

**El crowdfunding: Claves para  
la financiación colectiva de un  
álbum musical en la  
plataforma de internet  
'Verkami'**

# Objeto de estudio

- Los proyectos acogidos en la plataforma de crowdfunding 'Verkami' que persiguen conseguir fondos para la publicación, generalmente en formato físico, de una grabación sonora con contenido musical.



The image shows a crowdfunding campaign page for the band Sound Of Silence. The main header features a video player with the text "Reproducir video" and "Colabora en el nuevo disco de Sound Of Silence". Below this, the campaign title "Colabora en el nuevo disco de Sound Of Silence" is repeated. The funding progress is shown as 3.462€ out of a goal of 3.400€, with a green progress bar. The page includes a description of the project, a "¡Gracias!" message indicating the campaign has ended, and a section for "Aportando 5€" (1 MECENAS) with details about the reward: "Descarga digital del nuevo disco + Artwork en pdf + Letras".

**Colabora en el nuevo disco de Sound Of Silence**

COMPROMISOS DE: **3.462€** DE: **3.400€**

Colabora con nosotros en la financiación de nuestro nuevo disco. Forma parte de este proyecto y elige la opción que resulte más atractiva.

Una idea de [soundofsilence](#)

[3 preguntas](#) [6 actualizaciones](#)

**¡Gracias!**  
El periodo para hacer aportaciones ha terminado.

**Aportando 5€**  
1 MECENAS

Descarga digital del nuevo disco + Artwork en pdf + Letras.

- Las iniciativas cuyo plazo de recaudación haya finalizado antes del 15 de abril de 2013: 360 propuestas.

# Objetivos del estudio

- **La comprensión de la forma en que los artistas llevan a cabo sus proyectos:**
  - ¿qué estrategias siguen?
  - ¿qué elementos utilizan para atraer más atención?
  - ¿cómo difunden su propuesta?
- **El conocimiento de las razones del uso del crowdfunding y la importancia de dicha práctica en la viabilidad del proyecto.**
- **La obtención de una visión amplia del desarrollo del fenómeno en el ámbito musical de España, atendiendo a las tendencias existentes y a qué tipo de artistas recurren a dicha práctica.**

# Objetivos del estudio

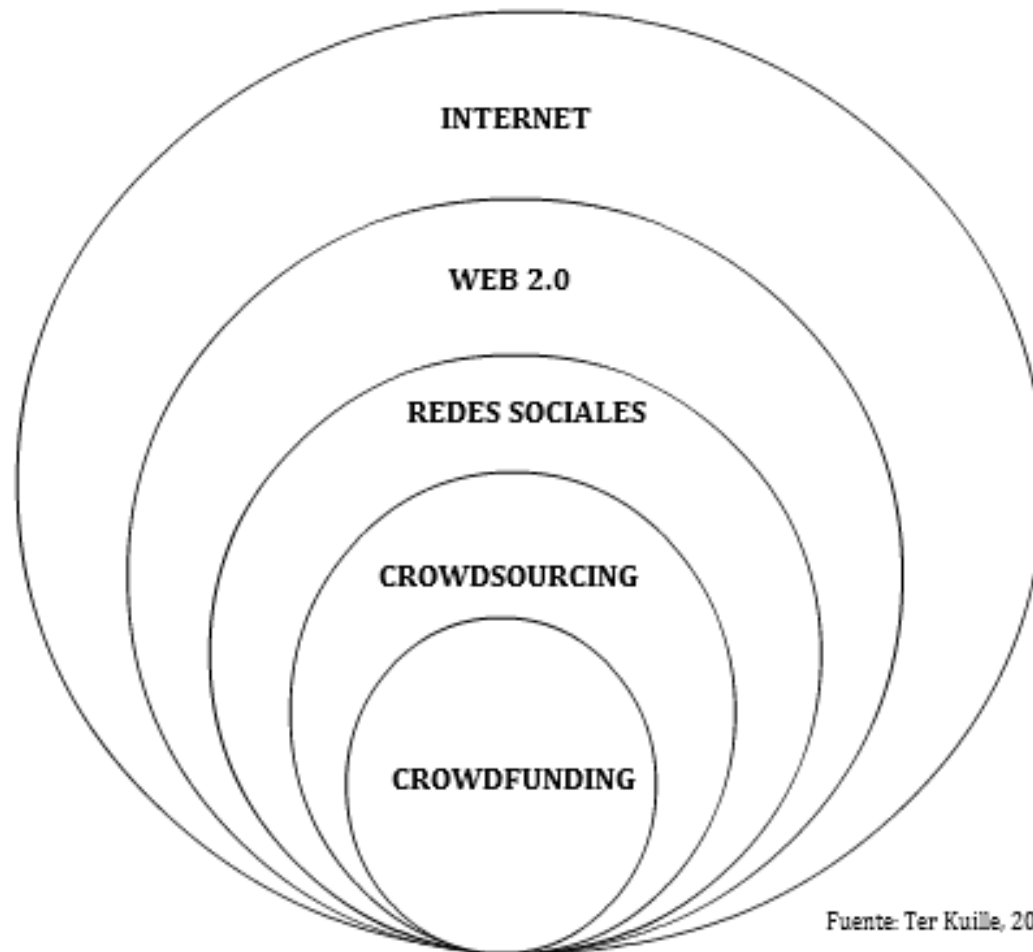
- El entendimiento del modelo de funcionamiento de 'Verkami': sus características, requisitos y los motivos de su elección frente a otras plataformas.
- La definición de estrategias que contribuyan al éxito de futuros proyectos de crowdfunding, atendiendo a las dificultades del sector musical.
- La creación de una plataforma de crowdfunding centrada en las demandas de los creadores del ámbito musical.



