



GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

TRABAJO FIN DE GRADO MISIÓN SEGUNDA OPORTUNIDAD.

Parte A

Autor: Rocío Giner Conde
Director: Pablo Zulaica Pérez

Madrid

Declaro, bajo mi responsabilidad, que el Proyecto presentado con el título

Misión Segunda Oportunidad. Parte A

en la ETS de Ingeniería - ICAI de la Universidad Pontificia Comillas en el

curso 2020/21 es de mi autoría, original e inédito y

no ha sido presentado con anterioridad a otros efectos.

El Proyecto no es plagio de otro, ni total ni parcialmente y la información que ha sido

tomada de otros documentos está debidamente referenciada.



Fdo.: Rocío Giner Conde

Fecha: 24/ 08/2021

Autorizada la entrega del proyecto

EL DIRECTOR DEL PROYECTO



Fdo.: Pablo Zulaica Pérez

Fecha: 23/ 08/ 2021

AUTORIZACIÓN PARA LA DIGITALIZACIÓN, DEPÓSITO Y DIVULGACIÓN EN RED DE PROYECTOS FIN DE GRADO, FIN DE MÁSTER, TESIS O MEMORIAS DE BACHILLERATO

1º. Declaración de la autoría y acreditación de la misma.

El autor D. Rocío Giner Conde

DECLARA ser el titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra: Misión Segunda Oportunidad, parte A, que ésta es una obra original, y que ostenta la condición de autor en el sentido que otorga la Ley de Propiedad Intelectual.

2º. Objeto y fines de la cesión.

Con el fin de dar la máxima difusión a la obra citada a través del Repositorio institucional de la Universidad, el autor **CEDE** a la Universidad Pontificia Comillas, de forma gratuita y no exclusiva, por el máximo plazo legal y con ámbito universal, los derechos de digitalización, de archivo, de reproducción, de distribución y de comunicación pública, incluido el derecho de puesta a disposición electrónica, tal y como se describen en la Ley de Propiedad Intelectual. El derecho de transformación se cede a los únicos efectos de lo dispuesto en la letra a) del apartado siguiente.

3º. Condiciones de la cesión y acceso

Sin perjuicio de la titularidad de la obra, que sigue correspondiendo a su autor, la cesión de derechos contemplada en esta licencia habilita para:

- a) Transformarla con el fin de adaptarla a cualquier tecnología que permita incorporarla a internet y hacerla accesible; incorporar metadatos para realizar el registro de la obra e incorporar “marcas de agua” o cualquier otro sistema de seguridad o de protección.
- b) Reproducir la en un soporte digital para su incorporación a una base de datos electrónica, incluyendo el derecho de reproducir y almacenar la obra en servidores, a los efectos de garantizar su seguridad, conservación y preservar el formato.
- c) Comunicarla, por defecto, a través de un archivo institucional abierto, accesible de modo libre y gratuito a través de internet.
- d) Cualquier otra forma de acceso (restringido, embargado, cerrado) deberá solicitarse expresamente y obedecer a causas justificadas.
- e) Asignar por defecto a estos trabajos una licencia Creative Commons.
- f) Asignar por defecto a estos trabajos un HANDLE (URL *persistente*).

4º. Derechos del autor.

El autor, en tanto que titular de una obra tiene derecho a:

- a) Que la Universidad identifique claramente su nombre como autor de la misma
- b) Comunicar y dar publicidad a la obra en la versión que ceda y en otras posteriores a través de cualquier medio.
- c) Solicitar la retirada de la obra del repositorio por causa justificada.
- d) Recibir notificación fehaciente de cualquier reclamación que puedan formular terceras personas en relación con la obra y, en particular, de reclamaciones relativas a los derechos de propiedad intelectual sobre ella.

5º. Deberes del autor.

El autor se compromete a:

- a) Garantizar que el compromiso que adquiere mediante el presente escrito no infringe ningún derecho de terceros, ya sean de propiedad industrial, intelectual o cualquier otro.
- b) Garantizar que el contenido de las obras no atenta contra los derechos al honor, a la intimidad y a la imagen de terceros.
- c) Asumir toda reclamación o responsabilidad, incluyendo las indemnizaciones por daños, que pudieran ejercitarse contra la Universidad por terceros que vieran infringidos sus derechos e intereses a causa de la cesión.
- d) Asumir la responsabilidad en el caso de que las instituciones fueran condenadas por infracción

de derechos derivada de las obras objeto de la cesión.

6°. Fines y funcionamiento del Repositorio Institucional.

La obra se pondrá a disposición de los usuarios para que hagan de ella un uso justo y respetuoso con los derechos del autor, según lo permitido por la legislación aplicable, y con fines de estudio, investigación, o cualquier otro fin lícito. Con dicha finalidad, la Universidad asume los siguientes deberes y se reserva las siguientes facultades:

- La Universidad informará a los usuarios del archivo sobre los usos permitidos, y no garantiza ni asume responsabilidad alguna por otras formas en que los usuarios hagan un uso posterior de las obras no conforme con la legislación vigente. El uso posterior, más allá de la copia privada, requerirá que se cite la fuente y se reconozca la autoría, que no se obtenga beneficio comercial, y que no se realicen obras derivadas.
- La Universidad no revisará el contenido de las obras, que en todo caso permanecerá bajo la responsabilidad exclusiva del autor y no estará obligada a ejercitar acciones legales en nombre del autor en el supuesto de infracciones a derechos de propiedad intelectual derivados del depósito y archivo de las obras. El autor renuncia a cualquier reclamación frente a la Universidad por las formas no ajustadas a la legislación vigente en que los usuarios hagan uso de las obras.
- La Universidad adoptará las medidas necesarias para la preservación de la obra en un futuro.
- La Universidad se reserva la facultad de retirar la obra, previa notificación al autor, en supuestos suficientemente justificados, o en caso de reclamaciones de terceros.

Madrid, a 24 de agosto de 2021

ACCEPTA

6/11/20

Fdo.....

Motivos para solicitar el acceso restringido, cerrado o embargado del trabajo en el Repositorio Institucional:



GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

TRABAJO FIN DE GRADO
Misión Segunda Oportunidad
Parte A

Autor: Rocío Giner Conde
Director: Pablo Zulaica Pérez

Madrid

Agradecimientos

Gracias a mi familia y amigos por haber apoyado tanto al proyecto como a mí en todo momento, con las ganas constantes de ayudar aportando ideas que pudiesen contribuir al impacto social.

Gracias a las organizaciones que nos han escuchado en los primeros momentos que teníamos infinitas preguntas, siempre dispuestas a ayudar.

Gracias al director del proyecto, Pablo Zulaica Pérez, por haberme dirigido en todo el proceso de la mejor manera posible, y de quien he aprendido muchísimo.

Por último, gracias a Lucia Gómez del Rio, compañera de proyecto y el mayor apoyo en todos estos meses de desarrollo. Sin ella, M2O no podría haberse llevado a cabo de la misma manera.

MISIÓN SEGUNDA OPORTUNIDAD. AYUDA EN EL CORTO PLAZO

Autor: Giner Conde, Rocío.

Director: Zulaica Pérez, Pablo.

Entidad Colaboradora: ICAI – Universidad Pontificia Comillas.

RESUMEN DEL PROYECTO

Misión Segunda Oportunidad o M2O es una startup social que surge para poder ayudar a las personas que se encuentran en una situación de riesgo de exclusión social en España. En 2019, el 25.3 % de los españoles se encontraba en esta situación. Adicionalmente, el COVID 19 ha generado mayor inestabilidad en las personas que ya se encontraban en situación de vulnerabilidad, y además muchas otras familias han pasado de una situación económica estable a necesitar ayuda para poder llegar a fin de mes. Por todo esto, se necesitan urgentemente ideas que pongan freno a este problema y les den a estas personas la segunda oportunidad que se merecen.

M2O quiere formar parte de la solución mediante la creación de una plataforma en formato web. El objetivo de M2O es poder ayudar en el corto plazo a estas personas para que puedan ir superando el día a día, pero también darle los medios para que a largo plazo puedan ser ellas quienes salgan de esa situación. Por eso, el proyecto M2O consta de 2 partes: la ayuda en el corto plazo y la ayuda en el largo plazo. Este Trabajo de Fin de Grado se centra en la ayuda a corto plazo, pero finalmente se mostrará la plataforma completa para poder entender la solución en su conjunto.

M2O quiere diferenciarse del resto de formas actuales que existen a la hora de proporcionar ayuda a las personas en riesgo de exclusión social. Por ello, se ha analizado cómo se resuelve esta situación actualmente, y todas las conclusiones obtenidas han permitido el desarrollo de M2O: una plataforma innovadora centrada en proporcionar la ayuda en un formato digital.

La plataforma será un punto de encuentro entre las personas que necesitan ayuda (*needers*) y las personas que quieren proporcionarla (*helpers*). M2O será el medio para que tanto *helpers* como *needers* se pongan en contacto. Además, de manera transversal se encuentran las entidades sociales, que se verán beneficiadas por M2O y darán al proyecto veracidad y presencia.

M2O se desarrolla a partir de las tres propuestas de valor que se quieren proporcionar: cubrir necesidades, ayudar en la búsqueda de empleo y organizar la información de ayudas existentes. De ellas, surgen las 6 funcionalidades, el centro de la plataforma: Marketplace de objetos, sistema de trueque, red de empleo, campañas de crowdfunding, cursos de formación y organización de las ayudas que existen actualmente. Son estas funcionalidades las que dan valor a las personas que las utilicen, bien porque sean *needers* que gracias a ellas podrán salir de la situación, o a *helpers* que además de la satisfacción de contribuir a una causa social, se verán beneficiados de otras maneras.

Para la presentación del proyecto, se irán desarrollando los aspectos clave de un modelo de negocio: problema, propuesta de valor, cliente, solución, estrategia, recursos y proyecciones financieras. Todos estos apartados son determinantes para los primeros meses en los que

M2O salga al mercado, así como en los siguientes años donde se experimentará el mayor crecimiento del proyecto.

Con todo esto, M2O se trata de una startup social económicamente sostenible que persigue generar un impacto y mejorar la vida de las personas que se encuentran en riesgo de exclusión. M2O cuenta con todos los factores necesarios para tener un futuro prometedor.

Palabras clave: Persona en riesgo de exclusión social, funcionalidad, needer, helper, Lean Startup, Marketplace de empleo, crowdfunding, trueque, empleo, formación, Bubble, plataforma.

Siglas: M2O (Misión Segunda Oportunidad), MVP (Producto Mínimo Viable), INE (Instituto Nacional de Estadística), EAPN (Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social).

MISSION SECOND CHANCE. SHORT-TERM AID.

Author: Giner Conde, Rocío.

Supervisor: Zulaica Pérez, Pablo.

Collaborating Entity: ICAI – Universidad Pontificia Comillas.

ABSTRACT

Mission Second Chance or M2O is a social startup created to help people at risk of social exclusion in Spain. In 2019, 25.3% of Spaniards were in this situation. In addition, COVID 19 has generated greater instability in people who were already in a situation of vulnerability, and many other families have gone from a stable economic situation to needing help to make ends meet. For all these reasons, ideas are urgently needed to put a stop to this problem and give these people the second chance they deserve.

M2O wants to be part of the solution by creating a web-based platform. M2O's objective is to help these people in the short term so that they can overcome their day-to-day problems, but also to give them the means so that in the long term they can be the ones to get out of this situation. For this reason, the M2O project consists of two parts: short-term help and long-term help. This Final Degree Project focuses on short-term support, but eventually the complete platform will be shown in order to understand the solution as a whole.

M2O wants to differentiate itself from other current ways of providing help to people at risk of social exclusion. For this reason, we have analysed how this situation is currently solved, and all the conclusions obtained have allowed the development of M2O: an innovative platform focused on providing help in a digital format.

The platform will be a meeting point between people who need help (needers) and people who want to provide it (helpers). M2O will be the means for both helpers and needers to get in touch. In addition, social entities are also transversally involved, which will benefit from M2O and will give the project veracity and presence.

M2O is developed on the basis of the three value propositions it aims to provide: covering needs, helping in the search for employment and organising information on existing aid. From these, the 6 functionalities, the core of the platform, emerge: Marketplace of objects, trade system, employment network, crowdfunding campaigns, training courses and organisation of existing aid. It is these functionalities that give value to the people who use them, either because they are needers who will be able to get out of their situation thanks to them, or helpers who, in addition to the satisfaction of contributing to a social cause, will benefit in other ways.

For the presentation of the project, the key aspects of a business model will be developed: problem, value proposition, client, solution, strategy, resources and financial projections. All these sections are decisive for the first few months in which M2O goes to market, as well as in the following years when the project will experience the greatest growth.

With all this, M2O is an economically sustainable social startup that aims to generate an impact and improve the lives of people at risk of exclusion. M2O has all the necessary factors to have a promising future.

Keywords: Person at risk of social exclusion, functionality, needer, helper, Lean Startup, donations marketplace, crowdfunding, trade, employment, education, Bubble, platform.

Abbreviations: M2O (Mission Second Chance), MVP (Minimum Viable Product), INE (Statistics National Institute), EAPN (European Anti-Poverty Network).

Índice de la memoria

Capítulo 1. Introducción	7
1.1 Objetivos	9
1.2 Motivación	14
1.3 Metodología.....	15
1.4 Recursos	18
1.5 Estructura de la memoria.....	20
Capítulo 2. Problema.....	22
2.1 Estado de la cuestión	22
2.2 Ayudas actuales en caso de riesgo de exclusión social	26
Capítulo 3. Propuesta de valor.....	32
3.1 Cubrir necesidades puntuales	33
3.2 Ayudar a encontrar empleo	36
3.3 Información sobre las ayudas existentes	39
Capítulo 4. Cliente	41
4.1 Personas que utilizarán la plataforma.....	42
4.2 Primerísimos usuarios de M2O	44
4.3 Segmentación de los usuarios de M2O	46
Capítulo 5. Solución	50
5.1 Descripción de la plataforma.....	52
5.2 Funcionalidades centradas en la ayuda a corto plazo	60
5.3 Funcionalidades centradas en la ayuda a largo plazo	64
5.4 Validación de la solución	66
Capítulo 6. Estrategia.....	72
6.1 Monetización.....	72
6.2 Plan de captación de clientes.....	79
Capítulo 7. Recursos clave	83
7.1 Costes actuales	84
7.2 Costes previsibles a partir del primer año	85

Capítulo 8. Proyecciones financieras	87
8.1 Ingresos	88
8.2 Hipótesis para el análisis	91
8.3 Análisis de sensibilidad	91
Capítulo 9. Conclusiones.....	93
Capítulo 10. Bibliografía.....	94
ANEXO I: Alineación con los ODS.....	97
ANEXO II: Desarrollo técnico.....	99

Índice de figuras

Figura 1: Pirámide de propuestas de valor con las correspondientes funcionalidades de M2	13
Figura 2: Panel Goldsmith.....	19
Figura 3: Evolución AROPE en España (Fuente: El Estado de la Pobreza. España 2020 X Informe anual sobre el riesgo de pobreza y exclusión’ realizado por EAPN España.).....	23
Figura 4: Personas en riesgo de exclusión social Europa. Fuente: Expansión a partir de Eurostat.....	25
Figura 5: Problemas en el acceso de ayudas económicas.....	27
Figura 6: Hoja de Caridad de Cáritas	30
Figura 7: Propuestas de valor de M2O	32
Figura 8:Propuestas de valor & beneficiarios de ellas	33
Figura 9: Riesgo de exclusión en función de la formación. Fuente: EAPN a partir de Encuesta de Condiciones de Vida, INE.	38
Figura 10: Porcentaje de usuarios de Facebook, Instagram y FB Messenger por edad y sexo. Fuente: We are social / Hootsuite, www.epdata.es	45
Figura 11: Pirámide propuestas de valor y funcionalidades.....	51
Figura 12: Página de inicio de M2O (I).....	52
Figura 13: Página de inicio de M2O (II)	53
Figura 14: Funcionamiento registro M2O	53
Figura 15: Proceso de registro en M2O según tipo de usuario.....	54
Figura 16: Confirmación solicitud mandada de needer.....	55
Figura 17: Header cuando se ha iniciado sesión.....	55
Figura 18: Página Cómo actuamos de M2O.....	57
Figura 19: Página Nosotros M2O	58
Figura 20: Página Cómo usar M2O.....	59
Figura 21: Marketplace de objetos (I)	60

Figura 22: Marketplace de objetos (II)	61
Figura 23: Sistema de trueque (I)	61
Figura 24: Sistema de trueque (II).....	62
Figura 25: Página de crowdfunding.....	63
Figura 26: Campaña específica crowdfunding	63
Figura 27: Red de empleo (I).....	64
Figura 28: Red de empleo (II)	65
Figura 29: Formación (I)	65
Figura 30: Formación (II).....	66
Figura 31: Estructuración de los datos	99
Figura 32: Datos de ‘Formación’	100
Figura 33: Datos de ‘Empleo’	100
Figura 34: Datos de ‘Campaña’	100
Figura 35: Datos de ‘Donación’	100
Figura 36: Datos de ‘Trueque’.....	101
Figura 37: Datos de ‘User’	101
Figura 38: Base de datos generada	101
Figura 39: Páginas de la plataforma web de M2O	102
Figura 40: Header empleado en las páginas de M2O	103
Figura 41: Pie de página de la web M2O	103
Figura 42: Página de formulario de contacto.....	104
Figura 43: Confirmación de contacto con M2O	104
Figura 44: Mail de los datos de contacto a M2O.....	105
Figura 45: Formulario de registro de entidad social (I).....	105
Figura 46: Formulario de registro de entidad social (II)	106
Figura 47: Formulario de registro de entidad social (III)	106
Figura 48: Condición para ocultar 'Subir campaña' sin inicio de sesión	107
Figura 49: Inicio de la página del marketplace de objetos	108
Figura 50: Popup registro/inicio sesión del marketplace de objetos	108
Figura 51: Popup de publicación de objetos en el marketplace	109

Figura 52: Popup al solicitar un objeto del marketplace	109
Figura 53: Explicación inicial del funcionamiento del sistema de trueque	110
Figura 54: Popup registro/inicio sesión del sistema de trueque	110
Figura 55: Popup de publicación de objetos en el sistema de trueque	111
Figura 56: Popup de ¿Qué significa esto? en publicación de objetos del sistema de trueque	112
Figura 57: Explicación inicial del funcionamiento de la formación en M2O	112
Figura 58: Popup registro/inicio sesión de la formación en M2O.....	113
Figura 59: Explicación inicial de la página de empleo.....	114
Figura 60: Popup de registro/inicio sesión de la página de empleo	114
Figura 61: Formulario con los datos del empleo que se quiere publicar	115
Figura 62: Mail entrante a M2O con los datos de publicación de curso de formación	115
Figura 63: Workflow de la página de inicio	116
Figura 64: Detalles del workflow al hacer click en 'Cómo actúmos'	117
Figura 65: Workflow de la página de crowdfunding.....	117
Figura 66: Detalle del workflow al hacer click en 'Siguiendo paso' en el registro de ONG	118

Índice de tablas

Tabla 1: Cronograma a seguir en la creación de M2O	17
Tabla 2: Recogida de pros y contras de ayudas existentes y conclusión para M2O	31
Tabla 3: Ingresos primer año de funcionamiento de M2O	78
Tabla 4: Ingresos tras primer año de funcionamiento de M2O	78
Tabla 5: Costes actuales frente a costes futuros	86
Tabla 6: Costes e ingresos previsibles en un plazo temporal de 5 años	90

Capítulo 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento consiste en la presentación del proyecto Misión Segunda Oportunidad (M2O). Este proyecto se trata del desarrollo de una startup social, que se centra en ayudar a las personas que se encuentran en una situación de riesgo de exclusión social o pobreza, con el objetivo de poder proporcionarle herramientas para que puedan salir de la situación en la que se encuentran. Este proyecto ha surgido como elección de Trabajo de Fin de Grado, y se persigue llevarlo a la realidad mediante el desarrollo de una plataforma en la que se encontrarán distintas funcionalidades, que serán el medio con el que M2O quiere contribuir a solucionar esta causa.

La plataforma servirá como Producto Mínimo Viable (MVP). Esto quiere decir que no será una plataforma web acabada y perfeccionada, sino que se desarrollará para que se pueda terminar de pulir en base al feedback del cliente. Esta metodología de desarrollo se encuadra dentro de la metodología "Lean Startup", impulsada por Eric Ries. De este modo, no se invierten enormes esfuerzos en desarrollar un producto que en teoría es plenamente perfecto, y que luego en la realidad puede ser que no sea del todo funcional. Por eso mismo, el MVP de la plataforma de M2O incluirá las funcionalidades principales con un formato simple, y así una vez se observe la respuesta en el mercado, se pueda ir redireccionando el proyecto en la dirección adecuada.

