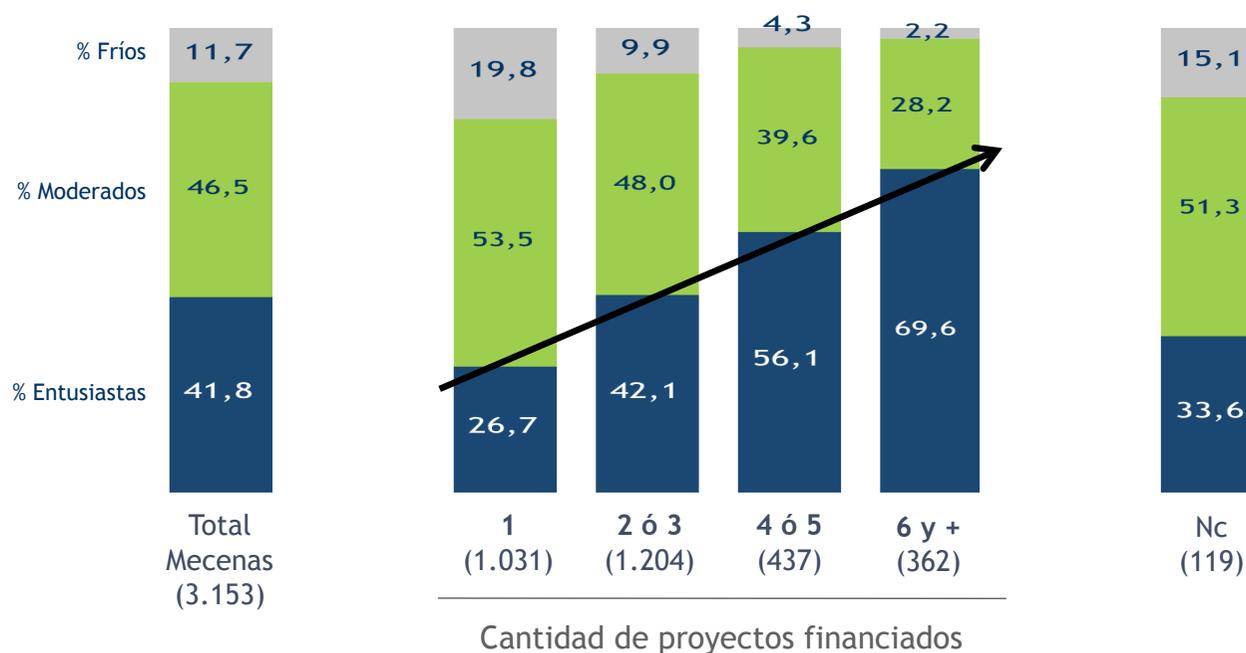


La situación laboral tampoco nos está indicando una fuerte influencia sobre la sensibilidad al crowdfunding. Ahora bien, se aprecia con nitidez que entre **las personas que tienen un trabajo con el que se sienten satisfechas** la proporción de entusiastas es claramente mayor que la media, y de nuevo vemos que la franja de entusiastas es mayor que la de moderados, el único público en el que acontece este fenómeno.



Lo visto hasta aquí nos permite enunciar unas **primeras conclusiones**:

- 1) La sensibilidad al crowdfunding (**entusiastas, moderados y fríos**) está claramente relacionada con el mayor o menor grado de participación como mecenas (ver gráfico inferior).
- 2) Hemos visto que factores como sexo, edad, nivel de estudios, situación económica y situación laboral ejercen tan sólo una influencia leve sobre los diferentes grados de sensibilidad al crowdfunding. Ninguna de estas variables tiene peso suficiente para explicar la condición de entusiasta, moderado o frío en un mecenas.
- 3) En consecuencia, tenemos que ampliar la mirada y dirigirla hacia otro tipo de factores de carácter actitudinal para entender la formación de esos tres grados de sensibilidad, que **estamos viendo cómo ejercen una clara influencia en la mayor o menor participación de los mecenas**.





## ¿Crecerá el crowdfunding?

*De estas tres opiniones que otras personas nos han dicho sobre el crowdfunding ¿con cuál estás más de acuerdo?*

Base. Total mecenas, 3.153

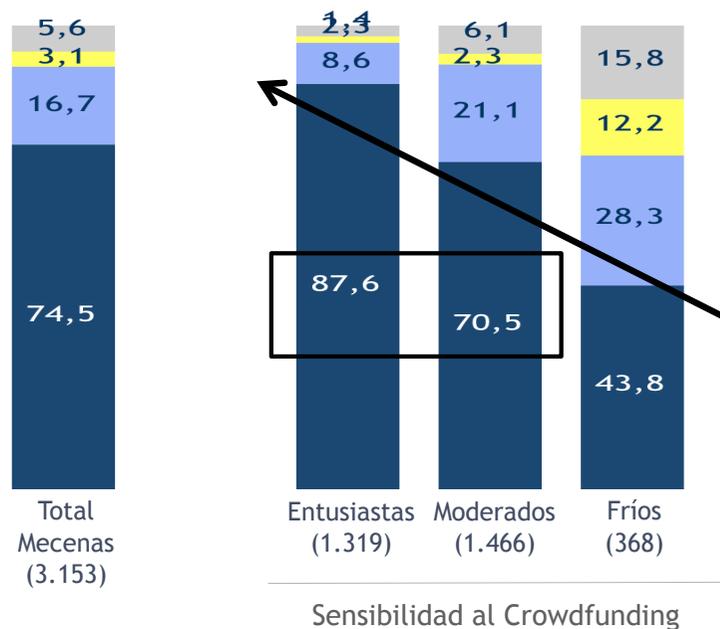


Una amplia mayoría de los mecenas consultados (74,5%) considera que el crowdfunding es un fenómeno que aún está lejos de su techo. La sensación más generalizada es que lo veremos seguir creciendo en los próximos años porque *“cada vez interesa a más gente.”*



## ¿Crecerá el crowdfunding?

- % No sé qué decir.
- % Es una moda efímera.
- % Crecerá, pero no mucho más.
- % Seguirá creciendo. Cada vez interesa a más gente.



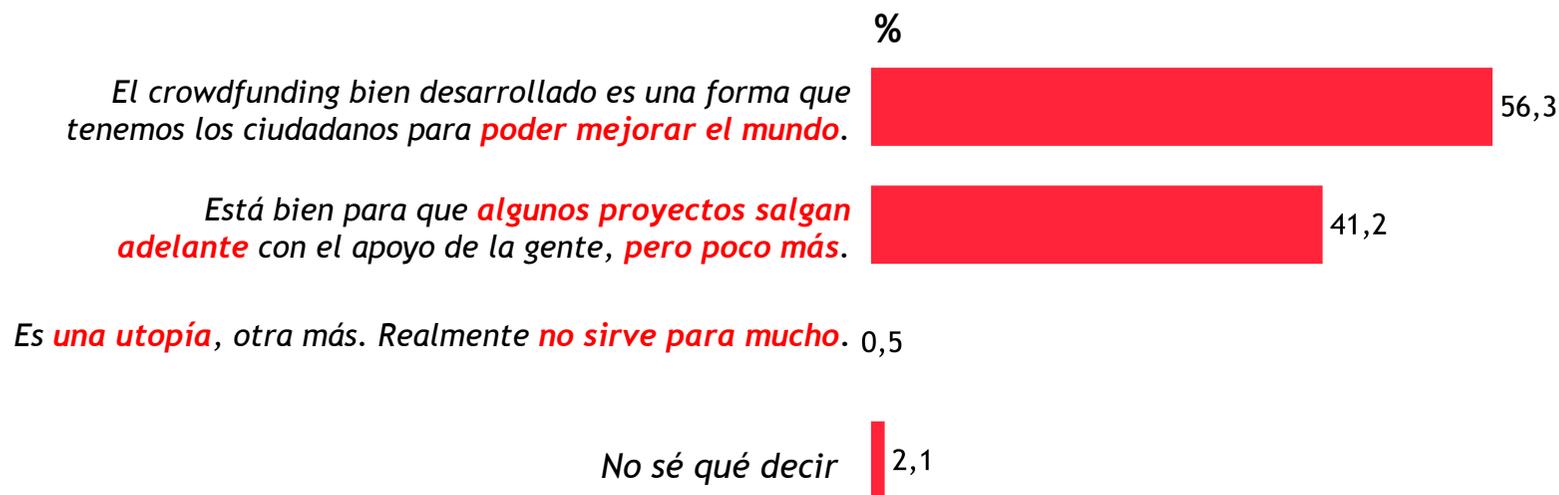
El gráfico nos confirma que tanto entusiastas como moderados opinan mayoritariamente que el crowdfunding seguirá creciendo porque cada vez interesa a más gente. Sólo en el segmento “fríos” esa no es una opinión mayoritaria.



## ¿Qué sentido tiene?

Seguimos con opiniones de otras personas nos han dicho sobre el crowdfunding, por favor indícanos con cuál te sientes más identificado/a?

Base. Total mecenas, 3.153



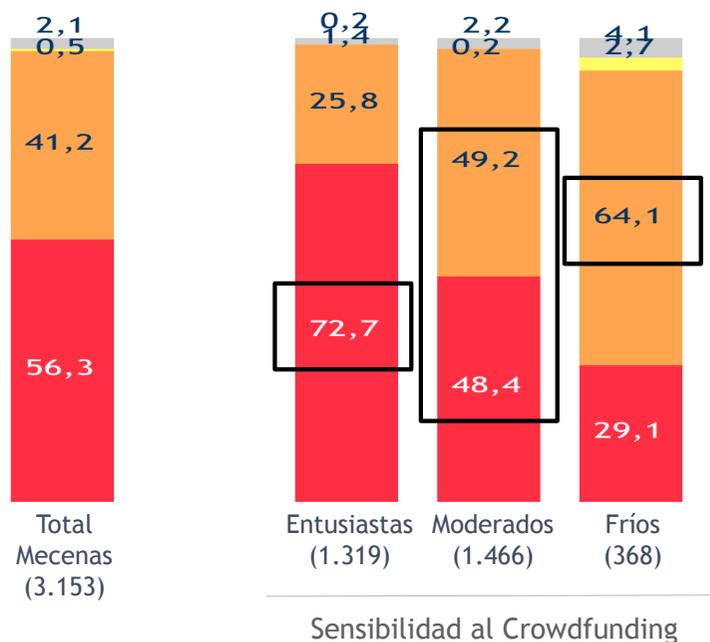
Respecto al sentido del crowdfunding, constatamos que entre los mecenas está descartada la percepción de “utopía inútil”.

Se abren espacio dos posiciones respecto al sentido del crowdfunding. De un lado quienes entienden el fenómeno desde una actitud más **CHANGEMAKER**, como **palanca para poder mejorar el mundo**. Y de otro quienes lo observan desde una actitud más **PRAGMÁTICA** como fórmula para **impulsar proyectos** con el apoyo de la gente, **sin más pretensiones**.



## ¿Qué sentido tiene?

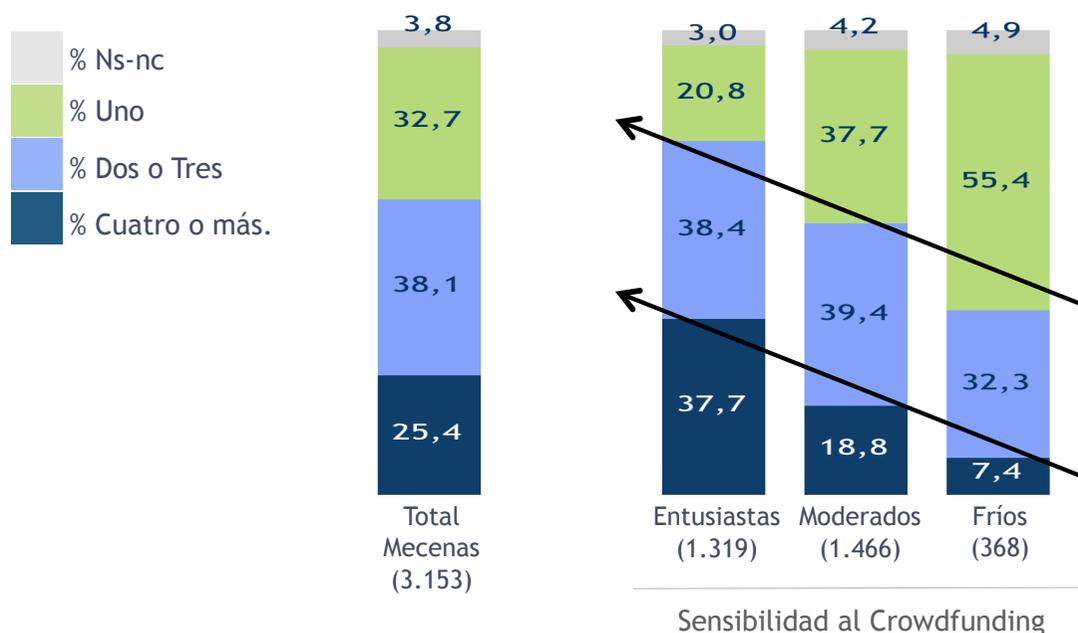
- % No sé qué decir.
- % Es una utopía, no sirve para mucho.
- % Actitud Pragmática: para que algunos proyectos salgan adelante, poco más.
- % Actitud ChangeMaker: poder mejorar el mundo.



El gráfico nos deja ver que en las tres sensibilidades al crowdfunding (entusiastas, moderados y fríos) aparecen las dos actitudes (ChangeMaker y Pragmática). Lo interesante es ver **la diferencia de dosis**. Así, entre los entusiastas predomina el punto ChangeMaker; entre los fríos predomina el punto Pragmático; y entre los moderados ambos puntos están presentes al 50%. En consecuencia ...



*¿Aproximadamente cuántos proyectos has financiado a través de crowdfunding en los últimos tres años?*



... En consecuencia, los entusiastas financian más proyectos que los moderados y éstos en más que los fríos.

Ya hemos visto que la principal diferencia entre estas tres sensibilidades es la diferente dosis de actitud ChangeMaker / Pragmática. Podemos inferir que **cuanto más presente está el punto Changemaker mayor es la participación como mecenass.**

Pero esto no significa que el punto Pragmático tenga menos valor para la extensión del crowdfunding. Simplemente nos indica que cuando el mecenass sintoniza con la actitud Changemaker va a encontrar más fácilmente motivos para apoyar proyectos, mientras que cuando sintoniza en actitud Pragmática desarrolla algunas reservas que actúan como fricción, de ahí que los mecenass moderados y fríos financien menos proyectos que los entusiastas: porque tienen menos dosis de esa actitud "ChangeMaker".



Además de la actitud ChangeMaker / Pragmática ...

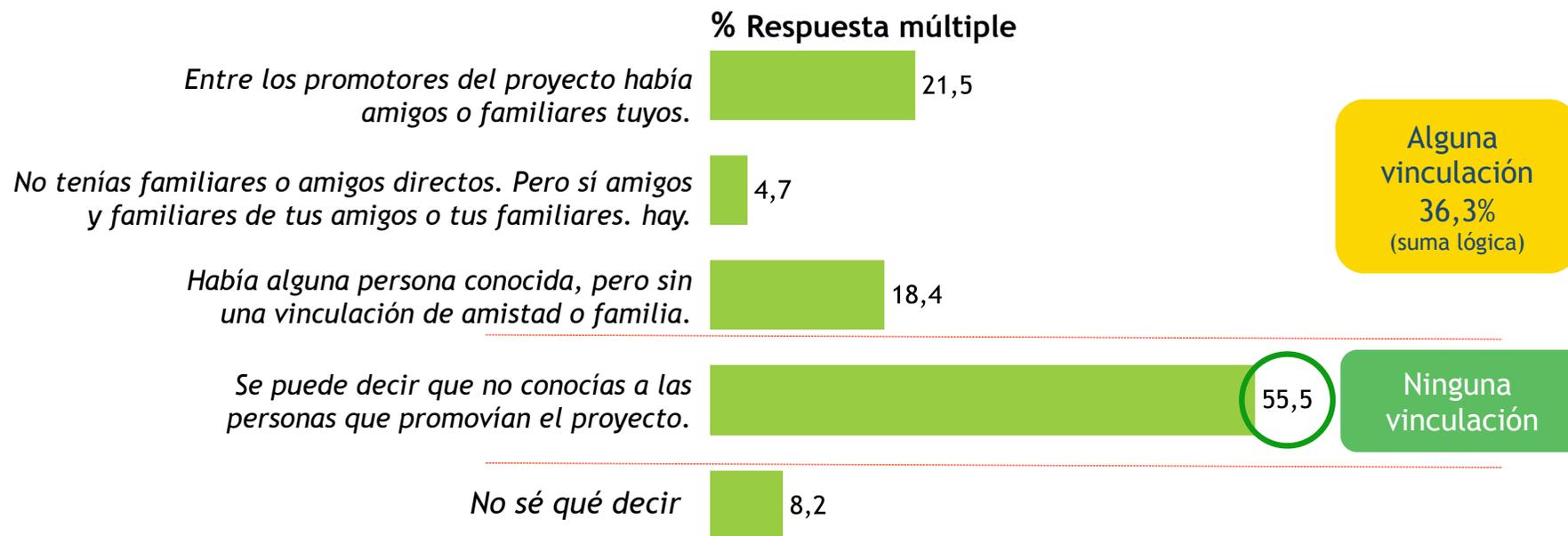
¿hay otros factores que nos ayuden a **entender las diferencias** entre mecenas **entusiastas, moderados y fríos**?



## La confianza entre extraños.

*Piensa por favor en la última vez que has financiado en un proyecto de crowdfunding. Indica por favor si se daba alguna de las siguientes circunstancias (puedes marcar todas las que consideres ciertas).*

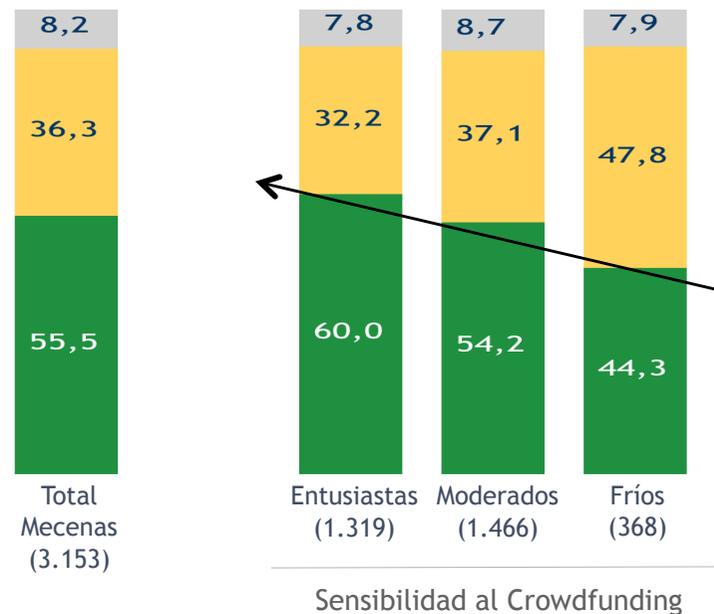
Base. Total mecenas, 3.153





Presencia de personas conocidas entre los promotores del **último proyecto** que has financiado.

- % No sé qué decir
- % Alguna vinculación o conocimiento.
- % Ninguna vinculación o conocimiento.



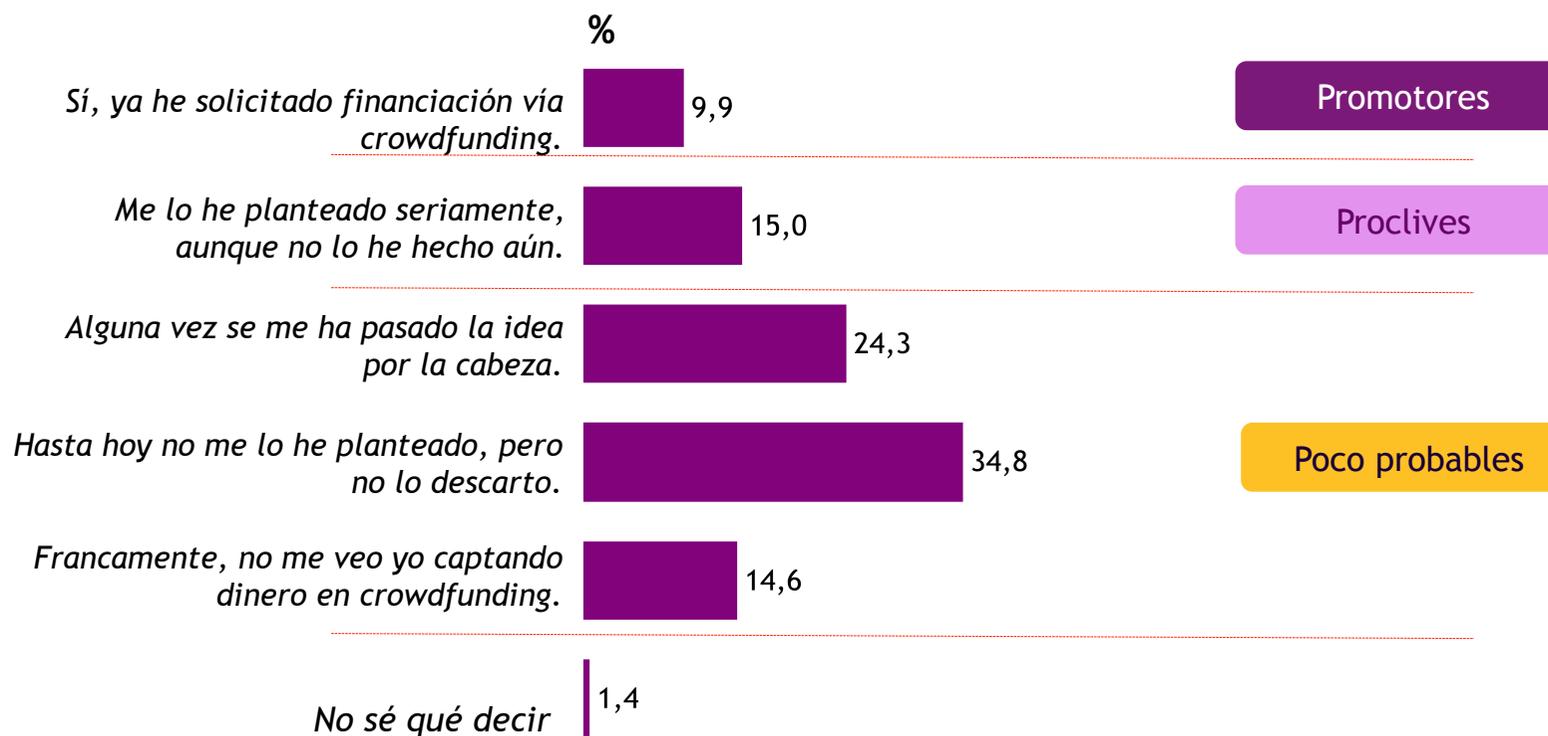
Vemos que entre los mecenass entusiastas se alcanza la mayor cuota de “confianza entre extraños”.



## Acudir al crowdfunding como promotor/a

*¿Alguna vez te has planteado usar el crowdfunding como fuente de financiación para un proyecto tuyo?*

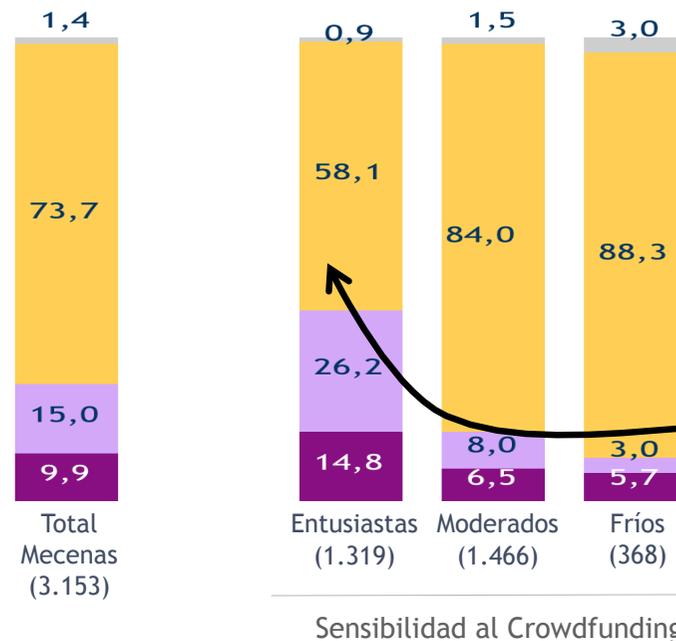
Base. Total mecenas, 3.153





## ¿Acudir al crowdfunding para financiar un proyecto propio?

- % No sé qué decir.
- % Poco probables.
- % Probables: aún no, pero se lo han planteado seriamente.
- % Promotores: ya lo han hecho.