# Marco teórico

- El público es el “elemento clave” (Ordanini *et al.*, 2011).
- ‘DIT’ (“Do-it-together”) (Wendel, 2008).
- Ruptura de la tradicional cadena de valor de la industria musical (Graham *et Al.*, 2004)

- **Un fenómeno en red (Ter Külle, 2011).**



Fuente: Ter Külle, 2011

# Metodología

- Se ha optado por una metodología cuantitativa a través de la utilización de dos técnicas:
  - La encuesta: experiencias y valoraciones de los impulsores.
  - El análisis de contenido: permite analizar la información de cada perfil en 'Verkami'.
- Triangulación y complementariedad

# La encuesta

- Online, a través de la herramienta 'E-encuesta'.
- Contacto con los participantes vía Facebook, email o web.
- Abierta 21 días: 117 respuestas
- Consta de 14 preguntas:
  - 10 de única respuesta
  - 1 de respuesta múltiple
  - 2 preguntas abiertas
  - 1 en la que el encuestado tiene que valorar de 1 a 5 varios ítems (de menor a mayor importancia)



# La encuesta

## CROWDFUNDING: Proyectos que buscan fondos para financiar la edición de un álbum musical

### 1. Encuesta sobre proyectos de crowdfunding musical

Hola, en primer lugar me gustaría agradecer de antemano la colaboración y disposición para haber respondido al siguiente cuestionario. El objetivo del mismo es obtener información para un Trabajo académico centrado en las claves para comprender proyectos de crowdfunding de un álbum musical. Para cualquier duda o sugerencia dejo un espacio al final de la encuesta o adjunto mi email: [trabajocrowdfundingmusical@gmail.com](mailto:trabajocrowdfundingmusical@gmail.com)

1. ¿Podría indicar el nombre artístico con el que participó en el proyecto de la web Verkami?

2. En referencia a la experiencia previa del artista o banda (excluyendo otros proyectos paralelos o anteriores), la grabación para la que se busca fondos a través de crowdfunding es...

- la primera grabación editada como álbum
- anteriormente ya había grabado alguna maqueta o demo
- anteriormente ya había publicado alguna grabación autoeditada o con el apoyo de una distribuidora
- anteriormente ya había publicado alguna grabación con el apoyo económico de una discográfica
- Otro (por favor, especifique)

3. ¿Qué resultado ha obtenido su proyecto en Verkami?

- Ha alcanzado o superado la cantidad prevista inicialmente
- No ha alcanzado la cantidad necesaria

4. ¿Cuál considera que ha sido el factor clave para que su proyecto haya o no conseguido la financiación necesaria a través del crowdfunding?

