



DONAPOP

EXECUTIVE MBA 2018-2019

**Ana Carrasco Barneto
Diana Fernández Rodríguez
Carlos Gaitán Hurtado
Rafael Roa López**



RESUMEN EJECUTIVO

1 El Problema

Vivimos unos tiempos de necesidades antagónicas: por un lado, países desarrollados en los que la renta per cápita es de \$10.000 anuales, y donde productos como la ropa no se llegan a utilizar más de 100 veces en promedio.

En contraposición, los países subdesarrollados (80% de la población) luchan por disponer de unas condiciones de vida básicas que les permitan sobrevivir. En pleno siglo XXI, 1300 millones de personas viven con menos de 1€ diario, lo que se traduce en malnutrición, falta de vivienda o carencia en otras necesidades vitales como vestido, higiene, medicamentos, electricidad, etc y la única solución para paliar esta problemática son las organizaciones no gubernamentales, y pequeñas asociaciones que dependen, en su gran mayoría, de la caridad y las donaciones de los ciudadanos.



¿Cómo podríamos aunar estas dos realidades, de forma que pueda encontrarse una manera de solucionar este problema de la sociedad?

Para ello nace DONAPOP

La pobreza y la exclusión social se dan en todas las sociedades. Se trata de fenómenos estructurales, en tanto que son el resultado del sistema de organización de la sociedad y están sujetos al marco de referencia político, económico y cultural de cada momento histórico. Además, se agravan en contextos de crisis económica y social, como el que se ha vivido en los últimos años, lo que muestra aún más las deficiencias y vulnerabilidades del modelo social previo.

Aunque la falta de financiación es general en la sociedad, es el denominado **Tercer Sector Social** donde con más fuerza se hace patente esta falta de financiación. Es un sector muy frágil respecto de su financiación y demasiado dependiente de las cada vez más escasas aportaciones públicas (62% del total) y que cubren necesidades crecientes, que en estos momentos igualmente se ven menos respaldadas por el sector público. Resulta apremiante diversificar la captación y encauzamiento de fondos que apoyen tanto a entidades como a emprendedores sociales a llevar a término sus proyectos y actividad.

El **Tercer Sector Social** representa en torno a 30.000 entidades en todo el país, de carácter privado, voluntario, y sin ánimo de lucro, en las que trabajan más de 500.000 personas remuneradas, el 2,5% del empleo nacional, y aglutina cerca de 900.000 voluntarios, que prestan servicios de apoyo directo a más de 5.000.000 de personas, en su mayoría con discapacidad o en situación de vulnerabilidad y exclusión social.

La sostenibilidad y estabilidad económica de las entidades del TS Social dependerá en gran medida de su capacidad de diversificación de las fuentes de financiación, así como de la puesta en marcha de nuevos esquemas de financiación.



Por tanto, hay una clara evidencia de la necesidad de **conseguir nuevas fuentes de financiación que permitan conseguir fondos para que las entidades del Tercer Sector puedan llevar a cabo sus proyectos sociales en los diferentes ámbitos, siendo este el objetivo funcional de DONAPOP.**

Normalmente, los ciudadanos donan alimentos, ropa, en definitiva, bienes físicos que en la mayoría de las ocasiones suponen más un problema que una ayuda para estas asociaciones, ya que en la mayoría de las ocasiones los bienes donados no encajan con su actividad. Por ejemplo, Creando Huellas es una pequeña asociación de Vallecas cuyo círculo de actuación son los adolescentes más desfavorecidos, por lo que la ropa de bebé o de ancianos difuntos, que a veces reciben de sus vecinos, son bienes a los cuales no les encuentran una utilidad para su actividad.

Por otra parte, en muchos casos, la donación de bienes físicos como alimentos, perjudica las economías locales, las que al recibir estos productos dejan de tener actividad en sus pequeños comercios locales.

Así, **el principal problema que DONAPOP quiere resolver** es la actual falta de visibilidad y reducidas donaciones que sufren la mayoría de pequeñas ONGs y Asociaciones, opacadas en la mayoría de las ocasiones por grandes instituciones y ONGs cuya labor principal es también la de ayudar a colectivos necesitados, pero que suelen acumular la mayoría de recursos y ayuda ofrecida por la gente, gracias a su mayor alcance en la sociedad, debido a su tamaño, recursos propios y objetivos de gran impacto social.