Como ya se ha mencionado, este proyecto quiere formar parte de las iniciativas que se necesitan urgentemente para poder poner freno a la situación de vulnerabilidad que numerosas personas tienen que afrontar en su día a día. La casuística que lleva a la exclusión social es tan compleja que dificulta la tarea de identificar a las personas que la padecen, algo necesario en este proyecto para poder definir el público objeto de este proyecto. Respecto a esto el INE para realizar las estadísticas sostiene que una persona en riesgo de pobreza o exclusión social es aquella que vive en un hogar que tiene todas o alguna de las siguientes características: se encuentra por debajo del umbral de la pobreza, sufre privación material severa y/o tiene baja intensidad de empleo.

Es cierto que en España no solo hay personas en riesgo de exclusión social, sino que muchas personas se encuentran en situación de **sinhogarismo**. Cuando empezaron a darse las primeras pinceladas de M2O, la idea era realizar un proyecto que ayudase a las personas sin hogar. La idea era darles la ayuda necesaria para que se pudieran reincorporar en la sociedad de manera definitiva. Tras investigar sobre la situación actual de estas personas en España y teniendo en cuenta que la ayuda que necesitan no es un tema únicamente de alojamiento o empleo, sino que requiere de un acompañamiento y apoyo psicológico, se planteó cambiar la perspectiva de la plataforma, enfocando la ayuda en personas que se encuentran en riesgo de exclusión social.

El motivo por el que se planteó este cambio de perspectiva se debe a que la fase previa a encontrarse en el sinhogarismo es estar en situación de riesgo de exclusión social. Por ello, puede ser interesante tratar indirectamente el tema del sinhogarismo **cortando de raíz el origen principal de esta situación**, que es la de riesgo en exclusión social, evitando así que aumente el número de sin techo y consiguiendo que las personas que se encuentran en estas situaciones tan delicadas recuperen estabilidad. La necesidad urgente de solucionar este problema se ha visto acentuada con la situación del COVID. Según Cáritas, el número de personas que solicitan ayuda se ha triplicado. Por esto, ahora más que nunca se necesitan ideas y emprendimientos que permitan mejorar esta situación.

En este momento las personas en riesgo de exclusión social tienen varias opciones que les ayudan a sobrellevar la situación en la que se encuentran. Pueden optar a ayudas del gobierno, o acceder a fundaciones como Cáritas que les ayudan en distintas áreas. A pesar de ello, **estas ayudas no son suficientes** y puede ser que no sean efectivas del todo, ya que podemos ver que el número de personas que se encuentran en esta situación va en aumento. Por esto mismo, queremos desarrollar una plataforma que de manera innovadora y eficiente aporte soluciones ante este escenario.

El objetivo de M2O es proporcionar tanto ayudas que colaboren en el corto plazo, para ir sobreviviendo el día a día, así como en el largo plazo para que puedan salir de la situación definitivamente. Es decir, no solo se quiere ofrecer ayudas puntuales que cubran una

necesidad puntual, sino que, con la ayuda de M2O, a largo plazo puedan recuperar la estabilidad. Además, hay que destacar que la ayuda que se quiere ofrecer es mediante lo llamado **effective altruism**. Este término viene de un movimiento social que aplica la evidencia y la razón para determinar las maneras más eficaces de ayudar a otros. En este caso la eficacia es que la ayuda sea a largo plazo y que por ellos mismos puedan mantenerse en la estabilidad. M2O quiere dar los medios para salir de la situación, pero deben ser ellos mismos finalmente los que consigan dar el último paso y volver a tener una vida estable. Por ejemplo, se ofrecen cursos de formación, pero son ellos los que consiguen un empleo (o les ayudamos a buscarlo) y mantienen ese empleo. Después, con sus propios ingresos salen de la situación de riesgo en exclusión social.

Nuestra plataforma busca darles una segunda oportunidad para que se reincorporen al mercado laboral y a la sociedad según sus necesidades y aptitudes, así como crear un ambiente más inclusivo en las empresas colaboradoras y promover la solidaridad. También se busca hacer recaudaciones de dinero para recaudar fondos para necesidades concretas.

Este proyecto se ha realizado junto a mi compañera Lucía Gómez del Río. Es importante destacar que el proyecto final es el mismo, la plataforma de M2O, donde se juntarán todas las funcionalidades. No obstante, yo me he encargado de aquellas que pertenecen a la ayuda a corto plazo, y Lucía a la ayuda a largo plazo. Cubriendo estos dos aspectos se consigue que M2O pueda ayudar en el momento que se necesita de manera urgente la ayuda, como en un plazo temporal mayor para recuperar la estabilidad y así darles la segunda oportunidad que se merecen.

1.1 OBJETIVOS

Como ya se ha mencionado, este TFG se compone de dos partes: ‘Ayuda en el corto plazo’ y ‘Ayuda en el largo plazo’. En ellas, existen unos objetivos comunes ya que el resultado final del proyecto es una única startup. Sin embargo, dado que Lucía y yo nos centramos en funcionalidades distintas del proyecto, en esta sección también se presentarán objetivos específicos de esta parte concreta.

El conjunto de objetivos generales y específicos se centran en poder llevar a cabo las propuestas de valor planteadas en la pirámide de la *Figura 1*. Estas propuestas de valor se realizarán por medio de distintas funcionalidades.

1.1.1. Objetivos generales

- Uno de los objetivos principales que se persiguen al llevar a cabo este proyecto es poder obtener conocimientos y formación de los principales aspectos a tener en cuenta al formar una startup, tanto tecnológicos como económicos. A pesar de que se trate finalmente de una startup social, no deja de ser un proyecto que debe ser económicamente viable.

Para poder aprender sobre el mundo del emprendimiento, y de las maneras de iniciar una startup, se emplearán el Concurso Comillas Emprende, y el libro ‘Lean Startup’ de Eric Rices.

- **Creación de una página web** en la que se base la startup, ya que la ayuda se da en ella. Para ello, se escogerá una de las distintas plataformas no-code que se ofrecen actualmente para poder desarrollar aplicaciones web. Si bien es cierto que esto permite desarrollar una plataforma sin el requerimiento de conocimientos de programación, el proceso de entendimiento de dichas plataformas no deja de ser arduo y requiere de una inversión de tiempo. Como se explicará a continuación, a esta página web accederán tanto personas que están buscando ayuda como personas que quieren ofrecerla. Por ello, teniendo en cuenta que el único dispositivo electrónico que tienen muchas de las personas en riesgo de exclusión social es un móvil, la página web debe estar adaptada tanto a formato de ordenador como formato móvil.
- Realizar **tutoriales** del funcionamiento de nuestra página web en la propia plataforma. La brecha digital en personas en riesgo de exclusión social es una realidad. Por eso, puede ser de gran utilidad explicarles en videos breves todas las funcionalidades de la plataforma.

- Conseguir que M2O permita **mejorar la vida** de las personas en riesgo de exclusión. Por otro lado, se quiere crear una plataforma que se diferencie del resto de ayudas actuales las cuales no están bien organizadas y además no han dado paso todavía a innovarse tecnológicamente. Por ello, el proyecto se centra en que la ayuda aportada se realice por medio de un recurso digital.
- **Es necesario conseguir que la startup llegue a sostenerse económicamente por si misma.** Es decir, encontrar la manera de que el 80% del capital de la empresa provenga de ingresos obtenidos y el 20% de donaciones.

1.1.2. Objetivos específicos de 'M2O: ayuda en el corto plazo'

- Desarrollar en la página web el servicio de **crowdfunding**, en el que se presentarán situaciones en las que se encuentran distintas personas en riesgo de exclusión social con la ayuda que requieren en ese momento. Esta ayuda tiene que especificarse, de esta manera la persona que realiza la donación puede saber exactamente a donde está yendo su dinero. Esto se desarrollará en una página web, ya que es más cómodo para alguien que quiere realizar una donación de manera puntual. Así, el proceso es más rápido que tener que descargarse una aplicación, lo que seguramente haría que muchas personas no terminasen el proceso de donar. Además, para que las personas que donan dinero puedan ser partícipes de la ayuda que han hecho, la persona ayudada pondrá una evolución cronológica de la cubierta de su necesidad.
- También se podrá hacer crowdfunding de campañas globales, en las que se reúna dinero para cubrir simultáneamente las necesidades que tienen en común varias personas.
- El segundo objetivo relacionado con la idea anterior es obtener **el apoyo de una ONG conocida**. Es necesario que cada situación que se suba a la plataforma como proyecto de crowdfunding cuente con el respaldo de una ONG. De esta manera, todas las personas que quieran realizar una donación tienen garantizado que su dinero va a ir verdaderamente a ese proyecto. Además, el proyecto consigue mayor fuerza y puede tener por tanto mayor impacto. Asimismo, estas mismas asociaciones serán

las que nos proporcionen los casos que necesiten ayuda, ya que conocen de primera mano la situación en la que se encuentra cada persona a la que ayudan.

- Desarrollar **servicio de donaciones** de objetos (ordenador, cama, coche...). En este servicio se publicarán los objetos que ya no son necesarios, así como los objetos que alguien está buscando y necesita. Debe estar desarrollado de manera sencilla y visual para que las personas en riesgo de exclusión social puedan acceder sin problema desde los móviles.
- La implicación de la población para realizar donaciones y que el proyecto se vaya dando a conocer es muy importante. Debido a esto, se creará **contenido audiovisual que** se distribuirá online para promover nuestra iniciativa.

Los objetivos de ‘M2O: ayuda en el largo plazo’ del TFG, de mi compañera Lucía, se presentan a continuación, para poder facilitar la comprensión total de nuestro proyecto. Estos objetivos se centran en la propuesta de valor de generación de empleo y en la de digitalización de la información. Los objetivos son:

- Contribuir a la generación de empleo para las personas en riesgo de exclusión social.
- Ofrecer cursos de formación enfocados en una materia específica que permita la incorporación a un puesto determinado. Estos cursos serán impartidos tanto por personas individuales como por organizaciones y empresas.
- Crear una red estilo Marketplace. En ella, las personas en riesgo podrán encontrar distintos tipos de empleo.
- Organizar la información sobre las distintas ayudas ofrecidas por organizaciones u organismos públicos.

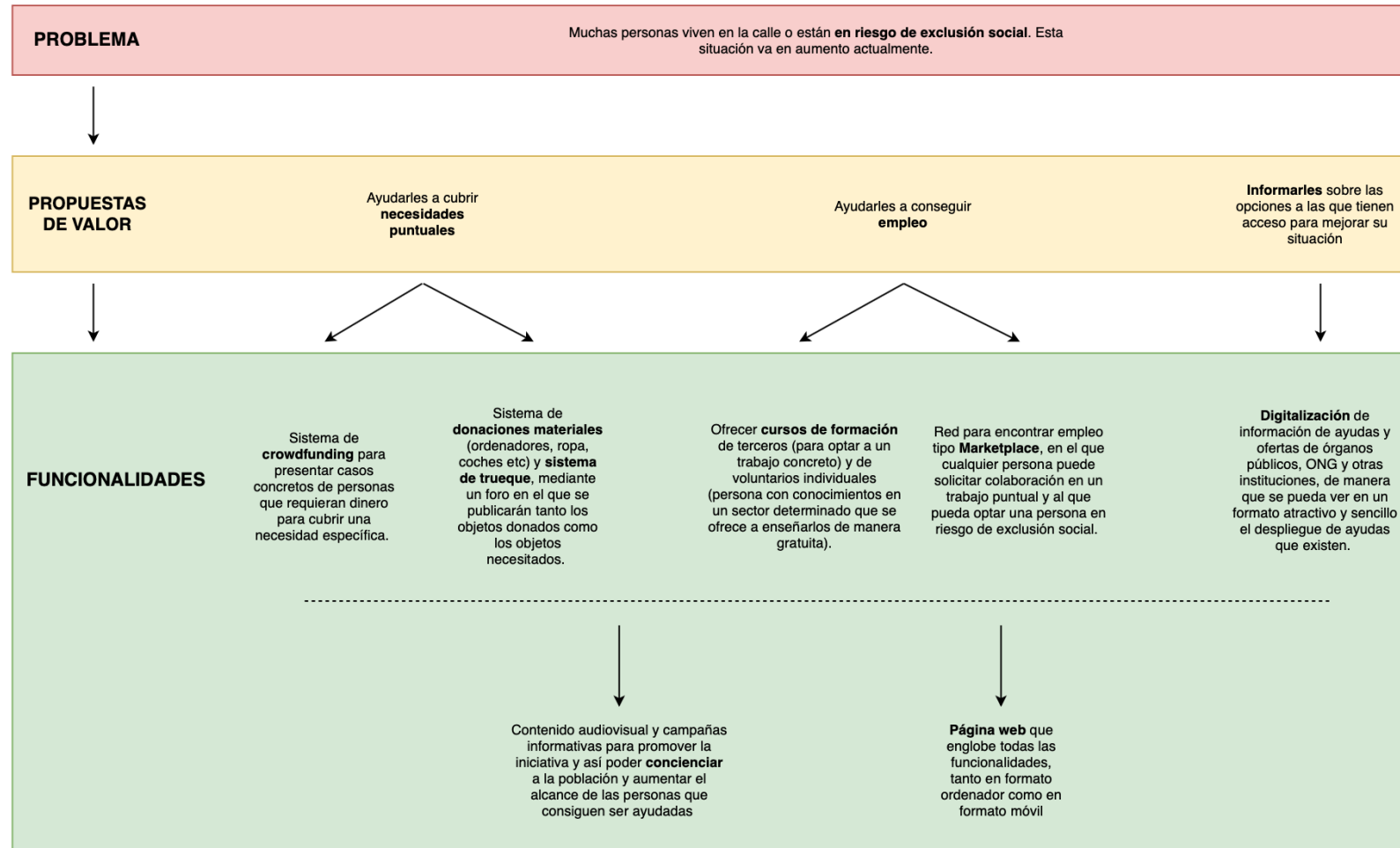


Figura 1: Pirámide de propuestas de valor con las correspondientes funcionalidades de M2

1.2 MOTIVACIÓN

La motivación es la esencia del proyecto. Al tratarse de un emprendimiento social, el objetivo principal no es económico, sino que el proyecto tenga un gran impacto positivo en la vida de las personas en riesgo de exclusión social o sintecho.

Lo que mueve el proyecto es poder colaborar y aportar algo para mejorar la vida de alguien que lo necesita de verdad, que no tiene unas condiciones de vida fáciles y de hecho son injustas. Esto es algo que siempre he querido hacer, y que he admirado en personas que dedican su vida a hacer del mundo un mundo mejor y más justo. Tras ver la propuesta para realizar como Trabajo de Fin de Grado un proyecto que pudiese reincorporar a la sociedad a personas sintecho, propuesto por nuestro director de TFG Pablo Zulaica, me junté con Lucía para así poder desarrollarlo juntas, ya que en proyectos sociales dos cabezas es mejor que una, y de esta manera se pueden conseguir más y mejores objetivos. El tema de ayudar a personas que se encuentran sin hogar me parece un problema muy importante que hay que resolver. Son personas que vemos en el día a día en la calle, pero que pocas personas se interesan de verdad por ellos e intentan ayudarles, más allá de darles una pequeña ayuda en forma de dinero.

Asimismo, al mismo tiempo que estamos creando una startup que puede mejorar la vida de muchas personas, vamos a aprender también del mundo del emprendimiento. El proceso de crear una startup no es solamente tener la idea sino hay que llevarla a cabo y tener en cuenta tanto aspectos económicos, como tecnológicos y sociales. Por eso, al llevar a cabo este proyecto voy a aprender mucho de sectores que la carrera de ingeniería no me ha enseñado, sobre todo la parte económica.

Además, el método que se quiere poner en práctica a la hora de emprender la startup es el método Lean Startup, que se explicará en más profundidad en el siguiente apartado.

1.3 METODOLOGÍA

La primera fase, común en las dos partes del proyecto, ha consistido en la investigación de la situación de los sintecho y de las personas en riesgo de exclusión social en España. Esto se ha realizado principalmente mediante distintos estudios y documentos sobre la materia, y que se centran en la situación de España, ya que en la propia Unión Europea existe bastante diferencia a la hora de abordar este problema entre países. Con esto, el objetivo ha sido poder aprender sobre las distintas opciones que una persona en esta situación puede tener en la actualidad en España, y también poder prever en qué dirección se dirige esto en el futuro. Asimismo, este proceso de investigación es clave para poder entender qué perfiles de personas se pueden encontrar en esta situación, y así adaptar las soluciones que finalmente se propongan a las características de esas personas. Al final, en este proceso de investigación también es de gran utilidad para ponerse en la piel de una persona que se encuentra en esta situación, y así poder entender con qué opciones se encuentra, y cómo sería el proceso para poder saber a dónde hay que pedir ayuda.

Además de la investigación exhaustiva de documentos de interés de la materia, una parte muy importante también en los inicios del proyecto es ponerse en contacto con organizaciones que trabajan en este sector, para así poder aprender de primera mano cómo funciona realmente.

Una vez se ha realizado este análisis, se asientan las ideas principales obtenidas, y así se empieza a moldear la idea del producto que se quiere ofrecer para poder colaborar con esta causa.

A continuación, una vez centrado el proyecto, se procederá a emplear distintas herramientas para desarrollar las distintas funcionalidades de la página web. En primer lugar, es interesante recurrir a aplicaciones que permiten diseñar el formato de la página web antes de ponerse a programarla. Dadas las dos partes A y B que componen este TFG cada una centrada en funcionalidades distintas, la metodología de trabajo también será diferente.

La funcionalidad de crowdfunding se basará en sistemas ya existentes, como Gofundme, que se centran en este tipo de servicio. Para ello existen dos opciones. La primera es que nuestra página web tenga su propio crowdfunding, es decir, las donaciones de dinero se realizan en nuestra propia plataforma. Esto se aplicará cuando M2O ya tenga una presencia suficiente. Por otro lado, la segunda opción es subir las situaciones de las personas a nuestra web, pero redirigiéndolas a otra web de crowdfunding. En este último caso, las situaciones pueden obtener más visibilidad ya que son plataformas muy conocidas. Esta será la opción escogida en los primeros años de funcionamiento de M2O.

El servicio de donaciones se desarrollará para que cualquier persona pueda publicar tanto un objeto que ya no necesita como un objeto que está buscando para cubrir alguna necesidad. Para organizar esto, se deberá establecer un filtro para clasificar los objetos según categorías.

El método de trabajo que se está siguiendo para la viabilidad del proyecto es el método Goldsmith, siguiendo por orden los pasos que se proponen. A la vez, se completa el Business Model Canvas para establecer los principales puntos del proyecto.

Por último, una vez el proyecto esté desarrollado, se creará un video promocional para darlo a conocer y así conseguir un mayor impulso en el inicio del proyecto. El cronograma ordenado por pasos se puede observar en la Tabla 1. El color amarillo corresponde a las tareas que Lucía y yo hemos realizado de manera común. El color verde son los pasos que hago yo de manera particular. El color naranja corresponde a los pasos de los que se encarga Lucía.

Tabla 1: Cronograma a seguir en la creación de M2O

PASOS/MESES	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Investigación sobre los sin-techo en España									
Cambio de perspectiva. Orientamos el proyecto a las personas en riesgo de exclusión social.									
Investigación sobre las personas en riesgo de exclusión social.									
Fijación de ideas y funcionalidades que perseguimos con el proyecto.									
División de ideas para hacer investigación de forma individual y diseño de la futura plataforma.									
Implementación de la página web con herramientas no-code, empezando con la landing page.									
Recopilación de casos para crowdfunding para la página web.									
Contacto con personas u organizaciones para colaborar.									
Prueba de concepto de crowdfunding.									
Prueba de concepto de ayuda a conseguir empleo.									
Creación de sistema de crowdfunding, de donaciones y de trueque.									
Digitalización de información sobre ofertas de empleo y formación existentes y de ayudas de organismos.									
Creación de la red de Marketplace.									
Creación de contenido audiovisual, como un vídeo, para dar a conocer el proyecto.									
Dar a conocer el proyecto.									
Dar uso a la plataforma.									

1.4 RECURSOS

Para poder recopilar información y poder entender la situación en la que se encuentran estas personas y las ayudas a las que pueden acceder, hemos contactado con ONG y personas que nos han dado información sobre cómo gestionan ellos la situación en este momento.

Una vez se ha realizado la investigación del problema en España, se procede a llevar a cabo la realización del producto. Para ello, se emplearán distintos recursos en el desarrollo de la página web. En primer lugar, se utilizará una aplicación que permita obtener una idea general del diseño del proyecto, en nuestro caso hemos empleado Marvelapp. Esta aplicación permite organizar cómo es la apariencia ideal de la página web, como paso previo a su programación.