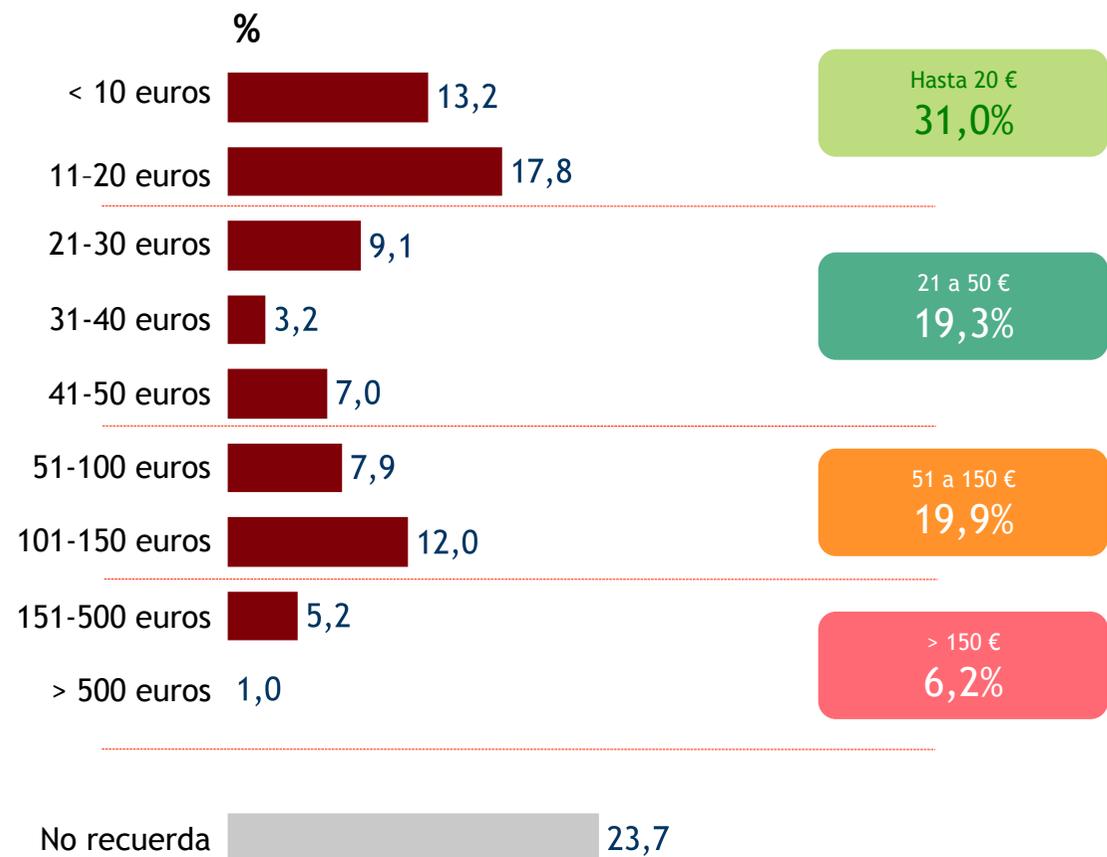
Entre los entusiastas está claramente más presente la intención de acudir al crowdfunding para financiar un proyecto propio.



## La última aportación.

*Piensa por favor en la última vez que has financiado un proyecto de crowdfunding. ¿Recuerdas cuál fue la cuantía de tu aportación?*

Base. Total mecenas, 3.153

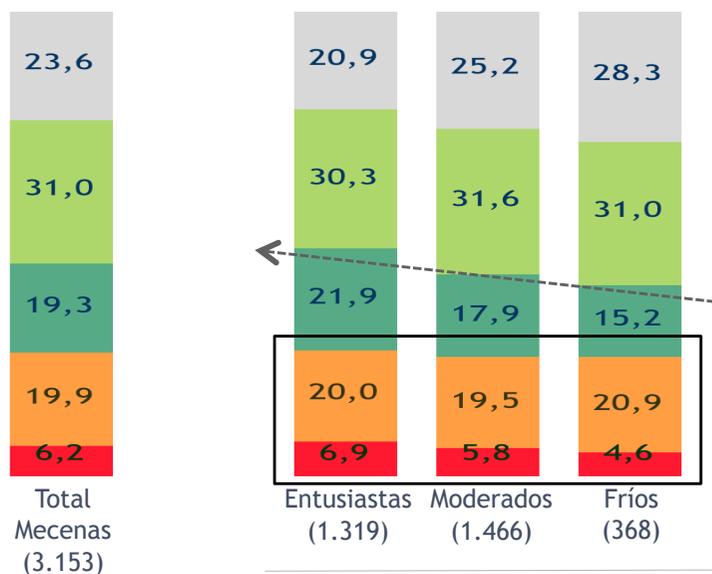




*Piensa por favor en la última vez que has financiado un proyecto de crowdfunding. ¿Recuerdas cuál fue la cuantía de tu aportación?*

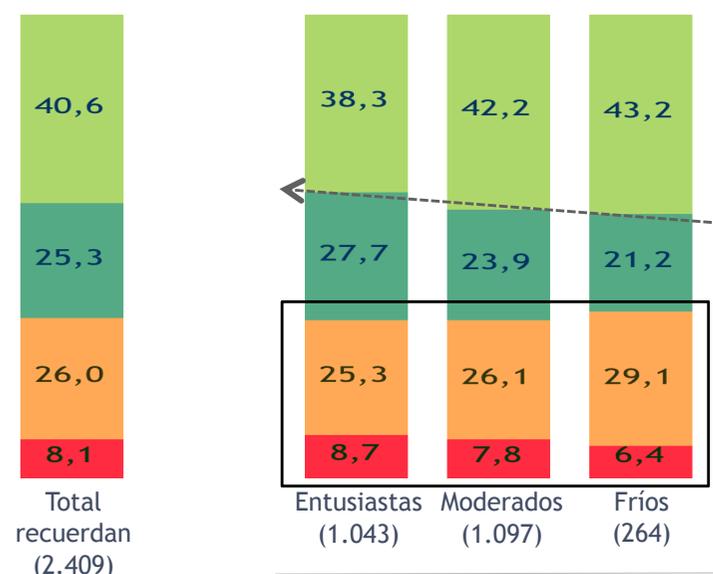


Base: total mecenas.



Sensibilidad al Crowdfunding

Base: recuerdan la cuantía.



Sensibilidad al Crowdfunding

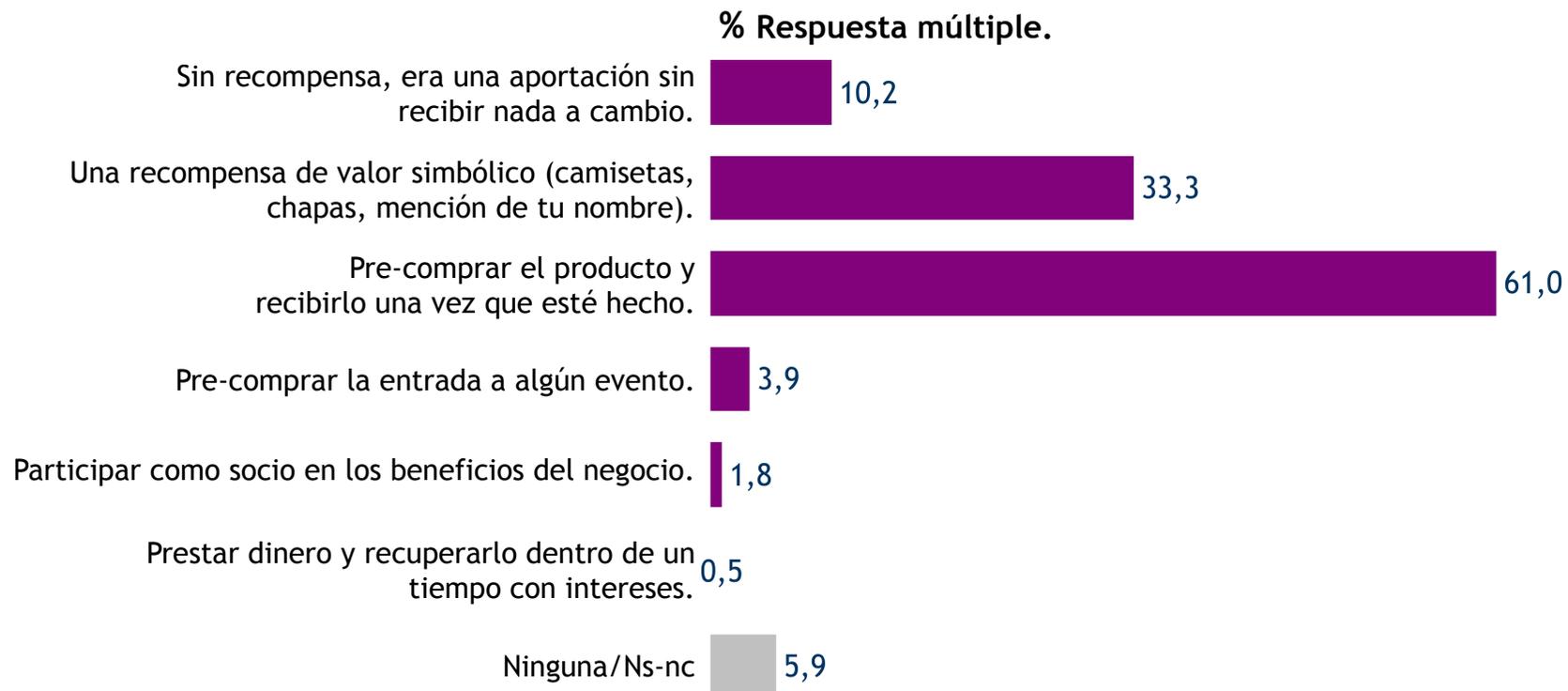
Hemos visto que los mecenas entusiastas financian más proyectos que moderados y fríos. Pero en términos de cuantía de la aportación **no podemos afirmar que los entusiastas aporten significativamente más dinero que los demás cuando deciden financiar**. Los datos nos dicen que las diferencias entre los tres segmentos son muy leves, de lo que se desprende que la cuantía aportada en cada proyecto no depende tanto del grado de entusiasmo del mecenas, como del interés que suscita el propio proyecto y -como veremos más adelante- del formato de intercambio que hayan planteado los promotores.



## El tipo de recompensa en el último proyecto financiado.

*A cambio de tu aportación la recompensa era ...  
(marca todas las que consideres ciertas).*

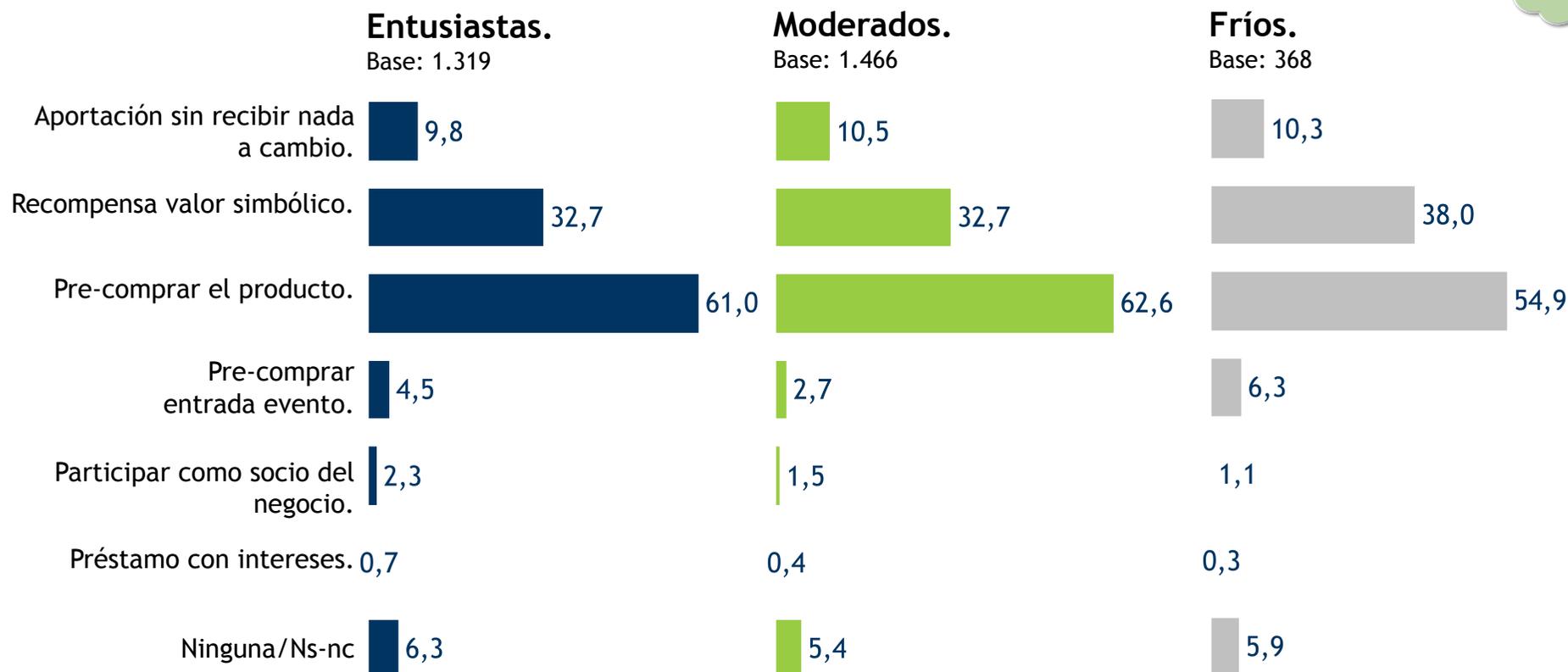
Base. Total mecenas, 3.153





*A cambio de tu aportación la recompensa era ...  
(marca todas las que consideres ciertas).*

% Respuesta múltiple.



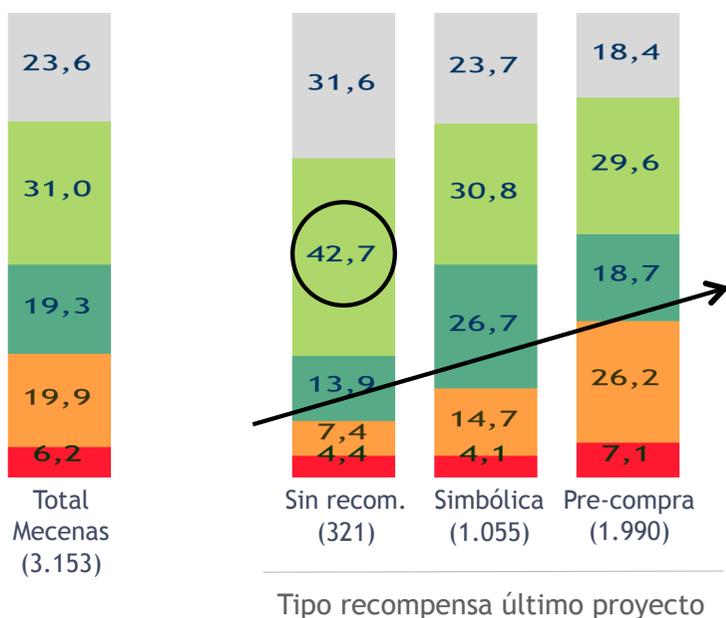
El **formato de intercambio con el mecenas** propuesto por los promotores no tiene una influencia decisiva a la hora de explicar la mayor o menor participación de entusiastas, moderados y fríos. Los gráficos nos indican que el tipo de recompensa del último proyecto financiado es el mismo en las tres sensibilidades. Sin embargo ... (ver pág. Siguiente).



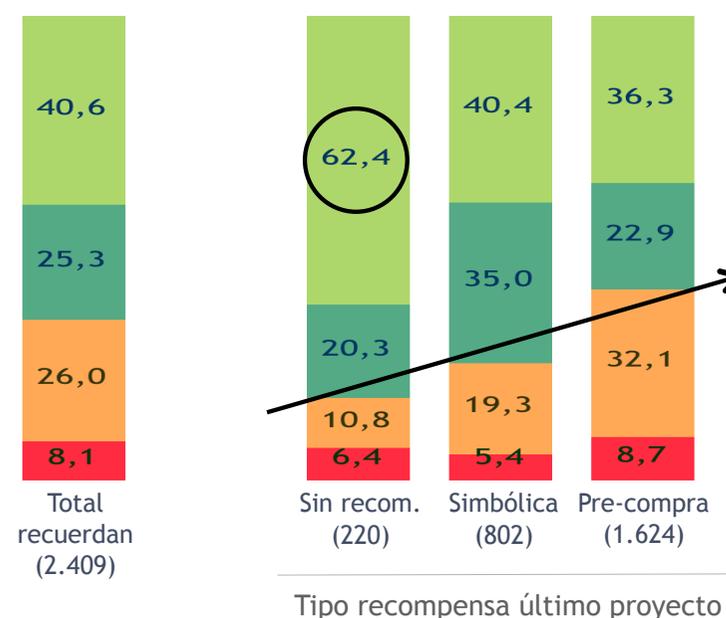
*Piensa por favor en la última vez que has financiado un proyecto de crowdfunding. ¿Recuerdas cuál fue la cuantía de tu aportación?*



Base: total mecenas.



Base: recuerdan la cuantía.



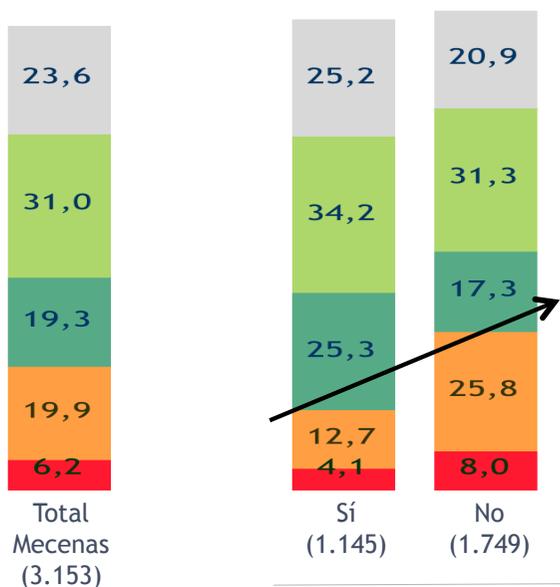
El entusiasmo hacia el crowdfunding no tiene apenas influencia en las cuantías aportadas a cada proyecto, pero **el formato de intercambio tiene una influencia decisiva**. Obsérvese como en las aportaciones sin recompensas (donaciones puras) las cuantías predominantes son las inferiores a 20 euros, mientras que en el extremo opuesto se ubican los proyectos donde se produce la pre-compra de un bien o servicio que el promotor tiene que “fabricar” y entregar al mecenas. En la medida en que **un bien o servicio capta el interés del mecenas y el promotor se compromete a su entrega**, aumenta la cuantía aportada.



*Piensa por favor en la última vez que has financiado un proyecto de crowdfunding. ¿Recuerdas cuál fue la cuantía de tu aportación?*

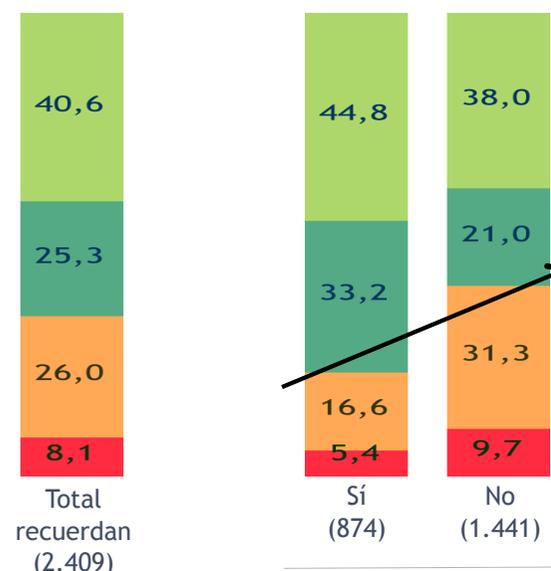


Base: total mecenas.



¿Familia, amigos de los promotores?

Base: recuerdan la cuantía.



¿Familia, amigos de los promotores?

También apreciamos que **las cuantías son menores en los proyectos donde se tiene algún vínculo familiar o de amistad con los promotores**. O, dicho de otro modo, cuando un mecenas se interesa por un proyecto (y no sólo por el vínculo con el promotor) la cuantía tiende a ser mayor porque está contribuyendo a un intercambio de algo que tiene valor “per se” y, en consecuencia, aporta la cuantía que considera conveniente, sin “compromisos” ajenos al valor de lo que financia.



Una **segunda conclusión**:

El grado de entusiasmo hacia el crowdfunding está claramente influido por la actitud desde la que el mecenas contempla el fenómeno.

Básicamente nos encontramos dos actitudes: **ChangeMaker y Pragmática**. Cuando/donde hay más dosis de la primera encontramos que el mecenas financia más cantidad de proyectos.

Pero no financia con más cuantía en cada proyecto que financia.

La cuantía aportada en cada proyecto depende de la situación concreta de que se trate. Nos referimos básicamente a ...

- a) El interés que ese proyecto suscita en el mecenas.
- b) El formato de intercambio propuesto por el promotor. Así, las aportaciones sin recompensa cosechan cuantías individuales inferiores a las aportaciones donde hay recompensas de carácter simbólico; y estas cosechan cuantías inferiores a las que se basan en la pre-compra de un bien o servicio que el promotor se compromete a crear y entregar al mecenas bajo unas condiciones.

**El interés del proyecto es una variable más influyente que los vínculos de amistad o familia para entender las cuantías individuales.** Prueba de ello es que cuando no se tienen vínculos de amistad o lazos familiares con los promotores, las cuantías individuales son superiores a cuando sí existen este tipo de vínculos.

Esta es una buena noticia para la expansión del crowdfunding pues un mecenas moderado, de corte más Pragmático, será igual de proclive a financiar con la misma cuantía que lo haría un entusiasta con más dosis de actitud ChangeMaker. La diferencia entre ellos es que el moderado lo hará menos veces que el entusiasta ... de momento.



En consecuencia podemos concluir que ...

- La **Actitud desde donde vive el mecenas el Crowdfunding** (ChangeMaker / Pragmática) explica la mayor o menor FRECUENCIA DE PARTICIPACIÓN FINANCIANDO proyectos.
- La **Conveniencia de lo que propone el Proyecto** explica la mayor o menor CUANTÍA CON LA QUE EL MECENAS FINANCIA.

Para comprender mejor lo que suma y lo que resta vamos a profundizar en los siguientes capítulos sobre ...

- ✓ ¿Qué aspectos motivan al mecenas a financiar cuando los detecta en un proyecto?
- ✓ ¿Qué aspectos le motivan cuando los detecta en los promotores?
- ✓ ¿Qué “hace sentirse bien” al mecenas cuando financia en crowdfunding?
- ✓ ¿Cuáles son los aspectos que proyectan sombra o le hacen dudar?



# Resultados.

Diferentes grados de sensibilidad hacia el crowdfunding.

¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

¿Y en los promotores del proyecto?

Lo que hace sentir bien al “mecenas”.

Áreas de duda o sombra en torno al crowdfunding





*“Hemos recogido de la gente aspectos que les influyen a la hora de financiar o no financiar cuando ven un proyecto de crowdfunding que les parece interesante de primeras. Te los mostramos para que nos indiques en qué medida te motivarían o no.”*

(Claramente me motiva / Más bien sí / Ni sí, ni no / Más bien me desmotiva / Claramente me desmotiva).

**Items mostrados en orden aleatorio, de uno en uno.**

1. *“Que el proyecto se centre en cuestiones que son **bienes sociales comunes** (por ejemplo sanidad, educación, reciclaje, ahorro de energía ...).”*
2. *“Que el proyecto además de gustarme me parezca **factible, no muy utópico.**”*
3. *“Que sea un **proyecto solidario**, que se ocupe de los colectivos olvidados.”*
4. *“Que yo vea una **propuesta arriesgada**. Lo que nadie va a financiar de otra manera.”*
5. *“Que plantee alguna **innovación**. Algo nuevo, sea en el ámbito que sea: arte, cultura, productos, negocios ... lo que sea, pero innovador.”*
6. *“Que el proyecto esté contado de un modo atractivo. **Bien comunicado.**”*
7. *“Que me quede claro por qué necesitan esa cantidad de dinero que piden y no otra.”*
8. *“Si se trata de un negocio, que me dé la **opción de micro-invertir**. No sólo apoyar puntualmente con dinero, sino invertir y poder **tener un micro-retorno económico** cuando dé beneficios.”*
9. *“Que se vea que **ese proyecto va a crear riqueza** de algún modo, **empleos.**”*
10. *“Que el proyecto tenga que ver con el **arte y la cultura.**”*
11. *“Que los promotores ya hayan tenido **experiencias anteriores de éxito** en crowdfunding.”*
12. *“Que los promotores sean **personas conocidas socialmente, famosas.**”*
13. *“Que el proyecto necesite para su desarrollo **crear una comunidad de personas colaborando.**”*
14. *“Que lo que propone el proyecto sea algo de **alta calidad**. Sea lo que sea, pero que se haga con unos niveles altos de calidad.”*
15. *“Que el proyecto haya logrado el **apoyo de empresas importantes** que están apoyándolo a través del crowdfunding, como un **mecenas más.**”*

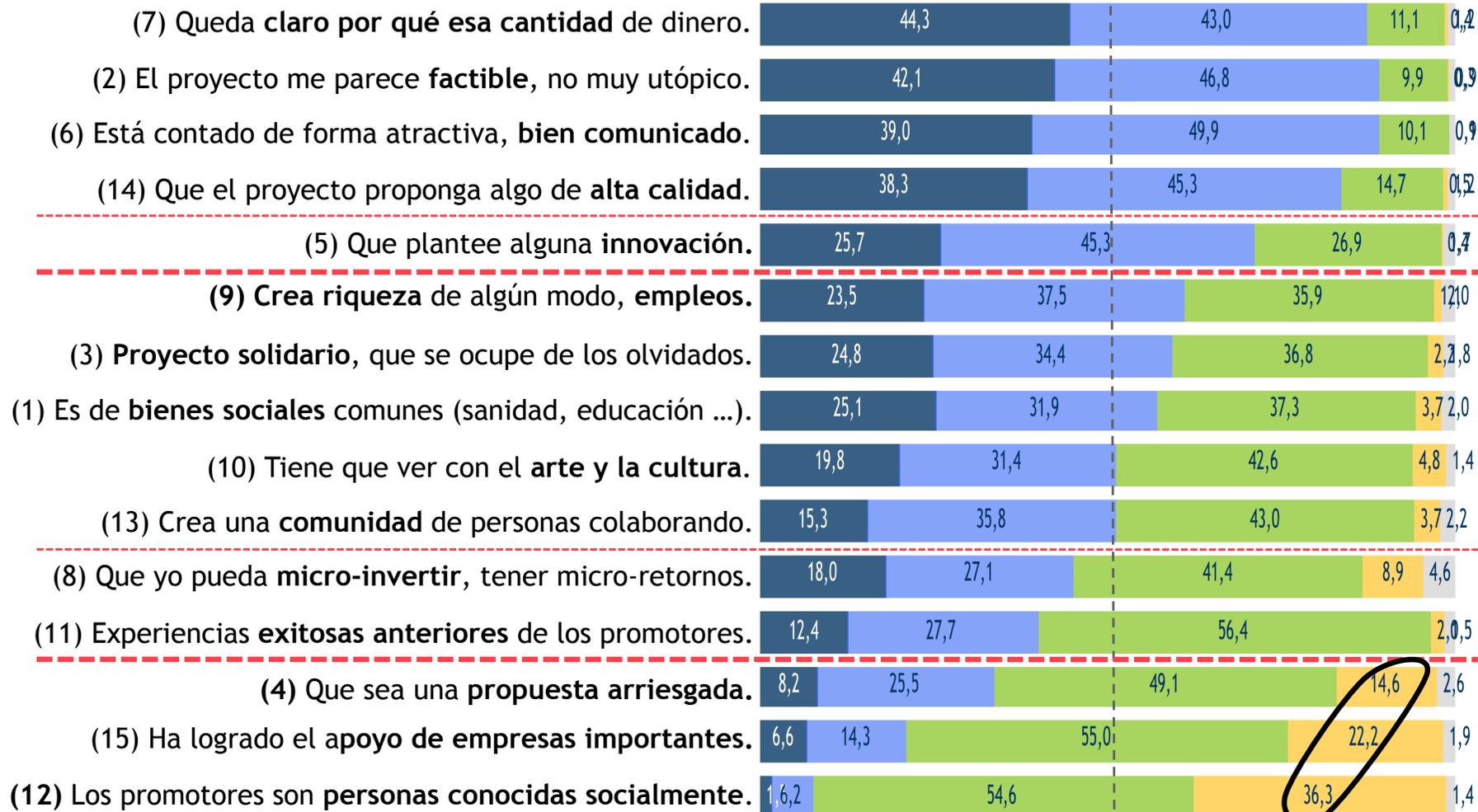
# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



% Claramente me motiva    % Más bien sí    % Ni sí, ni no    % Desmotivada    % Ns-nc

Base: total mecenas, 3.153.