Y es aquí donde **DONAPOP** ha detectado la **oportunidad** de utilizar el auge y el éxito de las plataformas digitales de compraventa de segunda mano (Wallapop, eBay, Vinted, etc) como medio, no sólo para llegar a la mayor cantidad posible de personas y servir a estas pequeñas asociaciones como voz de sus actividades, sino para fomentar la economía circular mediante la compra-venta de bienes de segunda mano y obtener la financiación que justamente necesitan estas pequeñas asociaciones y organizaciones para llevar a cabo su labor en sus nichos concretos de actividad.

2 Nuestra Solución

2.1 ¿QUÉ ES DONAPOP?

DONAPOP surge bajo un modelo de negocio de **economía colaborativa** para satisfacer la necesidad de financiación de distintos proyectos sociales y causas benéficas, por medio de **comercio electrónico de tipo C2C**. A través de la plataforma DONAPOP, los usuarios (compradores y vendedores) podrán realizar su operación de compra-venta, y a su vez dispondrán de un listado de las distintas ONGs y asociaciones dónde el vendedor del artículo **donará el dinero obtenido de la venta** pudiendo elegir entre distintas causas sociales y benéficas según que le resulte más atractiva.

Por tanto, DONAPOP será el **Marketplace de las Donaciones**, que pone en contacto a las personas que quieren donar con las pequeñas asociaciones y organizaciones, poniendo a disposición del usuario la tecnología más puntera para que el proceso de donación sea fácil y rápido.

Se persigue el mercado por diferenciación, siendo **First Mover en España**, al crear una comunidad a través de la cual se da respuesta a una necesidad de la sociedad actual: la concienciación de la existencia de desigualdad y falta de financiación del tercer sector que se ocupa de solventar los problemas sociales. Por tanto, el perfil de usuarios que buscamos es gente con conciencia solidaria y ganas de ayudar a cambiar el mundo.





2.2 ¿POR QUÉ DONAPOP?

Nuestro principal valor es la **economía circular solidaria**, aprovechando los recursos existentes para conseguir financiación para los más necesitados. Este término acuña solidaridad y sostenibilidad, que junto con la **seguridad y trazabilidad**, y el **compromiso social** serán las palancas principales de DONAPOP para cambiar la forma de entender los modelos económicos sociales.



DONAPOP reúne algunos aspectos considerados clave para su éxito:

- **Gran vínculo emocional y educación social:** la sociedad está cada vez más comprometida con los problemas sociales, con una gran empatía hacia los más desfavorecidos. La creación de una comunidad de vendedores solidarios mediante una red social, con reconocimiento a su labor solidaria y comprometidos con el fomento de la economía circular será el principal valor de DONAPOP.
- **Seguridad y trazabilidad:** la desconfianza sobre el destino del dinero donado es actualmente uno de los frenos de las donaciones, por tanto, el uso tecnología Blockchain (Smart contract) como sistema de trazabilidad para asegurar a los usuarios que el dinero llega a sus destinatarios será clave para conseguir el éxito.

- **Usabilidad y ahorro de tiempo:** la falta de tiempo y la complejidad para donar es otra de las problemáticas detectadas para donar, por tanto el desarrollo e incorporación de tecnologías de reconocimiento de imágenes (Machine Learning), para facilitar la subida de la foto a la plataforma, la asignación de la categoría y el precio, repercutiendo en la facilidad para realizar las donaciones y el ahorro de tiempo, será una de las claves de éxito de DONAPOP, en la sociedad de la inmediatez.
- Disponibilidad de un amplio número de **ONGs y Asociaciones confiables**, que permita al usuario elegir entre diferentes labores sociales.



2.3 ¿CÓMO FUNCIONA?

DONAPOP es una **solución tecnológica muy intuitiva** dirigida prácticamente a todo el público que quiera vender un objeto y destinar el importe de la venta a una causa benéfica.

No sólo es para aquellos adultos que tengan un **gran compromiso social y espíritu donante**, sino también para aquellos padres que quieren educar a sus niños con los valores de la solidaridad y del compartir, y para aquellas personas que disponen de multitud de activos que ya no utilizan y que de no existir DONAPOP acabarían en la basura.