Tras esto, una vez definida la apariencia y las principales características que se incluirán en la plataforma, se procederá a desarrollarla. Para el desarrollo web, se ha empleado la aplicación Bubble. Se trata de una plataforma que permite desarrollar aplicaciones/páginas web no-code. Esto quiere decir que sin tener conocimientos de programación se puede llevar a cabo la plataforma de un producto con todas las funcionalidades requeridas. Para M2O, Bubble permitirá que la plataforma se desarrolle de manera rápida con todas las funcionalidades incluidas, y así conseguir tener el Producto Mínimo Viable. Con Bubble, se consigue tener una página funcional en un corto periodo de tiempo, y así se puede validar rápidamente la respuesta final de los posibles usuarios.

A lo largo del desarrollo del proyecto, se han empleado como recursos los ofrecidos en el concurso Comillas Emprende, que se centran en dar formación en todo lo que conlleva desarrollar una startup, desde la fase de investigación hasta la viabilidad económica. El principal recurso con el que se ha contado en este concurso ha sido un panel de evaluación del progreso del proyecto siguiendo el modelo Gold Smith. Este modelo permite orientar el desarrollo de la startup, ya que es una guía de los diferentes pasos que conviene seguir en este proceso. En la Figura 2, se observa el panel que se siguió.



Figura 2: Panel Goldsmith

Además de este panel, el concurso proporcionó diferentes módulos de formación sobre el desarrollo de una Startup:

- Módulo 1: Concepto Técnico y Viabilidad Técnica
- Módulo 2: Oportunidad de mercado y Estudio de mercado
- Módulo 3: Potencial de negocio y Viabilidad Económica
- Módulo 4: PMV y Escalabilidad
- Módulo 5: Estrategia comercial
- Módulo 6: Plan de negocio
- Módulo 7: Elevator Pitch

Para acabar, el último recurso que se ha empleado para desarrollar M2O ha sido la experiencia de voluntariado con la organización portuguesa Just a Change. Esta experiencia de dos semanas ha consistido en la rehabilitación de casas de personas en riesgo de exclusión social. Gracias a ello, se ha podido conocer un poco más a personas que se encuentran en esta situación, y poder así validar las ideas que se planteaban tener en la plataforma. Además, ha sido una experiencia muy enriquecedora también para conocer cómo funciona una compañía como Just a Change en términos organizativos, estructurales y económicos. Siendo una compañía prácticamente nueva y en estado de expansión, hablar con ellos ha permitido obtener conocimientos acerca de las distintas maneras de obtener recursos económicos para que la compañía pueda mantenerse y escalar. En estos términos, el director de la convivencia de dos semanas, Joao Captivo ha sido de gran ayuda.

1.5 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA

La memoria se organiza en 10 capítulos y dos anexos, que permiten comprender la totalidad de la startup M2O.

En el primer capítulo se realiza una introducción al proyecto. Además, se exponen los objetivos generales que M2O persigue conseguir, así como los objetivos específicos a cada parte de M2O: ayuda en el corto plazo y ayuda en el largo plazo. Asimismo, se expone la motivación por la que surge el proyecto, y la metodología y recursos empleados en su desarrollo.

En el segundo capítulo se plantea el problema por el que surge M2O, con el estado de la cuestión y la comparación de M2O frente a las ayudas actuales disponibles en caso de situación de riesgo de exclusión social.

El tercer capítulo desarrolla las propuestas de valor de M2O. Es decir, el valor que aporta M2O a las distintas personas que utilizan la plataforma. En este mismo capítulo se presentan las funcionalidades.

El cuarto capítulo se centra en el cliente de M2O. En él, se perfila que tipo de personas emplearán M2O. De manera particular, se introducen a los primeros usuarios de M2O y también se realiza una segmentación de los usuarios totales, mediante la herramienta TAM SAM SOM.

El capítulo 5 muestra la solución de M2O, es decir, la plataforma final en formato de página web. Se muestran las páginas correspondientes a la ayuda a corto plazo y a largo plazo, para poder así entender cómo ha quedado la plataforma final con ambas partes juntas. Además, se incluye un apartado de validación de la solución.

El capítulo 6 se centra en la estrategia que se empleará para salir al mercado. En primer lugar, se presenta la forma de monetización de la plataforma. Adicionalmente, se detalla el plan de captación de los primeros 10, 100 y 1000 clientes.

En el capítulo 7 se explican los recursos necesarios para poder desarrollar M2O: económicos, humanos y tecnológicos. Además, se incluye una comparación de dichos recursos en el primer año respecto de los recursos que se requerirán una vez M2O haya escalado.

El capítulo 8 corresponde a las proyecciones financieras en los próximos 5 años. Se exponen las hipótesis que se han empleado para elaborar dichas proyecciones, además de un análisis de sensibilidad.

El capítulo 9 recoge las conclusiones.

El capítulo 10 corresponde a la bibliografía.

Por último, se incluyen dos anexos. El anexo I detalla la alineación de M2O con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El anexo II expone el desarrollo técnico de M2O con la plataforma Bubble.

Capítulo 2. PROBLEMA

2.1 ESTADO DE LA CUESTIÓN

Según el último **informe de la Red Europea de Lucha Contra la Pobreza y la Exclusión (EAPN) y el indicador AROPE**, el 25,3% de los españoles (2019) se encuentra en riesgo de exclusión social. AROPE (At Risk of Poverty and/or exclusion) son las personas en riesgo de pobreza y/o exclusión social denominadas así por la Estrategia Europea 2020, estrategia establecida para el crecimiento de la Unión Europea en los próximos diez años.

El indicador AROPE mide a las personas que se encuentran en una de las tres siguientes situaciones (en el caso de estar en más de una sólo se cuenta una vez):

1. Se encuentra en riesgo de pobreza tras pasar por transferencias sociales. Esto se considera cuando la persona en cuestión tiene una renta disponible equivalente inferior al umbral de riesgo de pobreza, que se fija en el 60% de la renta disponible equivalente nacional. Los ingresos a tener en cuenta son aquellos del año anterior a la entrevista.
2. Tiene severas carencias materiales, que implica vivir bajo unas condicionales determinadas por la falta de recursos. Estas personas experimentan al menos 4 de los 9 puntos de privación siguientes. No se pueden permitir:
 - Pagar el alquiler o facturas de servicios públicos.
 - Mantener el hogar a una temperatura adecuada
 - Afrontar gastos inesperados
 - Comer carne, pescado o una proteína equivalente cada dos días
 - Una semana de vacaciones en un lugar distinto al de residencia
 - Un coche
 - Una lavadora
 - Una TV de color
 - Un teléfono

3. Vive en hogares con una intensidad de trabajo muy baja. Estas personas son aquellas de 0 a 59 años que viven en hogares en los que los adultos (de 18 a 59 años) trabajan el 20% o menos de su potencial total de trabajo total durante el último año. Se calcula el número de meses en los que los miembros del hogar han estado trabajando durante el año de referencia, y por otra parte el total de meses en los que teóricamente esos mismos miembros podrían haber trabajado. Se calcula el ratio y se determina si es inferior al 20% (INE, Riesgo de pobreza y/o exclusión social (Estrategia Europa 2020). Indicador AROPE)

En la Figura 3 se puede ver la evolución del número de personas que se encuentran en esta situación, partiendo de la recopilación de los datos del indicador AROPE.

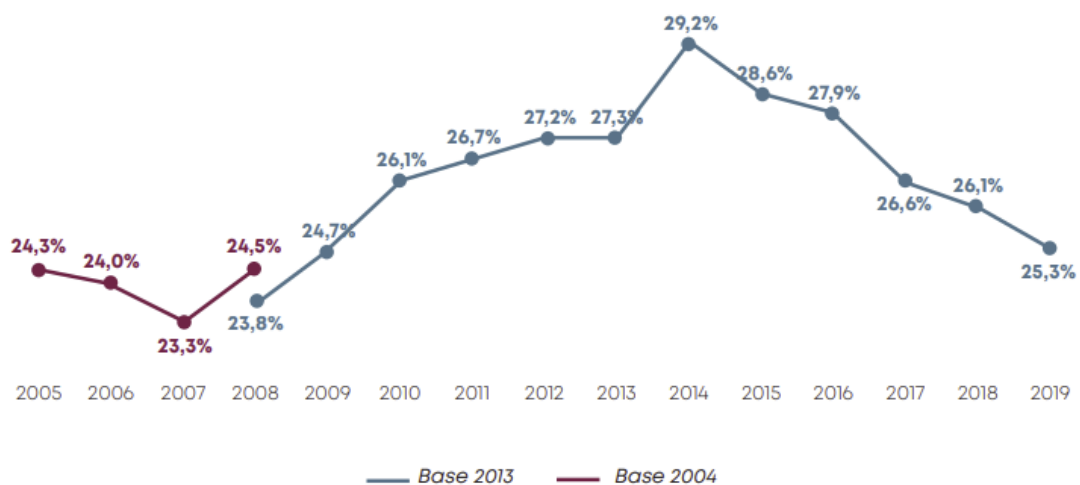


Figura 3: Evolución AROPE en España (Fuente: *El Estado de la Pobreza. España 2020 X Informe anual sobre el riesgo de pobreza y exclusión* realizado por EAPN España.)

Lo primero que se puede observar de esta gráfica es que, tras la crisis de 2008, comenzó un ascenso en el número de personas en riesgo de exclusión social, llegando al pico en 2014. Desde entonces, poco a poco se ha conseguido disminuir de nuevo estos porcentajes, con un valor final recogido en 2019 del 25.3%, siendo en términos absolutos 12 millones de personas. No obstante, España no ha cumplido con su parte del compromiso de reducción de la pobreza asumido en la Estrategia Europa 2020, que especificaba una reducción de 1,5

millones de personas en riesgo de pobreza y/o exclusión social (tasa AROPE) sobre los datos de 2008, y que debía alcanzarse como muy tarde este año. (EAPN).

Esta reducción que se puede observar en la gráfica se debe principalmente a la mejora del indicador que mide la intensidad de empleo en los hogares. Aun así, la reducción de pobreza ha sido mucho menor.

Es importante también analizar cómo se encuentra en España en comparación con otros países. La comparación de la situación en España respecto de la media de la Unión Europea se puede realizar gracias a los datos recopilados por la Oficina Europea de Estadística sobre el número de personas que se encuentran en esta situación. Para ello, Eurostat ha realizado el estudio partiendo del concepto de persona en riesgo de exclusión social que utiliza el indicador AROPE, explicado anteriormente.

En la Figura 4 se puede comprobar que España se encuentra por encima de la media europea. En concreto, en el año 2020 el porcentaje europeo era del 16.5%, mientras que el español era del 20.7%.

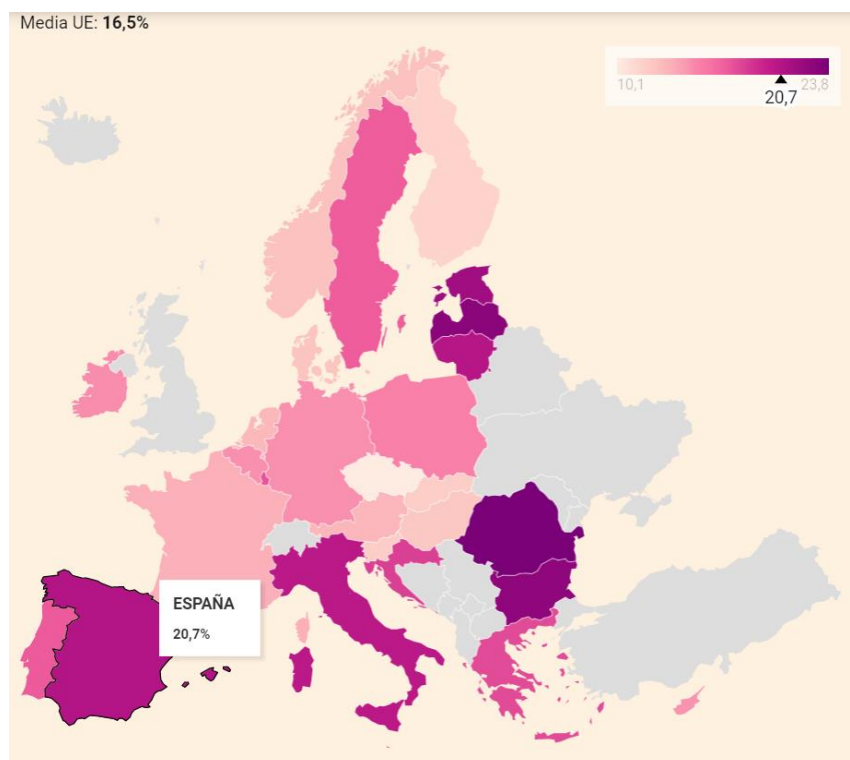


Figura 4: Personas en riesgo de exclusión social Europa. Fuente: Expansión a partir de Eurostat

Por tanto, se puede comprobar cómo España se encuentra por encima de la media europea, y además no ha cumplido con los objetivos para que Europa como conjunto y España de manera particular vaya solucionando este problema. Se puede ver que se está muy lejos de lo que se debe alcanzar con las personas en riesgo de exclusión social. A pesar de que la curva de la Figura 3 estaba decreciendo, el año 2020 va a cambiar el rumbo al que se estaba dirigiendo. Al hecho de que en 2019 no se alcanzasen los números comprometidos con la Estrategia Europea 2020, hay que sumarle que la pandemia del COVID 19 va a contribuir negativamente a la situación de muchas personas. El COVID ha generado mayor inestabilidad en las personas que ya se encontraban en situación de vulnerabilidad, y además muchas otras familias han pasado de una situación económica estable a necesitar ayuda para poder llegar a fin de mes.

Diferentes estudios llegan a la misma conclusión, el COVID 19 además de víctimas, trae consigo una crisis social que no se debe ignorar. El informe anual de desigualdad publicado por Oxfam Intermón expone que debido al COVID, 790 000 personas están sufriendo una

pobreza severa (vivir con menos de 16 euros al día), suponiendo un total de 5,1 millones de personas. Esto se ve reflejado en un aumento desde el 9,2% registrado antes del COVID hasta el 10,86 %.

Por tanto, se necesita ahora mismo más que nunca nuevas ideas que pongan freno y solución a la vida de muchas de estas personas.

2.2 AYUDAS ACTUALES EN CASO DE RIESGO DE EXCLUSIÓN SOCIAL

Cuando una persona se encuentra en una situación de riesgo de exclusión social o pobreza, tiene varios caminos para poder afrontar esta situación y así contar con ayuda que le permita o bien seguir adelante o bien volver a recuperar la estabilidad. En este momento en España las ayudas que existen se realizan principalmente mediante ayudas del gobierno, o mediante ONGs o fundaciones. En ambos casos, las ayudas que se ofrecen son principalmente económicas o de formación/empleo.

Por un lado, se encuentran las ayudas ofrecidas por el gobierno, que se reparten entre las competencias correspondientes a la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y las Corporaciones Locales y pueden ser o bien económicas o en materia de empleo/formación o vivienda.

En relación con las ayudas económicas, se analiza la situación completa de la persona que las solicita y en función de ello se asigna la cuantía correspondiente. Estas ayudas pueden ser debido a situaciones de condiciones familiares, desempleo, por ejemplo. El objetivo de estas ayudas al final es que las personas puedan tener una vida digna. Un ejemplo de estas pueden ser las prestaciones por desempleo, discapacidad o IMV (Ingreso Mínimo Vital). (María Fe Torres, miembro de Red Aragonesa de Entidades sociales para la inclusión y usuario de servicios sociales).

Estas ayudas económicas tienen varios puntos débiles. En uno de los congresos organizados por EAPN para proponer mejoras en las distintas ayudas que se ofrecen a las personas en riesgo de exclusión social, María Fe Torres recalcó que “que las pensiones de jubilación son

bajas e insuficientes, no hay protección adecuada de empleo, que se traduce en trabajo precario, las ayudas del desempleo difícilmente permiten la subsistencia familiar”.

Los problemas principales se pueden encontrar de manera resumida en la Figura 5.



Figura 5: Problemas en el acceso de ayudas económicas

En primer lugar, existe una larga lista de ayudas para numerosas situaciones en las que se puede encontrar una persona, con numerosos requisitos que se deben cumplir para poder optar a ellas. Además de eso, resulta bastante tediosa la búsqueda de las ayudas que están disponibles. Recientemente, se ha publicado la Guía de Ayudas Sociales para las familias del año 2021. Se trata de una guía de 150 páginas en las que es cierto que están las ayudas explicadas, pero no resulta sencillo llegar a entender qué ayudas corresponden a quién y si se cumplen las condiciones para poder recibirlas.

En segundo lugar, María Fe Torres destaca que, en el proceso de solicitud de algunas ayudas, como es el caso del IMV, existen problemas en su puesta en marcha, solicitudes o retrasos. También hay casos de personas que no cumplen con los requisitos y necesitan ayuda de urgencia.

Otro problema fundamental es la brecha digital que tienen muchas personas, y que dificulta por tanto muchos de los procesos de solicitud que se han digitalizado, y en especial con la pandemia del COVID 19, por lo que muchas personas finalmente no son capaces de optar a dichas ayudas.

María Fe planteó la necesidad de solucionar el proceso de tramitación digital para las personas que no tienen cultura informática ni los medios necesarios, así como para el periodo de carencia que hay desde que se solicita una ayuda hasta que finalmente llega.

Por otro lado, si uno se encuentra en una situación de pobreza puede contar con organizaciones o fundaciones. Estas organizaciones brindan su apoyo en diferentes temas, principalmente con relación al empleo o la vivienda. En tema de empleo, muchas organizaciones o fundaciones, como la fundación Adecco o la fundación Tomillo tienen un portal de empleo para estas personas. Estas organizaciones tienen en común que ayudan en el proceso de inserción social, colaborando con empresas. De esta manera, las personas obtienen las cualificaciones requeridas para los puestos de trabajo que posteriormente las mismas empresas ofrecen. En este caso, un posible punto débil que pueden tener es que no se centran particularmente en un problema específico, sino que abarcan varios problemas a la vez desde apoyo a la infancia hasta apoyo y formación y empleo. Además, la solución del problema depende principalmente de la decisión de colaboración de empresas, en vez de centrarse en la ayuda particular al individuo para que luego este pueda realizar su inserción más por su cuenta. La colaboración con empresas al final tiene una escala limitada, pues también tienen otros medios de contratación de personal aparte de bolsas de empleo de personas en riesgo de exclusión social.

Asimismo, hay otras organizaciones como Cáritas, que principalmente ayudan en momentos de urgencia en los que los periodos de carencia no son viables, porque dada la vulnerabilidad de la situación no es posible seguir adelante sin ayuda. En el caso del mismo Cáritas, el proceso de dar la ayuda es el siguiente. La persona necesitada se acerca a Cáritas que le corresponde según su diócesis. Esta persona explica la ayuda que necesita. Cáritas evalúa su situación personal junto a la necesidad requerida. Tras esto, se determina la ayuda que se le va a proporcionar. De esta manera, en el caso de Cáritas, si alguien necesita ayuda tiene que ir de manera presencial a informarse. Muchas veces hay personas que por vergüenza no se atreven a hacer esto, ya que no es fácil admitir que se necesita ayuda. Además, la situación del COVID ha complicado la accesibilidad física, realizándose muchos de los servicios actuales de manera remota. Por ello, es buena idea digitalizar la parte en la que una persona

solo necesita informarse, presentado las distintas ayudas que ofrecen. Con esta digitalización, la persona que necesita ayuda puede informarse primero de si la organización cubre exactamente lo que busca, así como informarse de los aspectos que cubren, ya sea empleo, comida, alojamiento etc. Este es uno de los pilares principales de nuestra plataforma, es decir, la ayuda se realizará principalmente mediante un medio digital. No obstante, esta digitalización debe garantizar que el formato es sencillo para las personas que sufren la brecha digital.

Por otro lado, hay otras organizaciones que se centran en llevar a cabo el acompañamiento a las personas que se ven en esta situación. Un ejemplo que trabaja en este sentido en España es Bokatas. Esta ONG se centra en el apoyo a personas sin hogar, proporcionándoles comida y un rato de conversación. Esto es claramente necesario y son momentos que las personas sin techo necesitan. No obstante, no es una ayuda que permite que salgan de esta situación.

En relación con startups españolas en este ámbito, no se ha encontrado ninguna que haya implantado una idea innovadora para mejorar esta situación y conseguir que puedan recuperar una forma de vida estable.