50%



El grupo de factores más relevantes está formado por cuatro ingredientes con alto potencial de atraer la financiación de los mecenas:

- El proyecto propone algo de **Alta Calidad**.
- Se ve **Factible**, que no es algo fantasioso o ilusorio.
- Es **Claro con el Dinero**: se entiende por qué los promotores necesitan esa cuantía que piden.
- Está **Contado de forma Atractiva**, facilitando todo lo anterior.

Todo proyecto que acude al crowdfunding para su financiación ganará muchas probabilidades de éxito asegurando que contempla y cuida este grupo de cuatro ingredientes universales, pues forman la base donde asentar su vínculo con los mecenas.

En un segundo escalón -no muy alejado del anterior grupo- se ubica que el proyecto aporte alguna **Innovación**, factor que, como veremos, es especialmente valorado por los mecenas entusiastas.

En un tercer nivel aparecen otros cinco factores que juegan el rol de acompañantes destacados:

- Que el proyecto genere **riqueza**, empleos.
- Que proponga iniciativas en los **bienes y derechos sociales** más afectados por los recortes que estamos viviendo (sanidad, educación, medio ambiente ...)
- La veta **solidaria**: que el proyecto se ocupe de los colectivos más necesitados.
- Que sea una propuesta en el ámbito de **las artes y la cultura**.
- Y que el proyecto implique la necesaria colaboración de una **comunidad** de personas colaborando.

En un cuarto escalón tendríamos los acompañantes secundarios:

- Que el proyecto ofrezca la oportunidades de **micro-invertir** y obtener un micro-retorno en los beneficios.
- Que los promotores ya hayan tenido **experiencias exitosas anteriores** en crowdfunding.



Finalmente llegamos al grupo de los tres factores con menos capacidad de persuadir a los mecenas. Incluso son los tres aspectos donde se deja ver la apertura de una franja de “desmotivación” a financiar. De hecho, son los únicos factores donde el % de desmotivación supera al % de “claramente me motiva”.

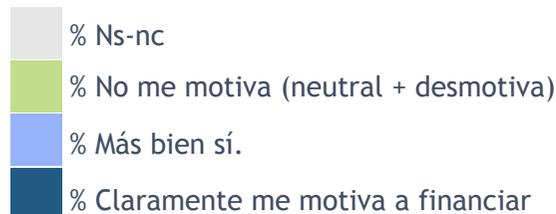
Hablamos de ...

- Ver en el proyecto una **Apuesta Arriesgada**. El mecenas no festeja las operaciones arriesgadas, de hecho hemos visto que entre lo que más valora está lo factible, lo que no suena a demasiado utópico.
- Que el proyecto cuente con el apoyo de **Empresas Importantes** o que los promotores sean **Personas Famosas** no actúa como un “acicate” motivador sino como un “*ni sí, ni no*” con cierta capacidad de despertar rechazo. Si el proyecto cuenta con alguna de estas características -o las dos- tiene que manejarlas con esmero, despejando cualquier sombra de duda sobre “*aquí hay gato encerrado*.” Si logra esto, la presencia de empresas importantes y/o personas famosas puede ser un recurso de gran valor para el éxito del proyecto.

En las páginas que siguen mostramos los quince factores valorados diferenciando entre los tres segmentos de sensibilidad al crowdfunding (entusiastas, moderados y fríos).

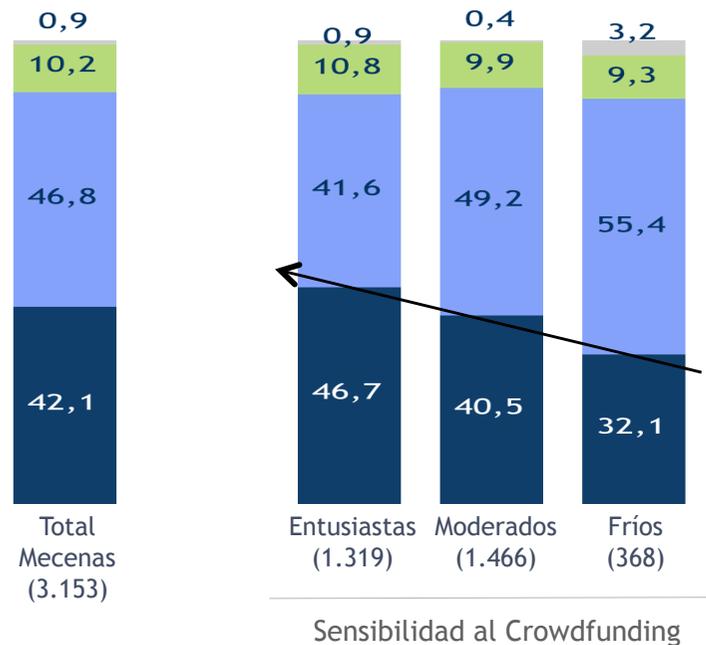
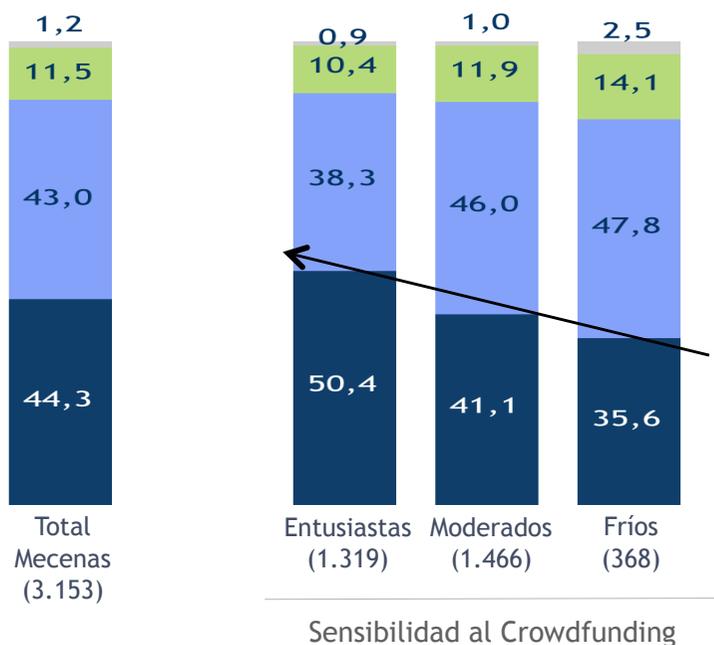
# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



*“Que me quede claro por qué necesitan esa cantidad de dinero que piden y no otra.”*

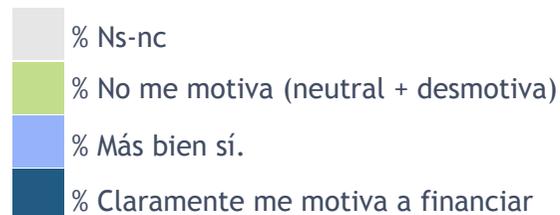
*“Que el proyecto además de gustarme me parezca factible, no muy utópico.”*



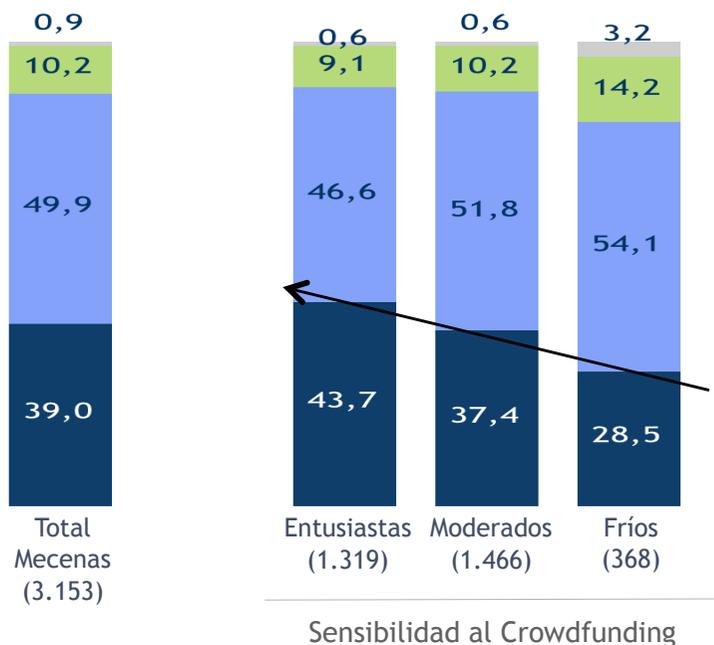
En estos gráficos vemos el patrón que se repite en trece de los quince factores. En todos menos el apoyo de empresas importantes y la presencia de personas famosas. En esos otros trece factores observaremos que los entusiastas muestran una mayor motivación a financiar que los moderados y éstos que los fríos, poniéndose de manifiesto nuevamente que la actitud desde la que se vive el crowdfunding afecta a las opiniones y al comportamiento de los mecenass. Ahora bien, vamos a ver que las diferencias entre entusiastas y moderados no son muy acusadas, lo que nos indica que las motivaciones y frenos a financiar un proyecto concreto son básicamente las mismas para unos y otros.

# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

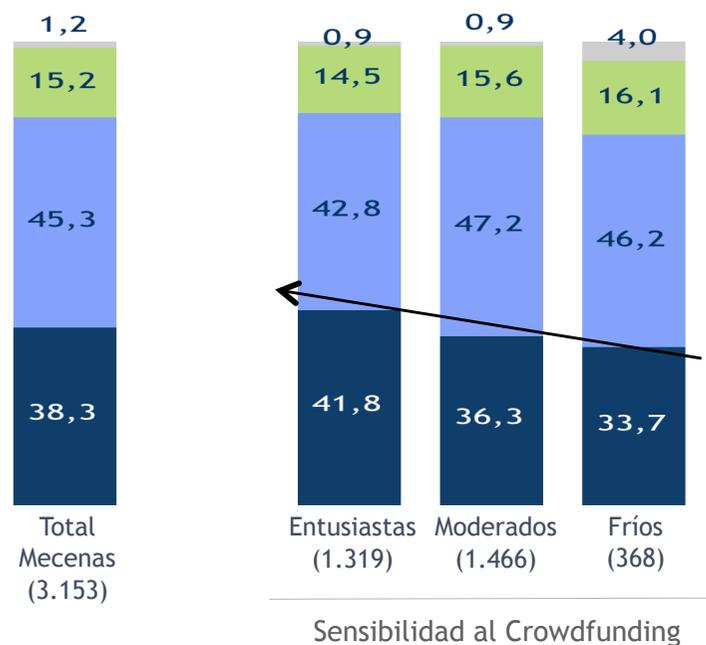
@luismi\_barral  
@pepabarral



*“Que el proyecto esté contado de un modo atractivo. Bien comunicado.”*

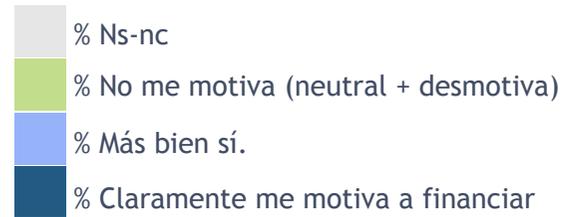


*“Que lo que propone el proyecto sea algo de alta calidad. Sea lo que sea, pero que se haga con unos niveles altos de calidad.”*

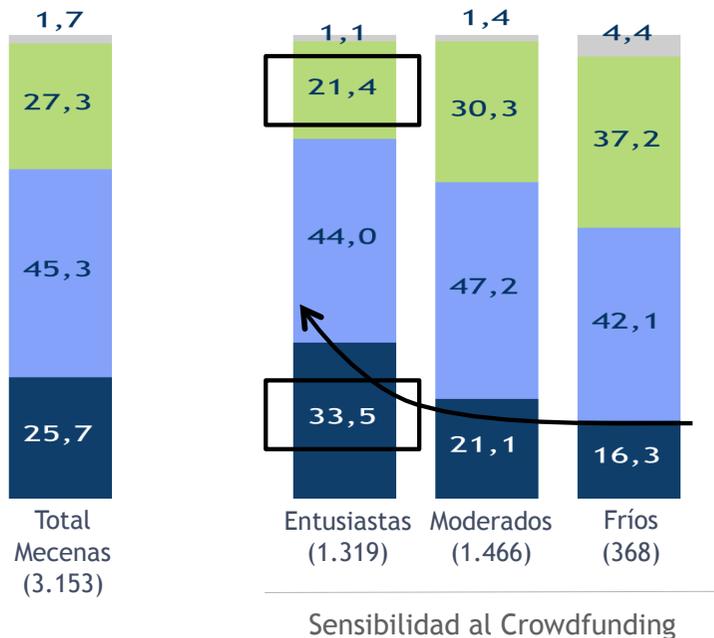


# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

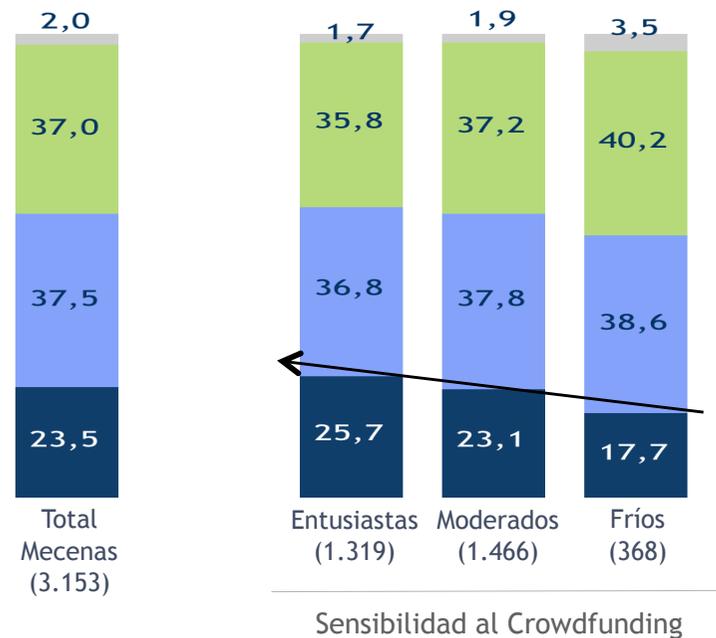
@luismi\_barral  
@pepabarral



*“Que plantee alguna innovación. Algo nuevo, sea en el ámbito que sea: arte, cultura, productos, negocios ... lo que sea, pero innovador.”*



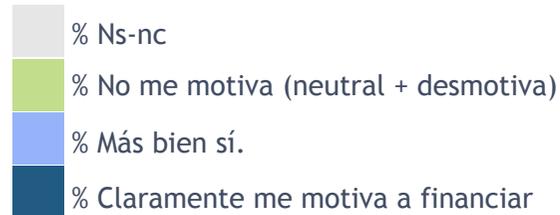
*“Que se vea que ese proyecto va a crear riqueza de algún modo, empleos.”*



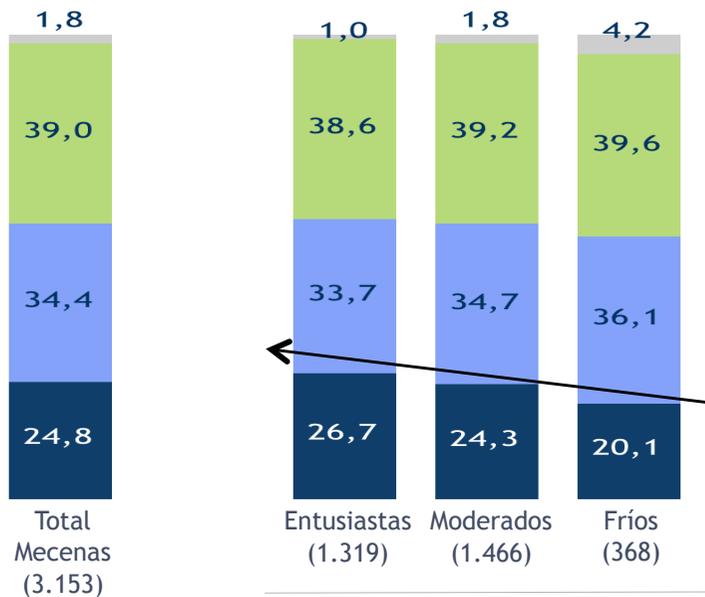
La **Innovación** asociada con el proyecto es un factor que repunta especialmente entre los entusiastas del crowdfunding. Obsérvese cómo la proporción de “claramente me motiva a financiar” (33,5%) es mayor que la de franja de “no me motiva” (21,4%).

# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral

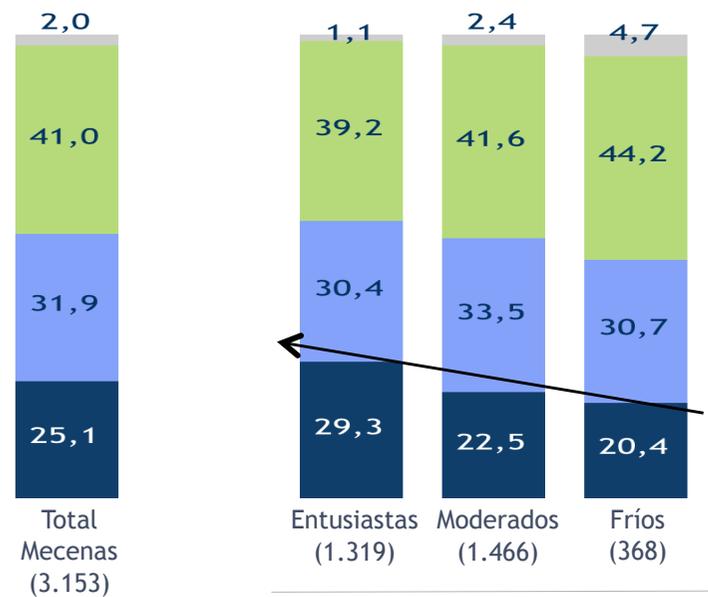


*“Que sea un proyecto solidario, que se ocupe de los colectivos olvidados.”*



Sensibilidad al Crowdfunding

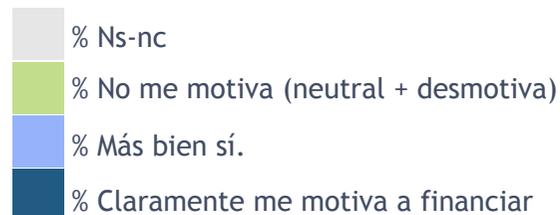
*“Que el proyecto se centre en cuestiones que son bienes sociales comunes (por ejemplo sanidad, educación, reciclaje, ahorro de energía ... ).”*



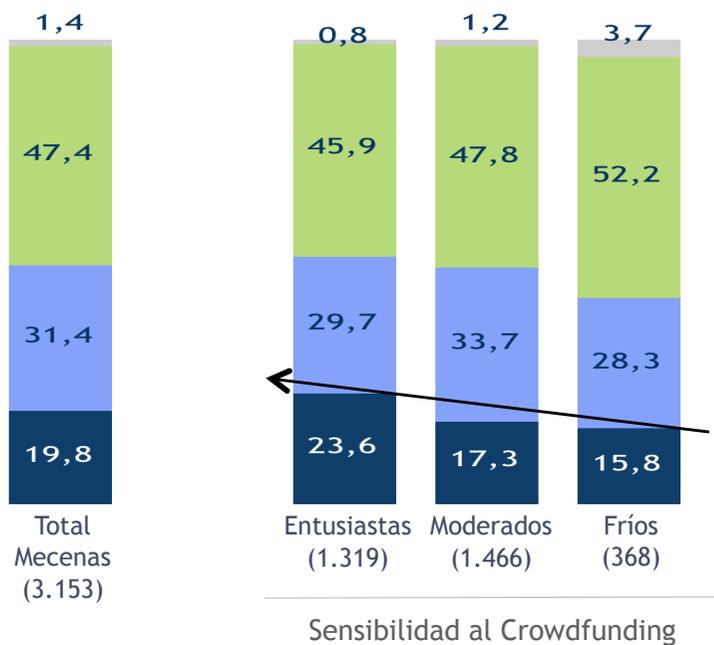
Sensibilidad al Crowdfunding

# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

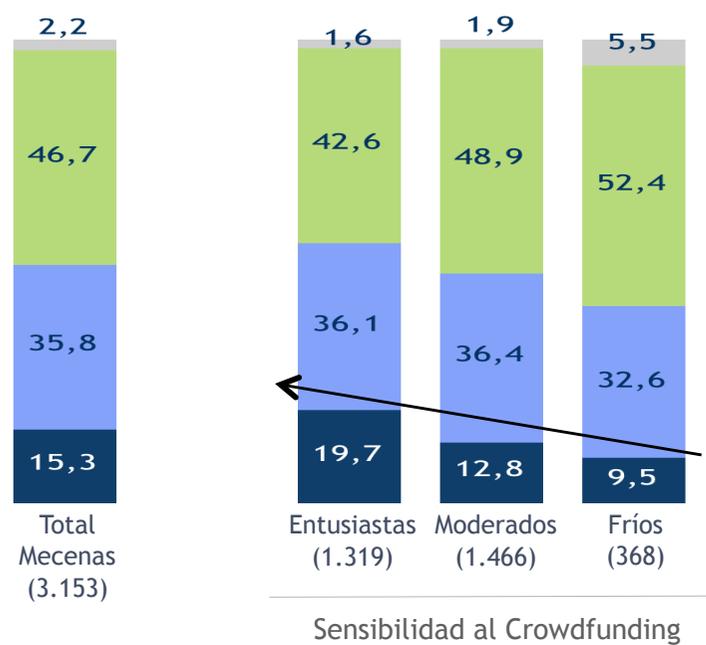
@luismi\_barral  
@pepabarral



*“Que el proyecto tenga que ver con el arte y la cultura.”*

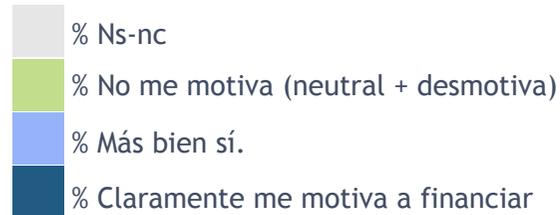


*“Que el proyecto necesite para su desarrollo crear una comunidad de personas colaborando.”*