5. ¿Cuál ha sido la principal razón para utilizar el crowdfunding como vía para conseguir financiación para el proyecto? (elijá una sola respuesta)

- Falta de oportunidades a través de los medios tradicionales de financiación (discográficas,...)
- El crowdfunding permite total autonomía, independencia y control a la hora de editar el álbum
- No hay riesgo, no se pierde dinero, y además permite, en caso de fracaso, analizar en qué se falla
- Es una forma de dar publicidad al grupo o artista, y de estar en contacto con el público
- Porque ha visto el éxito de otros proyectos y ha decidido probar suerte
- Es una manera más rápida y directa para conseguir dinero
- Otro (por favor, especifique)

6. ¿Cuál es la principal desventaja que encuentra en el crowdfunding? (elijá una sola respuesta)

- Otros pueden copiar la idea
- En caso de fracaso, la reputación del proyecto disminuye considerablemente

# El análisis de contenido

La muestra ha sido el total del universo del estudio: 360 casos (288 exitosos, 72 fallidos)

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: ESTILO Visible: 19 de 19 variables

	NOMBRE	MIEMBROS	GÉNERO	NºDIS...	RESULTADO	CONSEGUIDOS	DEMANDADOS	NIVELES	MECENAS	MÍNIMO	MÁXIMO	DONATIVO	BLOG	COMENTA OS
89	Juli Piris	1	1	1	1	810	800	6	43	5	250	10	4	
90	Goliat i Dead in Montana	5	1	0	1	1966	1666	7	93	5	200	10	9	
91	A media distancia	4	1	0	1	6250	6000	10	89	15	2000	25	12	
92	Mocambo	4	1	1	1	2860	2500	12	102	10	300	22	2	
93	El Belda i el Conjunt Badabado	4	1	4	1	4595	4000	9	239	10	400	10	5	
94	Escuadrón Patriota	1	1	5	2	317	3500	9	12	5	100	15	2	
95	Atrezzo	4	1	1	1	1015	1000	7	27	10	300	10	2	
96	Pirat's Sound Sistema	3	1	3	1	4308	4000	7	238	6	500	20	6	
97	Linea 36	4	1	2	1	3226	3152	11	81	1	750	10	6	
98	Galician Bizarre II	5	3	2	1	3081	2500	8	175	10	350	10	0	
99	Gransan	1	1	5	1	945	900	4	65	5	20	20	4	
100	Carles Casas	1	1	5	1	5490	5000	9	102	20	400	20	31	
101	Metamovida	5	3	0	1	2225	2000	9	91	5	1000	20	0	
102	D.A.0	4	1	1	1	3940	3800	6	68	10	700	30	9	
103	La Coixinera	4	3	0	1	4360	4000	10	144	10	1300	20	6	
104	Christien Guillén	1	1	1	1	3845	3800	9	35	10	1000	25	1	
105	Agraviats	4	3	4	1	2972	2500	10	167	2	700	15	0	
106	Anicet Lavodrama	4	1	4	1	4415	3950	7	192	5	600	5	6	
107	Rufus T. Firefly	4	3	4	1	2810	2600	9	86	10	600	20	3	
108	Els Cremat	4	1	5	1	4260	3000	5	95	5	1000	15	14	
109	Arrap	3	1	1	1	1505	1200	6	71	6	500	6	2	
110	Pi graos	4	1	1	1	1096	1000	16	45	2	750	25	7	