En el ámbito mundial, existen plataformas que sin ser ONG atacan este problema. Una startup americana que ha servido de inspiración es Handup. Esta entidad consiste en una plataforma de crowdfunding donde se presentan las historias de distintas personas a las que se les puede realizar una donación, para una causa concreta. Estas personas especifican para qué necesitan el dinero exactamente, lo que dota a Handup gran transparencia, aportando así confianza a los donantes. Asimismo, cada una de las personas a las que se le hace una campaña de crowdfunding están representadas por una organización concreta y además, se puede ver una evolución de cómo progresa la situación de la persona a la que se está ayudando. Por otro lado, esta plataforma también permite realizar donaciones a campañas que abarcan ayudas para no solo una persona concreta, sino a una causa más general. Por ejemplo, conseguir 100 ordenadores para 100 alumnos de un colegio. Esta plataforma ha tenido mucho éxito en Estados Unidos, consiguiendo un total de 7 millones de euros

donados. A pesar de ser una entidad innovadora y de gran éxito, no existe una organización de este tipo en España.

De manera parecida a lo que hace Handup, Cáritas dispone de un servicio que se llama Hoja de Caridad. La Hoja de Caridad presenta una veintena de casos de familias en situación de exclusión que necesitan una ayuda inmediata a situaciones puntuales. La aportación de esta ayuda es un elemento decisivo para la mejora de su situación. Estos casos se publican en la página web de Cáritas, como se ve en la Figura 6.

70.521.- Mujer de 60 años, sin familia, que comparte piso. Pendiente de operación de rodilla y del dictamen médico por discapacidad. Se contagiaron de COVID todos los vecinos que comparten piso. Sigue en la UCI el titular del contrato, luego si no abona los 600€ que adeuda ella, se verán todos en la calle. Precisa además otros 300€ para el mes de agosto.

Ingrese la cantidad en números de la donación

REALIZAR DONACION

70.522.- Madre de dos niños de 12 años y de 3 meses. El padre los dejó antes de nacer el pequeño. No puede comprar medicación ni lo más preciso para el bebé. No tiene ingresos. Comparte piso con una amiga y juntas cuidan a los hijos de ambas. Necesita 650€ durante dos meses.

Ingrese la cantidad en números de la donación

REALIZAR DONACION

70.523.- Matrimonio joven, ambos sin trabajo. Ella cuidaba a una señora que falleció. Él tiene experiencia de transportista, pero necesita una mayor preparación laboral y está siguiendo el curso apropiado. Solicitan 500€ para alimentación y alquiler.

Ingrese la cantidad en números de la donación

REALIZAR DONACION

Figura 6: Hoja de Caridad de Cáritas

Sin embargo, a pesar de que las Hojas de Caridad son accesibles en su página web, es un servicio que en cuanto al diseño está anticuado y que además no se le da la visibilidad necesaria. Por eso, aun siendo una iniciativa de gran potencial, dadas sus deficiencias el alcance que consigue es mucho menor al que podría conseguir.

Tras la contextualización de las distintas formas de ayuda que existen actualmente en España, con sus pros y sus contras, todo lo dicho se recoge de manera esquematizada en la Tabla 2. En ella se han incluido tanto las iniciativas y carencias de las asociaciones anteriormente mencionadas como escenarios de actuación de M2O que cubren estas carencias.

Tabla 2: Recogida de pros y contras de ayudas existentes y conclusión para M2O

Nombre	Buenas iniciativas	Carencias	Conclusión para M2O
Gobierno	Gran variedad de ayudas	- Proceso largo, no ofrecen ayuda inmediata - La información en las páginas web de estas ayudas es difícil de entender - Formato anticuado	- Digitalizar recogida de información sobre las ayudas - La ayuda de crowdfunding es más inmediata.
HandUp	Recaudación de dinero mediante campañas de crowdfunding para casos concretos.	- No existe en España. - Enfocada, por tanto, a problemas característicos de EE. UU., distintos a los de España.	Desarrollar una plataforma que proponga casos concretos para recaudar dinero mediante crowdfunding.
Cáritas	Hojas de Caridad. Opción de hacer donaciones a individuos o familias.	- Falta de digitalización, sistema anticuado. - Falta de información y de accesibilidad.	Digitalizar esa información y hacer una plataforma accesible para todos.
Bokatas	Acercamiento a las personas sin hogar. Humanización de la situación e inclusión de estas personas en el día a día de la sociedad.	- No elimina el problema a largo plazo. - No proporciona recursos para que las personas puedan pasar a valerse por sí mismas.	Hacer el acercamiento a las personas de forma humana, a la vez que efectiva para que pasen a no necesitar esa ayuda.

Capítulo 3. PROPUESTA DE VALOR

Como dice Eric Ries En su libro Lean Startup, uno de los elementos clave de una startup es la aportación de valor. Relacionando este apartado con el anterior, los clientes permanecerán en la base de datos de una startup si el producto o servicio que se les está ofreciendo les aporta valor.

En el caso de M2O, como se ha visto en el apartado anterior, la plataforma que se va a desarrollar es un punto de encuentro entre todas las personas que necesitan ayuda, las personas individuales que quieren ayudar, y las entidades sociales. Como a cada uno de ellos se le ofrecerán distintas opciones, las propuestas de valor varían también entre ellos.

Es muy importante este aspecto para M2O. Se quiere conseguir que toda persona que utilice la plataforma sienta que con ello está recibiendo el valor que M2O quiere aportarle, no solo para convertirlo en un usuario habitual, sino también para que con la satisfacción que sienta, dé a conocer a M2O. Con ello M2O de verdad podrá tener el impacto que se espera.

Las propuestas de valor que se ofrecen en la plataforma de M2O están centradas principalmente en tres aspectos que cualquier persona que se encuentre en riesgo de exclusión social necesita cubrir y que se pueden ver en la Figura 7.

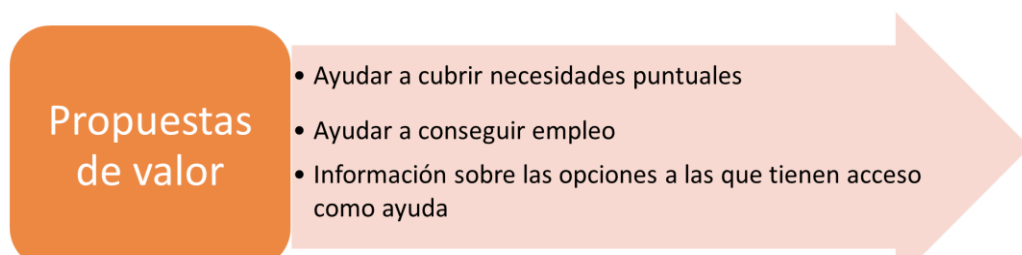


Figura 7: Propuestas de valor de M2O

Como las personas que utilicen la plataforma son indispensables para el proyecto, y gracias a ellas podrá prosperar, se les dará un nombre que permita no solo referirse a ellos de una manera más sencilla, sino además es un modo de acercarlos a M2O y que formen parte del proyecto plenamente. Los *needers* serán las personas que necesiten la ayuda de M2O para

poder poner solución a su situación. Los *helpers* son todas las personas que quieren formar parte del cambio, y ayudarán a M2O a mejorar la vida de los *needers*.

En cuanto a las propuestas de valor:

1. Con M2O se aspira a satisfacer las necesidades puntuales que una persona en riesgo de exclusión social puede tener. Se trata de los aspectos que se necesitan cubrir con más urgencia y que además se puede hacer de manera más inmediata.
2. M2O también incluye funcionalidades relacionadas con el empleo y la formación, una característica clave, ya que la falta de ello lleva a muchas personas a esa situación.
3. La organización de información sobre ayudas y las distintas opciones que uno necesita saber que tiene cuando se encuentra en esa situación también forma parte de la plataforma de M2O. Por ejemplo, las ayudas que ofrece el gobierno, para quien van dirigidas, los plazos, etc.

Estas tres propuestas de valor se pueden observar en la Figura 8 junto a las personas que emplean la plataforma y que dichas propuestas de valor son las que van a hacer que quieran usarla.

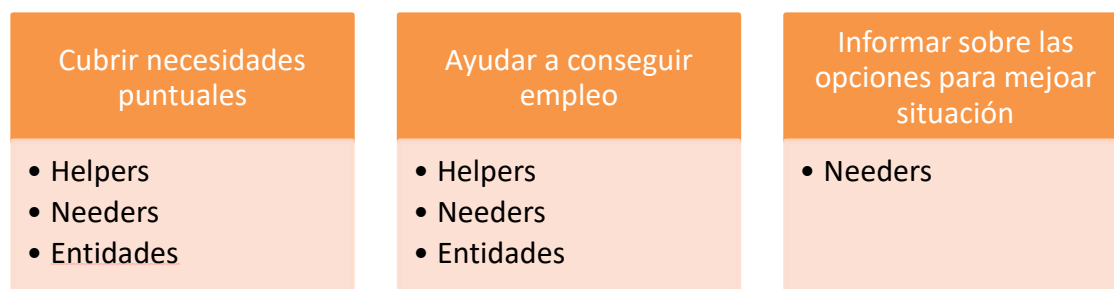


Figura 8: Propuestas de valor & beneficiarios de ellas

3.1 CUBRIR NECESIDADES PUNTUALES

La primera propuesta de valor que se quiere ofrecer a los *needers* es que nuestra plataforma permita cubrir algunas de las necesidades puntuales que puedan tener. A pesar de que el proceso a largo plazo que se quiere perseguir es salir definitivamente de esa situación,

mientras eso se lleva a cabo no dejan de existir necesidades puntuales que se necesitan cubrir para poder ir avanzando en el día a día.

Las funcionalidades que ponen en práctica esta propuesta de valor son:

- Marketplace de objetos: Se creará una red en la que los *helpers* puedan publicar los objetos que quieren donar. Los *needers* podrán solicitar dichos objetos. Estos objetos tendrán que ser de primera necesidad, es decir, objetos que claramente empeoran la calidad de vida de una persona si no se tienen. Un ejemplo podría ser un ordenador, un colchón, ropa, etc. Desde el punto de vista de los *helpers*, también podrán ver una lista de los artículos más demandados.
- Trueque de objetos: De manera parecida al Marketplace de objetos, se va a crear una red de intercambio de objetos. La diferencia con la funcionalidad anterior es que ahora el intercambio no se realiza entre un *needer* y un *helper*, sino entre dos *needers*. De este modo, alguien puede solicitar un objeto específico a cambio de otro objeto específico.
- Marketplace de empleos: el objetivo de esta funcionalidad es crear una red de trabajos puntuales, es decir, tareas que pueden ser llevadas a cabo en un corto plazo y con las que no se necesita contrato. Un ejemplo de funcionamiento sería el siguiente:

Mario necesita contratar a alguien por un día para que le ayude a transportar objetos de una casa a un local. Mario realiza la publicación del empleo, explicando en qué consiste exactamente y otros detalles. Por otro lado, Raquel es una mujer que tiene una furgoneta y puede ayudar a Mario a realizar el transporte. En ese caso, se han cruzado la necesidad de Mario con la capacidad de Raquel de cubrirla. Por ello, Raquel solicitará el empleo y a Mario le llegará una notificación de ello al email.

- Crowdfunding: las campañas de crowdfunding estarán centradas en una necesidad particular de una persona, y que permite que una vez que sea satisfecha, la calidad de vida de dicha persona mejore considerablemente. Los casos de las personas tendrán que estar respaldados por organizaciones o entidades sociales. Esto es

requerido porque un *helper* necesita veracidad de la causa a la que va a donar parte de su dinero, y por tanto garantizar que lo que se está pidiendo es en realidad en donde será posteriormente invertido. Desde la publicación de la campaña hasta que se consigue la total recaudación, se podrá ver cómo evoluciona la situación, y se podrá crear un intercambio de palabras entre los donantes y el beneficiario. De igual modo, una vez se ha alcanzado la colecta total, también se mantendrá dicha conexión entre ambas partes para que se pueda conocer el impacto en la vida de la persona.

¿Qué ganan todas las personas con esta propuesta de valor?

En cuanto a las personas en riesgo de exclusión social, las tres funcionalidades (Marketplace de objetos, Marketplace de empleos y crowdfunding), permiten mejorar la calidad de vida y conseguir que necesidades básicas de una persona sean cubiertas. Además, el hecho de que todo sea de manera digital permite ahorrar tiempo, ya que, por ejemplo, cuando una persona necesita ropa u otros objetos tienen que desplazarse de manera física a la entidad social u organización correspondiente. La red de empleos les permite obtener unos ingresos extra que, aunque no sean estables, les ayuda a contar con un margen para los gastos. Además, cuando uno se mantiene activo, aumenta la motivación y autoestima para seguir buscando un empleo más estable.

Por otra parte, las personas que quieren colaborar con la plataforma, bien sea publicando objetos, empleos o realizando donaciones a las campaña de crowdfunding, también obtienen beneficios. En todos los casos, lo primero que uno obtiene a cambio de colaborar en la plataforma es la satisfacción de saber que con un par de clicks, una persona que tenía una situación muy difícil ha recibido ayuda, y su calidad de vida se ha visto mejorada. Además de esta felicidad por ayudar, se reciben también otros beneficios. En el caso de la red de objetos, se consigue que objetos que estaban en desuso vuelvan a recuperar su valor.

Por otro lado, la red de empleo tiene el doble impacto social y además funcional. La principal aportación de valor que se crea es contribuir a poner fin y solución a un problema social. Esto se ve acentuado si además se está ayudando a personas que viven cerca de su entorno, con la que podrían compartir características personales como ir al mismo supermercado,

parque o parroquia. Estos elementos son clave porque pueden influir en gran cantidad en la red de empleo. Un ejemplo podría ser que un vecino del barrio de Majadahonda, Mario, publica un trabajo puntual, sabe que, sea quien sea quien finalmente realice el trabajo, es una persona que necesita no solo el dinero, sino también la motivación y esperanza de poder trabajar. Por otro lado, si el empleo se ha publicado es porque Mario realmente necesita que esa tarea sea cubierta, por lo que además está viendo su necesidad personal satisfecha.

Por último, las campañas de crowdfunding aportan valor a los *helpers*, *needers* y entidades sociales. En el caso de los *needers*, de nuevo, gracias a esas campañas se cubrirá una de sus necesidades que contribuyen a que su calidad de vida mejore considerablemente. Por otro lado, las entidades sociales, ya se ha mencionado que deben respaldar dichas campañas. Dado que las personas de las campañas son guiadas por esas entidades, cubrir una de sus necesidades quita trabajo a la entidad y, por tanto, permite que se puedan centrar en otros aspectos que M2O no abarca, como podría ser el tema de la vivienda. Finalmente, los *helpers* que quieren contribuir a las campañas reciben el sentimiento de felicidad al ayudar a una persona necesitada. Además, como se va a mantener una relación entre el beneficiario y los donantes, el donante no se desentiende una vez realiza la donación, como ocurre con otras situaciones de donaciones. El saber a dónde va el dinero, y cómo se está gestionando incentiva que se vayan a realizar más donaciones de la misma persona en el futuro.

3.2 AYUDAR A ENCONTRAR EMPLEO

La segunda propuesta de valor es ayudar a que las personas en esta situación consigan empleo. Al final, tener un empleo estable es un factor clave para poder poner fin a una situación de vulnerabilidad. Además, no solo es una aportación económica que principalmente es lo que permite llegar a fin de mes, sino también tiene un impacto en la autoestima que puede hacer que una persona vaya aspirando cada vez a más, y así no arriesgarse a quedarse atrasado en un trabajo, lo que podría llevar luego a una situación de vulnerabilidad.

La falta de trabajo es una de las situaciones que puede determinar el inicio de los procesos de exclusión, y si bien la exclusión es un proceso que supera al concepto tradicional de pobreza, el desempleo es un factor de exclusión.

La clave detrás de la búsqueda de empleo y que es un factor muy importante por el que muchas personas se quedan fuera del mercado laboral, es tener una formación básica para poder trabajar. Es por eso por lo que el termino pobreza no hace referencia solamente la pobreza económica. “Por ejemplo, la pobreza de competencias destaca la importancia de la educación para salir de la exclusión social. Este tipo de pobreza margina a los individuos al afectar a sus oportunidades de aprendizaje a largo plazo, dificultar su acceso a un empleo de calidad y limitar su participación en la agencia del poder y la toma de decisiones. Por lo tanto, dificulta la capacidad de las personas para tomar el control de sus vidas y tomar decisiones que les conciernen. También afecta a las actitudes de los individuos hacia el empleo, un factor que influye sustancialmente en su vida laboral mucho más que otros factores, como la edad, el sexo, el estado civil, el nivel educativo y las características psicosociales y demográficas .Estas actitudes desempeñan un papel fundamental en el empleo de los trabajadores (empleados o desempleados) y su promoción, ya que influyen en el comportamiento de búsqueda de empleo y en la importancia de la inserción y la reintegración en el lugar de trabajo para los adultos”. (Gómez -Torres MJ, Santero JR, Flores JG ,Job-search strategies of individuals at risk of poverty and social exclusion in Spain,2019).

¿Qué ganan todas las personas con esta propuesta de valor?

Los *needers* obtienen una formación que será el impulso que necesitan para poder recuperar la estabilidad. En la Figura 9 se puede ver que un bajo porcentaje de las personas en riesgo de exclusión social tienen educación superior. Es cierto que tener formación no es garantía de encontrar trabajo, pero la falta de formación dificulta aún más el proceso de reincorporarse a la sociedad. La formación no es solo requerida en numerosos empleos y ofertas de trabajo, sino que además es un impulso de confianza que ayuda a tener mejor presencia en el mercado laboral. Tener formación también ayuda a saber que quiere uno en

la vida y que no quiere, y así poder tomar decisiones acorde a las creencias de uno mismo. Con M2O se quiere insistir en que no importa la edad que uno tenga, nunca es tarde para aprender ni para terminar de formarse, ya sea terminando la educación secundaria o con un módulo de grado superior.

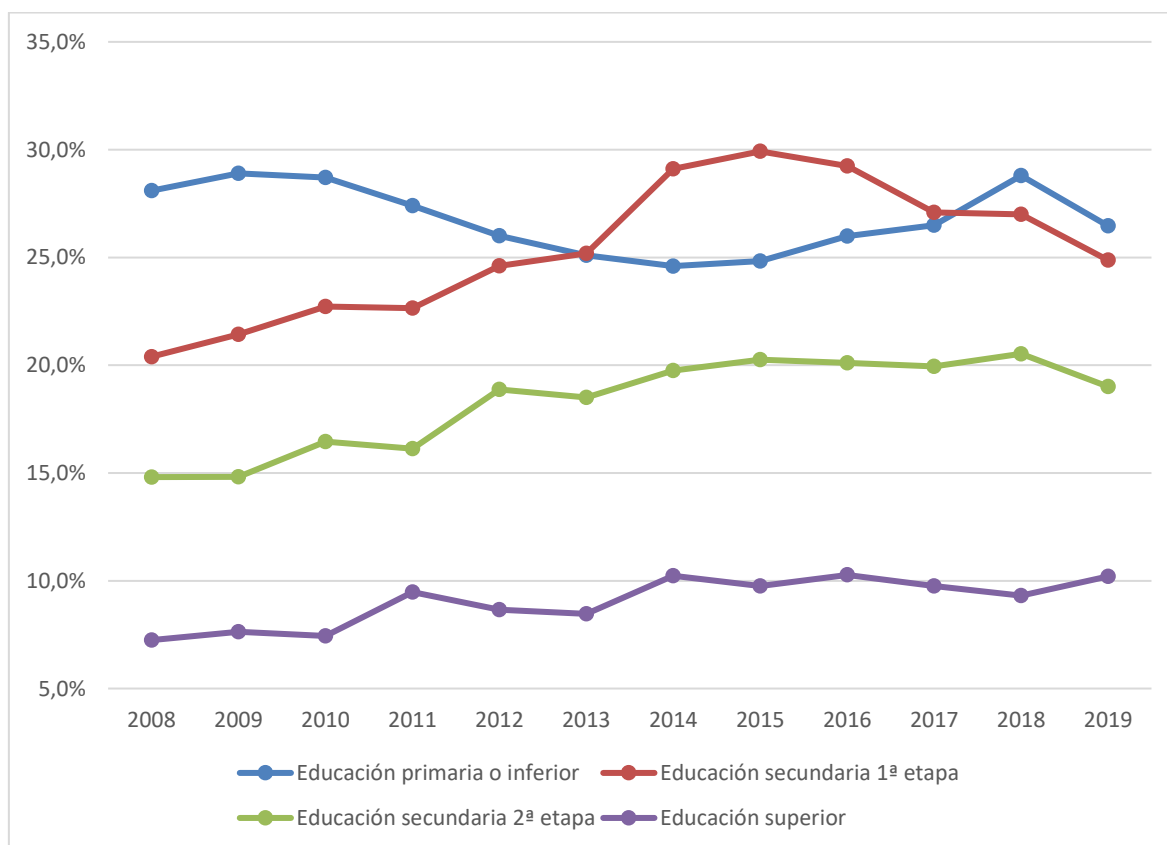


Figura 9: Riesgo de exclusión en función de la formación. Fuente: EAPN a partir de Encuesta de Condiciones de Vida, INE.