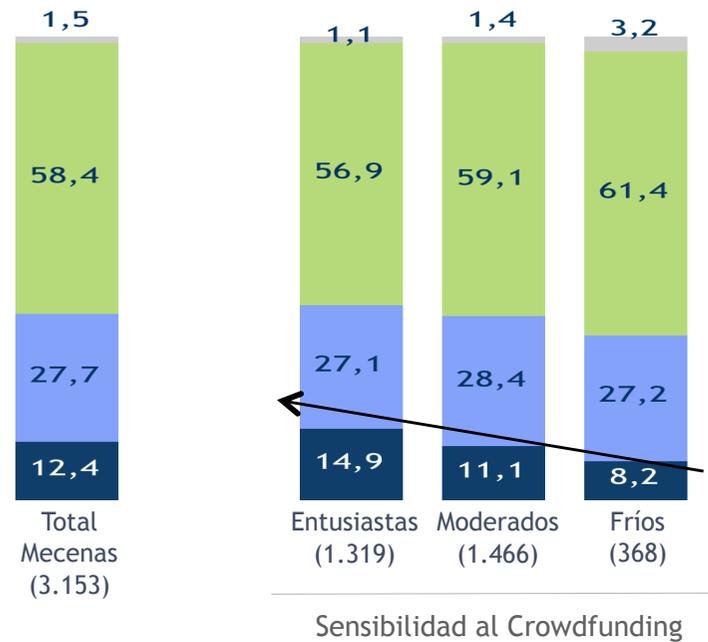
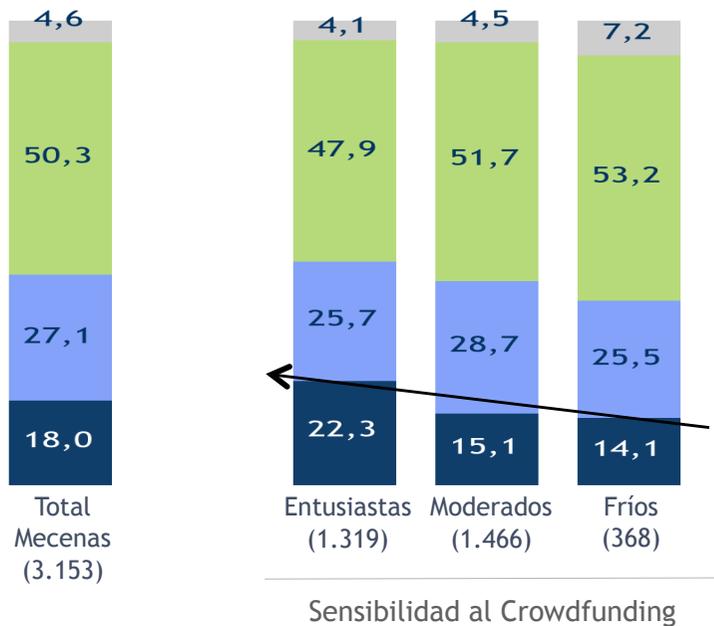
# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



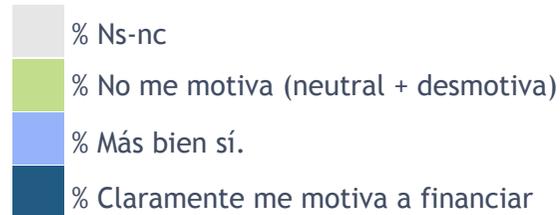
*“Si se trata de un negocio, que me dé la opción de micro-invertir. No sólo apoyar puntualmente con dinero, sino invertir y poder tener un micro-retorno económico cuando dé beneficios.”*

*“Que los promotores ya hayan tenido experiencias anteriores de éxito en crowdfunding.”*

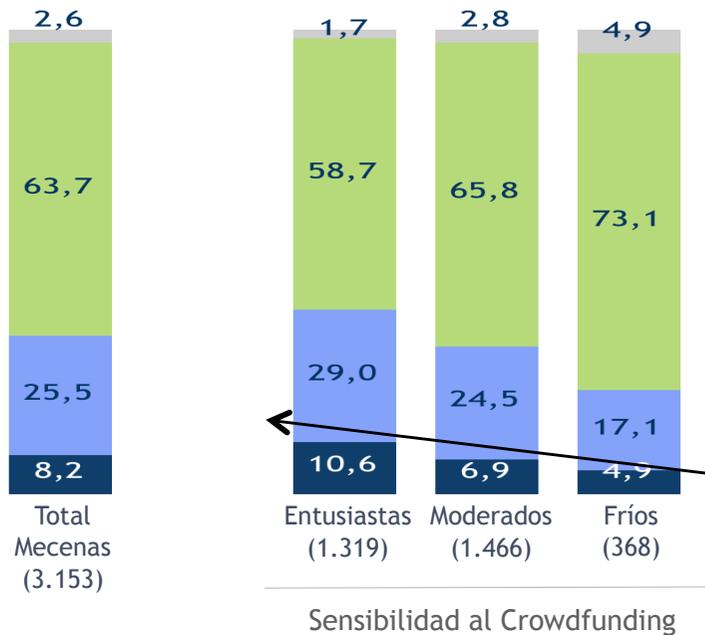


# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

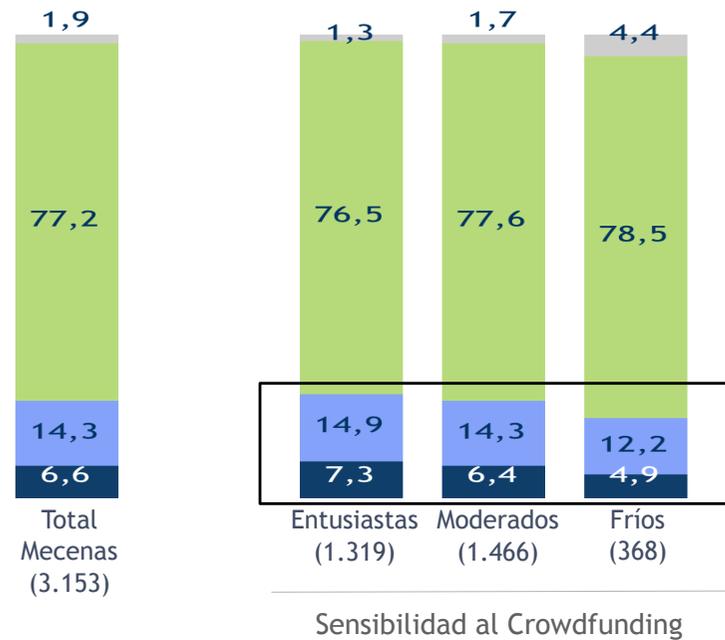
@luismi\_barral  
@pepabarral



*“Que yo vea una propuesta arriesgada. Lo que nadie va a financiar de otra manera.”*

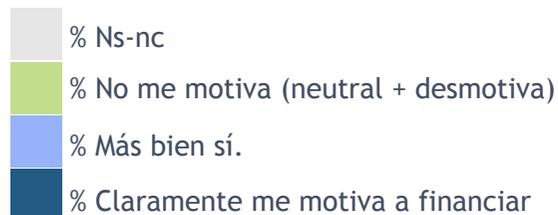


*“Que el proyecto haya logrado el apoyo de empresas importantes que están apoyándolo a través del crowdfunding, como un mecenas más.”*

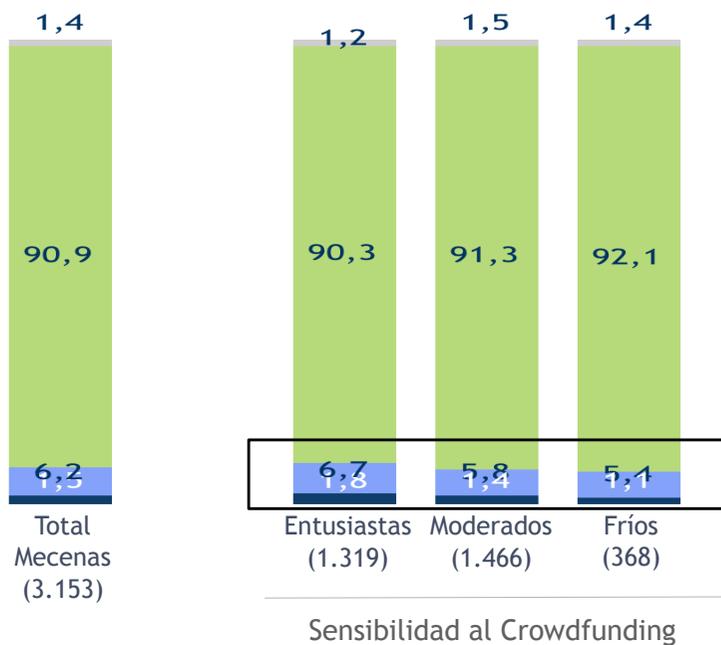


# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



*“Que los promotores sean personas conocidas socialmente, famosas.”*





Para obtener una visión simplificada tipo Ranking de Relevancia de Factores hemos ideado un número índice que se construye con dos datos:

- ⇒ % de “claramente me motiva a financiar.”
- ⇒ % de “más bien sí.”

**Índice de Relevancia** = (% claramente sí + % más bien sí) x (1+(% claramente sí/100)) .

Ejemplo con el ítem “*queda claro por qué esa cantidad de dinero*”:

$$\text{Índice de Relevancia} = (44,3 + 43,0) \times (1+(44,3/100)) = 126$$



Índice de Relevancia = (% claramente sí + % más bien sí) x (1+(% claramente sí/100)) .

Ejemplo con el item “*queda claro por qué esa cantidad de dinero*”:

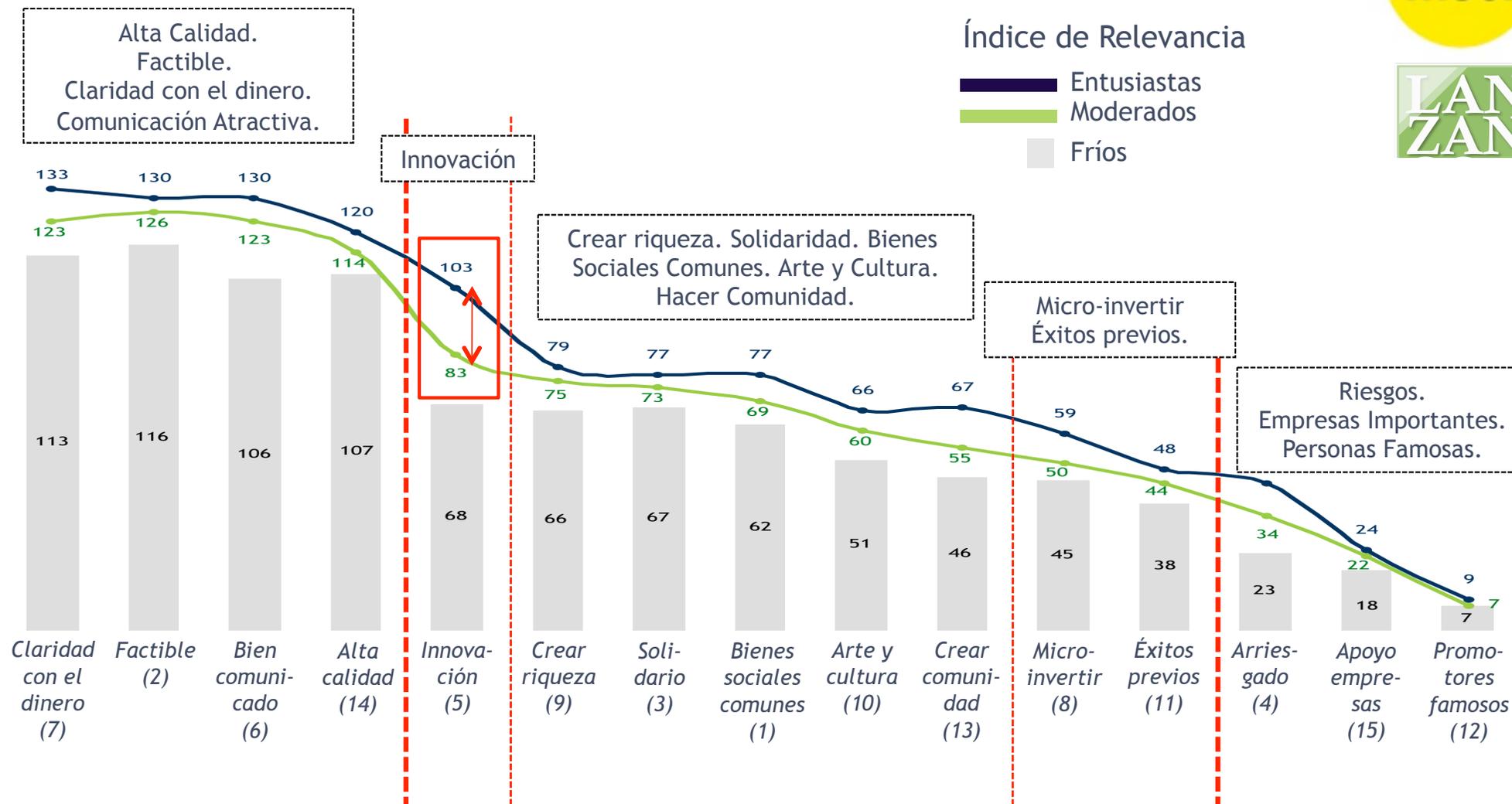
$(44,3 + 43,0) \times (1+(44,3/100)) = 126$

Ranking según Índice de Relevancia. Datos total mecenaz.



# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



El gráfico nos deja ver el ranking de factores separando las tres sensibilidades al crowdfunding: entusiastas, moderados y fríos. Los datos indican que el orden de relevancia de los factores es el mismo en las tres sensibilidades. Vemos asimismo que, en todos los factores, los entusiastas presentan más índice de relevancia que moderados, y éstos que los fríos. Y apreciamos la singularidad de la **Innovación** como un factor que está próximo al grupo de los cuatro más relevantes gracias a la importancia que tiene para la sensibilidad entusiasta. Nótese cómo se produce en la innovación la mayor distancia entre entusiastas y moderados.



*A continuación aparecen razones que otras personas nos han expresado para explicar porqué en alguna ocasión han decidido no financiar algún proyecto, aunque en principio les gustaba la idea.*

*Por favor indícanos las que tú también has sentido en más de una ocasión.*

## **Items mostrados en orden aleatorio.**

1. *“El proyecto me parece demasiado idealista, poco aterrizado.”*
2. *“Los promotores me dan la sensación de no estar preparados profesionalmente para hacer lo que dicen que van a hacer.”*
3. *“Piden demasiado dinero para lo que quieren hacer.”*
4. *“Piden muy poco dinero para lo que quieren hacer.”*
5. *“El modo de contarme su proyecto es poco motivante.”*
6. *“Hay que aportar demasiado dinero para obtener una recompensa de mi interés.”*

# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



A continuación aparecen razones que otras personas nos han expresado para explicar porqué en alguna ocasión han decidido no financiar algún proyecto, aunque en principio les gustaba la idea.

Por favor indícanos las que tú también has sentido en más de una ocasión.

Base: total mecenas, 3.153.

Items mostrados en orden aleatorio.

% Respuesta múltiple.



Este gráfico nos permite identificar los aspectos que actúan como “**espanta-mecenas**” :

**Demasiado riesgo**: los promotores no están preparados. **Poco factible**: demasiado idealismo, poco aterrizado.

**Falta de claridad con el dinero**: piden demasiado para lo que quieren hacer. **Comunicación poco atractiva**: la historia del proyecto no conecta con el público. **Desequilibrio en el intercambio**: hay que aportar demasiado dinero para obtener una recompensa conveniente.

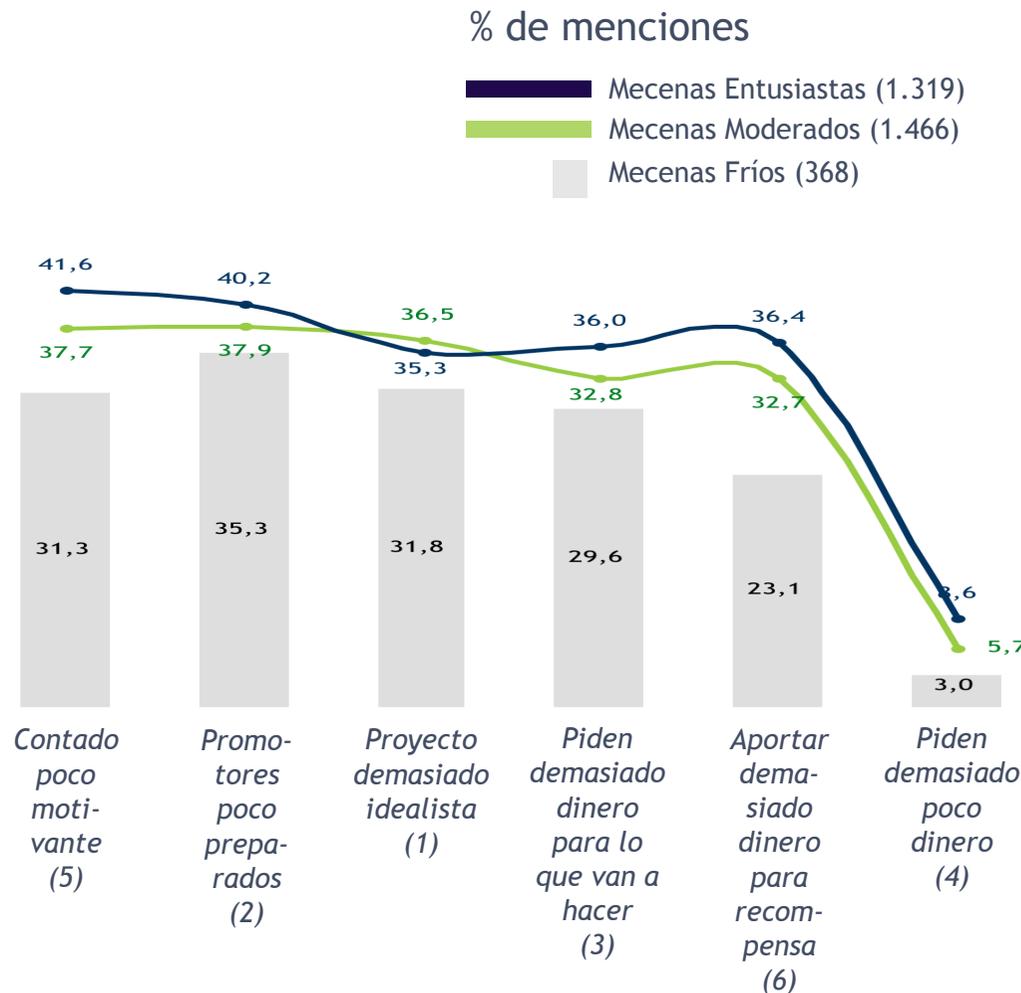
# ¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

@luismi\_barral  
@pepabarral



A continuación aparecen razones que otras personas nos han expresado para explicar porqué en alguna ocasión han decidido no financiar algún proyecto, aunque en principio les gustaba la idea.

Por favor indícanos las que tú también has sentido en más de una ocasión.  
**Items mostrados en orden aleatorio.**



No se aprecian diferencias entre las tres sensibilidades al crowdfunding. Los factores espanta-mecenas son los mismos con independencia de si se trata de entusiastas, moderados o fríos.



# Resultados.

Diferentes grados de sensibilidad hacia el crowdfunding.

¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

¿Y en los promotores del proyecto?

Lo que hace sentir bien al “mecenas”.

Áreas de duda o sombra en torno al crowdfunding





*Aquí hay una lista de cualidades personales. Por favor, señala las cuatro o cinco que tú más valoras cuando las reconoces en las personas que buscan financiar sus proyectos con crowdfunding.*

*Items mostrados en orden aleatorio.*

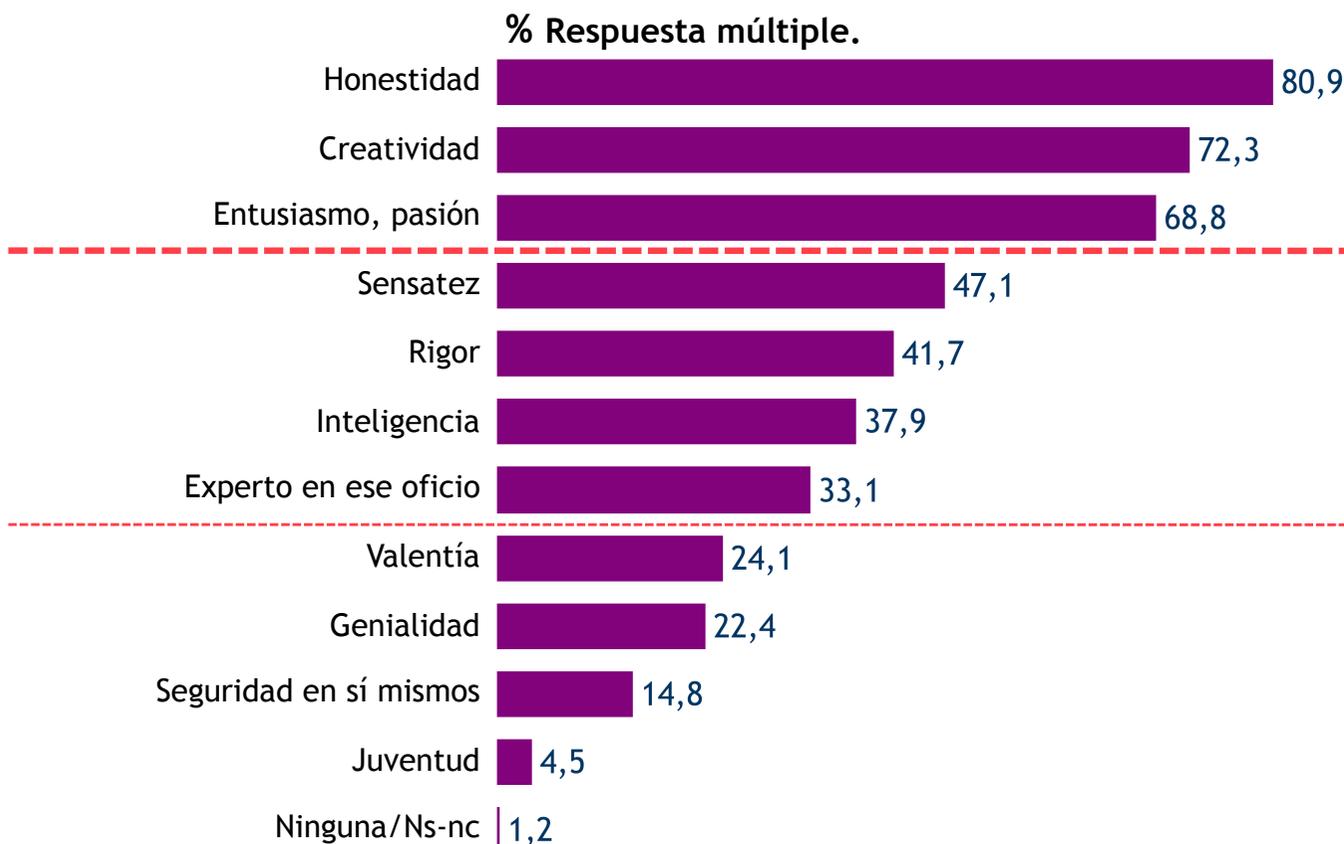
Entusiasmo, pasión.  
Rigor.  
Honestidad.  
Seguridad en sí mismo/a.  
Creatividad.  
Juventud.  
Experto/a en ese oficio.  
Genialidad.  
Valentía.  
Inteligencia.  
Sensatez.



*Aquí hay una lista de cualidades personales. Por favor, señala las cuatro o cinco que tú más valoras cuando las reconoces en las personas que buscan financiar sus proyectos con crowdfunding.*

Base: total mecenas, 3.153

Items mostrados en orden aleatorio.



Honestidad, Creatividad y Entusiasmo son las tres cualidades con más capacidad de atraer la atención de los mecenas. Son ingredientes que hacen **EMOCIONANTE** al proyecto.

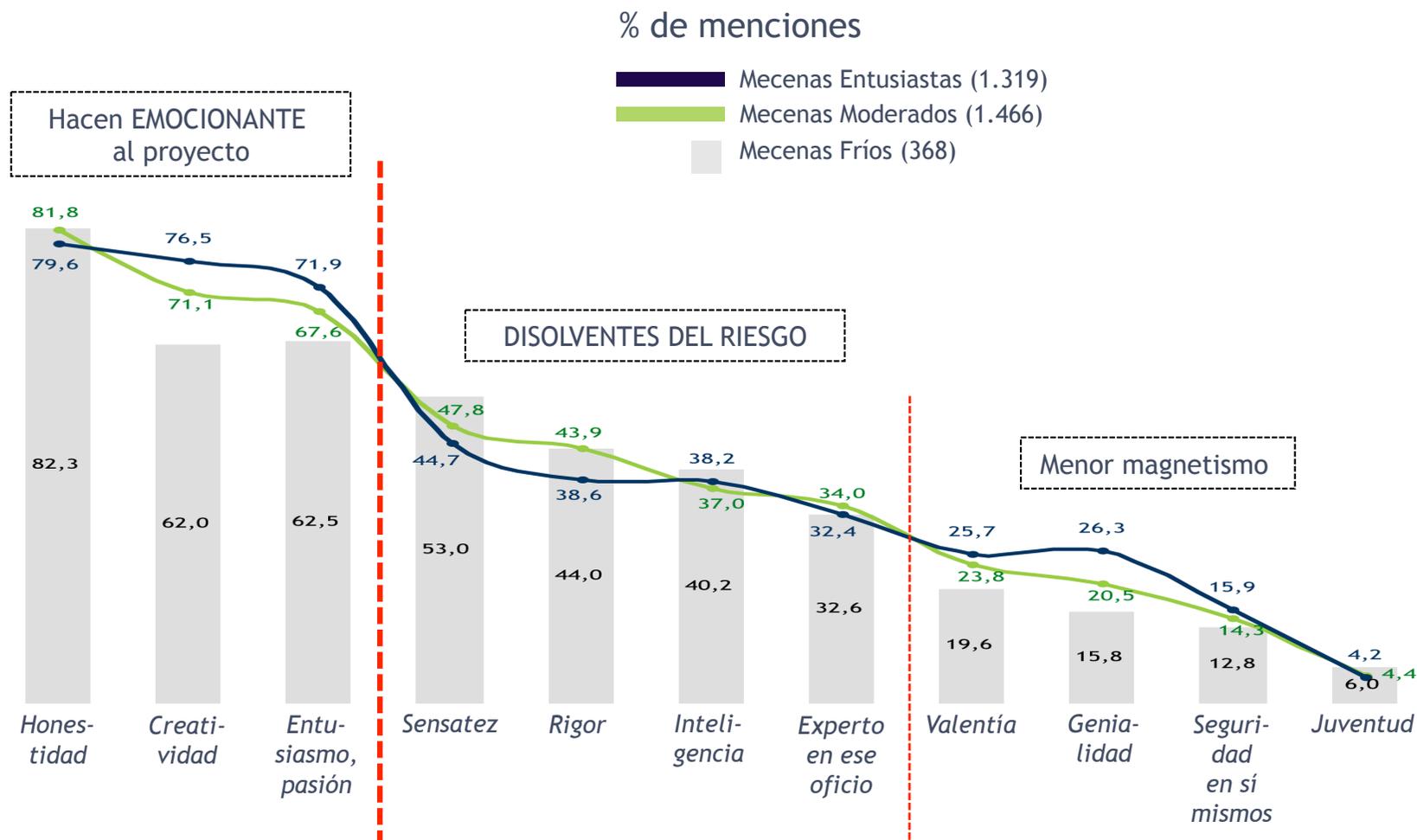
Sensatez, rigor, inteligencia y experiencia en el oficio son cualidades complementarias que actúan como **DISOLVENTES DEL RIESGO**.