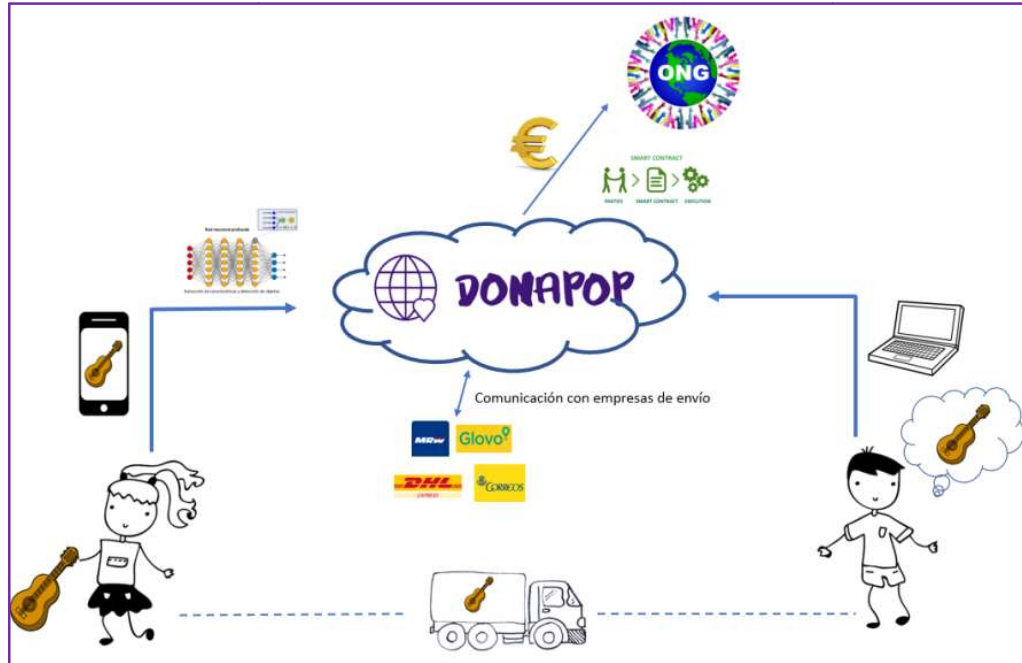
DONAPOP invertirá un gran esfuerzo en medir el **impacto social** y dar repercusión y reconocimiento individual a cada uno de los vendedores solidarios de la plataforma, ofreciéndoles un ranking de solidaridad.

Para los más “desconfiados” o “perezosos” DONAPOP invertirá en fomentar la seguridad y trazabilidad de la plataforma, mediante **tecnología blockchain**, y el uso de **tecnología de reconocimiento de imágenes** para facilitar el proceso de venta de productos y que donar sea cuestión de un solo click. Todo ello, a través de una plataforma intuitiva y amigable. Asimismo, se asegurará de que todas las asociaciones y organizaciones cumplan con las auditorías y procesos de transparencia necesarios para fomentar la confianza de los usuarios.

¿A qué ONG donar?



En el siguiente diagrama se observa a alto nivel el funcionamiento de DONAPOP, con los componentes tecnológicos principales que darán soporte a la propuesta de valor:



- Elena tiene una guitarra en buen estado, pero que ya no la necesita. Se plantea la opción de venderla por internet y ganar algo de dinero, pero su carácter solidario la anima a hacer algo útil con ella, que pueda ayudar a realizar alguna labor social que le interese especialmente y con la existencia de DONAPOP ahora puede hacerlo de forma sencilla y sin pérdida de tiempo.
- Elena entra en DONAPOP y sube una fotografía de su guitarra. En un sólo clic publica la fotografía de su guitarra. Mediante reconocimiento de imágenes, DONAPOP le propone un título, una categoría y un precio, de tal forma que no tiene que invertir mucho esfuerzo en el proceso.
- Elena, que tiene muy claro a qué asociación quiere donar el dinero, filtra con DONAPOP todas las causas, y selecciona la que siente más cercana: la asociación Creando Huellas, donde Nacho, y su equipo de voluntarios trabajan diariamente para que los adolescentes más desfavorecidos de Vallecas tengan acceso a la educación y a los medios necesarios para encontrar un trabajo digno.
- David es un joven comprometido con el medio ambiente y fiel promotor de la economía circular. Recientemente, se ha apuntado a clases de música y necesita una guitarra que le permita dar sus primeros pasos en el mundo musical.
- David forma parte de prácticamente todas las plataformas de compra-venta de segunda mano, incluida DONAPOP, que siempre es su primera alternativa, ya que además de ofrecerle, en muchas ocasiones, los productos que necesita, sabe que el dinero de su compra tiene un fin social, que tanta falta hace en el mundo.