Por tanto, la formación que se ofrecerá en M2O solamente va a sumar, y mejorar su vida. Por otro lado, la formación puede ser ofrecida por personas particulares o por entidades. Como dijo Séneca, ‘enseñando aprendemos’, por lo que los *helpers* además de obtener de nuevo la satisfacción de ayudar a personas con ganas de aprender y que probablemente hasta ese momento la vida no les ha dado oportunidad, se ganan otras competencias muy valoradas actualmente (soft skills) como empatía, paciencia, capacidad de organización, etc.

Empresas o entidades sociales también pueden ofrecer cursos de formación. La aportación de valor que obtienen es mejorar la imagen de la compañía al contribuir a una causa social. Cada vez las empresas tienen más en cuenta la imagen corporativa y consideran tener un impacto en la sociedad. Esto también se debe al cambio de mentalidad que tienen hoy en día las personas que aplican a ofertas de trabajo de las empresas. En ese sentido, cada vez más personas buscan tener afinidad con los valores que defiende la compañía y con su misión. Si por ejemplo una persona ve que una empresa contribuye con causas sociales, tendrá más ganas de trabajar para dicha compañía. Los trabajadores se sienten motivados con prácticas de gestión socialmente responsables, definidas con claridad. Con ello, el objetivo principal de RSC se consigue. Este es que a la vez que se genera un impacto positivo, aumenta la competitividad de la empresa al mismo ritmo que la sostenibilidad.

De igual forma, si una empresa realiza un curso de formación cuenta también con posibilidad de contratar a esas mismas personas una vez están formadas. Dado que la formación la da la propia compañía, siempre pueden orientarla en la manera que mejor se adapta posteriormente al puesto de trabajo.

3.3 INFORMACIÓN SOBRE LAS AYUDAS EXISTENTES

La tercera propuesta de valor persigue organizar en M2O las ayudas que existen actualmente para las personas que se encuentran en riesgo de exclusión social. Dada la dificultad que he encontrado personalmente en el proceso de encontrar las ayudas disponibles, se trata de una organización totalmente necesaria.

Por un lado, el gobierno ofrece una larga lista de ayudas disponibles, pero no quedan claros los requisitos que se deben cumplir para poder optar a ellas ni donde hay que solicitarlas. Además, la información acerca de ellas en el formato web tiene un diseño anticuado que dificulta su comprensión.

Por otro lado, numerosas fundaciones y organizaciones también ofrecen ayudas particulares, pero la larga lista de entidades también puede hacer que estas sean desconocidas para muchas personas.

¿Qué ganan todas las personas con esta propuesta de valor?

Los únicos beneficiarios de esta propuesta de valor son los *needers*. Con la organización en la plataforma de M2O de estas ayudas, se facilitará la comprensión de todos los aspectos importantes y se proporcionará ayuda para que puedan entender cómo solicitarlas.

Además, se podrán publicar también ayudas proporcionadas por entidades, y así M2O se convierte en un punto de recogida de información clave que les puede dar a conocer numerosas nuevas ayudas.

Capítulo 4. CLIENTE

Como ya se ha comentado, el desarrollo de M2O sigue la metodología Lean Startup con el ciclo crea-mide-aprende. Detrás de este círculo lo que se mide constantemente es el comportamiento de las personas que emplean nuestro producto. Por ello mismo, todas las personas que van a utilizar la plataforma, bien sea para ayudar o para recibir ayuda, comportan uno de los elementos imprescindibles del proyecto. Si en este caso la plataforma de M2O no va a ser de la satisfacción de las personas que en principio la van a usar, todo el tiempo invertido habrá sido en vano. Son las personas a las que está orientado un producto las que finalmente influyen notablemente en que una startup se comporte como su propio nombre indica, con alta escalabilidad, rapidez y con rápidos ingresos. En M2O hay que garantizar que sea una plataforma que aporta valor a los *needers*, sirviéndoles de apoyo para mejorar su situación y, y además los *helpers* también encuentran en M2O el medio ideal para colaborar con este problema social.

Por todo esto, la segmentación de las personas que utilizarán el producto es uno de los puntos fundamentales a la hora de iniciar una startup. Es por tanto necesario plantearse a quién le estamos creando valor, y qué perfil de persona o entidades son en las que nos debemos centrar. Para desarrollar este apartado se van a diferenciar tres apartados fundamentales: las personas que utilizarán la plataforma, las que querrán utilizarla desde el principio, aun estando como MVP (*primerísimos usuarios*), y también la segmentación de estos mismos usuarios.

En la explicación de dichos términos en los próximos apartados, cabe destacar que cada uno de ellos se adaptará a los tres clientes que M2O contempla: los *needers*, los *helpers* y las entidades colaboradoras.

4.1 PERSONAS QUE UTILIZARÁN LA PLATAFORMA

Cuando se inicia un proyecto, es importante definir el tipo de usuario que hará uso del producto/servicio que se ofrece, aun siendo una representación semificticia de los usuarios ideales. De esa manera, se puede orientar el diseño del producto y servicio a los gustos y posibles deseos de esos usuarios, poder anticipar qué buscan exactamente, o qué funcionalidades van a serles de utilidad y además de su satisfacción.

Hacer esto ayuda a definir cómo es esa persona que exactamente que se quiere atraer y conquistar, y además ayuda a humanizar y entender con mayor profundidad al público objetivo. Tras esta definición del usuario ideal que empleará el servicio/producto, se puede adaptar el resto del proyecto a los gustos y necesidades de dicha persona.

Dado que M2O se centra en poder dar a las personas en riesgo de exclusión social una herramienta para que puedan salir de esa situación, la plataforma será un lugar de encuentro entre personas que necesitan ayuda y aquellas que quieren ofrecerla. Para la consecución de este proyecto y que finalmente de verdad se pueda contribuir a la causa social que se está persiguiendo, es importante analizar cómo serán todas estas personas que utilizarán M2O y sus funcionalidades.

4.1.1. Los Needers

En cuanto a las personas que necesitan ayuda, y que por tanto se encuentran en una situación de riesgo de exclusión social o pobreza, la definición de cómo es el perfil que emplearía la plataforma es clave, ya que son todas esas personas por las que este proyecto ha nacido, y las que mantienen la motivación para que siga adelante y que poco a poco vaya creciendo y escalando.

Como ya se ha comentado en la introducción, numerosas situaciones pueden llevar a una persona a encontrarse en riesgo de exclusión social, por lo que hay distintos perfiles que utilizarán M2O. Como las funcionalidades de M2O cubren distintos aspectos, también es conveniente diferenciar los tipos de persona que las emplearán.

En cuanto al Marketplace, el perfil de los *needers* que lo utilizarán es toda persona que sienta la necesidad de disponer de un bien o un artículo. Desde la perspectiva de los *helpers* son personas con inquietud por generar un impacto social. Además, dado que todo se hace de manera digital, son personas que utilizan redes sociales, y aplicaciones de compraventa online como Amazon o Vinted, que en el caso de España son 25 millones de usuarios.

Adicionalmente, la red de empleo será utilizada por personas en riesgo de exclusión social que tengan edad de trabajar, mayores de 18 años. Además, se priorizará a aquellas personas que estén en paro y que tengan mayor carga familiar. Según Eurostat, en España hay un 15,6 % de personas desempleadas en riesgo de exclusión social.

En cuanto a las personas que ofrecen trabajo, son personas dispuestas a participar en ella ofreciendo trabajos puntuales. Por ello, son personas que están concienciadas con este problema. Por otro lado, dado que la red priorizará ser utilizada por barrios y municipios serán personas involucradas con su comunidad y motivadas en ayudar a personas que viven cerca de ellos.

De nuevo insistir en que, tanto en la red de empleo como en el Marketplace de objetos, un elemento clave va a ser la relación que haya entre las personas que reciben ayuda y los que lo ofrecen. La empatía que surge al ayudar al que vive en la misma zona es otorga una sensación de mayor satisfacción y éxito como consecuencia de la cercanía. La percepción de ayudar al vecino es más intensa y de mayor retorno, ya que se puede ver que una situación así está más cerca de los que se cree y al final le podría pasar a cualquiera.

Por otro lado, otro cliente estratégico clave con el que M2O debe contar son las entidades sociales. Además de ser una vía para dar a conocer nuestro proyecto, la funcionalidad de crowdfunding sólo se pondrá en marcha gracias a ellas. En este caso, son entidades que deben trabajar con personas en riesgo de exclusión social. Van a ser uno de los medios fundamentales para la puesta en marcha del crowdfunding, ya que serán ellas quienes nos aporten los casos que activaremos en la plataforma.

Por último, en el apartado de formación participarán personas que están concienciadas con la causa social. Además, serán personas que tengan un recorrido profesional lo suficiente como para poder enseñar alguna habilidad en estos cursos. Estos cursos se intentarán hacer por barrios, para promover la unión comunitaria y también aprovechar la motivación, que es mayor al ayudar a alguien que vive en tu misma zona y que otorga mayor personalización en la relación. Los beneficiarios de esta funcionalidad serán personas con falta de formación, ya sea educación secundaria o sin educación superior. De nuevo, se priorizará a aquellas personas que se considera que tienen los menores conocimientos, y que por tanto les supone mayor dificultad acceder al mercado laboral.

Además, también se incluirán cursos de formación ofrecidos por empresas. Estos cursos serán más especializados en puestos de trabajo que la empresa ofrece, para que una vez terminado el curso puedan incorporarles a trabajar. Estas empresas serán empresas de tamaño medio-grande, que están comprometidas con la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa.

El entorno actual de falta de mano de obra cualificada y formada convierte en “momento idóneo” el lanzamiento de la plataforma para contribuir a cerrar positivamente las ofertas de empleo, al menos en cuanto a servicios rápidos y necesarios como son pequeñas reparaciones, transporte, oficios y demás labores artesanales.

4.2 PRIMERÍSIMOS USUARIOS DE M2O

Cuando un proyecto comienza, los primeros usuarios que empiezan a formar parte de él son muy importantes para que el proyecto traccione correctamente. Los primeros usuarios serán los que permitan analizar si todas las funcionalidades planteadas en las hipótesis iniciales son bien recibidas y si se cumple con la respuesta esperada. Además, si los primeros usuarios están satisfechos con el proyecto, el boca-oreja ayudará a que escale rápidamente. En el mejor de los casos, todas las hipótesis han sido bien planteadas y se seguirá tomando feedback para ir mejorando la plataforma. En el caso de que no lo sea, el feedback también es muy importante para reenfocar el proyecto en la dirección correcta. Además, como el

producto desarrollado es el MVP, no supone grandes esfuerzos volver a rediseñarlo. Una vez tomadas todas las conclusiones, se le sigue dando forma al producto para que llegue a tomar la forma final.

En el caso de M2O, se empezará a iniciar el proyecto en una zona específica de la Comunidad de Madrid, Pozuelo de Alarcón. Siendo un barrio con casi 90 000 habitantes, se cuenta con una zona lo suficientemente amplia para iniciar el proyecto.

Estos primeros usuarios utilizarán la plataforma por contribuir a una causa social, pero estarán especialmente motivados por ayudar a personas de su propio vecindario. Por ello, son personas activas en su comunidad, y también en el mundo digital. En este último caso, se consideran personas entre 25 y 54 años, ya que son las edades en las que más activos se está en las redes sociales, como se ve en la Figura 10.

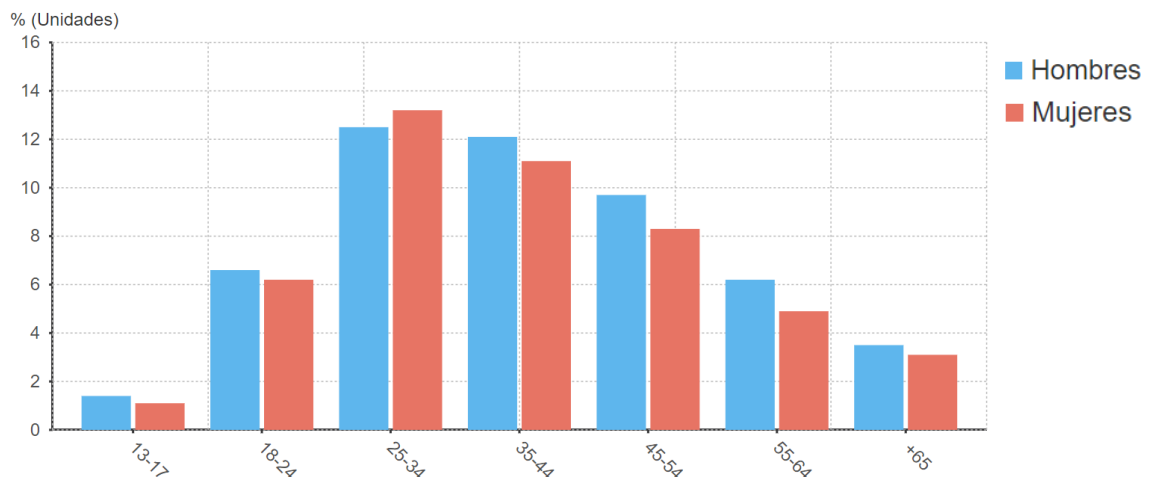


Figura 10: Porcentaje de usuarios de Facebook, Instagram y FB Messenger por edad y sexo. Fuente: We are social / Hootsuite, www.epdata.es

Una vez el proyecto se haya testeado en Pozuelo de Alarcón, se harán los cambios propios propuestos por la filosofía Lean Startup. Para ello, se introducirán los cambios necesarios, se ajustará el MVP y se procederá de nuevo a su testeo. Una vez esté prácticamente completo, se procederá a la ampliación de la iniciativa por otros barrios de la Comunidad de Madrid.

4.3 *SEGMENTACIÓN DE LOS USUARIOS DE M2O*

CB Insights (2019) realizó un análisis de 109 startups que no habían conseguido salir adelante con el objetivo de poder encontrar posibles explicaciones comunes a dichos fracasos. El resultado es una lista de 20 razones, en la cual el primer puesto se lo lleva la falta de necesidad en el mercado, con un 42% de los casos. Con este análisis, se puede concluir que realizar una segmentación del mercado es un paso clave para cualquier startup.

En el caso de las organizaciones sin ánimo de lucro, una barrera con la que se suelen encontrar es la falta de un mercado definido (Todd y Lawson, 1999). Una de las estrategias para poder distinguir al mercado objetivo es la segmentación, en este caso de los donantes, y que contribuirá a que la información llegue a quien debe ser y de la manera adecuada (Dedman, Jones, Tocque y Bellis, 2006). A pesar de que M2O no se trate de una organización sin ánimo de lucro, esta reflexión sí se puede aplicar a la startup, ya que gran parte de las funcionalidades que incluye M2O dependen en gran medida de las personas que van a ayudar. De hecho, la funcionalidad de crowdfunding sólo funciona si hay personas que van a donar dinero. Por ello mismo, es importante analizar cómo se podrá llegar a los donantes y qué papel juegan en el mercado objetivo.

Para analizar el mercado que tenemos disponible para M2O, y así poder ver la capacidad de alcance de dicho proyecto, se va a explicar este apartado con la segmentación basada en la técnica TAM SAM SOM. Esta herramienta secciona el mercado en tres partes principales, y que ayudan en el proceso de escalabilidad de la startup. Por ello, es de gran utilidad a la hora de hacer una estimación previa de los clientes que pueden llegar a usar nuestro producto. Las tres partes principales de esta herramienta son:

- TAM (Total Addressable Market). Es el mercado más amplio al que la startup pretende llegar, una vez haya escalado el proyecto.
- SAM (Served Available Market). Se trata del mercado que se puede alcanzar con los recursos de la startup previstos a medio plazo.

- SOM (Serviceable Obtainable Market). Es el mercado que se puede conseguir a corto plazo y con los recursos que tenemos en el momento.

El separar los mercados objetivo puede ser un paso clave en la evolución de M2O. Centrándonos primero en el mercado SOM, se podrá testear el MVP y así realizar los cambios oportunos, analizando la respuesta de los usuarios correspondientes a ese pequeño mercado. Una vez obtenidas conclusiones y aplicados los cambios para ir dándole la forma definitiva a M2O, y una vez obtenido un feedback positivo de nuestra plataforma, se pasará a atacar al mercado SAM. En este caso, M2O se mantendrá en este mercado hasta que se haya asentado de manera definitiva en la Comunidad de Madrid, obteniendo así una presencia importante en el sector de la acción social. Tras esto, se llega al paso final de proceder a dar uso a M2O fuera de la Comunidad de Madrid.

TAM hace referencia al mercado total de nuestro servicio. De esa manera, se puede estimar el volumen de ingresos anuales que representa la oportunidad de negocio. En el caso de M2O, hay que diferenciar el TAM según los Helpers o Needers:

- Needers: serían todas las personas que se encuentran en riesgo de exclusión social en España, un total de 12 millones.
- Helper: número de personas suficiente para responder a los 12 millones de *needers*. No se puede contabilizar cuántas personas confraternizan con las causas sociales, pero sí que 20 millones de personas mayores de 18 años usan las redes sociales, por lo que son posibles candidatos.

El mercado SAM de nuevo hay que dividirlo según el motivo de acceso a M2O.

- Needers: serían las personas en riesgo de exclusión social en la que la brecha digital no ha tenido un impacto importante. Además, están en contacto con ONGs. De esa manera, el acceso a estos *needers* se simplifica.

- **Helpers:** son las personas que de manera más habitual cooperan con causas sociales. Según el estudio de AIMC Marcas (2017), el 31,7 % de los españoles colabora con ONG.

El mercado SOM, el primero en el que M2O se centrará:

- **Needers:** serían las personas en riesgo de exclusión social en la que la brecha digital no ha tenido un impacto importante y pertenecen a la comunidad de Madrid. Además, serán localizadas en las parroquias más cercanas, con un contacto personal y cercano. Esto no quiere decir que tengan que ser cristianos, sino que acuden a los centros parroquiales para solicitar ayuda. Es importante insistir en que los *needers* son elegidas en estos centros por la posibilidad que nos otorgan de poder testear y evaluar el grado de éxito del proyecto.
- **Helpers:** son las personas que de manera más habitual cooperan con causas sociales y además están involucrados en la vida de sus barrios. Estas personas es altamente posible que estén dados de alta en la app Nextdoor, aplicación que pone en contacto a vecinos. Además, de la misma manera se plantea un público que dedica parte de su tiempo y actividades vitales en los entornos parroquiales, para poder así crear el test ya comentado.

Por otro lado, también se ha mencionado la importante colaboración con las entidades sociales. En los primeros meses, será de especial importancia la colaboración con Cáritas. Cáritas tiene un papel fundamental en la ayuda a las personas que se encuentran en riesgo de exclusión social en Pozuelo de Alarcón. Esto le convierte en cliente estratégico, ya que especifica los principales retos con los que M2O se va a encontrar para poder cumplir con las expectativas de ayuda social que se esperan. Cáritas se convierte en el principal altavoz divulgador de nuestro proyecto. A su vez, el hecho de que Cáritas ofrece su ayuda de manera territorial, según la correspondencia a las diócesis de cada zona, permite también poder tener más monitorizado en qué zonas exactas está ayudando. Por otro lado, es un factor de ayuda también que Cáritas se encuentre en parroquias. Se considera un usuario potencial las

personas que asisten a estas iglesias regularmente, ya que pueden sentirse más motivadas a ayudar en una iniciativa que se ha dado a conocer en su parroquia de confianza. Y de nuevo, es una manera de dar a conocer más a M2O. Colaborar con Cáritas también ayudará en el proceso de la escalabilidad de M2O. Una vez puesto en funcionamiento en Pozuelo, Cáritas Pozuelo dará a conocer M2O en el resto de Cáritas que se encuentran en la comunidad de Madrid.

Tras esto, se contará con la recomendación por parte de Cáritas a otras entidades sociales. En este caso, se considera que la red de ONGs de Madrid es un factor clave para la difusión de M2O, red que cuenta con aproximadamente un centenar de entidades sociales.

Capítulo 5. SOLUCIÓN

Como ya se ha explicado con detalle en los anteriores apartados, la situación que hay en España con las personas en riesgo de exclusión social requiere de nuevas ideas y así poco a poco podamos ir poniendo solución y freno a esta situación. Además, la pandemia del Covid ha provocado que más que nunca vayan surgiendo nuevas iniciativas que ataquen a este problema. Como dice EAPN, “se suele invitar a entender las situaciones de crisis como momentos de oportunidad para llevar a cabo mejoras necesarias que, de otra manera, probablemente no se acometerían con la misma urgencia”.