Valentía, genialidad, seguridad en sí mismos y -sobre todo- juventud son aspectos que no hacen una destacada aportación al magnetismo del proyecto sobre los mecenas.



Aquí hay una lista de cualidades personales. Por favor, señala las cuatro o cinco que tú más valoras cuando las reconoces en las personas que buscan financiar sus proyectos con crowdfunding.

Items mostrados en orden aleatorio.





# Resultados.

Diferentes grados de sensibilidad hacia el crowdfunding.  
¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?  
¿Y en los promotores del proyecto?

Lo que hace sentir bien al “mecenas”.

Áreas de duda o sombra en torno al crowdfunding





*Algunas personas nos han dicho que al financiar proyectos de crowdfunding experimentan la sensación de sentirse bien. Aquí hemos resumido algunas de las razones para sentirse bien que nos han dicho.*

*Por favor, marca las cuatro o cinco en las que tú más te reconoces.*

**Items mostrados en orden aleatorio.**

1. *“Sentir que no somos tan dependientes de los poderes tradicionales.”*
2. *“Con un pequeño gesto estoy cambiando la realidad.”*
3. *“Me gusta sentir que voy contra-corriente.”*
4. *“Contribuir a crear cosas innovadoras.”*
5. *“Ayudar a que los sueños se hagan realidad.”*
6. *“Sentir que estoy apoyando al impulso emprendedor.”*
7. *“Ayudo a crear lo que me gusta.”*
8. *“Sin intermediarios. El apoyo va directamente a los creadores de proyecto.”*
9. *“La sensación de confiar en otros.”*
10. *“Recibir la gratitud de los creadores de los proyectos.”*

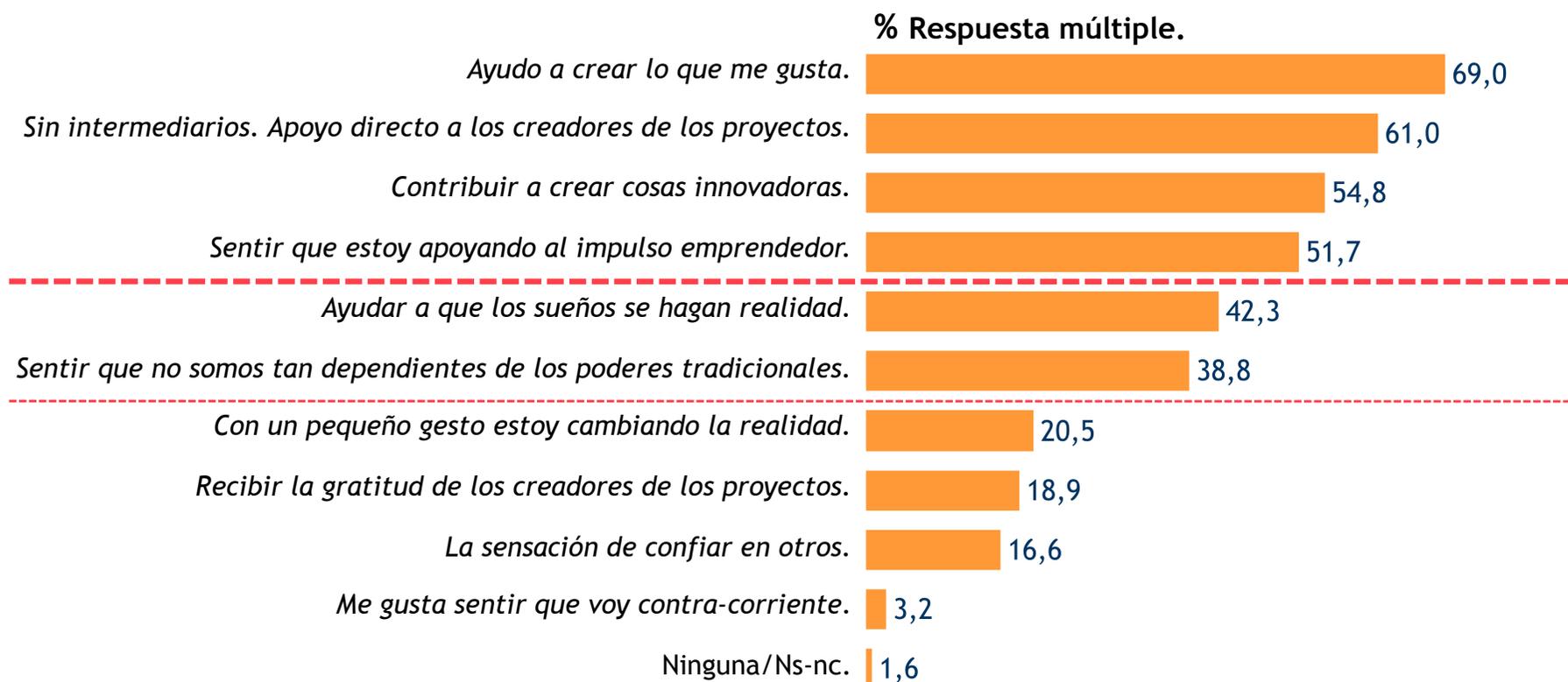


*Algunas personas nos han dicho que al financiar proyectos de crowdfunding experimentan la sensación de sentirse bien. Aquí hemos resumido algunas de las razones para sentirse bien que nos han dicho.*

*Por favor, marca las cuatro o cinco en las que tú más te reconoces.*

Base: total mecenas, 3.153.

Items mostrados en orden aleatorio.



Lo que hace “sentir bien al mecenas” es sinónimo del **beneficio que obtiene** al sumarse a esta corriente social. Los datos nos indican que el beneficio del crowdfunding para el mecenas es básicamente una historia de **CAMBIO HACIA ALGO NUEVO Y VALIOSO**, como explicamos en las páginas que siguen.



Profundizar en el **beneficio que obtienen los mecenas** nos introduce en el territorio de las motivaciones, y allí apreciamos cuatro aspectos destacados, que guardan estrecha relación entre sí:

- **Contribuir a crear lo que me gusta**, es el beneficio más señalado. Es importante subrayar que hablamos del sentimiento de apoyar a la **CREACIÓN** de algo, por tanto el mecenas integra el proyecto en su campo de actuación, se siente partícipe en un proceso de co-gestación.
- En segundo lugar vemos el beneficio de participar con **apoyo directo a los creadores, sin intermediarios**, lo que nos está indicando el alto valor que tiene para el mecenas saberse en esa proximidad con los promotores, sorteando peajes innecesarios. Ese puente directo aporta calidez en forma de “cercanía” y también frialdad en forma de “eficiencia” que optimiza los recursos.
- **Contribuir a crear cosas innovadoras** se ubica también entre los beneficios destacados. Saberse promoviendo “lo nuevo”, “lo original”, “lo no visto aún” es formar parte de ello, de lo nuevo. La sensación de estar siendo canal por donde viene lo nuevo es una recompensa relevante para el mecenas.
- Se completa el grupo de los beneficios más destacados con el hecho de saberse **apoyando al impulso emprendedor**, esa energía social que la ciudadanía espera como fuerza portadora de cambios en los modos de hacer empresa, generando vías alternativas a las causas que han desembocado en el actual colapso económico e institucional.

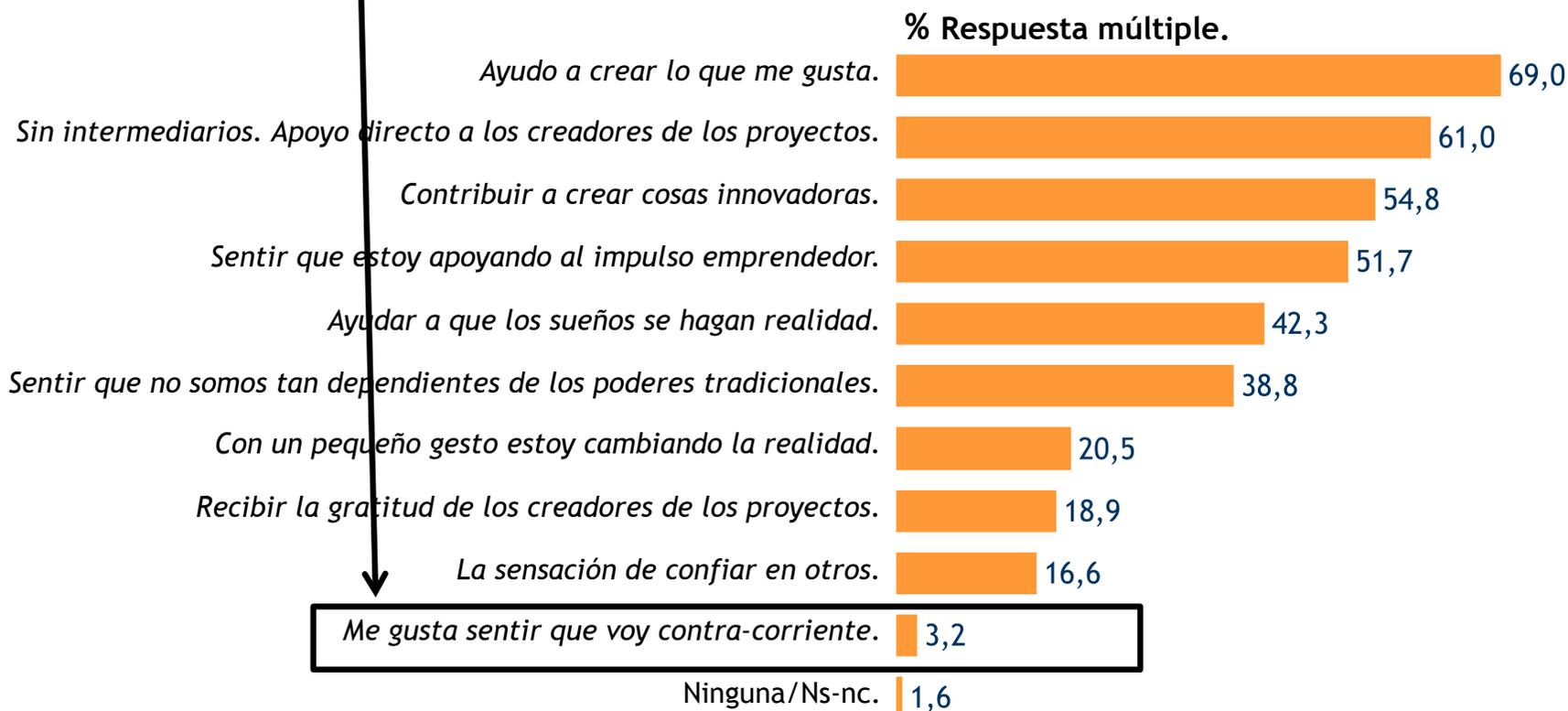
Desde la comprensión de los cuatro beneficios anteriores se entienden los otros dos siguientes, ubicados en un segundo escalón a modo de eco de los anteriores:

- Contribuir al impulso emprendedor que genera cosas nuevas, que puedo apoyar de forma directa porque me gustan y quiero ayudar a que sean creadas, es **reducir la dependencia de los poderes tradicionales**.
- Y es, también, ayudar a que los **sueños (míos y de otros) se hagan realidad**.



En síntesis, el beneficio del crowdfunding para el mecenaz es participar en una historia de **CAMBIO HACIA ALGO NUEVO y VALIOSO ... FACILITADO.**  
No requiere de complejas justificaciones intelectuales. No requiere de especial “heroísmo”.  
Es un fenómeno que “cae por su propio peso” a consecuencia de los tiempos que estamos viviendo.  
Y al que es muy sencillo sumarse.

Por eso el mecenaz se puede sentir muy comprometido y a la vez **sentir que NO va contra-corriente de nada.**  
El crowdfunding permite sumarse al cambio desde la facilidad.

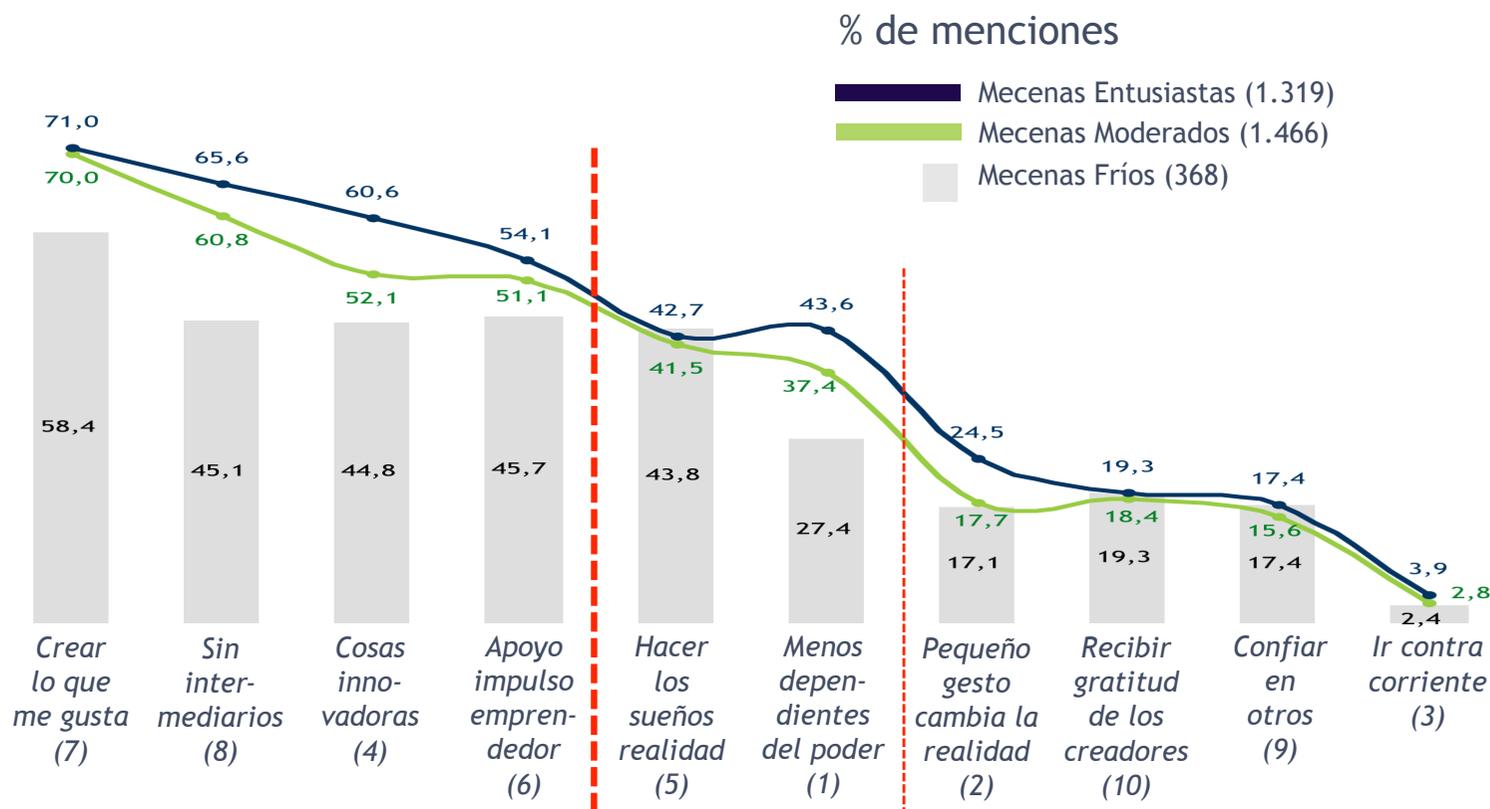




Algunas personas nos han dicho que al financiar proyectos de crowdfunding experimentan la sensación de sentirse bien. Aquí hemos resumido algunas de las razones para sentirse bien que nos han dicho.

Por favor, marca las cuatro o cinco en las que tú más te reconoces.

Items mostrados en orden aleatorio.



Nuevamente vemos que entre entusiastas y moderados no hay diferencias notables, de donde se desprende que los beneficios para ambos tipos de mecenar son los mismos. La única diferencia estriba en la ligeramente mayor intensidad con que los beneficios se manifiestan entre los entusiastas.



# Resultados.

Diferentes grados de sensibilidad hacia el crowdfunding.

¿Qué hay en el proyecto que me motive a contribuir?

¿Y en los promotores del proyecto?

Lo que hace sentir bien al “mecenas”.

Áreas de duda o sombra en torno al crowdfunding





*¿Con cuál de estas opiniones sobre el crowdfunding estás de acuerdo?  
(marca todas con las que estés de acuerdo).*

**Items mostrados en orden aleatorio.**

- 1. “Hay bastantes proyectos que piden financiación en crowdfunding y dejan bastante que desear. No dan la talla.”*
- 2. “¿Cómo se hace la “criba” de los proyectos que salen a pedir financiación? No me queda claro cuál es el papel que juegan las plataformas como Lánzanos y otras.”*
- 3. “Ahora casi cualquier cosa se quiere financiar con crowdfunding. Se corre el peligro de que la inversión pública deje de llegar a donde tiene que llegar.”*
- 4. “El crowdfunding se puede convertir en una oportunidad para el engaño. ¿Cómo se determina la fiabilidad de las personas que promueven el proyecto?”*
- 5. “No hay garantías jurídicas. En caso de incumplimiento ¿a quién acudes?”*
- 6. “¿El crowdfunding tiene fiscalidad? Creo que tiene bastante de economía sumergida.”*
- 7. “El crowdfunding hace competencia desleal a otros negocios que pagan sus impuestos.”*

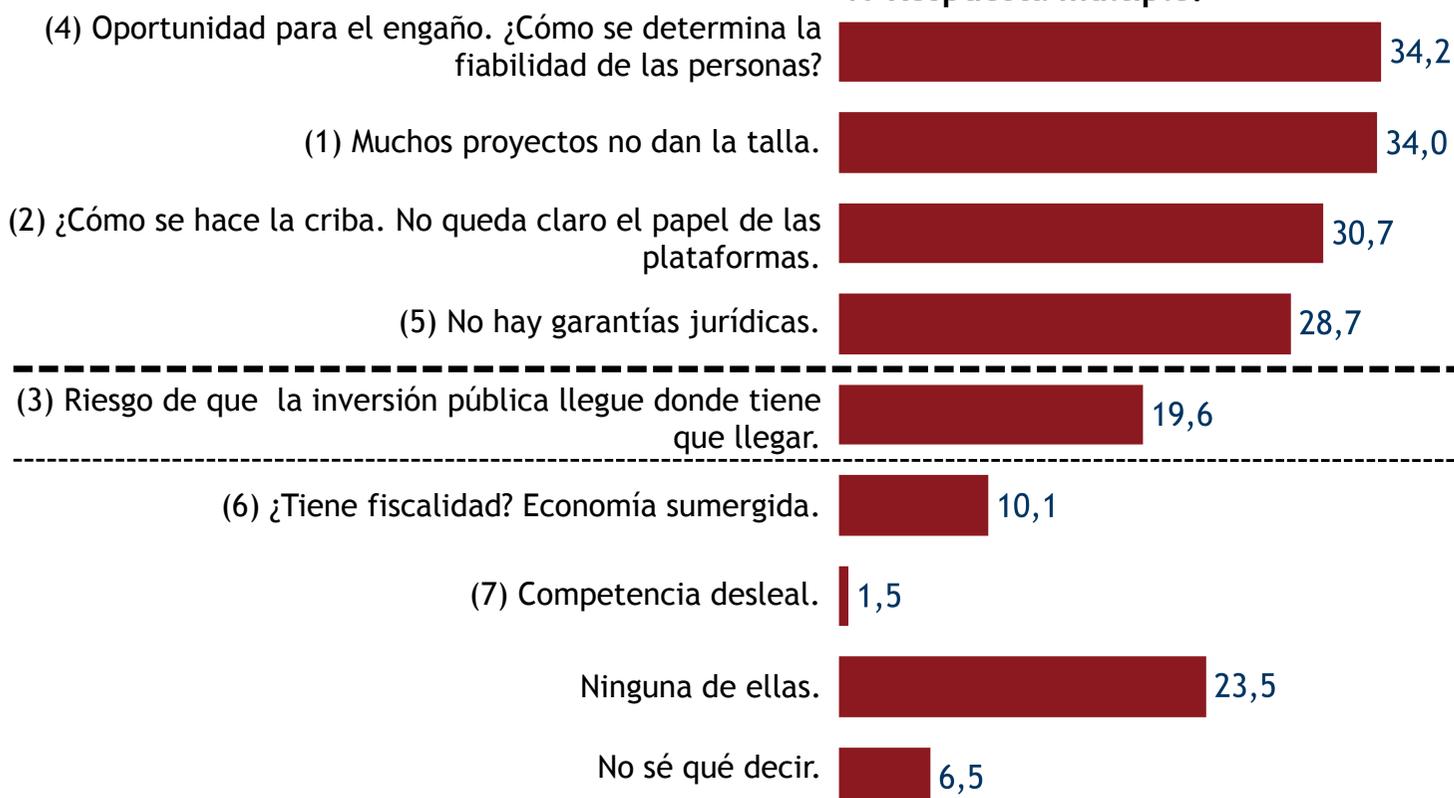


¿Con cuál de estas opiniones sobre el crowdfunding estás de acuerdo?  
(marca todas con las que estés de acuerdo).

Base: total mecenas, 3.153

Items mostrados en orden aleatorio.

% Respuesta múltiple.



“Coladero” de gente **no fiable**.

Faltas de **calidad**.

Dudas sobre la función que hacen las **plataformas**.

¿Si algo falla a quién acudo?

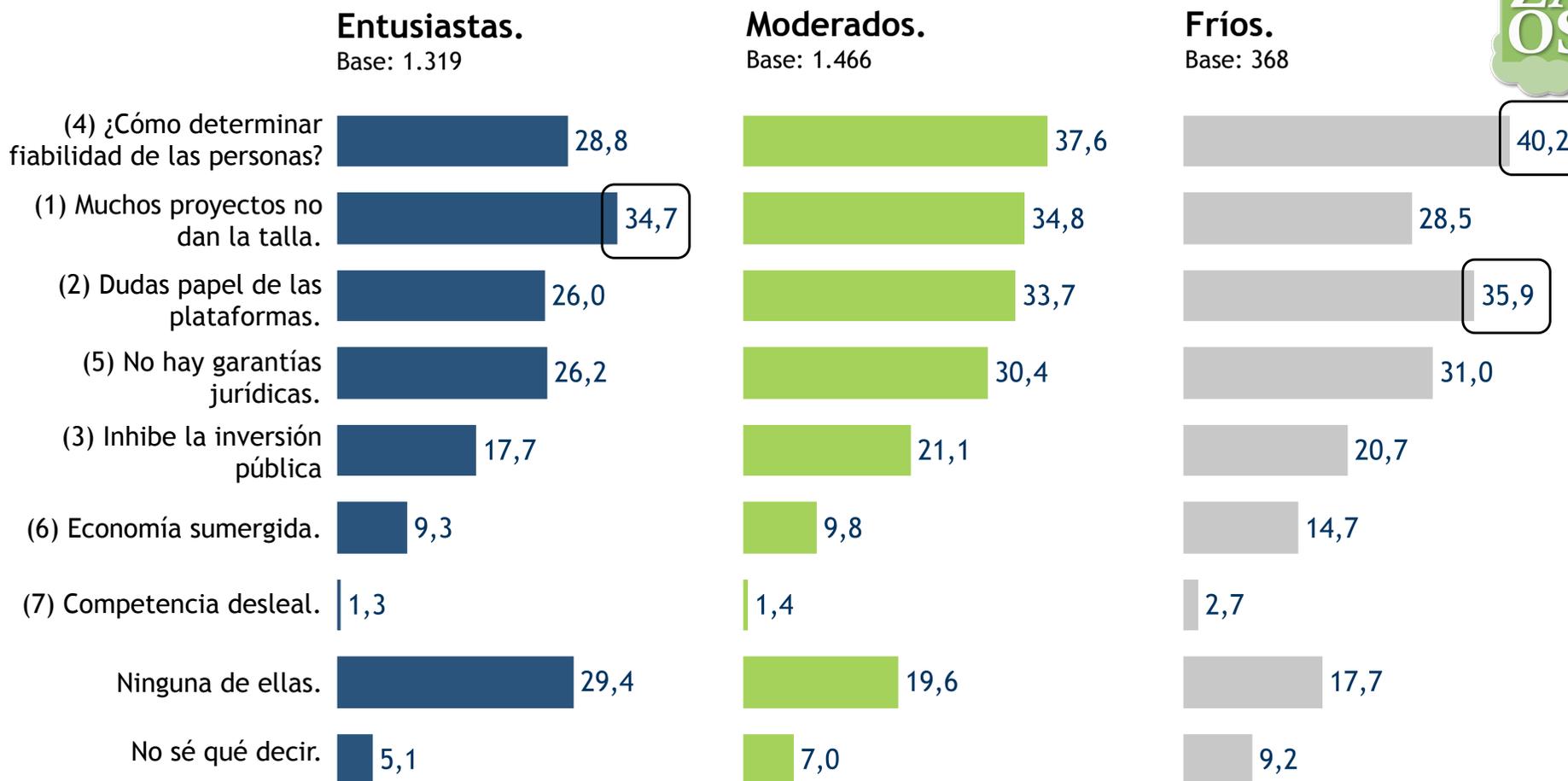
Inhibir la inversión pública.