- David encuentra fácilmente, a través del buscador de DONAPOP, la guitarra de Elena, que sin duda cumple sus expectativas en cuanto a características y precio.
- David realiza el pago con su tarjeta de crédito y automáticamente la plataforma DONAPOP mediante tecnología Smart Contract (Blockchain) dirige el dinero de la transacción a la cuenta de la asociación seleccionada por Elena reteniendo el pago hasta que David confirme la correcta recepción del pedido.
- El sistema Blockchain permite dar fiabilidad de que el dinero ha llegado realmente a la ONG destinataria, asegurando así su trazabilidad. De esta forma, se garantiza frente al usuario la confiabilidad en la aplicación.

2.4 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA APLICACIÓN

➤ Web y App móvil

Se desarrollarán ambos entornos para permitir la interacción de los usuarios con la plataforma. A través del entorno web o de la aplicación móvil, desarrollada tanto en Android como IOS, los compradores podrán visualizar todos los objetos en venta, clasificados por categorías, etc y tramitar la compra. Asimismo, a través del entorno web o la app, los vendedores podrán subir las fotografías de los objetos a vender y realizar la selección de la causa benéfica a la que quiere que el dinero de la venta se destine.

➤ Back-end

El back-end de la plataforma albergará los algoritmos, que dotarán de inteligencia a DONAPOP, y todas las tecnologías que permitirán realizar las diferentes comunicaciones y transacciones entre las diferentes partes involucradas en el proceso:

- **Tecnología Smart Contract (Blockchain):** Se utilizará esta tecnología para dar **trazabilidad** al proceso, de tal forma que resulte en **fiabilidad y seguridad** a las personas que utilicen DONAPOP. Este contrato inteligente será capaz de ejecutarse y hacerse cumplir por sí mismo, de manera autónoma y automática, sin intermediarios ni mediadores de tal forma que nadie puede alterar la información.
- **Tecnología Machine Learning (Reconocimiento imágenes):** Se implementarán algoritmos inteligentes basados en tecnología Deep learning para el **reconocimiento de imágenes**. De este modo, DONAPOP facilitará la realización de las ventas y por tanto de las donaciones, ya que con solo sacar una foto al producto que deseas vender, con el desarrollo de esta tecnología la plataforma será capaz de reconocer el objeto, categorizarlo, titularlo y establecer un precio de venta.
- **Tecnología PAYPAL:** La seguridad, no sólo en que el dinero de la donación llegará a su destino, sino en los datos y las transacciones de todos los usuarios de la plataforma, es uno de los pilares fundamentales de la propuesta de valor de DONAPOP. Es por ello, que además de implementar una pasarela de pagos con tarjeta de crédito, se integrará a través de APIs de integración la tecnología PAYPAL, de tal forma que se aumente la seguridad de los compradores a la hora de realizar los pagos.

- **Tecnología GEOPOSICIONAMIENTO (GPS):** DONAPOP incorporará esta tecnología dentro de su plataforma, como una herramienta adicional para fomentar las ventas entre personas que se ubiquen en localizaciones cercanas y puedan entregarse el producto en mano.
- **Chat:** En línea con la tecnología anterior, DONAPOP ofrecerá un chat, para que los usuarios puedan establecer **comunicación directa** entre ellos y acordar puntos de entrega de los productos vendidos si les resulta más interesante o más cómodo que enviarlos vía distribuidor logístico.
- **Comunicación con proveedores logísticos:** DONAPOP se comunicará con los sistemas de los proveedores logísticos para que los compradores que así lo deseen puedan solicitar el transporte de sus productos a través de estos proveedores.
- **Red social y ranking de donantes:** Otro de los grandes pilares de DONAPOP será el de crear un **vínculo emocional** dentro de la comunidad de vendedores. Para ello, se llevará a cabo el desarrollo de una especie de red social dónde reconozca la labor realizada por los vendedores, y se establezca un **ranking de vendedores solidarios**.