La solución que se propone en M2O para poder mejorar la situación de las personas en riesgo de exclusión social es la creación de una página web, que será el alma de M2O. En esta plataforma se incluyen todas las funcionalidades que se han ido comentando a lo largo del documento, y que se explicarán de manera más detallada a continuación.

La página web que estará disponible tanto para formato móvil, tablet como para formato ordenador. Se ha optado por una página web y no por una aplicación, porque algunas de las funcionalidades que se van a incluir serán de poco uso, por lo que el formato de aplicación podría hacer que menos personas colaborasen dada la negación inicial que puede suponer descargarse una aplicación.

A la hora de desarrollar la plataforma de M2O, no se ha olvidado en ningún momento la brecha digital que claramente presentan muchas de las personas que se encuentran en riesgo de exclusión social. Por eso, el diseño de la plataforma es sencillo y sigue un formato constante, para facilitar su uso a todos los usuarios.

Como ya se ha comentado, M2O plantea funcionalidades en torno a dos aspectos: cubrir las necesidades a corto plazo y también ayudar en el largo plazo. Todas las funcionalidades giran en torno a estos aspectos, como se puede ver en la siguiente imagen, en el que la

propuesta de valor de necesidades puntuales sería la ayuda a corto plazo, mientras que las otras dos serían en un mayor eje temporal.

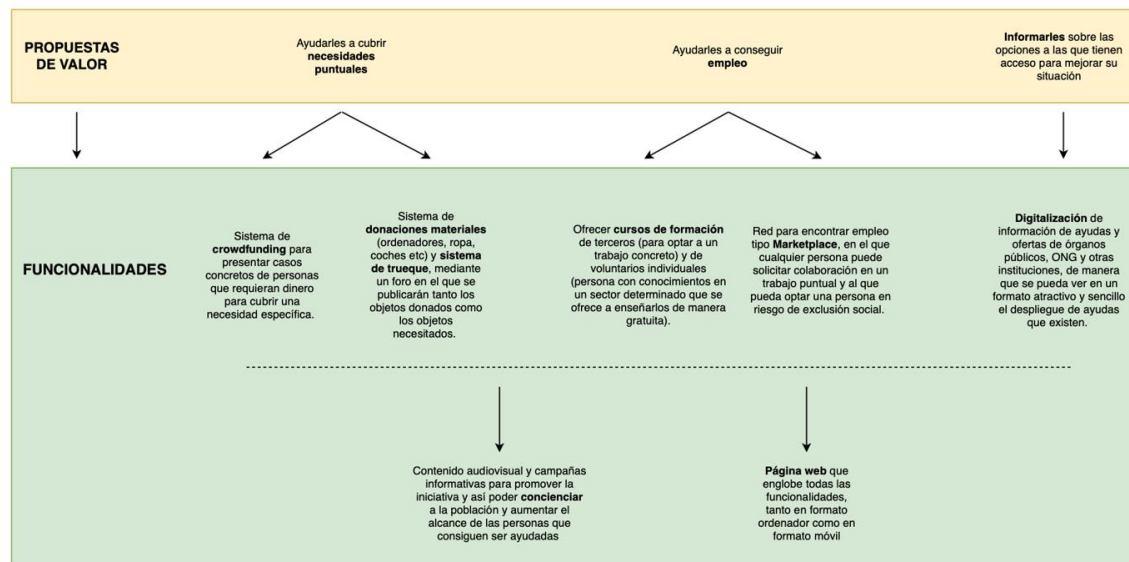


Figura 11: Pirámide propuestas de valor y funcionalidades

Las funcionalidades que pertenecen al área de ayudas a corto plazo son el Marketplace de objetos, el trueque de objetos y las campañas de crowdfunding. Por otra parte, las funcionalidades del área de ayuda a largo plazo son el Marketplace de empleos, los cursos de formación y la recogida de información sobre las ayudas existentes. Además de estas dos áreas, se incluirá una red de venta de libros de segunda mano.

Para facilitar la navegación por la página web, además de un formato sencillo se ha asociado un color específico a cada funcionalidad. Estos colores son:

- Azul: asociado a la funcionalidad de crowdfunding
- Amarillo: asociado a la funcionalidad de formación
- Violeta: asociado a la funcionalidad de información de ayudas existentes
- Marrón: asociado a la funcionalidad de Marketplace de objetos y sistema de trueque
- Verde: asociado a la funcionalidad de empleo

De manera general en la plataforma se mantiene un formato simple, que se repite a lo largo de las distintas funcionalidades. Además, dado el fin social que se persigue con M2O es muy importante también que nuestra misión y valores sean transmitidos. La misión de que M2O cambie la vida al menos de una persona y la impacte positivamente, y así poder mejorar su vida y darle la segunda oportunidad que todo el mundo se merece. Los valores de transparencia, cercanía y optimismo, para poder dar motivación a todo el mundo que conozca M2O, ya sea de paso, para darlo a conocer, aportar su ayuda o ser ayudado.

5.1 DESCRIPCIÓN DE LA PLATAFORMA

M2O se presenta en la página de inicio de la plataforma, como se observa en la Figura 12. En ella se puede ver que M2O se centra en ayudar a las personas en riesgo de exclusión social, siendo este el mensaje principal que tiene que ver una persona si se mete en la plataforma. Para que todo el mundo pueda entender qué significa exactamente esto, se define a este perfil según las características que presenta el indicador AROPE. Una vez presentado, se puede ver de manera general cómo M2O ayuda en este ámbito, presentando todas las funcionalidades.



Figura 12: Página de inicio de M2O (I)

Las personas en riesgo de exclusión social cumplen todas o algunas de las siguientes características:

- Se encuentran por debajo del umbral de pobreza.
- Sufren privación material severa.
- Tienen baja intensidad de empleo.

En Misión Segunda Oportunidad (M2O), buscamos ayudar a estas personas. Nuestro objetivo es su reinserción en la sociedad, especialmente en el mercado laboral.

Estas son las áreas en las que nos centramos para prestar ayuda:

 CROWDFUNDING Ver página de Crowdfunding	 DONACIONES MATERIALES y SISTEMA DE TRUEQUE Ver sistema de donaciones Ver sistema de trueque	 FORMACIÓN Ver página de formación	 OFERTAS DE EMPLEO Ver página de empleo	 AYUDAS EXISTENTES Ver ayudas existentes
--	---	--	--	--

M2O

SOBRE NOSOTROS

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cómo ayudamos?
- ¿Cómo usar M2O?

FUNCIONALIDADES

- Crowdfunding
- Donaciones materiales
- Trueque
- Formación
- Empleo
- Ayudas existentes

QUIERO AYUDAR

- Mantenimiento
- Libros
- Subastas arte

SOPORTE Y LEGAL

- Términos de uso
- Política de privacidad
- Documentación
- Preguntas frecuentes
- Contacto

© Company 2021. All Rights Reserved.

Figura 13: Página de inicio de M2O (II)

Se puede ver que se ofrecen dos en el header: registro e iniciar sesión. En cuanto al registro, lo primero que se ofrece es seleccionar la opción de registrarse como ‘Necesito ayuda’ o ‘Quiero ayudar’.

- Si la opción seleccionada es ‘Quiero ayudar’, se abre un popup de registro en el que se piden los datos principales: Nombre, Apellidos, Email y contraseña.
- Si la opción seleccionada es ‘Necesito Ayuda’, el popup de registro varía con el anterior. En este caso, es función de M2O analizar la situación de esa persona para

así evitar que cualquier persona pueda registrarse como *needer*. Los datos de registro solicitados son Nombre, Apellidos, Email, Descripción de la persona y Certificado en riesgo de exclusión social. Este último documento no es un requisito indispensable, pero es aconsejable ingresarlo en caso de poseerlo para agilizar el proceso de dar de alta. Una vez rellenados todos estos campos, se manda la solicitud correspondiente al equipo de M2O. Una vez la solicitud esté aceptada, se mandará un link de confirmación de registro al email con el que la persona se había registrado, en el que se podrá crear la contraseña para poder acceder. En ese caso, ya puede formar parte de M2O.

Quiero ayudar

Necesito ayuda

¡Bienvenido! Enhorabuena, ya puedes registrarte. Hazlo ahora y descubre todas las maneras en las que puedes ayudar. Muchísimas gracias por tu dedicación. ¡Esperamos que disfrutes de M2O!

Nombre

Apellidos

m@m.ces ☐ Teléfono de contacto

Elige una contraseña

Confirma contraseña

¡Regístrate!

Para usar las funcionalidades de M2O necesitamos conocerte un poco más. Rellena este breve formulario y nos pondremos en contacto contigo para comunicarte si eres admitido como usuario.

Nombre

Apellidos

Email de contacto Teléfono de contacto

Cuéntanos una breve descripción sobre ti

Adjunta tu certificado de exclusión social

Hacer clic para subir el archivo

Mandar solicitud

Figura 15: Proceso de registro en M2O según tipo de usuario

En el caso de los *needer*s, una vez mandada la solicitud aparece el siguiente popup de confirmación.

Hemos recibido tu solicitud. La estamos evaluando.

Enseguida nos pondremos en contacto contigo para comunicarte si has sido admitido como usuario de M2O.

Recibirás un mail. En caso de ser admitido, el mail contendrá un enlace a la página en la que podrás registrarte definitivamente.

¡Muchas gracias por confiar en M2O!

Figura 16: Confirmación solicitud mandada de needer

Una vez una persona haya iniciado sesión, se mostrará su nombre en el header junto a la posibilidad de cerrar sesión.



Figura 17: Header cuando se ha iniciado sesión

A lo largo de todas las páginas que tiene M2O, se mantiene un mismo header y un mismo pie de página. Se ha decidido que el header sea lo más simple posible y que recoja asimismo las páginas más importantes. Estas son ‘cómo actuamos’, ‘nosotros’, y ‘cómo usar M2O’.

- **Cómo actuamos:** redirige a la página en la que se explica de manera más detallada cada una de las funcionalidades.
- **Nosotros:** Se presenta la explicación del nacimiento de M2O, cómo se mantiene y se introducen los productos disponibles a la venta como merchandising the M2O.
- **Cómo usar M2O:** Se explican los colores que están asociados a cada funcionalidad. Además, se van a añadir videos de corta duración en los que se vayan explicando cómo aprender a usar la página, con todas sus funcionalidades. Estos videos son extremadamente necesarios debido a la brecha digital.

M20

CÓMO ACTUAMOS

NOSOTROS

¿CÓMO USAR M20?

Solicitar registro
Iniciar sesión

Descubre cómo ayudamos y empieza a recibir o a ofrecer ayuda

M20 es tu lugar. Creemos que cada granito de arena cuenta y que ninguna ayuda es en vano.

M20 tiene como objetivo la reinserción de las personas en riesgo de exclusión social en el mundo laboral. Por ello, intentamos abarcar áreas muy distintas que puedan aportar la mayor cantidad de ayuda posible.

¡Descubre ahora toda la ayuda disponible y encuentra lo que mejor se ajusta a ti!

Las principales áreas en las que M20 se centra son **Crowdfunding**, **donaciones materiales**, **sistema de trueque**, **formación**, **ofertas de empleo** y **digitalización de ayudas existentes**.

A continuación, descubre cómo puedes ayudar en las distinta áreas.

CROWDFUNDING

A veces, un pequeño empujón es lo que necesitamos para seguir adelante. En esta modalidad de M20, puedes conocer historias de personas que necesitan tu ayuda hoy y ayudarles a recaudar dinero para su causa.

¡Descubre las personas que necesitan ese empujoncito y mantente al día con su trayectoria hacia la reinserción en la sociedad!

Ver página de Crowdfunding

DONACIONES MATERIALES y SISTEMA DE TRUEQUE

Las personas tendemos a conservar objetos que ya no necesitamos. Otras personas pueden necesitar esos mismos objetos pero no pueden permitírselos. En M20 ofrecemos un sistema seguro de donaciones.

¡Descubre las necesidades de estas personas y valora dar una segunda vida a los objetos que ya no usas!

Ver sistema de donaciones

Ver sistema de trueque

FORMACIÓN

El nivel educativo aumenta la tasa de empleo de las personas. En M20 creemos que está en nuestra mano ayudar a que estas personas reciban una formación que les ayude a impulsar sus posibilidades de conseguir trabajo.

¡Descubre ahora todo lo que puedes hacer para que las personas en riesgo de exclusión social reciban una formación especializada!

Ver página de formación

OFERTAS DE EMPLEO

El empleo da a las personas independencia económica, además de generar otros valores como autosatisfacción o motivación.

Puedes ayudar a generar empleo en M2O. ¡Descubre ahora cómo!

Ver página de empleo

AYUDAS EXISTENTES

Muchas personas que necesitan ayuda no conocen todas las ayudas existentes de las que disponen, bien de órganos públicos o de organizaciones privadas.

Descubre nuestra página de ayudas existentes, así como las formas en la que puedes ayudar.

Ver ayudas existentes

¿Quieres contactar con nosotros? ¡Hazlo ahora!

Contacto

M2O

SOBRE NOSOTROS ¿Quiénes somos? ¿Cómo ayudamos? ¿Cómo usar M2O?	FUNCIONALIDADES Crowdfunding Donaciones materiales Trueque Formación Empleo Ayudas existentes	QUIERO AYUDAR Mantenimiento Libros Subastas arte	SOPORTE Y LEGAL Términos de uso Política de privacidad Documentación Preguntas frecuentes Contacto
--	--	--	--

© Company 2021. All Rights Reserved.

Figura 18: Página Cómo actuamos de M2O

Para agilizar la captura del resto de páginas, se omitirá la inclusión del Header y pie de página.

Nosotros. ¿Quiénes somos?

Misión Segunda Oportunidad es un proyecto que ofrece ayuda a las personas en riesgo de exclusión social. Somos dos alumnas de último curso de Ingeniería que confiamos en que todas las personas merecen una segunda oportunidad en la vida.

Si crees que necesitas ayuda o que puedes ofrecerla, M2O es tu lugar.

¡Descubre todas las opciones ahora!

¿Cómo se mantiene M2O?

¡Mantener M2O en funcionamiento está en manos de todos! De esta manera, podremos garantizar que, entre todos, estamos cumpliendo con nuestra misión para ayudar a las personas en riesgo de exclusión social.

Si quieres ayudarnos a mantener M2O, te animamos a comprar uno de nuestros productos. El beneficio será reinvertido totalmente en los gastos mantenimiento.

		Sudadera M2O Sudadera con el logo de M2O. Disponible en tallas S, M y L. Precio: 30€ Comprar
		Camiseta M2O Camiseta con el logo de M2O. Disponible en tallas S, M y L. Precio: 15 € Comprar
		Pulsera M2O Pulsera con el logo de M2O. Precio: 4 € Comprar

Figura 19: Página Nosotros M2O

M2O

CÓMO ACTUAMOS

NOSOTROS

¿CÓMO USAR M2O?

Solicitar registro
Iniciar sesión

¿Cómo usar M2O?

Queremos que M2O sea una plataforma sencilla de usar y que esté al alcance de todos.

Aquí, podrás entender el funcionamiento de M2O y ver tutoriales para aprender a usar la plataforma.

Entiende los colores de M2O

M2O tiene 6 principales funcionalidades. Estas son: crowdfunding, donaciones materiales y sistema de trueque, formación, empleo e información sobre las ayudas existentes.

Están asociadas a 5 colores distintos que se repiten en todas las páginas de la plataforma. Te explicamos el significado:

Azul

Asociamos el color azul a la funcionalidad de crowdfunding.

Es un color que representa estabilidad. Con nuestras campañas de crowdfunding, se busca aportar estabilidad tanto económica como emocional a las personas que lo necesitan.

[Ir a la página de crowdfunding](#)

Marrón

Asociamos el color marrón a las funcionalidades de donaciones materiales y sistema de trueque.

Es un símbolo de lo acogedor. Con estas dos funcionalidades, se representa el dar una segunda vida a los objetos que ya no usamos y acoger en nuestra vida objetos con un pasado.

[Ir a la página de donaciones materiales](#)

[Ir a la página de trueque](#)

Amarillo

Asociamos el color amarillo a la funcionalidad de formación.

Se trata de un color que representa la energía, la alegría, el poder y la acción. "Saber es poder" y, con los cursos de formación, se dota de poder para actuar a las personas que lo necesitan.

[Ir a la página de formación](#)

Verde

Asociamos el color verde a la funcionalidad de empleo.

Es un color que simboliza la armonía y la renovación. Buscamos un mundo, renovado, con armonía, en el que todas las personas tengan oportunidades de trabajo

[Ir a la página de empleo](#)

Violeta

Asociamos el color violeta a la funcionalidad de la información sobre ayudas existentes.

El violeta está asociado a la sabiduría. Simboliza que queremos que los usuarios de M2O estén informados sobre todas las ayudas a las que pueden optar y estén al tanto de novedades.

[Ir a la página de ayudas existentes](#)

Figura 20: Página Cómo usar M2O

En el pie de página se observa un menú de acceso a diferentes secciones de la plataforma. En primer lugar, el acceso a las mismas páginas que en el header. En segundo lugar, el acceso a cada una de las páginas específicas de cada funcionalidad. En tercer lugar, el acceso a las páginas que permiten colaborar en parte con M2O, y por último las páginas relacionadas con los temas legales y contacto.

Tras presentar el esquema general de la plataforma, se procede a explicar las páginas de cada una de las funcionalidades. Para ello, se va a diferenciar de nuevo entre las que ayudan en el corto plazo y las que ayudan en el largo plazo. Esta parte del proyecto se ha encargado de las ayudas a corto plazo, pero para poder entender el producto final se van a presentar las dos.

5.2 FUNCIONALIDADES CENTRADAS EN LA AYUDA A CORTO PLAZO

Estas funcionalidades son el Marketplace de objetos, el sistema de trueque y la red de crowdfunding.

5.2.1. Marketplace de objetos.

Lo primero que se observa en esta página es la explicación de su funcionamiento. En el caso de los *helpers*, el primer paso es formar parte de M2O. Una vez ya registrado, se puede empezar a publicar objetos. Con ello, los *needers* pueden empezar a solicitarlos. Por otro lado, en el caso de los *needers* el primer paso también es registrarse, pero no se pueden realizar publicaciones de objetos. Solamente se puede solicitar y esperar a ser contactado.

Debajo de la explicación, se encuentra la lista de los objetos publicados, además de un mapa en el que se marca la localización de dichos objetos.



Figura 21: Marketplace de objetos (I)

Donaciones disponibles

Ordenador

por Lucía

13 pulgadas

Localización: Calle de Alcalá, 23, 28014 Madrid, España

Solicitar

Descubre las donaciones disponibles por localización



Figura 22: Marketplace de objetos (II)

5.2.2. Sistema de trueque

La estructura de su contenido es idéntica al Marketplace, para así hacer sencilla la navegación. De nuevo, se muestra en primer lugar la explicación de este sistema. Para empezar a utilizarlo hay que registrarse. Una vez realizado este paso, se puede publicar el objeto que se esté buscando y especificar qué se ofrece para ello. Se pueden solicitar las publicaciones realizadas. Igual que antes, se ve también un despliegue de los objetopublicados y un mapa donde localizarlos.

Página de trueque

¿Cómo funciona?

1. Regístrate o inicia sesión

2. Haz una publicación con el elemento que ofreces y el que buscas a cambio

3. Personas interesadas en hacer el trueque contigo lo solicitan o tú solicitas el trueque que otra persona ofrece

Publicar trueque

Descubre los trueques disponibles.

Figura 23: Sistema de trueque (I)

Trueques disponibles

Busco cambiar mi Ordenador 13 pulgadas a cambio de Tablet

Ofrezco un ordenador HP del año 2015.

por Lucía
Localización: Av. de Europa, 20, 28224
Pozuelo de Alarcón, Madrid, España
Este usuario sí acepta nuevas ofertas.

Busco una tablet de al menos 10 pulgadas y antigüedad máxima de 2015.

Solicitar

Descubre los trueques disponibles por localización



Figura 24: Sistema de trueque (II)

5.2.3. Sistema de crowdfunding

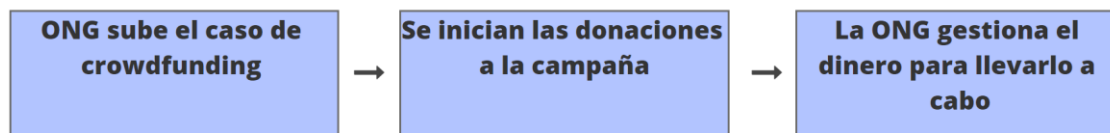
De nuevo, en esta página lo primero que se muestra es una explicación de cómo funciona. En este caso, es necesario registrarse como ONG para poder subir campañas. Una vez registrada, la ONG sube el caso de crowdfunding, por lo que se pueden iniciar las donaciones y es la organización quien se encarga de gestionar el dinero.

