



Como criar as **contrapartidas** do seu projeto?

e-book#2



2023

incentiv

SUMÁRIO



- Introdução
- Seja criativo na hora de elaborar as contrapartidas
- Prometa o que você pode cumprir
- Elabore contrapartidas para todo tipo de incentivador
- Exclusividade sempre
- A regra de ouro

INTRODUÇÃO

Você sabia que as contrapartidas do seu projeto são como uma engrenagem do financiamento coletivo?

Antes de tudo, você precisa saber **que as contrapartidas servem para atrair e retribuir quem utiliza leis de incentivo para investir no seu projeto**. Normalmente, as contrapartidas são produtos/serviços criativos que funcionam como contrapartidas ao incentivo: reconhecimento, premiações e gratificações pela contribuição dada ao projeto.

Além de tudo, elas influenciam – e muito! – no valor que o incentivador escolhe doar.

Na Incentiv, cada contrapartida está associada a um valor de incentivo, formando um “menu de contrapartidas” em valores crescentes. A criação, produção e entrega das mesmas são de responsabilidade dos empreendedores.



Mas, para facilitar essa elaboração, nós separamos 5 dicas para que suas contrapartidas sejam mais inovadoras e atraiam incentivadores com facilidade! Confira:

Seja criativo na hora de elaborar as contrapartidas



Sim, é preciso criar uma contrapartida que seja impactante. No entanto, isso pode levar tempo, então... solte sua imaginação!

Normalmente, as contrapartidas possuem três categorias. Com isso em mente, o ideal é você se juntar ao time e pensar na **causa do projeto**, em seus **objetivos** e também no **problema que ele ajuda a resolver**. Depois reflita sobre as possibilidades de contrapartida.

→ EXEMPLO:

A proposta do seu projeto é levar o esporte, neste caso o tênis, para crianças em situação de vulnerabilidade social da sua região.

Que tal oferecer uma bola de tênis autografada por um ídolo do esporte que se identifica com a causa? (contrapartida Concreta). Ou então, presentear o incentivador com o autógrafo de uma criança beneficiada pelo projeto – talvez um dia ela se torne um atleta, não é? (contrapartida Simbólica).

Associar o nome do projeto a uma faixa de contrapartidas



Além disso, outra boa dica é usar termos relacionados ao seu projeto como nome das faixas de contrapartida.

→ Um exemplo são as cotas do projeto VI FMCB.

Para criar uma identidade com o próprio projeto, a equipe utilizou os termos da dinâmica musical, que indicam a intensidade sonora que o compositor faz numa partitura. Legal, né?

Não poupe sua criatividade e lembre-se: é importante que as contrapartidas tenham valor afetivo, conectem as pessoas ao projeto e sejam atraentes para o incentivador!

Prometa o que você pode cumprir



A liberdade de usar a criatividade na hora de pensar nas contrapartidas do projeto é necessária, mas você deve ter em mente que as contrapartidas são promessas públicas que o projeto faz.

→ **Em outras palavras, só prometa contrapartidas que poderão ser entregues ao final do projeto.**

Uma das dicas mais importantes é: faça um planejamento.

O planejamento é uma etapa essencial, pois evita que você gaste dinheiro do projeto para custear a confecção de contrapartidas ou, ainda pior, precise cancelá-las.

Então, após pensar em cada uma das contrapartidas, você deve calcular o custo médio de cada produto para aplicá-lo no valor de cada cota. Como resultado disso, você se manterá dentro do orçamento.

Por fim, pesquise também o tempo que cada produto leva para ficar pronto e qual é o tipo de entrega (Correios ou transportadora) mais adequado para o seu projeto.

**Prometa o
que você
pode cumprir**



É importante cumprir os prazos, pois isso mostra que você tem responsabilidade e o patrocinador pode voltar a incentivar outros projetos seus. Além disso, todos os investidores têm o direito de cobrar as contrapartidas prometidas.



Portanto, planeje muito bem as contrapartidas do seu projeto e garanta que você consegue entregar tudo o que oferecer.

Elabore contrapartidas para todo tipo de incentivador



Agora, chegou o momento de expandir ainda mais o número de investidores. Afinal, pessoas físicas também podem patrocinar projetos.

É preciso pensar com carinho sobre o que oferecer em cada faixa de valor de contrapartida, pois, de acordo com o Retrato do Financiamento Coletivo no Brasil, 53% dos incentivadores afirmaram que as contrapartidas são importantes para definir qual será o valor do apoio para o projeto.



Por exemplo, se o seu projeto vai viabilizar um produto físico (livro, CDs) ou um evento (festival, peça de teatro ou filme), é natural que esses itens estejam entre as contrapartidas possíveis.

Elabore contrapartidas para todo tipo de incentivador



No entanto, nem todos os incentivadores possuem recursos para contribuir com a contrapartida que garante uma unidade ou poderão comparecer ao evento promovido. **Por isso, é importante agradar todos os incentivadores.**

Uma pesquisa realizada pelo Catarse mostrou que a faixa mais popular é entre R\$ 20 e R\$ 29, seguida por R\$ 50 a R\$ 59.

Essas faixas de contrapartidas são fundamentais para qualquer projeto, pois, na primeira cota, estão os incentivadores que querem fazer parte daquela causa e, na segunda, estão as pessoas que investem um pouco mais no projeto e querem um retorno concreto dele.

→ Um outro destaque é a cota que varia entre R\$ 100 e R\$ 109, em que estão as contrapartidas concretas, só que de maior valor. Essa faixa deve ter um produto que também seja simbólico com a causa do projeto já que costumam ser apreciados e merecem toda a sua atenção no planejamento da campanha.

Exclusividade sempre



Que tal limitar as contrapartidas?

A vantagem é que, além de torná-las mais exclusivas, isso pode facilitar a entrega e a previsão de custos de algumas das ofertas, principalmente aquelas que em grande volume seriam muito trabalhosas ou simplesmente inviáveis.

Além disso, caso necessário, você poderá aumentar ou diminuir o limite das contrapartidas disponíveis ao longo do projeto.



Optando por limitar a contrapartida, você terá que informar qual o número máximo de incentivadores que podem escolhê-la. Quando esse limite for atingido, a contrapartida será esgotada e não estará mais disponível para nenhum novo incentivador.

A regra de ouro



Agora que você sabe de tudo isso, basta avaliar as faixas de contrapartida e o produto-experiência oferecido em cada uma delas.

Então, pergunte-se: “Eu compraria esta contrapartida?” e “Ela vale o valor de contribuição que estou sugerindo?”. Se a resposta for sim, então seu projeto será um sucesso!

Veja algumas sugestões para agradar todo tipo de incentivador:

- Cartão Postal
- Bottons
- Adesivos
- Fotografias
- Imãs de geladeira
- Camisetas
- Carimbos
- Original de letra, livro ou desenho
- Aulas de workshops
- Relatório do projeto



Conte com a gente



A Incentiv acredita na sua ideia e está disposta a ajudá-lo nessa missão!

Por isso, se você tiver alguma dúvida ou dificuldade, entre em contato com a nossa equipe.

Nós temos um time de profissionais que ficarão felizes em fazer do seu projeto um sucesso!

incentiv