Los mecenas no ven economía sumergida o competencia desleal entre las sombras del crowdfunding.



## Las Sombras del Crowdfunding.

% Respuesta múltiple.

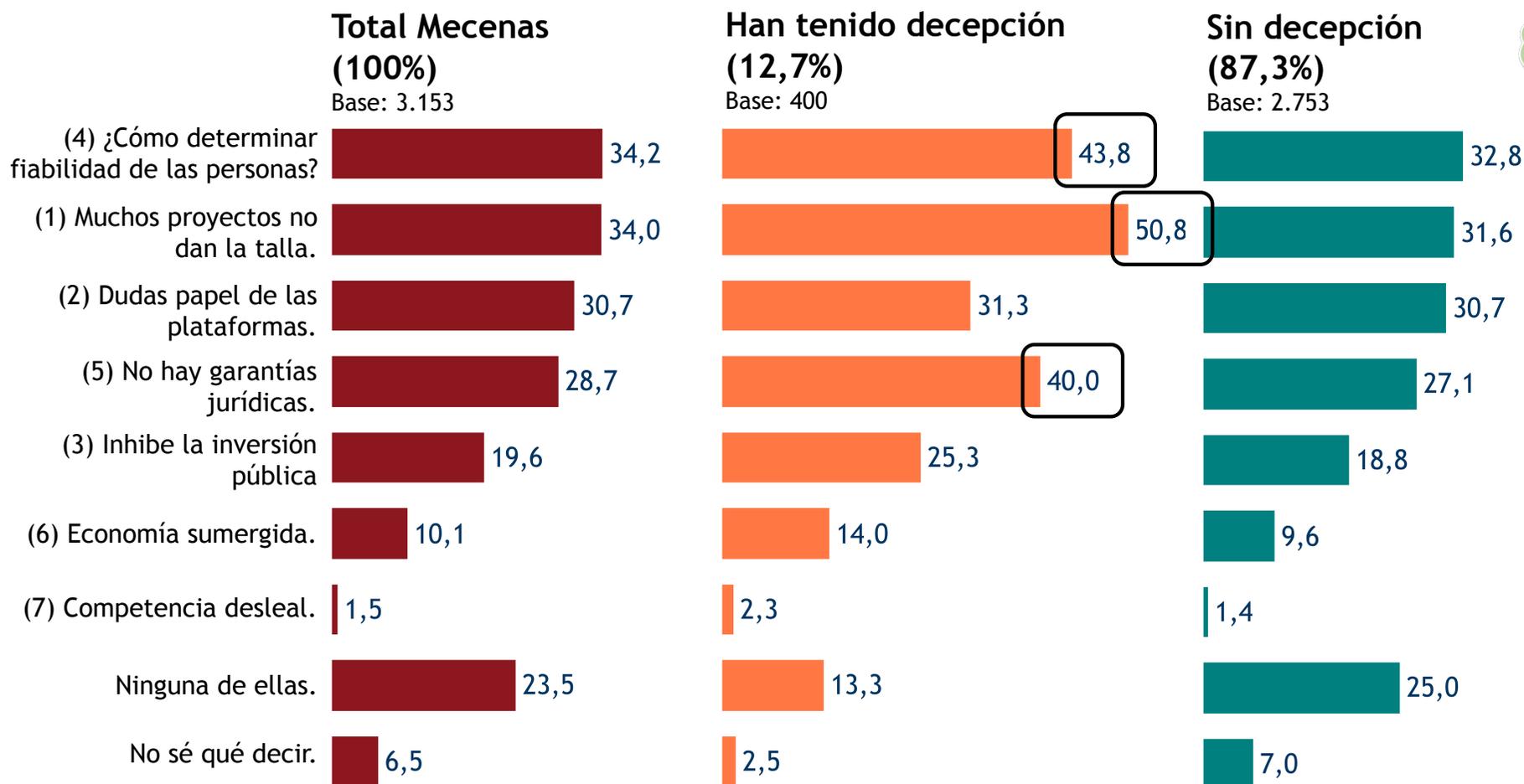


Interesante constatar que el principal “reproche” del segmento entusiasta es la **falta de calidad** en algunos proyectos. Contrasta con las preocupaciones del segmento frío que se centran en cómo determinar la **fiabilidad de los promotores**, aspecto que rebota en las dudas sobre **el papel de las plataformas**: ¿cómo hacen la “criba”?



## Las Sombras del Crowdfunding.

% Respuesta múltiple.



Aquí vemos la visión comparada acerca de las dudas sobre el crowdfunding entre los mecenas que han vivido alguna decepción y los que no (ver página siguiente).



Esa visión comparada nos permite descubrir cuáles son, a juicio de los mecenas, las zonas de sombra y, por tanto, las áreas de mejora.

Si posamos la mirada en la opinión de mecenas que **han vivido alguna decepción** vemos aparecer TRES GRANDES DUDAS que actualmente proyecta el crowdfunding, restándole potencial y velocidad de crecimiento:

- a) El bajo listón de **calidad** en algunos proyectos.
- b) Determinar la **fiabilidad de los promotores**.
- c) La inexistencia de un marco que aporte las **garantías jurídicas**.

Las dos primeras nos ayudan a entender por qué la CUARTA GRAN DUDA es ...

- d) El papel que juegan las **plataformas**.

En la lógica del mecenas las plataformas son las garantes de la calidad del proyecto y la fiabilidad de los promotores, dejando a las instituciones la responsabilidad de crear el marco jurídico que aporte las garantías necesarias.

Hay una gran OPORTUNIDAD de despejar las sombras que podrían limitar el crecimiento del crowdfunding entre la ciudadanía si se trabaja integradamente:

- El gobierno legislando las garantías jurídicas.
- Las plataformas velando por la calidad de los proyectos y la fiabilidad de los promotores.

Ambos trabajos aportarán CONFIANZA, imantando la motivación de los mecenas a financiar porque obtienen en retorno su beneficio:

Contribuir al **Cambio** hacia algo **Nuevo, Valioso, Facilitado ... y CONFIABLE.**



# Metodología.



## Universo de la investigación:

Comunidad de usuarios registrados en la plataforma de crowdfunding Lánzanos: 130.000 personas.

[www.lanzanos.com](http://www.lanzanos.com)

## Método:

Se han desarrollado dos fases:

**Fase cualitativa.** Septiembre de 2013, mediante cuestionario CAWI semi-estructurado, con una duración media de 35 minutos, cumplimentado por 280 usuarios.

Link al cuestionario: [http://test.nicequest.com/surveys/global\\_glacier/ntqr\\_32379](http://test.nicequest.com/surveys/global_glacier/ntqr_32379)

**Fase cuantitativa.** Partiendo del análisis cualitativo anterior se ha realizado una encuesta en marzo de 2014, mediante cuestionario CAWI de preguntas cerradas (duración 12 minutos), con la participación de 4.070 usuarios de Lánzanos, de los cuales 3.153 (77,5%) han contribuido como mecenas en algún proyecto de crowdfunding en los últimos tres años.

Link al cuestionario: [http://test.nicequest.com/surveys/global\\_glacier/ntqr\\_45126](http://test.nicequest.com/surveys/global_glacier/ntqr_45126)

En este informe mostramos los resultados de esta fase cuantitativa.

## Muestreo empleado en la encuesta:

Se envió la invitación a participar en la encuesta a 118.000 usuarios seleccionados mediante muestreo aleatorio simple.

Se ha tomado la opinión de una muestra de **3.153 mecenas**. Error máximo de muestreo +/- 1,78%. Nivel de confianza del 95,5% y en el supuesto de máxima indeterminación de un suceso aleatorio ( $p = 0,5 = 1-p$ ).



Hola,

Soy **Gregorio López Triviño** y te hablo en nombre de todo el equipo de Lánzanos, una de las primeras plataformas de crowdfunding que abrió sus puertas en Europa.

Te escribo para pedir tu participación en una encuesta sobre el crowdfunding.  
¿Nos ayudas?

No, prefiero no ayudar

En colaboración con la empresa Netquest hemos preparado un **cuestionario** para ser respondido **de forma totalmente anónima** (es la razón por la que no te saludamos por tu nombre en este mensaje).

Se trata de una encuesta diferente, con preguntas que podrían sorprenderte porque no son las que nos hacen habitualmente. Algunas te harán reflexionar, por ello te sugiero que elijas un momento del día en que puedas disponer de un tiempo de calma que te permita responder con tranquilidad.

Tu sinceridad será para nosotros un preciado regalo.

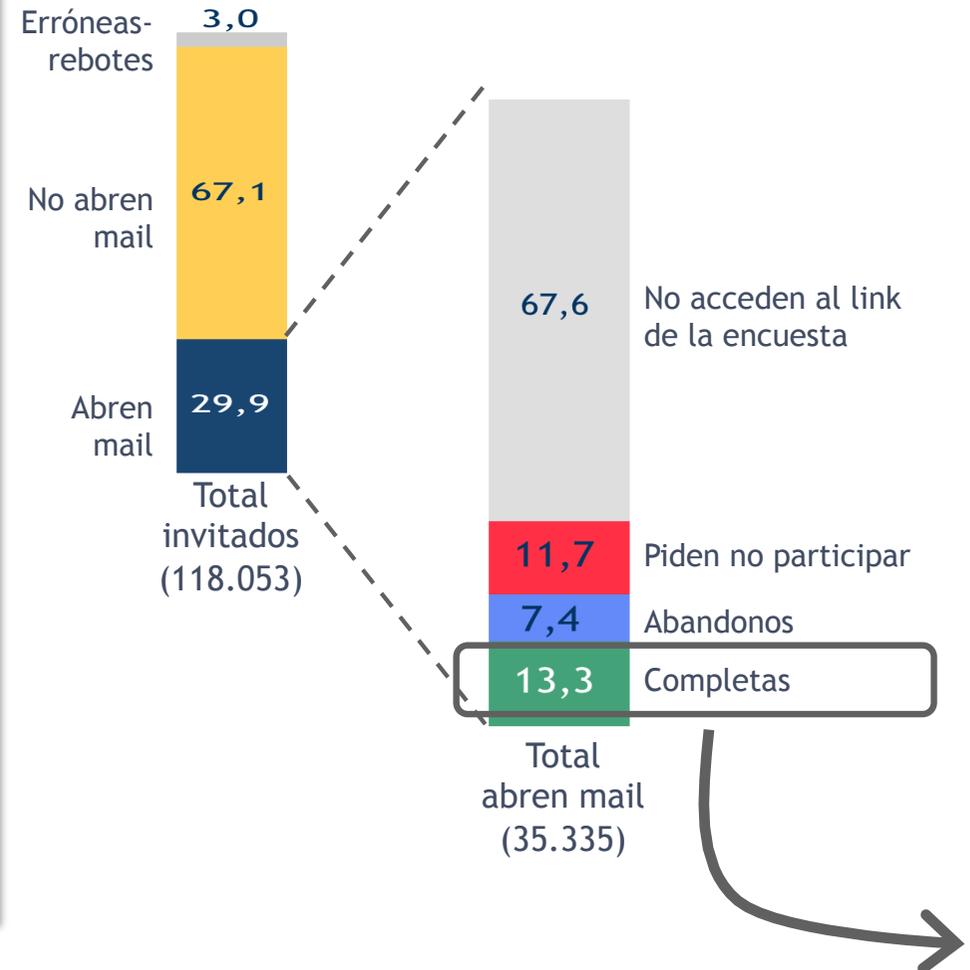
Accede al cuestionario aquí

Si no deseas participar pincha en este otro [link](#), y no te enviaremos ningún recordatorio.

Un abrazo y gracias por tu generosidad.

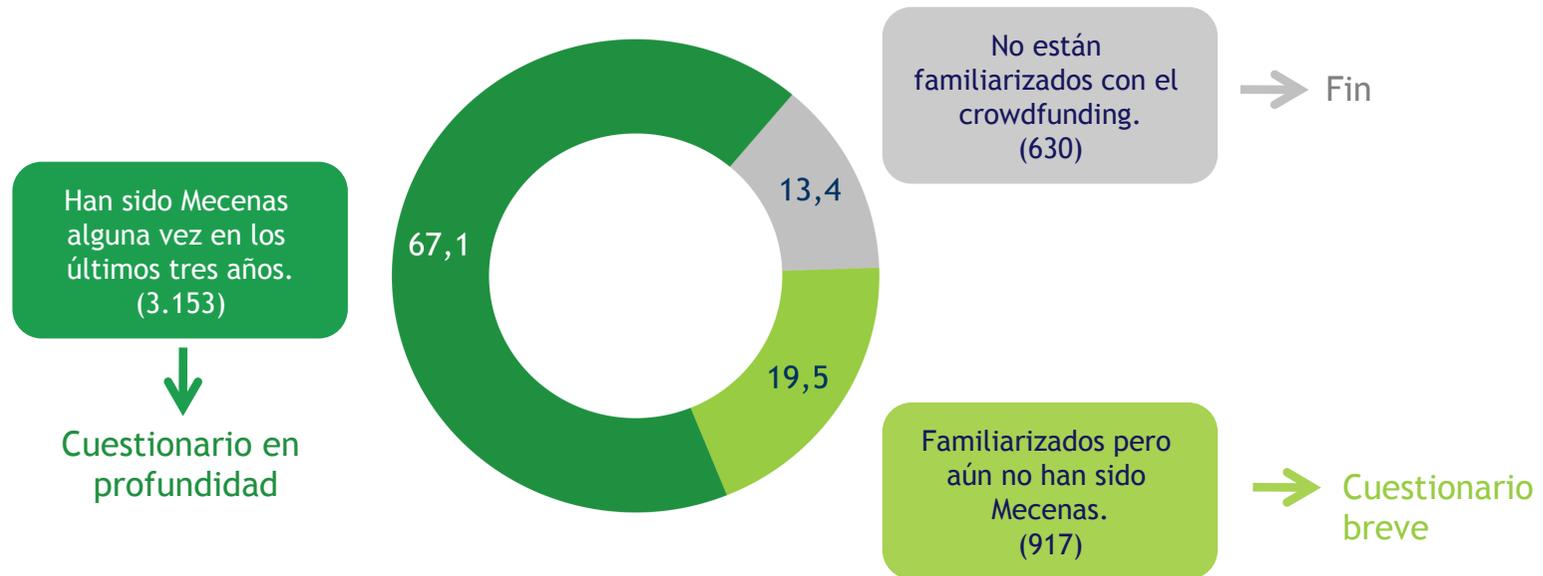


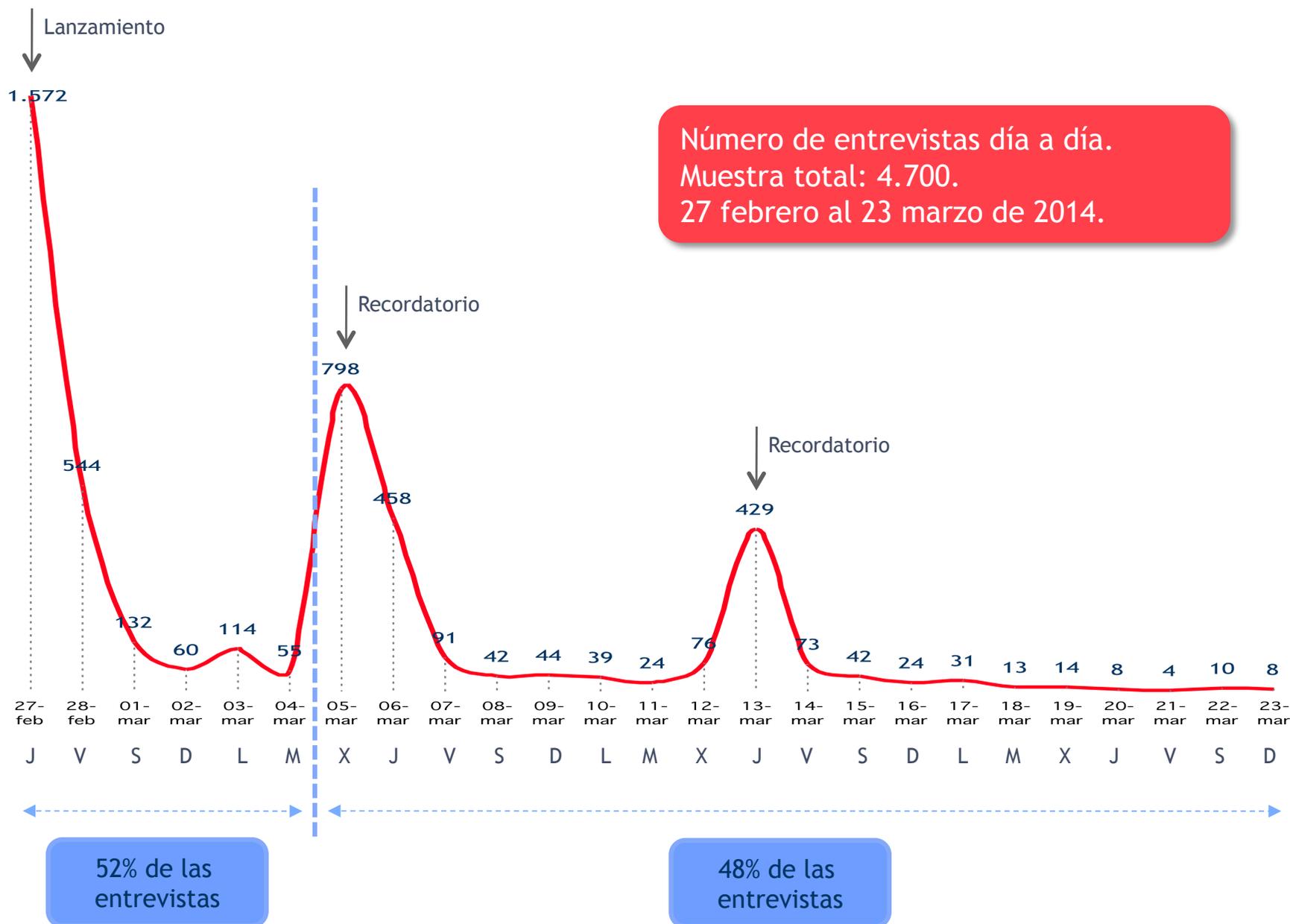
Gregorio López Triviño  
Director





Total entrevistas completas  
(4.700)







# Reacciones recogidas de la Comunidad.



**Fede** • @fedear

27 feb

Aguantando [#spam](#) de [@Lanzanos](#) firmado por [@goropdi](#). Ni link para unsubscribe ni hostias. Que me digan de donde sacaron mi email...

Respuesta • Retuit • Favorita



**Esparta Palma** • @esparta

5 mar

"Somos [@Lanzanos](#) ¿nos ayudas con tu opinión?" << NO, Gregorio, no quiero. El siguiente correo que reciba de Uds se va directo al SPAM box.

Respuesta • Retuit • Favorita



**Jose Cuesta** • @InerciaCreativa

13 mar

Ya van cuatro emails de [@Lanzanos](#) para que haga una encuesta. Un poco excesivo, ¿no?

Respuesta • Retuit • Favorita



--

[Redacted] Proyecto: no quiero recibir más spam

Texto: Soy Gregorio López Triviño y te estoy mandando correos sin que te haya pedido autorización para que me des tu opinión sobre mi cutre portal de losers.

Gracias por rellenar la encuesta que no has pedido hacer con respuestas al azar.

--

[Redacted] Proyecto: Respuesta a cuestionario

Texto: Lo voy a decir claro para no andarnos con rodeos y haceros de perder el tiempo.

¿ESTAIS FLIPADOS?! ¿como se os ocurre mandar un cuestionario que se tarda más de 30 minutos en contestar?!

Fin de la crítica, rápido sencillo y para toda la familia, espero que mi e-mail os sirva de ejemplo para futuros Mails/encuestas. ¡Disfrutad del consejo que es gratis!



ant • @AntBogarin

12 mar

@Lanzanos enviad encuestas más cortas; no iba ni por el 25% y ya había contestad o 5 preguntas al menos. ;-)

Respuesta • Retuit • Favorita

Hola,

Sólo quería ponerme en contacto con vosotros para deciros que estáis enviando unas encuestas via email en las que el botón más gordo y pulsable es el de "No quiero participar". Por supuesto, lo he pulsado instintivamente pensando que era el de sí quiero participar. Como a mí, le habrá pasado a muchos receptores del email.

Os recomendaría para próximas ocasiones poner el botón de "Sí, quiero participar" bien gordo y en el centro.

Por cierto que además, en el correo que habéis enviado, el enlace a la encuesta parece una barra de separación, y me ha costado un poco encontrarlo. Vamos, que justo al revés de como debiera.

Un saludo!

Hola. He recibido este mensaje con una larga encuesta, la cual hace preguntas acerca de Crowdfunding, al final me preguntan si quiero registrarme en Nicequest, compañía que me ofrece 40 puntos al registrarme con ellos. Tambien, me dan a elegir donar 1 Euro a Lanzanos y quedarme con sólo 5 puntos. Además, me preguntan información personal, como nombre completo, fecha de nacimiento, entre otros. Quisiera saber si verdaderamente Lanzanos me ha enviado la encuesta, ya que no conozco la compañía Nicequest. Espero u pronta respuesta, muchas gracias.



 **Willy Naves** @willynaves  

Acabo de hacer una encuesta para @Lanzanos por el cariño que les tengo :) Pero casi me quedo mico.... que larga amigos jajajaja

 Responder  Retwittear  Favorito  Más

18:57 - 27 de feb. de 2014

Responder a @willynaves @Lanzanos

 **Lanzanos** @Lanzanos · 27 de feb.  
@willynaves Están los días sin pan, y luego nuestra encuesta :-P  
 Detalles  Responder  Retwittear  Favorito  Más

 **Willy Naves** @willynaves · 27 de feb.  
@Lanzanos debéis de ser la única encuesta que he contestado en mi vida jajajaja  
 Detalles  Responder  Retwittear  Favorito  Más



**ikutram** @ikutram · 27 de feb.

Contesto encantada 1 encuesta de @Lanzanos, y al final me ofrecen ser de @nicequest. Pero: hace años q lo soy :D. Lo siento por la donación!