Vista de datos Vista de variables

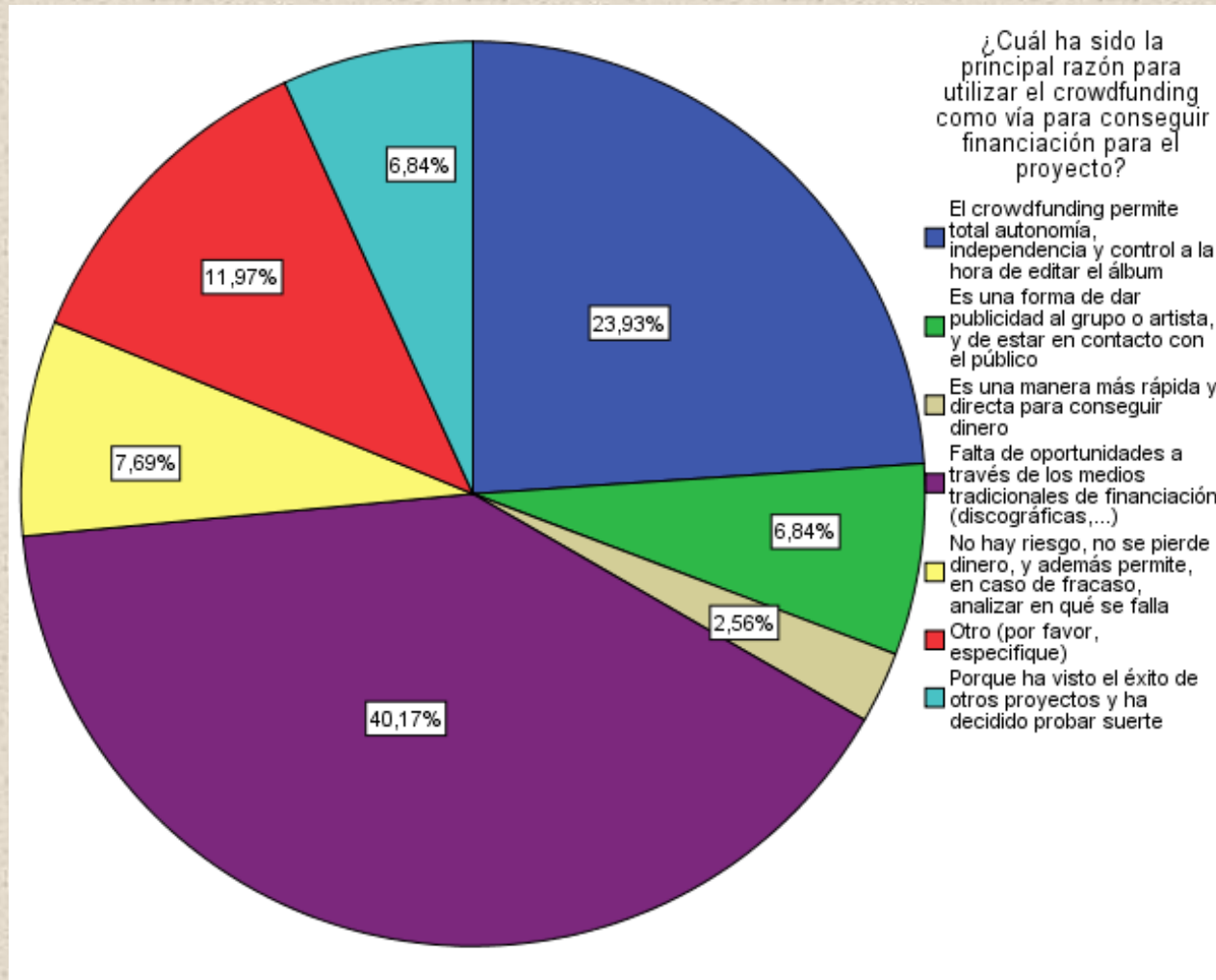
# Resultados

- **Factor clave para el resultado del proyecto:**
  - 1º Redes sociales (además es el elemento más valorado con un 4'51 sobre 5)
  - 2º Entorno más cercano
  - 3º Fans, seguidores, público en general
  - 4º Difusión y promoción.
  - La falta de difusión es el elemento que señalan los fallidos como culpable de su resultado.
- Las vías de promoción más usadas son Facebook (empleada por todos los proyectos), Twitter y la Web oficial.