Debajo de ello, se encuentra el despliegue de todas las campañas subidas, en las que se puede pinchar en cada una de ellas para así acceder a la página de dicha campaña, en el que se presenta el proyecto con más detalles.

La idea es que estas campañas de crowdfunding tengan la foto de una persona, y se presente su situación. Debido a la protección de datos, no se podrán usar los nombres reales. De todas maneras, no se considera que sea un impedimento para que una persona quiera contribuir con la causa.

Crowdfunding

En este apartado subimos distintas campañas de crowdfunding.



[Registrar a mi ONG](#)

Salva koalas



[Conocer más](#)

Cuida el océano



[Conocer más](#)

Figura 25: Página de crowdfunding

Volver



CUIDA EL OCÉANO

Creado por

Objetivo recaudación: 2000

[Objetivo recaudación](#)

¿En qué consiste nuestra campaña?

Limpia tu playa es una ONG que se centra en realizar actividades de recogida de basura en las playas de nuestro país.

En esta campaña, queremos invertir en lanchas para poder pasar de recoger la basura en la orilla a alta mar.

[Realizar donación](#)

Figura 26: Campaña específica crowdfunding

5.3 FUNCIONALIDADES CENTRADAS EN LA AYUDA A LARGO PLAZO

Las funcionalidades a largo plazo son la red de trabajos puntuales, la red de formación y la digitalización de ayudas existentes.

5.3.1. Red de trabajos puntuales

En cuanto a la red de trabajos puntuales, al igual que en el resto de página, lo primero que aparece es una explicación del funcionamiento de la página. Si el usuario es *helper*, se puede empezar a publicar trabajos una vez se está registrado. Los *needers* pueden solicitar cualquier trabajo estando registrados. Debajo de esa explicación, se encuentra el despliegue de los trabajos publicados. En ellos, se pueden ver los detalles cómo la explicación del trabajo, la ubicación o el salario. Por último, se encuentra un mapa con todos los trabajos marcados.

Página de empleo

Quiero ayudar	Necesito ayuda
1. Regístrate o inicia sesión 2. Crea empleo 3. Personas lo solicitan ¡Has colaborado en la causa! Crear empleo	1. Regístrate o inicia sesión 2. Solicita un empleo 3. Espera a ser contactado ¡Mucha suerte! Descubre los empleos disponibles.

Figura 27: Red de empleo (I)

Empleos disponibles	
mm Chicago, Illinois 60639, EE. UU.	por m Localización: Madrid, España Sueldo (por hora): 20 Solicitar
Pintar casa Calle 17 num. 129 casi eq. Con Av. Niños Heroes, Sector Centro, 31000 Chihuahua, Chih., México	por Rocio Localización: Madrid, España Sueldo (por hora): 10 Solicitar
cocinero cocina con nosotros	por Rocio Localización: Madrid, España Sueldo (por hora): 10 Solicitar
Profesor de inglés (nivel B2) Se busca profesor de inglés para preparar el examen First de Cambridge (C2) para estudiante de 20 años, en la zona de Argüelles.	por Lucia Localización: Calle de Alberto Aguilera, 25, 28015 Madrid, España Sueldo (por hora): 15 Solicitar
Nuevo smd_cden-k	por Lucia Localización: Av. de Chapinera, 28213 Collado de Arroyo, Madrid, España Sueldo (por hora): 23 Solicitar

Descubre los empleos disponibles por localización



Figura 28: Red de empleo (II)

5.3.2. Formación

El formato es el mismo para la red de formación, como se observa a continuación.

Página de formación

Quiero ayudar 1. Regístrate o inicia sesión 2. Publica el curso que quieres ofrecer 3. Personas lo solicitan ¡Has colaborado en la causa! Publicar curso	Necesito ayuda 1. Regístrate o inicia sesión 2. Solicita un curso en el que quieras formarte 3. Espera a ser contactado ¡Mucha suerte! Descubre los cursos disponibles.
---	--

Figura 29: Formación (I)

Cursos disponibles

Curso de soldadura SMAW

por Lucía

20 horas de formación en soldadura SMAW

Localización: C. de Arturo Soria, 20, 28027 Madrid, España

Solicitar

Descubre los empleos disponibles por localización

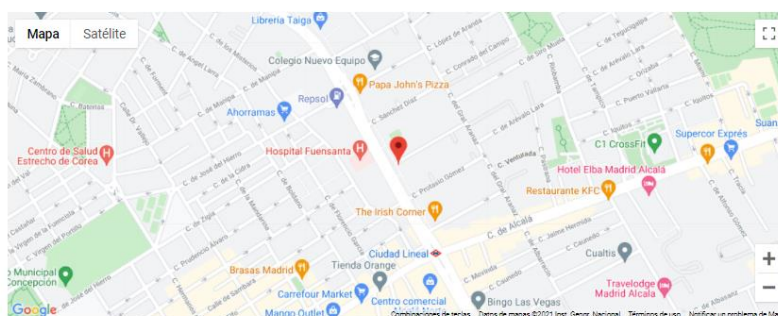


Figura 30: Formación (II)

5.3.3. Recogida de ayudas existentes

Por último, la página de ayudas existentes, en proceso de construcción, permitirá incluir tanto las ayudas publicadas por el equipo de M2O como por personas que acceden a la plataforma. El objetivo es que M2O se encargue de preparar la digitalización de todas las ayudas existentes, explicando detalles como requisitos, plazos de solicitud o áreas de ayuda. Además de eso, se da la posibilidad de que, si una persona conoce una ayuda reciente y que no es conocida generalmente, se pueda publicar también para que más personas puedan conocerla.

5.4 VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

A lo largo del proceso de creación de M2O, se han ido realizando las validaciones correspondientes para garantizar que M2O es necesario y tendrá un hueco en este sector.

La primera validación fue gracias al concurso que ya se ha mencionado, Comillas Emprende. Además de facilitar los documentos y módulos que han permitido aprender sobre el mundo del emprendimiento, ofrecían una herramienta que aportaba validación sobre la plataforma.

El panel Goldsmith ha permitido hacer un seguimiento de lo válida que es la startup, según se respondiesen o no diferentes preguntas.

Este concurso también nos puso en contacto con el que fue nuestro mentor a lo largo de los seis meses. Con ello, obtuvimos una validación adicional al panel Goldsmith. Dado que el mentor ha trabajado en este sector, pudo aconsejarnos en todo el proceso de creación de M2O. Él mismo nos recomendó organizaciones como Fundación Tomillo, y también colaboró en el proceso de dar forma al proyecto.

Este mismo concurso nos puso en contacto con Pablo Ferrari, miembro del jurado de admisión de proyectos. Siendo experto en este ámbito, destaca por la creación de Nomads.ai, entidad dedicada a colaborar con personas sin hogar. Su apoyo en todo momento ha sido esencial y también es uno de los pilares clave de M2O. Gracias a él, conocimos la empresa americana Handup, focalizada en San Francisco, y que es el motivo por el que M2O incluye una funcionalidad de crowdfunding. Las reuniones con Pablo Ferrari también han sido muy importantes para adaptar M2O al problema particular de España. Esto es porque el perfil de personas sin hogar en Estados Unidos no coincide con el español, y por ello se considera más oportuno adaptar la funcionalidad de crowdfunding a las personas en riesgo de exclusión social que a las personas sin hogar.

De manera paralela al concurso de Comillas Emprende, el contacto con organizaciones expertas en este sector también ha sido imprescindible para que M2O haya tomado su forma final.

En primer lugar, Cáritas ha supuesto también un factor indispensable para la validación de M2O. Dado que Cáritas está asociada a diferentes parroquias, nos pusimos en contacto con dos: Cáritas Pozuelo y Cáritas Vallecas. El contacto con ambas parroquias pudo aportar conclusiones sobre cómo varía el perfil de persona en riesgo de exclusión social en España. En el caso de Pozuelo, el perfil típico son personas inmigrantes. Por el contrario, en Vallecas predominan las personas españolas. Fue en uno de estos primeros encuentros con Cáritas en los que obtuvimos información de las Hojas de Caridad. En los últimos encuentros se planteó la plataforma. La respuesta fue plenamente positiva y dio a entender que Cáritas sería un

claro apoyo para M2O. La funcionalidad que más les entusiasmó fue el crowdfunding, ya que es en parte digitalizar las Hojas de caridad.

Otra ONG con la que hemos estado en contacto ha sido Bokatas. Bokatas es una organización centrada en el acompañamiento a las personas sin hogar. El motivo de la primera reunión con su presidenta fue obtener información acerca de las personas en riesgo de exclusión social en España. Además de obtener información acerca de esto, se aprovechó la oportunidad para presentarle las ideas que teníamos acerca de la futura plataforma de M2O. De nuevo, el feedback fue positivo y Bokatas es claramente una ONG que va a ser clave para M2O. Esta reunión nos advirtió sobre la importancia de la protección de datos de las campañas de crowdfunding, y el cuidado que hay que tener también con las fotos ya que algunas personas se pueden mostrar reacias.

La siguiente validación fue con la Fundación AIDA. En un proceso de búsqueda de las ONG de Madrid dimos con esta fundación. Fundación AIDA Books And More se centra en la venta de libros donados para poder llevar a cabo los proyectos de Fundación AIDA en países en vía de desarrollo. Fue esta fundación la que nos motivó a incluir la funcionalidad de venta de libros. Dado el tamaño que tiene este mercado, consideramos que va a haber un flujo suficiente de libros. Al presentar la idea de la plataforma a la fundación, de nuevo nos dieron su respaldo apoyando el proyecto. De manera particular, se mostraron especialmente entusiasmados con las funcionalidades en materia de empleo y formación, ya que lo consideraban algo innovador y necesario.

La última validación ha sido con la organización portuguesa Just a Change. Esta organización rehabilita casas que se encuentran en muy mal estado a lo largo de todo el país. Mi compañera Lucía y yo hemos participado, gracias a Comillas Solidaria, en uno de los campamentos de verano que ofrecen. Cuando se nos planteó esta posibilidad, considerábamos que podría ser una experiencia clave para terminar de validar M2O. Este campamento de duración de dos semanas nos ha permitido estar en contacto tanto con una organización innovadora como con personas en riesgo de exclusión social.

En primer lugar, le pedimos al director del campamento, Joao Captivo, un momento para enseñarle M2O. El objetivo era tanto conocer como Just a Change funcionaba en temas económicos, marketing y organizativos, como obtener su feedback sobre la plataforma. Joao nos informó sobre el equipo total que conforma la organización y otros detalles como el fundraising con ayuntamientos. Tras esto, nos propuso ponernos en contacto con la persona encargada de la recaudación de fondos y comunicación de Just a Change, Rita Lucena, y así poder explicarnos con mayor profundidad estos aspectos. Tras esta conversación, le enseñamos la plataforma de M2O. Joao aprobó completamente las funcionalidades que planteábamos y se mostró seguro de que era una idea que funcionaría a la perfección. En cuanto a la conversación con Rita, pudimos aprender cómo obtienen sus ingresos económicos mediante colaboración con empresas como Leroy Merlín, así como con sus productos de merchandising. Con esta conversación pudimos validar la funcionalidad de cursos de formación ofrecidos por empresas.

Además de hablar con el director, aprovechamos la ocasión para obtener feedback de tanto los coordinadores como del resto de participantes del campamento. Esto ha sido muy importante para M2O, ya que consideramos el perfil de todos ellos compatible con los posibles usuarios que hemos planteado para M2O: personas comprometidas con la causa social, con motivación para formar parte del cambio y además con la iniciativa necesaria para ponerlo en práctica. Nos dieron su apoyo en cuanto al formato con el que hemos diseñado la plataforma, recalcando que era especialmente sencillo de entender y por tanto resulta sencillo de utilizar. Es cierto que los coordinadores plantearon el problema de la brecha digital, con el que a menudo se encuentran en sus actividades de voluntariado, pero tras plantearles la solución que habíamos pensado para ello nos dieron su aprobación. Como ya se ha dicho, se incluirán videos tutoriales que explican el funcionamiento de la web. Además, se cuenta con que los propios centros de las ONG sirvan de punto de explicación sobre cómo funciona la página, y así puedan servirles también a las organizaciones para ser un medio en el cambio de la brecha digital.

La participación en esta experiencia también ha permitido validar por primera vez la plataforma con personas en riesgo de exclusión social. Las dos semanas de voluntariado

consistieron en rehabilitar la casa de una familia portuguesa. Estas familias o personas se ven caracterizadas por encontrarse en situaciones delicadas que no les permite rehabilitar las casas por sus propios medios. Durante las dos semanas, la familia estuvo presente en todo momento viviendo el cambio. Tras la primera semana de contacto con ellos, fue cuando se encontró el momento oportuno para presentarles M2O.

Esta explicación fue hecha al padre de la familia, Xavier. Fue ella la persona escogida porque se trata de quien ha vivido el cambio de encontrarse en una situación normal a estar en riesgo de exclusión social. Xavier se había dedicado toda su vida a la vida de camionero, cuyo salario era el único que hacía frente a todos los gastos mensuales. Hace 20 años, un accidente en el camión que le dejó parálítico fue el punto que dio un vuelvo a su vida. No pudiendo ejercer de camionero, tuvo que encontrar otro modo de generar ingresos, fabricar cestas de mimbre a mano. Si bien la venta de dichas cestas le permite traer un poco de dinero a casa, se encuentra aun así en una situación de riesgo de exclusión. El proceso de enseñarle la plataforma de M2O a Xavier fue de primeras complicado debido a la diferencia de idiomas. No obstante, gracias a la similitud al español y también a la colaboración de los compañeros, pudimos finalmente explicársela con claridad. La navegación por la web le resultó sencilla, con lo que pudimos comprobar que el principal objetivo se había cumplido. Tras ver el sistema de trueque, se mostró especialmente interesado ya que podría ser una oportunidad para intercambiar sus cestas por otros objetos. Tras enseñársela a Xavier, dejamos a su mujer navegar por ella también y de nuevo nos comentó que le parecía una idea muy buena.

La segunda persona en riesgo de exclusión social con la que se validó el proyecto fue el dueño de la casa que se encargó de renovar Lucía. En este caso, Antonio es un albañil que debido al COVID ha tenido que encargarse de su sobrino de 13 años por el fallecimiento de su padre. El proceso de enseñar la plataforma a Antonio fue más complicado porque no mostró un interés inicial, pero finalmente se pudo tener en cuenta su opinión. En este caso, es un ejemplo de la brecha digital ya que carece de ordenador. No obstante, sí que tiene teléfono móvil con el que pudimos comprobar que la navegación en este formato resultaba sencilla. El principal interés que mostró fue en la funcionalidad de formación y empleo, ya que comentaba que había épocas en las que le costaba encontrar trabajo. Con la historia de

Antonio pudimos comprobar también que el COVID ha tenido un impacto importante en la vida de muchas personas y por ello M2O surge en el momento más oportuno.

Capítulo 6. ESTRATEGIA

Para que una startup prospere, no es solo necesario que el producto o servicio que se oferte tenga su hueco en el mercado, sino que además la estrategia que se implemente para promoverlo debe ser la adecuada. La divulgación se convierte en aspecto esencial. Si no se establece una estrategia, es posible que en la etapa inicial el servicio o producto reciba buen feedback, pero que luego encuentre obstáculos en las etapas de crecimiento y escalabilidad. Si queremos que M2O de verdad tenga un impacto en la sociedad, es necesario establecer una estrategia centrada en la elección de los medios de divulgación que en mayor medida cumplan con las expectativas de inmediatez y recomendación. Mayormente, cuando la cercanía y empatía se convierten en valores tractores del éxito de las transacciones de ayuda.

6.1 MONETIZACIÓN

No es solo únicamente importante el servicio o producto que ofrece una startup, sino que es de igual relevancia demostrar que el negocio es económicamente viable y estable. Esto es especialmente importante en las rondas de financiación que se realizan para obtener inversión de capital en el negocio. Para una startup social como M2O esto es trascendental ya que es importante destacar que no solo cumple un fin social, sino que además otorga una expectativa razonable de beneficios económicos, que permita su crecimiento y consolidación.

Es muy importante diferenciar a las startups sociales de las organizaciones no gubernamentales. La diferencia principal es que una startup, sea cual sea su fin, debe generar un beneficio económico, que permita a la empresa crecer y escalar a base del capital que su servicio vaya generando, y no depender de donaciones y subvenciones, que es lo que les ocurre a las ONG. Como ya se ha expuesto en los objetivos, lo que se quiere conseguir con M2O es que finalmente dependa en un porcentaje de 80 20 del propio beneficio de la empresa y de las donaciones, respectivamente.

Obtener estos ingresos no va a ser posible de manera inmediata, desde que M2O salga al mercado. Por el contrario, en la etapa inicial, se va a depender del capital que se obtenga mediante la financiación que se conoce como triple F: Family, Friends y Fools. Con este capital, el principal objetivo es conseguir los primeros clientes que ayudarán a que M2O traccione e iniciar el test de mercado. Cuando ya estén conseguidos, entonces se pasará a la etapa de garantizar que se obtienen los ingresos económicos planteados.

Estos ingresos se esperan obtener de distintas fuentes, y que se pueden clasificar a su vez en ingresos directos e indirectos.

1.1.1. Ingresos directos

Por un lado, se encuentra el merchandising que se venderá en M2O. Los artículos que inicialmente se van a ofrecer son:

- Sudadera M2O: 30€ la unidad
- Camiseta M2O: 15 € la unidad
- Pulsera M2O: 4 € la unidad

El precio de encargo de todas las sudaderas personalizadas le costará a M2O aproximadamente 10 € la unidad, por lo que se tiene un margen de beneficio de 20 €. Por otro lado, encargar camisetas con el logo de M2O saldrá a 4 € la unidad, obteniendo en este caso un beneficio de 11 €. Finalmente, la compra al por mayor de pulseras M2O nos costará aproximadamente un euro la unidad, por lo que se gana 3 € con la venta de cada pulsera. En los tres casos, la venta de estos productos genera unos ingresos que se reintroducirán en el capital de M2O para cubrir los gastos o seguir creciendo.

Se han escogido estos tres artículos ya que se trata de objetos que pueden resultar de interés a todo tipo de cliente, sin importar factores como la edad o el sexo. No obstante, no se descarta en un futuro sacar otro tipo de productos. Los tres artículos se encontrarán a la venta en la página web. De manera adicional, teniendo en cuenta el gancho que tienen las redes

sociales, como es muy posible que alguien conozca primero M2O por estos medios, se ofertarán estos productos también en Instagram o Facebook. La venta de estos tres productos tendrá un doble efecto. En primer lugar, el principal objetivo que es obtener beneficios económicos. Sin embargo, el uso por parte de los compradores de estos artículos será una publicidad indirecta que contribuirá a que M2O siga dándose a conocer y creciendo.

El segundo ingreso directo con el que se cuenta en M2O está asociado a la red de empleo y al Marketplace. Si una persona quiere publicar un objeto o un trabajo puntual en dichas redes, deberá abonar una cantidad de 1 euro para poder publicarlo. Se ha considerado esto ya que M2O no puede intervenir, por ejemplo, en el salario que pone una persona en un trabajo puntual, al ejercer únicamente de intermediario. Teniendo en cuenta siempre el fin social que tiene M2O, y que puede ser una de las motivaciones principales que pueda tener una persona al utilizar la plataforma, pagar 1 euro no va a ser impedimento para realizar esta acción. Además, la satisfacción de ayuda es mayor ya que no solamente se está colaborando mediante la donación de un objeto, sino además se está realizando una aportación económica a la causa que persigue el mismo objetivo. Asimismo, como M2O mantiene transparencia con todos los usuarios, se explicará de manera clara a dónde va exactamente este euro adicional.

Por otro lado, una vez se haya pasado de la fase inicial de prueba de M2O, se va a introducir un ingreso adicional. En este caso, este ingreso está relacionado con las funcionalidades de red de empleo y Marketplace. Por cada transacción realizada se va a cobrar un fee de éxito a la persona que aporta su ayuda. En cuanto a los empleos, una vez se haya realizado el trabajo publicado, y por tanto ambas partes, trabajador y empleador, hayan quedado satisfechas, se cobrará un fee de éxito de 5 € a la persona que ha publicado la oferta. Se puede considerar esto como si fuese una propina a M2O. De nuevo, si una persona ha visto que su necesidad de trabajo ha sido cubierta, por ejemplo, que le pinten una habitación, pagar esta fee de éxito va a ser aceptado sin obstáculos, ya que además de haber visto su trabajo realizado, se sabe que se ha ayudado a una persona en riesgo de exclusión social, por lo que la satisfacción es doble. Esta satisfacción será la que quiera premiar a M2O por su labor realizada, y pagando por tanto el fee del que se está hablando. De manera parecida se va a

realizar en el Marketplace de objetos. En este caso, el fee de éxito será de un 10% del valor medio considerado que habrá en dicha red, establecido en 30€. Por tanto, el fee de éxito planteado es de 3 €. Para que el pago de este valor no suponga un problema, en el periodo en que no se incluye este cobro, se van a ir publicando las opiniones satisfactorias sobre los trabajos publicados, y así cuando se empiece a cobrar el fee de éxito, se pueda ver un repertorio de usuarios satisfechos.