Abrir

← Responder ↻ Retwittear ★ Marcado como favorito ... Más



**Ramon Bartomeus**

27 de febrero a la(s) 18:41 · 🌐

He rellenado el cuestionario de Lanzanos sobre Crowdfunding... te apetece colaborar con tu opinión? <http://ww1.ntq-partnership.com/surveys/glrec/cd97b30d-8af3-43ff-af99-1111ae34a37e/7c94d756-b203-473f-9455-73dd217b9e08>

<http://ww1.ntq-partnership.com/surveys/glrec/cd97b30d-8af3-43ff-af99-1111ae34a37e/7c94d756-b203-473f-9455-73dd217b9e08>

WW1.NTQ-PARTNERSHIP.COM



**Luis Endera Cine**  
@Luis\_Endera

⚙️ [Seguir](#)

Acabo de terminar una encuesta en [@lanzanos](#), muy interesante y claro, al final, te dan un abrazo. Qué majos! :))  
[pic.twitter.com/saydlpoxnF](http://pic.twitter.com/saydlpoxnF)

↩️ Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más



Gracias por tu tiempo. Un abrazo.  
[www.lanzanos.com](http://www.lanzanos.com)

Responder a [@Luis\\_Endera](#) [@Lanzanos](#)



**Lanzanos** @Lanzanos · 5 de mar.

[@Luis\\_Endera](#) No disimules: ponnos a parir y di que ha sido más larga que un día sin pan xD

Detalles

↩️ Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más



**Luis Endera Cine** @Luis\_Endera · 5 de mar.

[@Lanzanos](#) jajaja! Qué va, el tema me encanta y hasta se me ha hecho corta. Tenéis más? :-))

Detalles

↩️ Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más



**Lanzanos** @Lanzanos · 5 de mar.

[@Luis\\_Endera](#) Descuida, te ponemos el primero en la lista ;-)

Detalles

↩️ Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más



**BARATC mercedes 2.0** @Baratometrajes · 5 de mar.

[@Luis\\_Endera](#) [@Lanzanos](#) yo la he hecho también. Y eso que hacer encuestas es de lo que más pereza da. Muy currada. Dos abrazos ;)

Detalles

↩️ Responder ↻ Retwittear ★ Favorito ⋮ Más

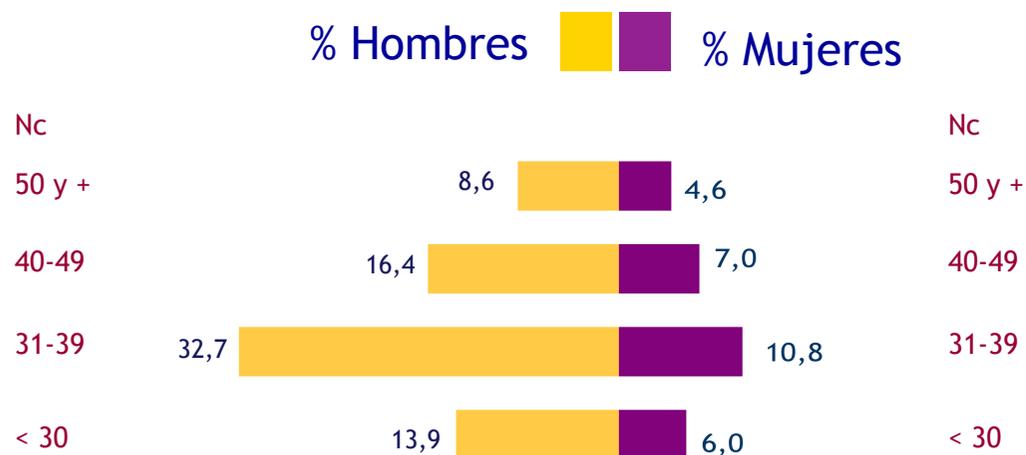


# Perfil de la muestra entrevistada.



## SEXO / EDAD DE LOS ENTREVISTADOS

Total muestra:  
mecenass + no mecenass  
(4.070)

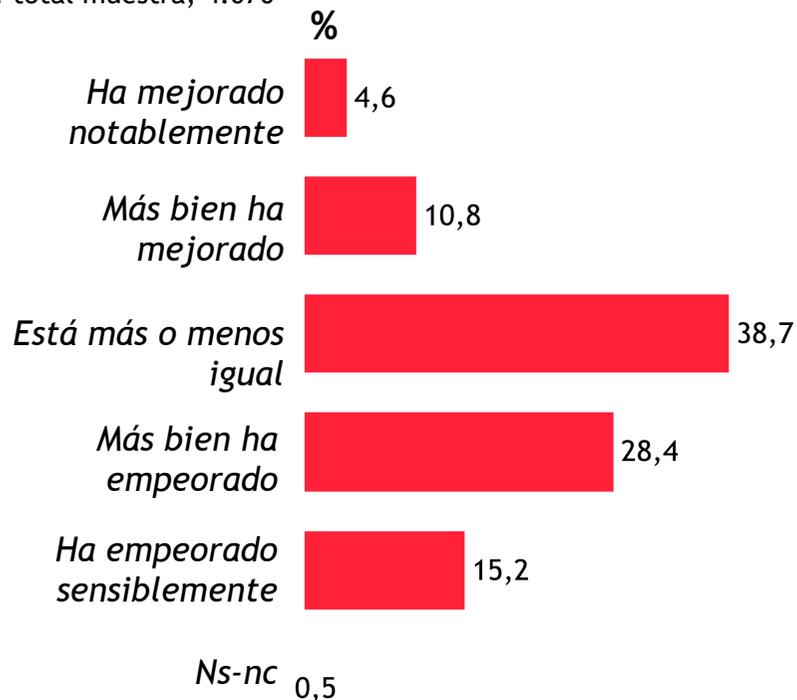


La comunidad de usuarios de Lánzos está escorada hacia los varones (71,6%), resultando muy notable el protagonismo de los “treintañeros”.



Como sabes, llevamos un tiempo en crisis económica. **¿TU SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL** en los últimos dos-tres años ha mejorado, ha empeorado o está más o menos igual que estaba?

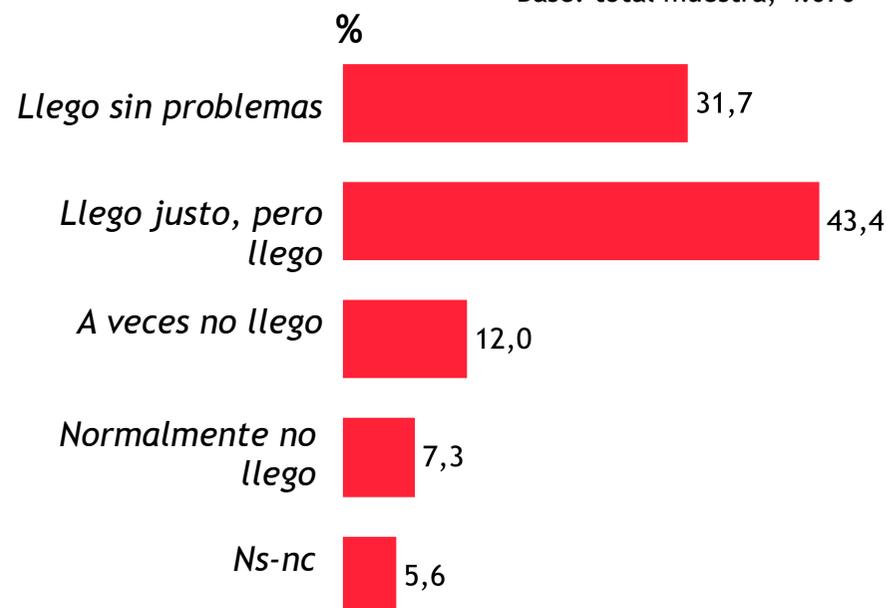
Base: total muestra, 4.070



Situación económica personal

¿Cómo de fácil o difícil te resulta **ACTUALMENTE llegar a fin de mes?**

Base: total muestra, 4.070





## SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

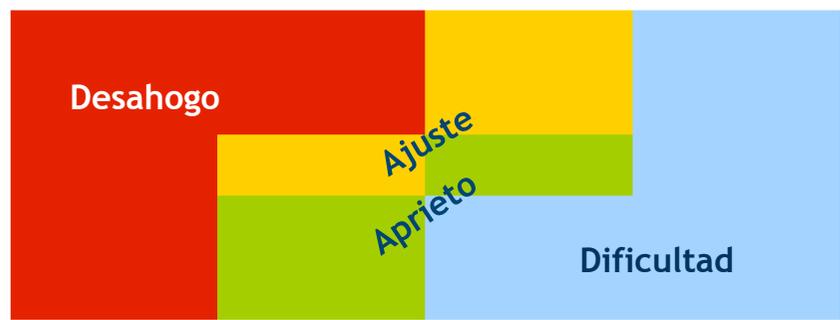
*Economía personal en los últimos tres años*

### Facilidad/Dificultad para llegar a fin de mes

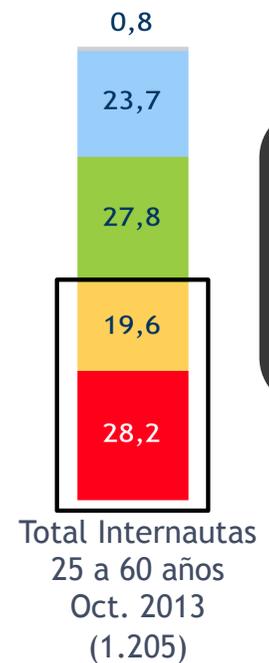
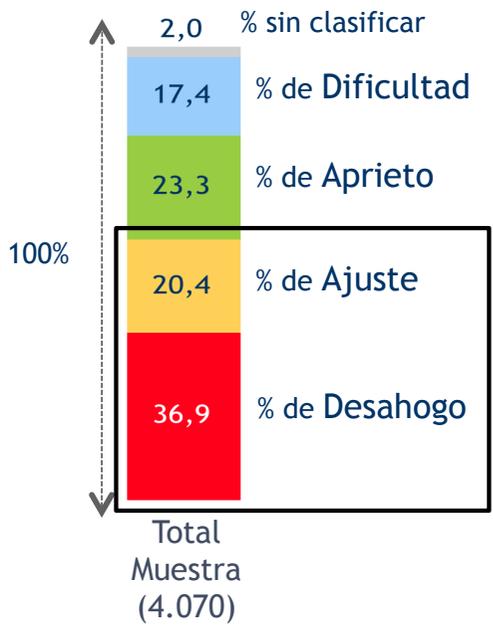


Llego sin problemas      Justo, pero llego      A veces no llego      Normalmente no llego

Ha mejorado notablemente  
Más bien ha mejorado  
Está más o menos igual  
Más bien ha empeorado  
Ha empeorado notablemente



Sin cla.



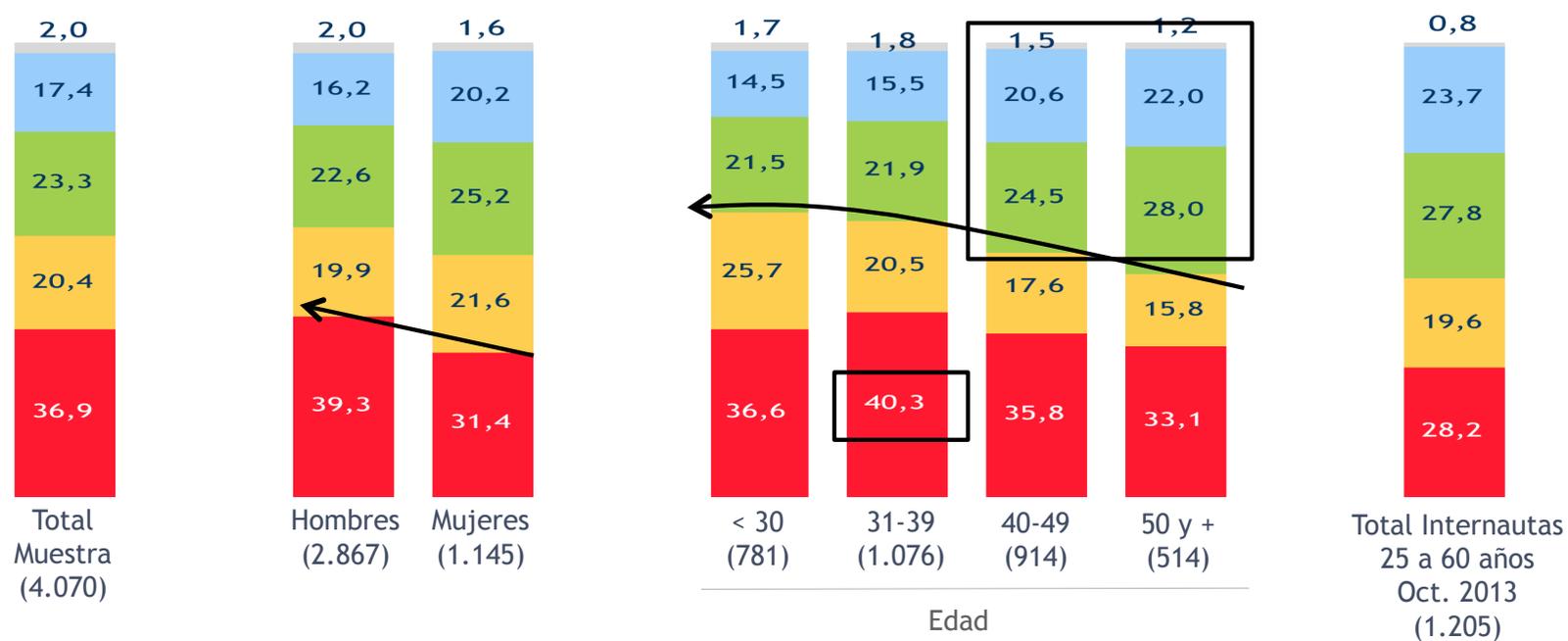
En la comunidad de Lánzanos hay una mejor situación económica personal que la observada para el conjunto de los internautas del país.



## Situación económica personal



Situación económica personal

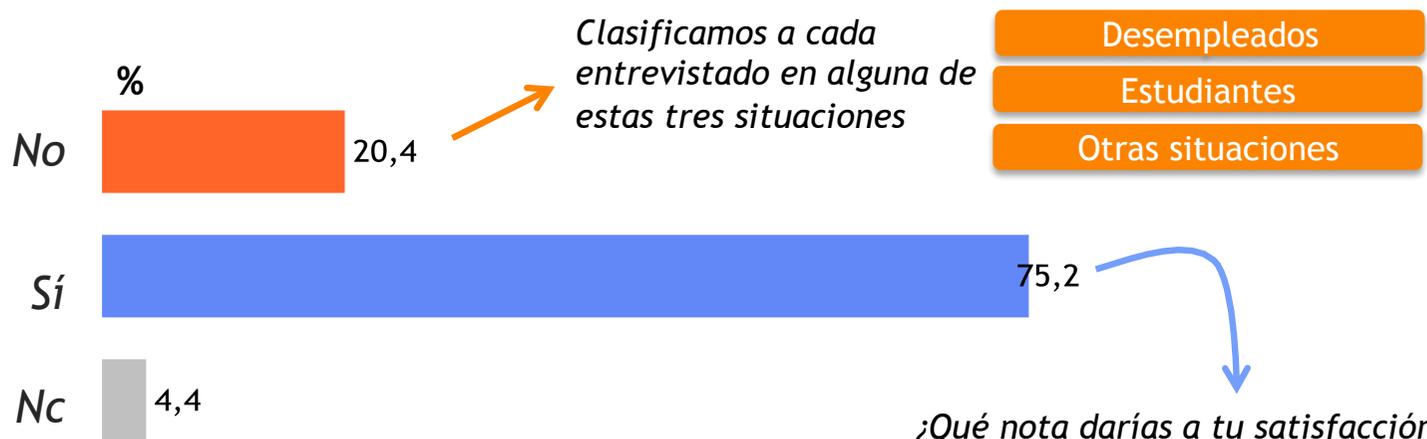


Se observa una situación económica más favorable entre los hombres que entre las mujeres. También vemos que la situación económica personal es mejor entre los grupos más jóvenes, especialmente en la generación más numerosa en esta comunidad, la de los treintañeros. Por el contrario, las situaciones de aprieto o dificultad son más frecuentes entre los grupos de edad mayores de cuarenta años, aspecto que tiene que ver con la mayor presencia de “cargas” familiares.



## Situación laboral

*¿Actualmente tienes algún trabajo remunerado, aunque sea temporal o puntual?*  
Base total muestra, 4.070



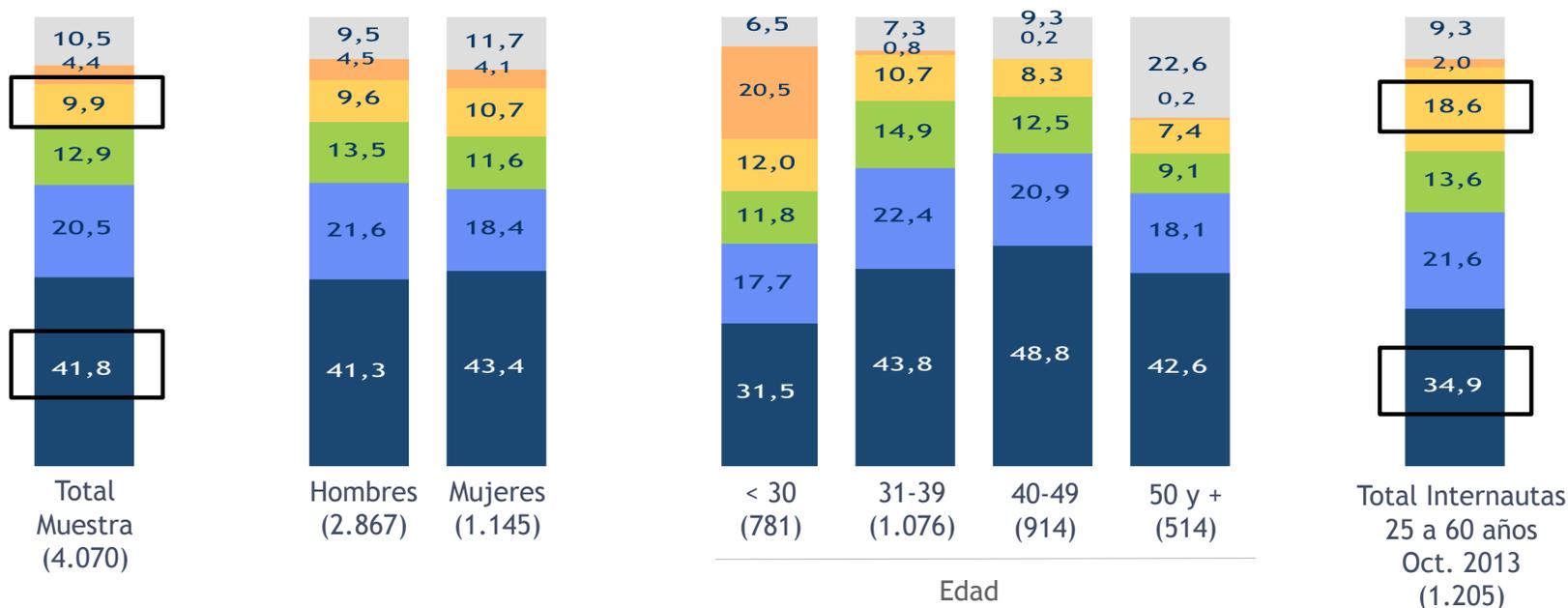
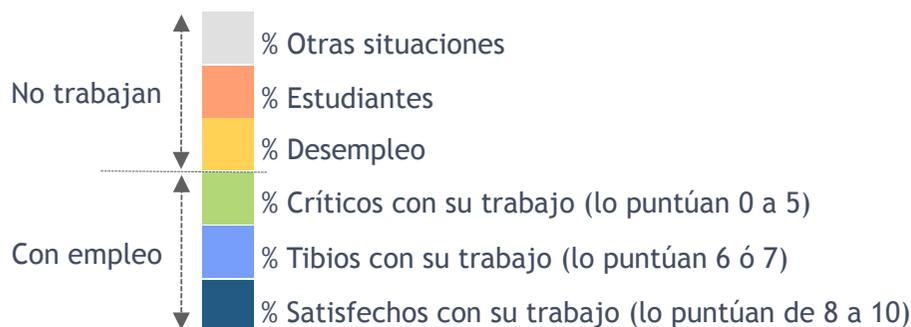
*¿Qué nota darías a tu satisfacción con tu trabajo actual, siendo CERO que no te gusta nada o casi nada y DIEZ que te encanta tu trabajo actual?*

- Críticos (0 a 5)
- Tibios (6 ó 7)
- Satisfechos (8 a 10)

(Entre paréntesis aparece el intervalo de nota media que dan a su trabajo actual, en una escala de 0 a 10).



## Situación laboral



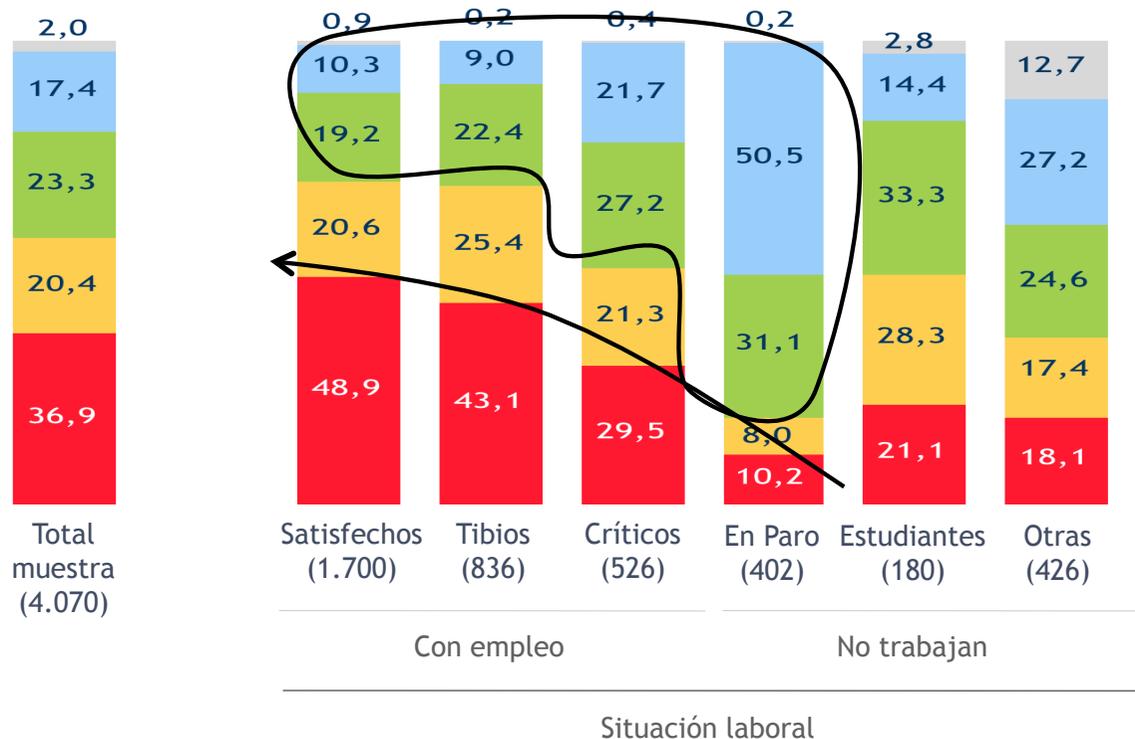
También la calidad de la vida laboral de la comunidad de Lánzanos presenta mejores indicadores que la media de los internautas españoles. Mírense las columnas de los dos extremos: es mayor la franja de personas satisfechas con su trabajo y menor la franja de personas en paro.



## Situación económica personal

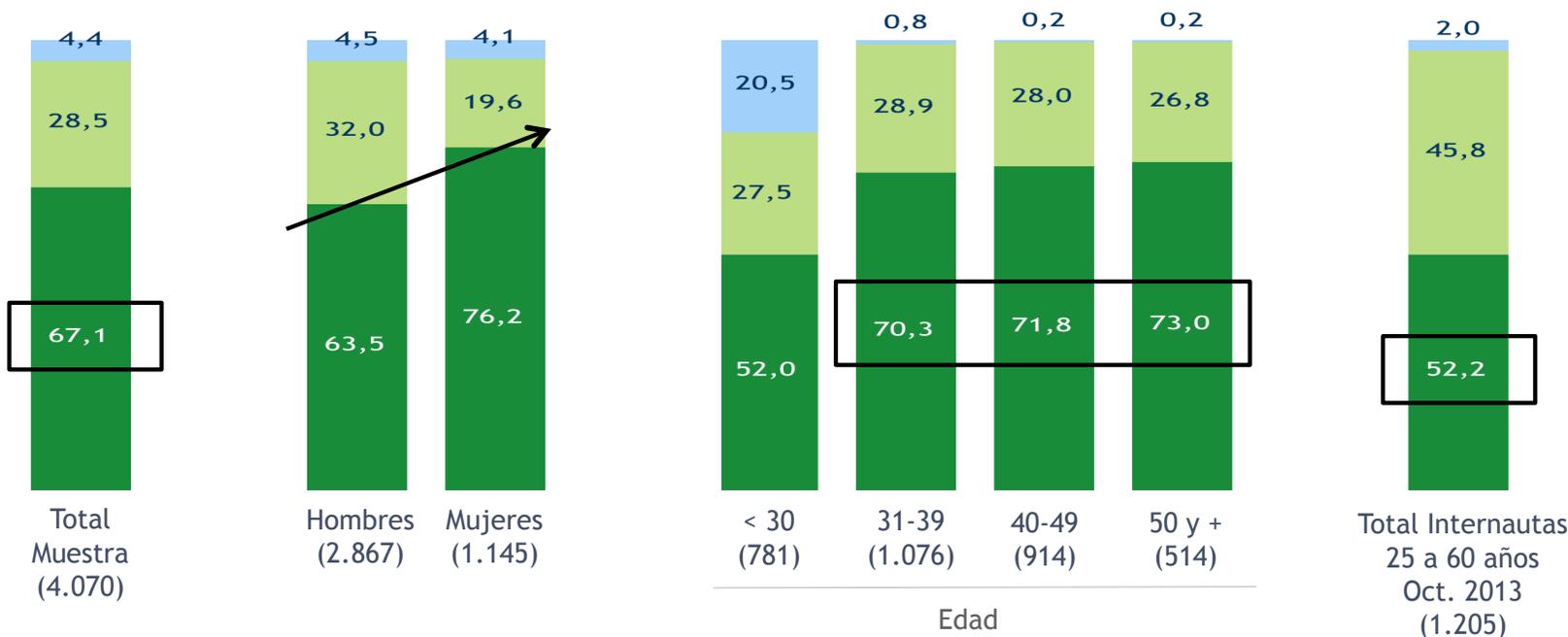
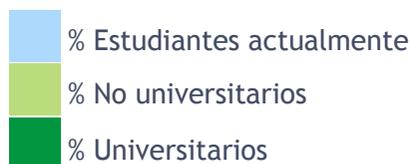


Relación entre  
Situación económica  
personal y situación laboral





## Nivel de estudios terminados

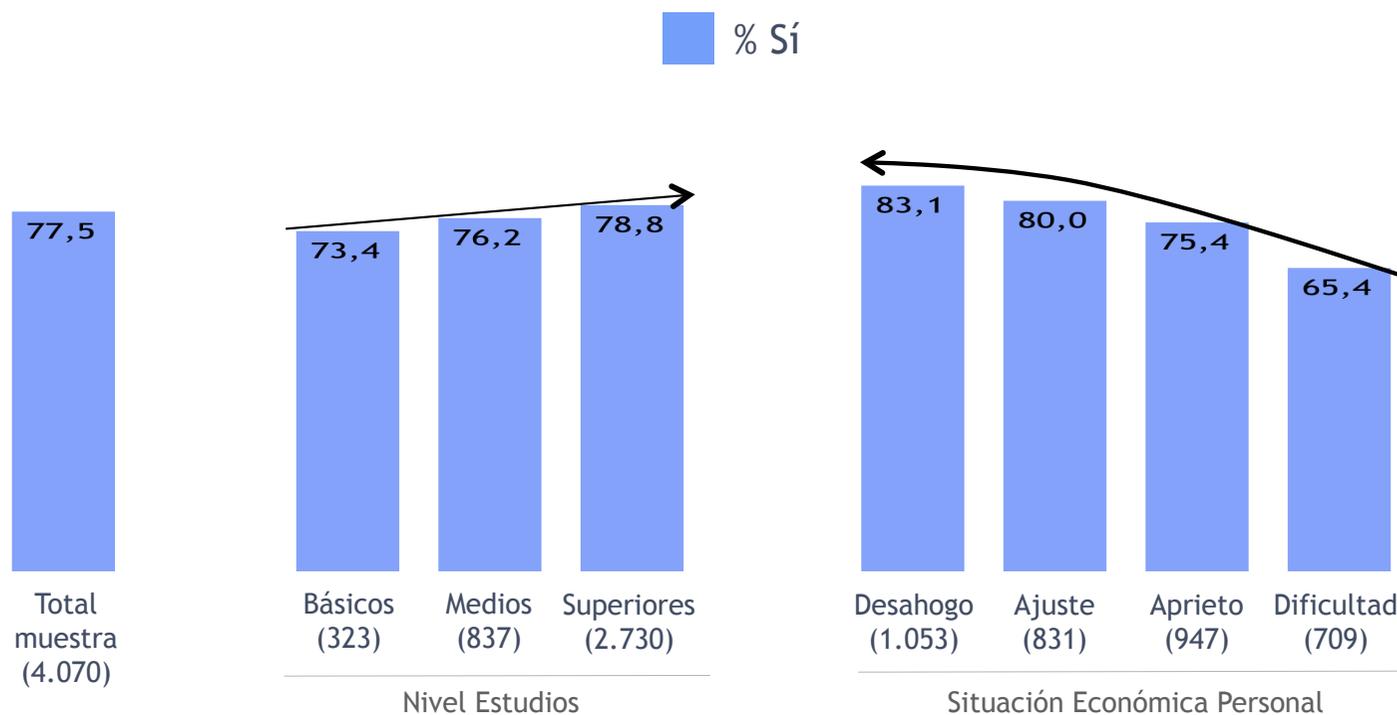


En la comunidad de Lánzanos la formación universitaria es más frecuente que en el conjunto de los internautas españoles.