# Resultados

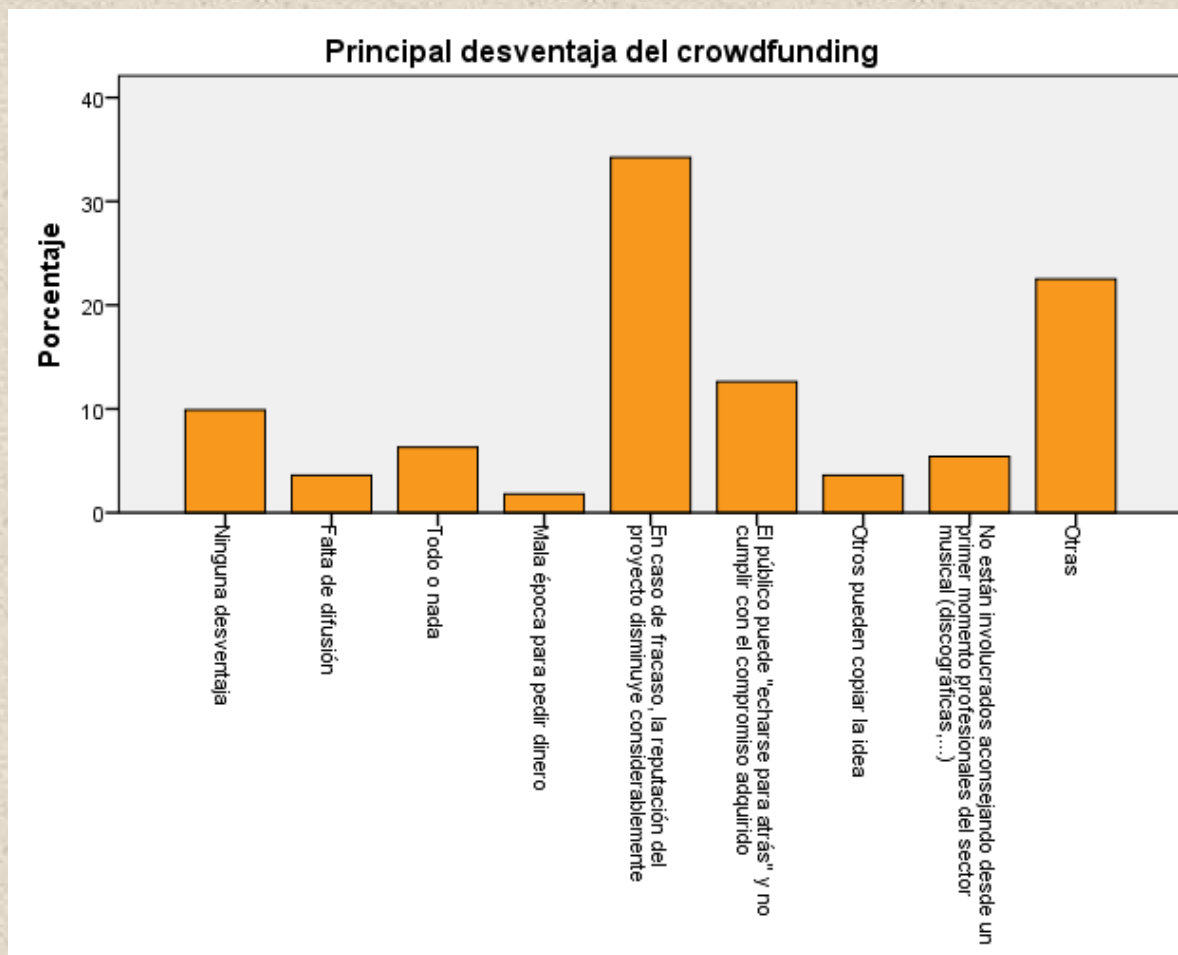
- **Un tercio de las recompensas son exclusivas para ‘crowdfunders’.**
- **Casi un 75% de los impulsores donan a otros proyectos.**
- **76% de iniciativas no se financian solamente con el crowdfunding.**