2.5 COMPETIDORES

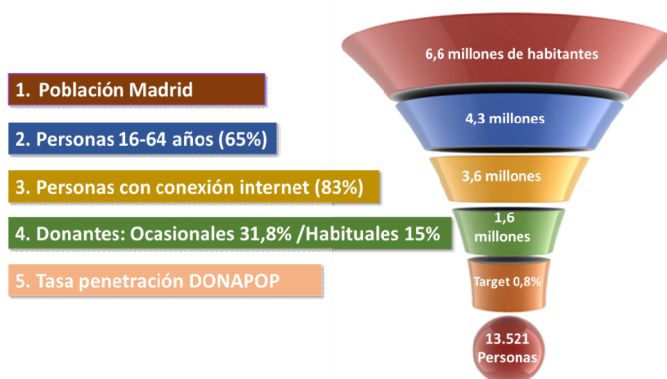
COMPETIDORES		Economía circular	Impacto social	Financiación ONGs
PLATAFORMAS CROWDFUNDING				
PLATAFORMAS VENTA 2ª MANO				
PLATAFORMAS DONACIONES BIENES FÍSICOS				
				

2.6 MERCADO OBJETIVO

Aunque lo ideal sería dirigirse a toda la población española, es necesario establecer algunos factores demográficos, psicográficos y de comportamiento para definir el **mercado objetivo** de la solución, sobre todo en el momento de lanzamiento para conseguir los “early adopters” que nos ayuden a seguir desarrollando la plataforma y mejorando el alcance de la misma en base a sus necesidades.

El estudio de mercado realizado junto con la validación previa de las hipótesis sobre la cual se construye este modelo de negocio fue vital para la **estrategia de segmentación**, ya que permitió detectar quiénes eran los clientes potenciales delimitando los segmentos de acuerdo con datos demográficos, tales como tipo de residencia y grupo de edad, rasgos de personalidad y estilos de vida, tipos de hogares y accesibilidad a internet, así como la periodicidad con la que realizan donaciones.

Con estas premisas obtenemos el siguiente embudo de conversión en el que hemos estimado una **tasa de penetración del 0,8%** sobre la población “donante” de Madrid. Para establecer esta tasa de penetración, hemos tenido en cuenta las campañas de marketing que vamos a realizar, así como la capacidad de la plataforma y la empresa.



2.7 CADENA DE VALOR

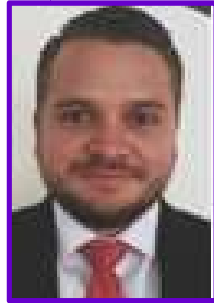
Las actividades clave son el desarrollo de la tecnología que sustenta la propuesta de valor (plataforma compra- venta, Blockchain, reconocimiento de imágenes), marketing y ventas, operaciones específicas del negocio como son la verificación y validación de las asociaciones adscritas a la plataforma y atención al cliente. Estas actividades del core business están apoyadas por otras actividades transversales a toda la cadena de valor como la gestión financiera y la gestión de recursos humanos. A continuación, entramos en más detalle en cada una de las actividades y en cómo generan valor al negocio.



3 Nuestro Equipo



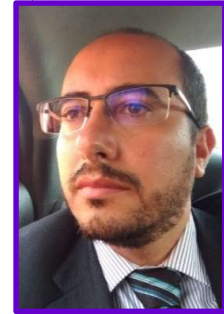
Departamento
Comercial y Marketing



Departamento
Tecnológico



Departamento
Financiero



Departamento
Operaciones y RRHH

Nuestro equipo está formado por cuatro profesionales del mundo de la ingeniería con experiencia en diversos sectores y ámbitos de actuación unidos por un **fuerte compromiso social y solidario** demostrable a lo largo de nuestras carreras.