Los datos nos indican que es mayor esta presencia entre las mujeres que entre los hombres, y que se mantiene estable con la edad. Este último dato nos habla de una peculiaridad, pues cabría esperar que la formación universitaria decayera a partir de los 50 años, pero no es así.



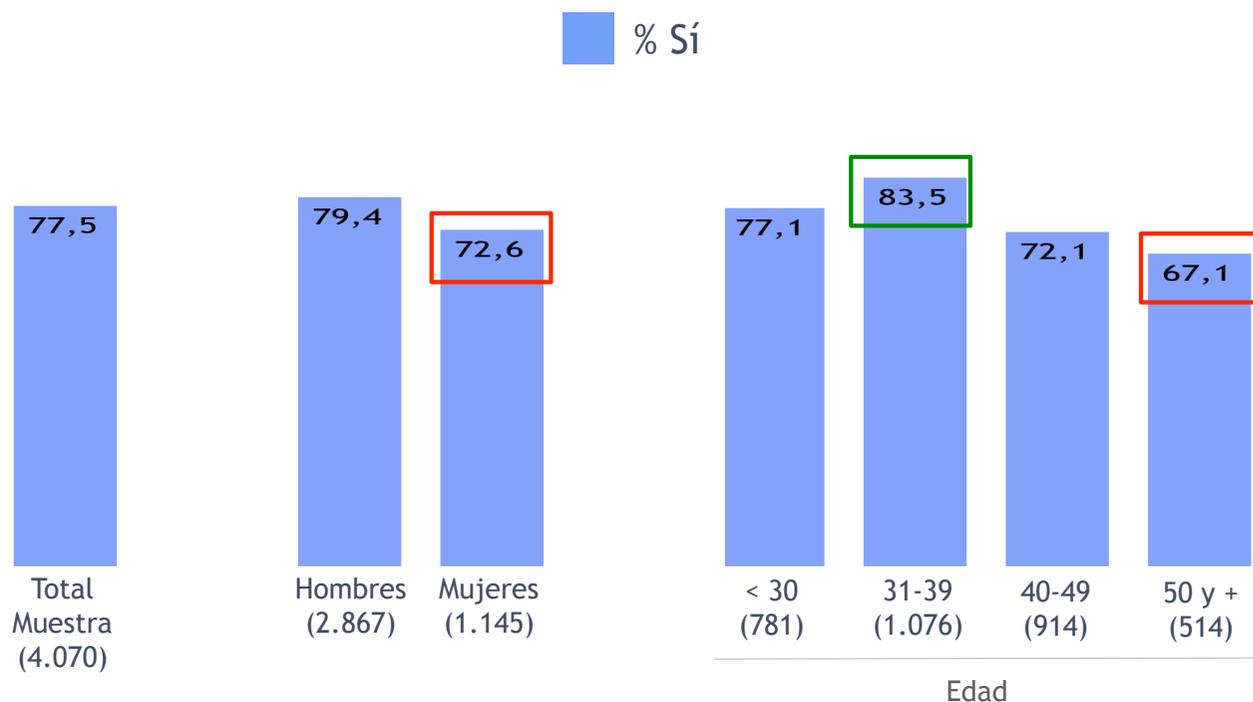
¿Alguna vez has **apoyado con dinero** alguna campaña de crowdfunding, sea en Lánzanos o en cualquier otra iniciativa?



Los datos nos muestran la relación que hay entre **el hecho de ser mecenas y la situación económica personal**. El porcentaje de mecenas aumenta claramente, en casi 20 puntos, entre quienes están en situación de desahogo frente a quienes están en dificultad.



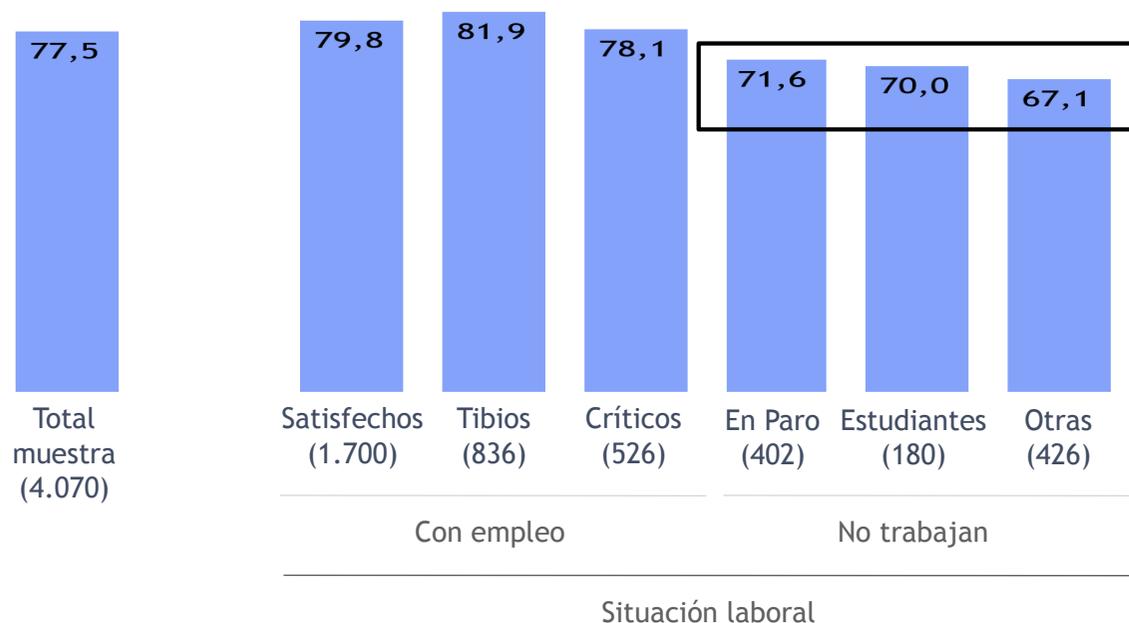
¿Alguna vez has *apoyado con dinero* alguna campaña de crowdfunding, sea en Lánzanos o en cualquier otra iniciativa?



De lo visto en la página anterior vemos aquí el reflejo. Los colectivos con menos boyantía económica (las mujeres y los mayores de 50 años) son los que muestran una tasa de participación como mecenas algo menor que los demás. En cambio la generación con mayor nivel de desahogo (treintañeros) es donde repunta la participación.



¿Alguna vez has *apoyado con dinero* alguna campaña de crowdfunding, sea en Lánzanos o en cualquier otra iniciativa?

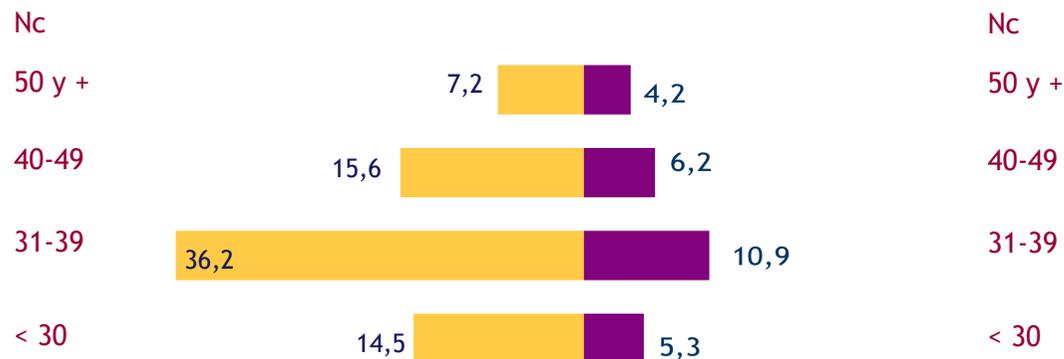


En consecuencia, las personas que no trabajan (desempleados, estudiantes, pensionistas, amas de casa...) también aparecen un paso por detrás en cuanto a participación como mecenas.



### Muestra de Mecenas (3.153)

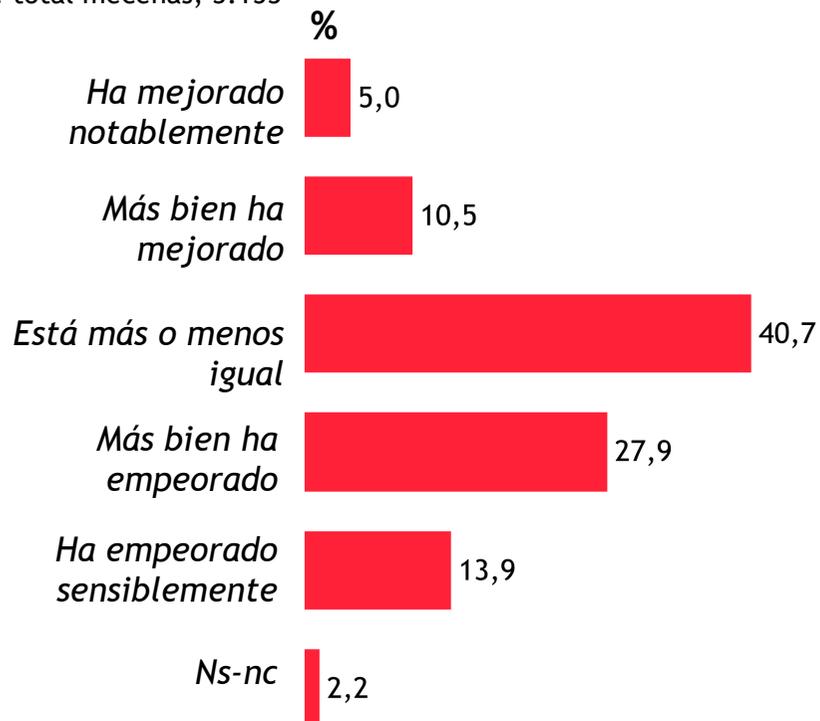
% Hombres   % Mujeres





Como sabes, llevamos un tiempo en crisis económica. **¿TU SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL** en los últimos dos-tres años ha mejorado, ha empeorado o está más o menos igual que estaba?

Base: total mecenas, 3.153



Situación económica personal

¿Cómo de fácil o difícil te resulta **ACTUALMENTE llegar a fin de mes?**

Base: total mecenas, 3.153





## SITUACIÓN ECONÓMICA PERSONAL

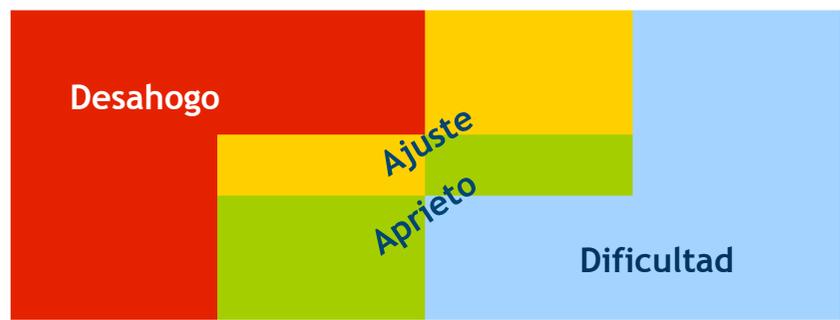
*Economía personal en los últimos tres años*

### Facilidad/Dificultad para llegar a fin de mes

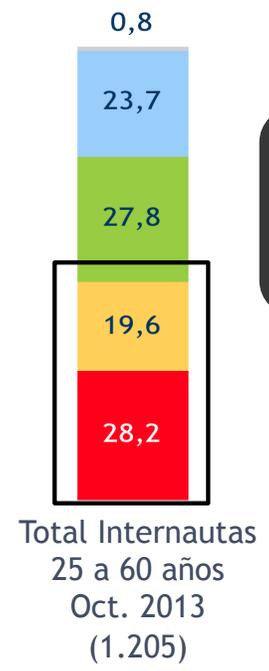
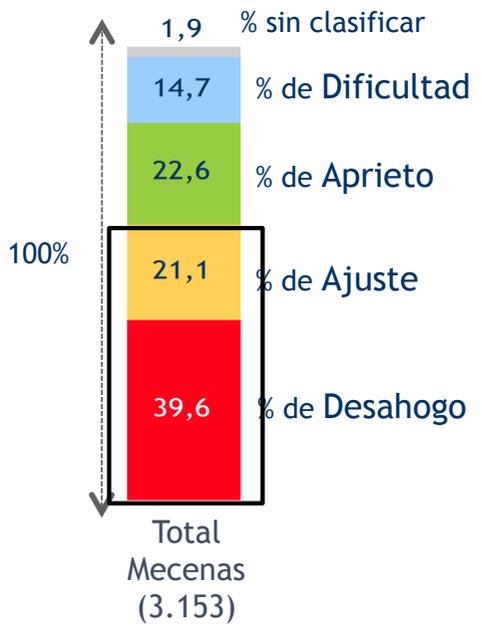


Llego sin problemas    Justo, pero llego    A veces no llego    Normalmente no llego

Ha mejorado notablemente  
Más bien ha mejorado  
Está más o menos igual  
Más bien ha empeorado  
Ha empeorado notablemente



Sin cla.



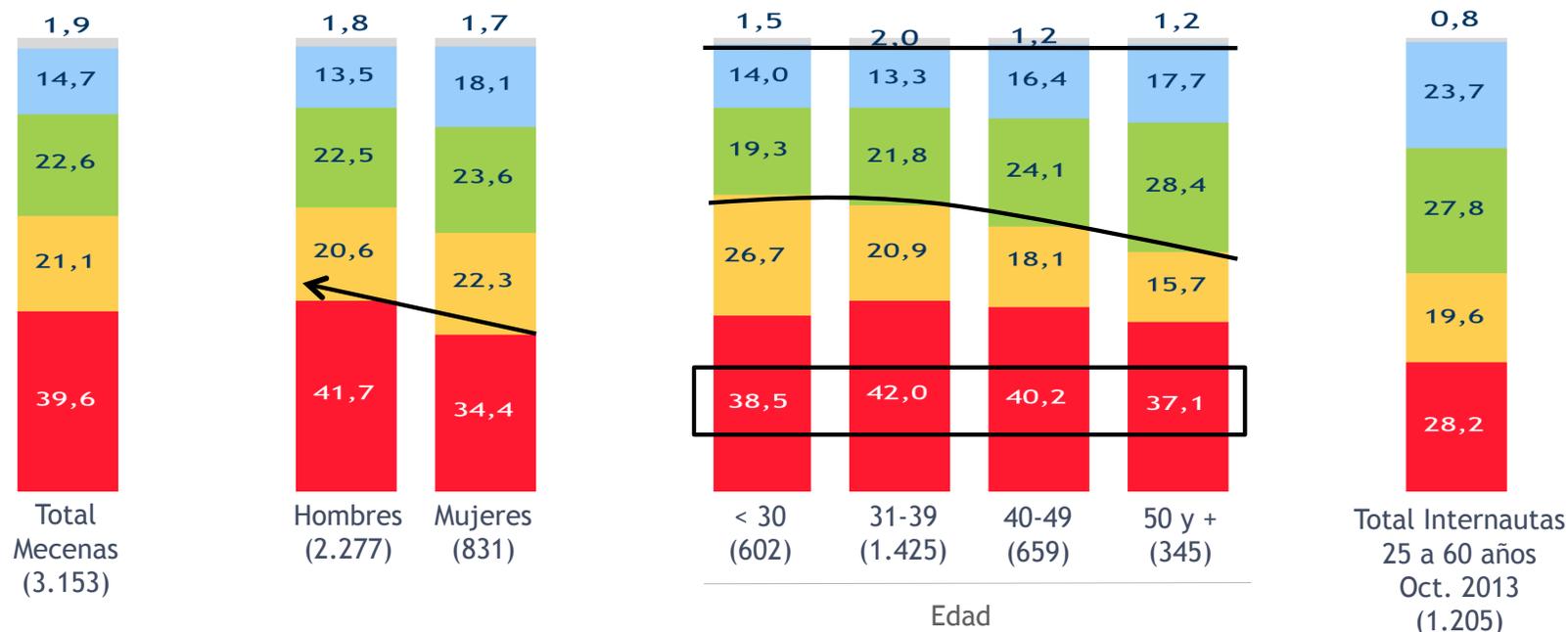
Los mecenas presentan mejor situación económica que la media de los internautas españoles.



## Situación económica personal



Situación económica personal



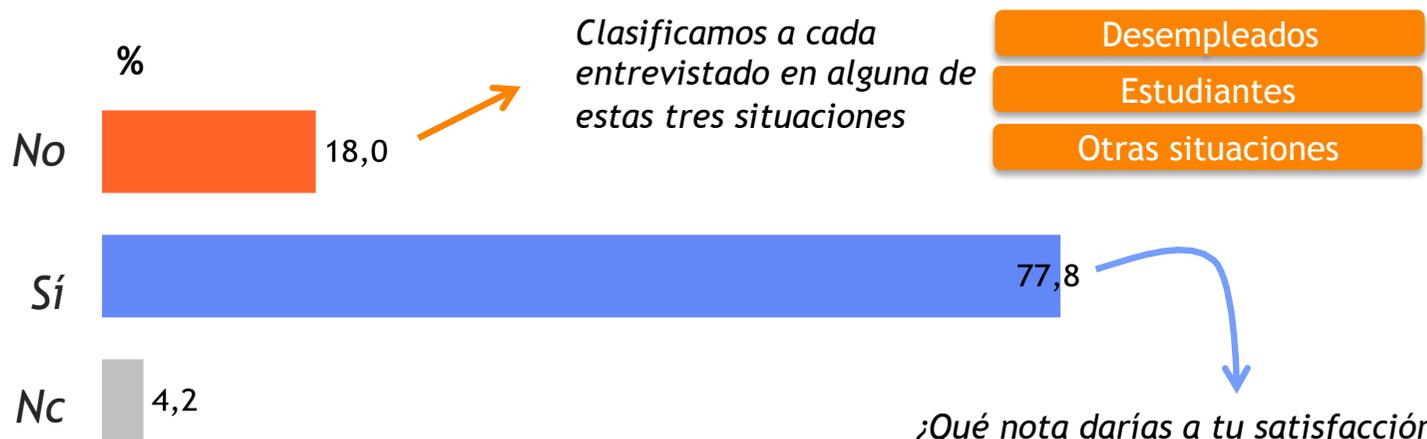
Se mantienen las diferencias entre hombres y mujeres que vimos para toda la comunidad. Se mantiene el hecho de que los niveles de mayor estrechez son más frecuentes entre los grupos de edad mayores, pero también es cierto que en el colectivo de mecenas se tienden a igualar los niveles de desahogo económico entre todas las generaciones.



## Situación laboral

¿Actualmente tienes algún trabajo remunerado, aunque sea temporal o puntual?

Base total muestra, 4.070



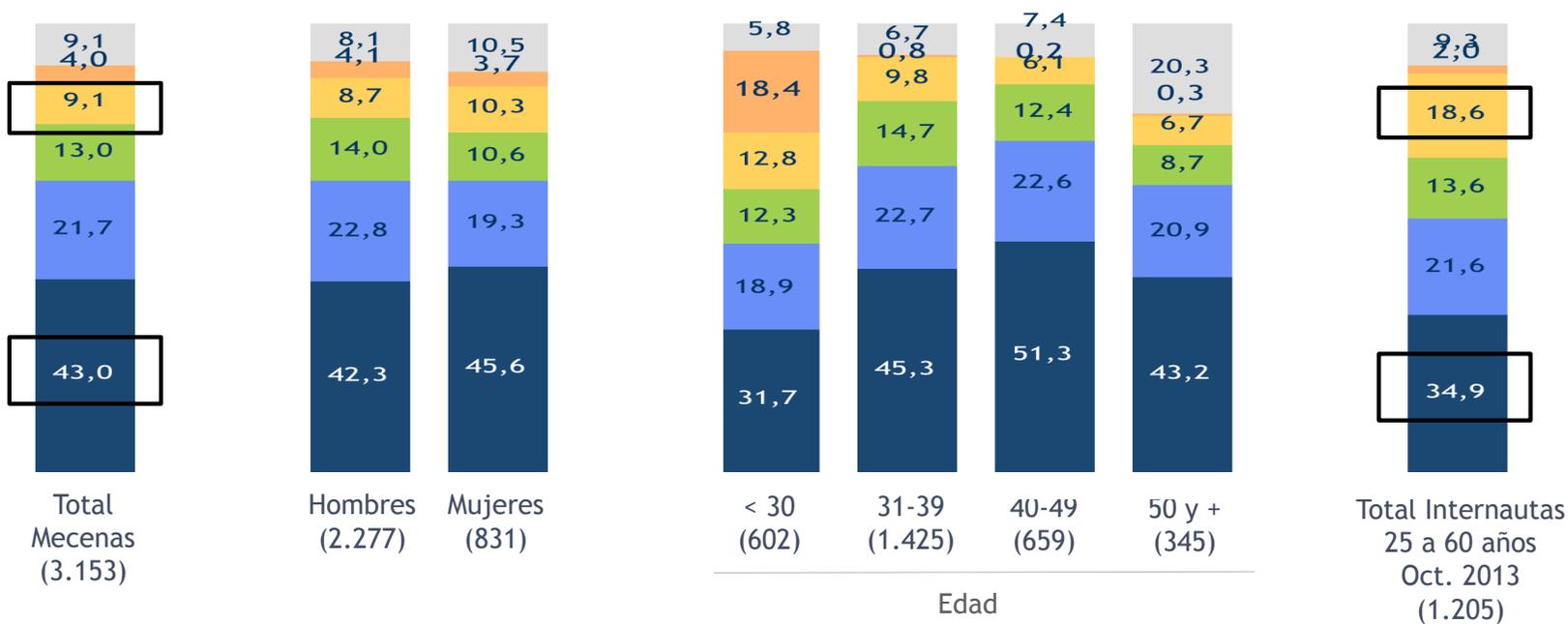
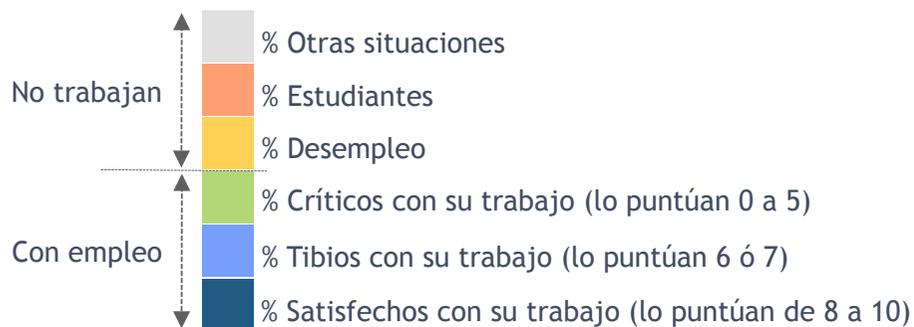
¿Qué nota darías a tu satisfacción con tu trabajo actual, siendo CERO que no te gusta nada o casi nada y DIEZ que te encanta tu trabajo actual?

- Críticos (0 a 5)
- Tibios (6 ó 7)
- Satisfechos (8 a 10)

(Entre paréntesis aparece el intervalo de nota media que dan a su trabajo actual, en una escala de 0 a 10).



## Situación laboral





## Nivel de estudios terminados

- % Estudiantes actualmente
- % No universitarios
- % Universitarios