# Resultados



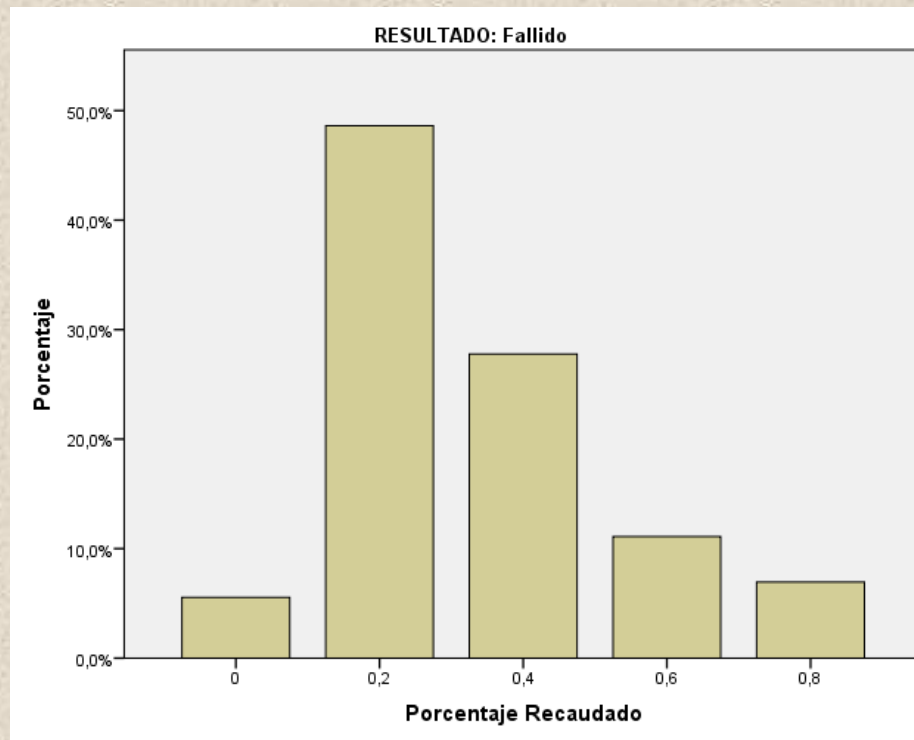


# Resultados



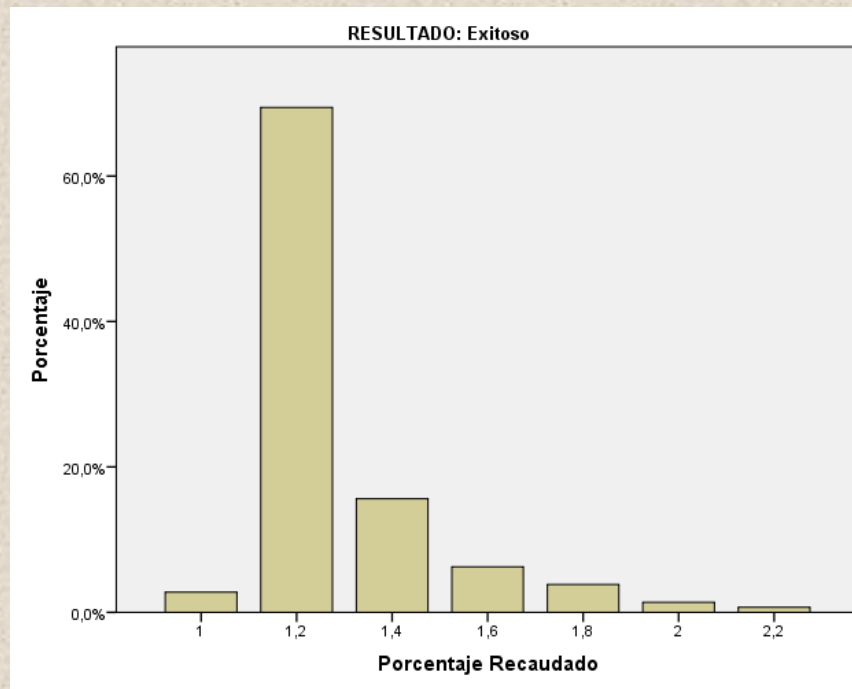
# Resultados

- Más de la mitad de proyectos fallidos se alejan en gran medida del objetivo propuesto.
  - Objetivo medio: 3309 €/Alcanzado: 2488 €: - 822 €



▪ **Un 72% de las iniciativas que logran la meta recaudatoria, lo hacen por menos de un 40% del objetivo.**

▪ **Objetivo medio: 2916 €/Alcanzado: 3422 €: + 506 €**



# Resultados

- No hay relación entre éxito y fracaso según el número de disco que se publique, los elementos multimedia que se utilicen o la cantidad demandada.
- La consecución o no del objetivo está vinculada con:
  - N° de comentarios.
  - N° de actualizaciones del blog: los que actualizan más de 10 veces son los que obtienen mejor resultado.
  - Estilo musical: los proyectos de rock o rock combinado con otro estilo obtienen mejor resultado respecto a la media.
  - N° de miembros: cuantos más miembros hay mayor tendencia al éxito respecto a la media (exceptuando las agrupaciones de 10 o más miembros).

# Conclusiones

- La necesidad de buscar puntos clave diferentes del entorno más próximo.
- La integración de las redes sociales en el perfil de 'Verkami' puede atraer más donantes.
- Perfil de proyecto exitoso:
  - Conjunto de 4 a 10 miembros
  - Rock u otro estilo combinado con rock
  - Demanda en torno a 2900€, superando en un 17% dicha cantidad (3400€).
  - 9 niveles de aportación (mínimo 6€ máximo 665€)
  - CD + otro detalle (camiseta, créditos, entrada concierto...)
  - 17€ donativo más popular
  - 104 mecenas



# Conclusiones

- Se asocia 'Verkami' con éxito.
- Sugerencias:
  - Replanteamiento del término crowdfunding.
  - Existen otras formas alternativas para la publicación de un álbum musical.

**Autor: Pablo Morales Pérez**  
**Tutor: Emilio Fernández Peña**