Trabajando juntos buscaremos las mejores oportunidades que nos brinde el mercado y trataremos de implantar las mejores estrategias que permitan lograr un inicio exitoso de la idea de negocio y un **crecimiento sostenido** de la plataforma.

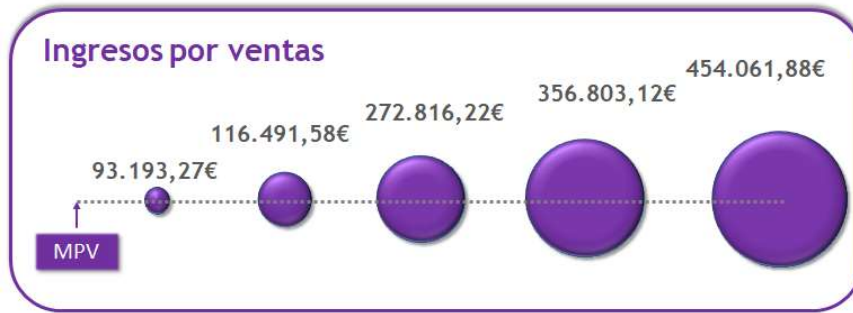
Nuestra fuerte convicción de que es posible cambiar el mundo y desarrollar **modelos de negocio solidarios sostenibles** serán la clave de nuestro éxito.

4 Principales Datos Económicos

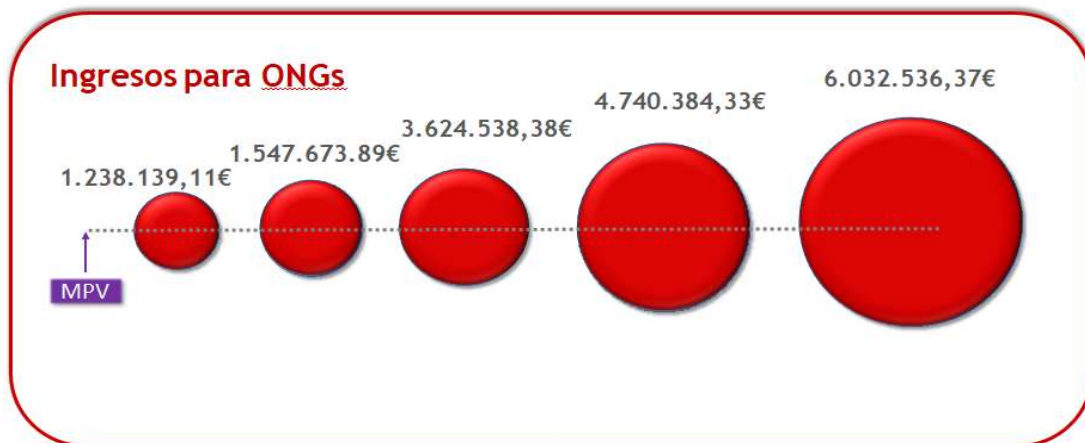
El modelo de ingresos de DONAPOP es sencillo y transparente, basado en un **fee del 7%** de cada venta realizada a través de la plataforma. Las ventas previstas para los primeros 5 años se resumen en la siguiente tabla:

	2020	2021	2022	2023	2024
MADRID	Target 0,80% 93.193,27 €	Target 1,00% 116.491,58 €	Target 1,50% 174.737,37 €	Target 1,80% 209.684,85 €	Target 2,00% 232.983,17 €
BARCELONA	-	-	Target 1,00% 98.078,85 €	Target 1,50% 147.118,27 €	Target 1,80% 176.541,93 €
VALENCIA	-	-	-	-	Target 1,00% 44.536,78 €
Total Ingresos Previstos Donapop	93.193,27 €	116.491,58 €	272.816,22 €	356.803,12 €	454.061,88 €
Fondos para ONGs	1.238.139,11 €	1.547.673,89 €	3.624.558,38 €	4.740.384,33 €	6.032.536,37 €

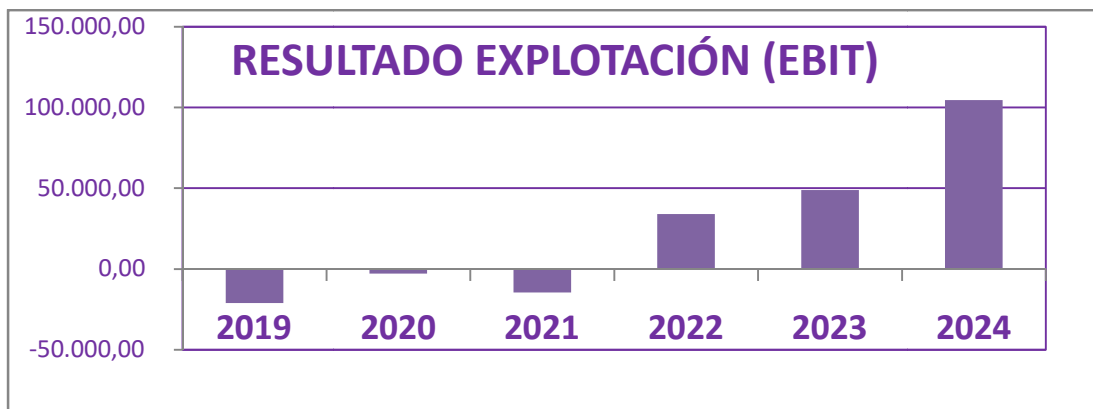
Con dichas ventas, no solo conseguimos alcanzar beneficios a partir del tercer periodo de actividad (2022), sino una financiación para ONGs que crece de manera casi exponencial superando en 2024 los 6 millones de euros repartidos entre las distintas causas sociales elegidas por nuestros usuarios.



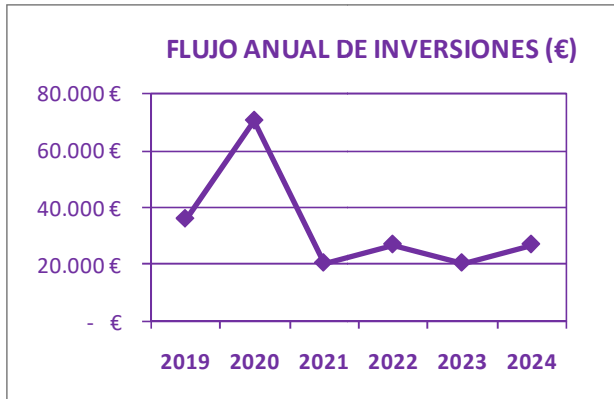
A pesar de que los beneficios económicos de DONAPOP puedan no resultar demasiado atractivos, consideramos que el verdadero éxito de nuestra plataforma es precisamente alcanzar la mayor financiación para causas sociales de manera sostenible, pues la solidaridad no debería ser incompatible con los modelos de negocio tradicionales.



De acuerdo al estudio financiero realizado el resultado de explotación positivo se alcanzará en 2022, año que coincide con la expansión a Barcelona:



Las dos grandes inversiones a llevar a cabo serán el desarrollo de toda la tecnología que sustenta la propuesta de valor de DONAPOP, que permitirá solucionar un problema latente en la sociedad y por otro lado, una gran inversión en marketing y promoción para dar a conocer una solución tan novedosa y con tantos beneficios sociales.





Inversión: 80.000
por parte de inversores



VAN: 354.566,97€
TIR: 35%
Payback: 2 años

5 El futuro

El **objetivo final de DONAPOP** es conseguir financiación para que las entidades sin ánimo de lucro puedan disponer de los fondos necesarios para llevar a cabo la ejecución de sus proyectos sociales.

El impacto que pretender alcanzar DONAPOP se resume en:

- Fomentar la **economía circular**, repercutiendo sobre la mejora del medioambiente
- Fomentar la **educación social**, y concienciar del desequilibrio social que existe
- Uniendo las dos anteriores, **conseguir fondos para los proyectos sociales** ejecutados por los organismos responsables de estas acciones.

“Nuestro futuro dependerá del número de usuarios que consigamos captar”

Por ello, nuestras actividades en el futuro se centrarán en el desarrollo y mejora de la **plataforma** para que sea más afín a los potenciales usuarios y en diseñar potentes campañas de **marketing** con el fin de atraer al mayor número de usuarios posible.