En tercer lugar, otra fuente de ingresos se va a obtener de la funcionalidad de crowdfunding. Esta funcionalidad va a pasar por un cambio a medida que M2O escala. En las primeras fases de M2O, en el que se está saliendo al mercado y testeando el feedback, las donaciones a las campañas de crowdfunding se harán mediante una plataforma externa. Es decir, aunque todos los casos se presentarán en nuestra plataforma como se ha visto en el apartado de solución, cuando una persona quiere donar finalmente, se le redirigirá a una plataforma de crowdfunding general donde esté el mismo caso subido. Cuando se haya analizado que el flujo de casos subidos es considerable, se procederá a realizar las donaciones de crowdfunding en nuestra propia página web.

En ambos casos, dado que se facilita un servicio a las entidades sociales, se les cobrará una cantidad fija de dinero por cada campaña que quieran crear. La cantidad inicial propuesta es de 5 € por cada campaña. Esta cantidad se considera que va a ser pagada ya que estamos colaborando en un trabajo que, si no tendría que hacer la entidad social, y además damos visibilidad a dicha ONG.

Una vez M2O esté en marcha y funcionando correctamente, se ofrecerá la posibilidad de que una entidad social se abone a M2O. De esta manera, pagando una cuota fija anual la entidad social podrá publicar tantas campañas como desee. Esta cantidad fija se analizará una vez M2O se encuentre en el mercado y se analicen las respuestas de las entidades sociales ante nuestra plataforma.

Por último, cuando se proceda a que las donaciones de crowdfunding dejen de estar en plataformas externas y se realicen en la página de M2O, se ganará un ingreso extra

relacionado con cada donación realizada. De esta manera, cuando una persona realice una donación para la campaña seleccionada, M2O cobrará una comisión del 5%.

Otro ingreso directo con el que se cuenta en M2O está relacionado con la venta de libros que se incluirá en la plataforma. Prácticamente todo el mundo tiene libros en casa ya leídos y en muchos casos olvidados, pero de los que siempre da un poco de pena desprenderse si se sabe que el libro acabará finalmente en una basura. No obstante, si se pone un medio en el que a cambio de dar el libro vas a ganar dinero, vas a hacer que otra persona le dé un segundo uso y encima estas ayudando a una causa social, es un incentivo para entrar en la plataforma. En este espacio de venta de libros, M2O propone quedarse con el 50% del precio de venta. El vendedor del libro puede decidir qué hacer con el otro 50%, ya sea quedárselo, donarlo a M2O o donarlo a una de las campañas de crowdfunding.

El último ingreso directo viene de la funcionalidad de cursos de formación. Como ya se había comentado, estos cursos pueden ser o dados de manera individual o por empresas. Cuando el curso de formación lo da una empresa, se le cobrará una tasa de 100 € a cambio de un sello de solidaridad que M2O le proporcionará. Este sello contribuye a la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas, de gran importancia, y colaborar con una causa social mejora considerablemente la imagen de una empresa.

1.1.2. Ingresos indirectos

Por otro lado, además de estos ingresos directos que están íntimamente relacionados con las funcionalidades, M2O contará también con otros ingresos que se llaman indirectos porque no son de tanta estabilidad y recurrencia.

Por un lado, se incluirá en la plataforma de M2O la posibilidad de realizar donaciones directas a la startup, ya sea de manera puntual con una cantidad fija, o con una donación regular, mensual o anual. Cabe destacar de nuevo que, aunque estas donaciones no deben ser la principal fuente de ingresos de M2O ya que si no dejaría de ser una startup, toda donación es bienvenida para ayudar a que M2O crezca y así el alcance de personas ayudadas vaya aumentando. Se considera que estas donaciones irán aumentando con el tiempo, a

medida que la presencia de M2O mejore y vaya ganando la confianza de los usuarios. Cuando M2O esté finalmente consolidado, la motivación para hacer estas donaciones será la de ayudar a las personas en riesgo de exclusión social, y no tanto a M2O. De todas maneras, también se cuenta con que haya un flujo de donaciones en la fase inicial. En este caso, la motivación que puede sentir una persona para donar dinero a un proyecto que está en fase de ‘prueba’, además de ayudar a personas en riesgo, será colaborar en que las buenas ideas que presenta el proyecto puedan llevarse a la realidad, y que así consiga definitivamente asentarse.

Asimismo, M2O organizará eventos en los que se generarán ingresos y se dará a conocer el proyecto. Estos eventos van a ser una pieza clave en la fase inicial de M2O, tanto para realizar recaudaciones de dinero, como para que M2O vaya consiguiendo los usuarios iniciales. Los eventos que se plantean llevar a cabo son, por ejemplo, torneos de pádel. El pádel es un deporte cada vez más jugado, sobre todo por la pandemia una gran variedad de planes al aire libre y seguros. El precio de entrada al torneo se establecerá de manera que cubra el coste de reserva de la pista, además de generar una parte extra que irá destinada a M2O. En estos eventos se entregarán premios, que bien pueden ser productos ofrecidos por empresas habitualmente colaboradoras con M2O.

Para organizar estos eventos, se colaborará con clubes de pádel que recibirán a cambio el sello de solidaridad que se ha mencionado anteriormente. Con ellos, se realizará un trato en el que la parte del precio de la entrada se repartirá entre dicho club y M2O, en un porcentaje de 40 60, respectivamente. La parte del precio extra que iba destinada a M2O se mantiene así. Además, estos torneos de pádel también pretenden ser un encuentro entre todos los participantes del torneo y las personas en riesgo de exclusión social que se quieran acercar para disfrutar de un buen rato juntos. De esta manera, tanto las personas que aportan su ayuda como las que las reciben se pueden conocer, y así se mantiene los valores de transparencia y cercanía que M2O sostiene.

Tabla 3: Ingresos primer año de funcionamiento de M2O

Ingreso	Funcionalidad	Valor económico
Directo	Marketplace	Tasa publicación: 1 €
	Empleo	Tasa publicación: 1 €
	Sello solidaridad	Por entidad: 100 €
	Crowdfunding	Tasa publicación: 5 €
	Libros	50 % precio venta libro
	Merchandising	Sudadera: 30 € Camiseta: 15 € Pulsera: 4€
Indirecto	Donaciones puntuales	Indeterminado
	Eventos	Indeterminado

Tabla 4: Ingresos tras primer año de funcionamiento de M2O

Ingreso	Funcionalidad	Valor económico
Directo	Marketplace	Tasa publicación: 1 € Fee éxito: 3 €
	Empleo	Tasa publicación: 1 € Fee éxito: 5 €
	Sello solidaridad	Por entidad: 100 €
	Crowdfunding	Entidad: Tasa publicación: 5 € Donante: 5 % de comisión
	Libros	50 % precio venta libro
	Merchandising	Sudadera: 30 € Camiseta: 15 € Pulsera: 4€
Indirecto	Donaciones puntuales	Indeterminado
	Eventos	Indeterminado

6.2 PLAN DE CAPTACIÓN DE CLIENTES

En el proceso de lanzamiento de una startup, la captación de clientes es uno de los factores clave que pueden influir en su éxito o fracaso. Como sostiene la incubadora de startups Andalucía Open Future, aunque la idea de una startup sea muy buena, su valor podría resultar en vano si no se emplean las estrategias adecuadas para la captación de clientes potenciales.

El plan de captación de clientes varía según la etapa en la que se encuentra la startup. Por ello, en este apartado se especifica el plan de captación de los primeros 10, 100 y 1000 clientes.

6.2.1. Primeros 10 clientes

La captación de los primeros 10 clientes es un aspecto fundamental para M2O. Con ellos, se puede aplicar el método Lean Startup para poder obtener el feedback de la plataforma y así aplicar el ciclo crear-medir-aprender. Cuando M2O haya absorbido todos los cambios pertinentes, y estén estos 10 clientes garantizados, se podrá continuar con el plan de captación de los siguientes 100 clientes.

Como ya se ha explicado, M2O va a empezar a centrarse en Pozuelo de Alarcón. En este sector, va a ser de gran importancia la colaboración con Cáritas. Dado que ha sido uno de los grandes apoyos tanto para obtener información sobre este problema como para darnos la validación a nuestro proyecto, es una alianza clave para empezar a crecer.

Cáritas proporcionará apoyo en distintos puntos clave: apoyo de una ONG conocida, proporción de los casos de crowdfunding y la proporción de posibles usuarios para las otras funcionalidades, tanto *needers* como *helpers*.

En primer lugar, el apoyo de Cáritas dota de gran presencia, seguridad y veracidad a M2O. Dado que en este sector la mayor parte de las organizaciones se conocen entre ellas, el nuevo nacimiento de un proyecto en este ámbito necesita de una alianza con una gran entidad como Cáritas, que permitirá que M2O pueda tener un mayor impacto.

Por otro lado, otro objetivo que se persigue con la colaboración de Cáritas es que sea un punto para dar a conocer nuestra plataforma a todas las personas que se acercan. Por una parte, dado que Cáritas se encuentra en las parroquias, se puede aprovechar las celebraciones de misa para dar a conocer a nuestro proyecto. Así, los feligreses que asisten con frecuencia a dicha parroquia, si su sacerdote de confianza les insta a emplear nuestra plataforma, la confianza que obtienen aumentará aún más las posibilidades de que incremente el número de usuarios. Una vez estas personas conozcan nuestra plataforma, la recomendación influirá también para que entre los vecinos conozcan M2O. Por otra parte, M2O también puede darse a conocer en Cáritas a todas las personas que se acercan buscando ayuda. De esa manera, la persona encargada de recibirles en Cáritas les podrá explicar el funcionamiento de la plataforma, con todos los procesos de registro, y los procesos de acceso a las redes de objetos y empleo. Esto es también un gran punto a favor de M2O frente a la brecha digital, ya que estas personas notarán la diferencia entre que se lo explique un tercero a que tengan que aprender a usarla por ellos mismos. Por último, Cáritas empezará proporcionando los primeros casos destinados a las campañas de crowdfunding. Esto será factible dado que Cáritas tiene un servicio parecido con sus Hojas de Caridad. Por lo que el único papel que hace M2O, pero que tiene gran impacto, es llevarlo al formato digital. Con esto les ayudamos a que dichos casos lleguen a un mayor abanico de posibles donantes.

Habiendo vivido toda mi vida en Pozuelo de Alarcón, conozco la unión y apoyo que surge entre los negocios que van naciendo en este municipio. Por eso, en este momento también puede resultar de gran importancia la colaboración con el ayuntamiento de Pozuelo, para que pueda dar a conocer esta iniciativa en su revista, y así poder darle visibilidad por la zona. No hay que olvidar que el sentimiento de ayudar a una persona que es vecina puede ser la gasolina necesaria para conseguir la motivación de colaborar en la causa, tanto dando a conocer a M2O que ha nacido en ese mismo barrio, como para ayudar a personas necesitadas de la misma zona.

Con todo lo mencionado anteriormente, ya se han conseguido los primeros 10 clientes que M2O necesita para seguir creciendo.

6.2.2. Los primeros 100 clientes

Una vez obtenidos los 10 clientes, M2O trabajará con estos primeros usuarios para obtener feedback, y así pasar de tener un MVP a un producto 100% terminado. Una vez ya se han conseguido, se procede a aumentar el número de usuarios de 10 a 100.

Teniendo ya el claro apoyo de Cáritas Pozuelo, la difusión de M2O va a resultar más sencilla. En primer lugar, se puede difundir el empleo de la plataforma entre el resto de las diócesis, que tienen Cáritas de Madrid. Además de Cáritas Pozuelo, en el proceso de investigación también nos pusimos en contacto con Cáritas Vallecas, cuyo alcance de ayuda es mucho mayor que el de Pozuelo. Esta diócesis también nos brindó su apoyo al proyecto, por lo que es otra alianza clave en el acceso a los siguientes 100 clientes. El proceso que seguiría este Cáritas sería el mismo que en el de Pozuelo, dar a conocer el proyecto en la parroquia, tanto a los feligreses como a los que solicitan ayuda.

Dado que la red de Cáritas abarca todo Madrid, desde Pozuelo y Vallecas se dará a conocer M2O al resto de diócesis y con ello se obtienen los 100 clientes.

En este caso, para proceder a los próximos 1000 clientes se considerará organizar un evento con los usuarios actuales y las dos diócesis de Cáritas. Este evento se difundirá tanto en las revistas de ayuntamientos, como con publicidad.

6.2.3. Primeros 1000 clientes

Teniendo el apoyo de la red de Cáritas en Madrid, M2O puede proceder a la captación de los próximos 1000 clientes. En este caso, el objetivo es conseguir alianzas con otras entidades sociales del sector. Como ya se tiene el respaldo de una gran entidad como es Cáritas, se considera que el apoyo de otras entidades sociales puede resultar más sencillo.

Para acceder a estas entidades sociales, la red de ONG de Madrid, de la que Cáritas forma parte, va a jugar un papel fundamental. Esta red va a servir de trampolín para llegar a numerosas entidades sociales, que pueden seguir proporcionando valor a M2O, contribuyendo así a su escalabilidad.

La alianza con estas otras entidades sociales va a aportar todo tipo de usuarios. En primer lugar, igual que ya ha sido explicado con Cáritas, estas entidades darán a conocer M2O a las personas en riesgo de exclusión social con las que trabajan, ayudándoles también a que aprendan a navegar por la página web. Asimismo, como estas entidades sociales tienen mucha experiencia en este sector, ya cuentan con un alto número de personas fieles a ellas, que colaboran con sus donaciones, voluntariados u otros aspectos. Por eso, las entidades también darán a conocer M2O a estas personas, y así aumentar el flujo de ayudantes en las distintas funcionalidades que M2O ofrece.

Es importante destacar que se considera en todo momento que las entidades sociales van a estar dispuestas a colaborar dado el sector en el que nos centramos todos. El objetivo final que perseguimos, tanto las entidades sociales como M2O, es hacer que las personas en riesgo de exclusión social puedan dejar de serlo y poder continuar con sus medios. Por eso, hay que abrazar toda posible alianza que surja en este sector, en el que la palabra competencia no tiene hueco.

Cuando ya se han obtenido los 1000 clientes, se harán eventos a gran escala para seguir obteniendo donaciones y así M2O pueda seguir creciendo.

De manera paralela a los tres planes de captación, se mantiene activa la publicidad de M2O en redes sociales. En la fase inicial, dependemos en gran medida de que los amigos y conocidos vayan difundiendo la iniciativa, para que la tracción inicial que se necesita se consiga. Creemos que esto va a ser sencillo ya que cada vez hay más jóvenes emprendedores, por lo que siempre surge un sentimiento de apoyo y empatía hacia otros proyectos, por lo que estas personas tenderán a dar a M2O a conocer.

Capítulo 7. RECURSOS CLAVE

A la hora de llevar a la realidad M2O, hay que considerar diferentes recursos que van a ser necesarios tanto en la fase inicial de prueba del MVP, como en las fases posteriores de escalabilidad. Para ello, conviene diferenciar entre los recursos que se han empleado o se van a emplear para el desarrollo de M2O.

En primer lugar, se han utilizado los recursos que han permitido obtener el conocimiento suficiente acerca de la situación de las personas en riesgo de exclusión social en España, y también aquellos que han aportado las bases necesarias en relación con la creación de una startup. De manera más detallada, estos recursos han sido los siguientes.

Para aprender sobre todo lo que conlleva iniciar una startup, ha sido fundamental el concurso Comillas Emprende. Este concurso de duración de 6 meses ha ido proporcionando el material necesario para que alguien que no conocía el mundo del emprendimiento, pueda obtener los conocimientos básicos para ellos. Esta misma plataforma ha permitido el contacto con personas expertas en el sector de la acción social, y cuyas conversaciones han sido clave en la base del desarrollo de M2O.

Por otro lado, en el desarrollo de la startup, tanto en la fase inicial como en las fases posteriores de crecimiento y escalabilidad, se sigue la metodología Lean Startup. Esta metodología supone un cambio en la creación de empresas. Siendo habitual antes desarrollar un producto perfecto, con todas las funcionalidades implementadas, sin testear si el producto era el que los clientes quieren, la metodología Lean Startup plantea algo muy distinto. Se centra en el desarrollo de un MVP que se puede testear con los clientes y así darles la forma adecuada acorde a los gustos del mercado con el ciclo crea-mide-aprende, que mantiene a lo largo de toda la vida de la startup, ya que una empresa siempre tiene que avanzar a medida que avanza la sociedad y sus necesidades.

Una vez asentados los conocimientos tanto en materia de emprendimiento como de exclusión social, los siguientes recursos a emplear han sido tecnológicos. Dado que M2O consiste en una plataforma en formato de página web, los recursos tecnológicos son de gran importancia en esta startup.

Para el desarrollo de la página web, se ha empleado la plataforma no-code Bubble. Esta plataforma permite crear apps o páginas web plenamente funcionales sin la necesidad de tener conocimientos de programación. Asimismo, a través de ella se pueden manejar todos los datos que se van generando a medida que la plataforma va siendo empleada, siendo por tanto fácilmente accesible el conocimiento a los datos de los usuarios que navegan en la web. Además, permite también incluir plugins de Javascript, para todo aquel que quiera incluir código de programación. Es importante también destacar que Bubble se encarga del mantenimiento del servidor, de la infraestructura y el hosting, sin imponer límites en el número de usuarios o datos almacenados.

Por último, los recursos humanos son esenciales en todo emprendimiento. A medida que vaya creciendo la startup, estos recursos van a ir variando en la misma medida. En la fase inicial, el equipo de M2O está formado únicamente por las creadoras de M2O, Lucía Gómez del Río y yo, Rocío Giner Conde. Este equipo se mantendrá así hasta que el número de usuarios aumente considerablemente, y con ello los ingresos que puedan permitir incorporar a más personas a la plantilla.

Tras presentar los diferentes recursos que hay que tener en cuenta en el desarrollo de M2O, es necesario destacar que dichos recursos van a estar siempre presentes en M2O, pero van a sufrir pequeñas variaciones a medida que M2O vaya creciendo, y dichas variaciones implican también cambios en los costes previsibles.

7.1 COSTES ACTUALES

El primer coste al que hay que hacer frente son los gastos que conlleva crear una startup. Para poder crear la sociedad limitada, se necesita un capital mínimo de 3000 €. A este valor

hay que sumarle los gastos de notaria y registro, además de otras tasas adicionales. En total, el precio aproximado para crear la startup es de 4500 €.

En cuanto al coste de los recursos tecnológicos, para hacer la página web pública hay que pagar una suscripción mensual a Bubble. Se ofrecen tres tipos de suscripciones, que varían en las características que ofrecen. En el primer año se va a comprar la versión más básica, que cuesta 25 € mensuales, por lo que 300 € anuales. Una vez esté el MVP probado, se planteará cambiar de suscripción.

Por último, están los costes relacionados con los recursos humanos. En el primer año de M2O, el equipo estará únicamente formado por las dos creadoras, Lucía y Rocío. El sueldo que se considerará será equivalente a los gastos variables en los que se incurren. Es importante mantener que en este primer año no nos vamos a asignar nada de dinero, pero tampoco puede suponer que nos cueste.

También hay que tener en cuenta los costes de merchandising. El primer año se sacarán 50 camisetas, sudaderas y pulseras. Se cuenta con que, tras una compra al mayor, el precio de compra de la unidad de camiseta será 4 €, la sudadera 10 € y la pulsera 1€, suponiendo un coste total de 750€.

7.2 COSTES PREVISIBLES A PARTIR DEL PRIMER AÑO

A medida que M2O vaya creciendo, será necesario ir adaptando todos los recursos para poder seguir atendiendo a todas las necesidades que vayan surgiendo. Todos estos cambios se tendrán que hacer siempre y cuando el flujo de usuarios vaya creciendo en la medida esperada.

Tras el primer año, en el que se afina la plataforma, teniendo en cuenta la respuesta que ha tenido en el mercado, se pasará de la suscripción básica de Bubble a una más compleja. Las otras dos opciones de suscripción son la profesional y la de producción, con unos precios de 115 y 475 euros mensuales, respectivamente. Se va a contar con la suscripción profesional

tras este primer año. Es una suscripción que, si bien no es tan completa como la de producción, todas las características que incluye se consideran suficiente para hacer frente a un flujo considerable de usuarios, con un coste total de 1380 €. El objetivo es a largo plazo pasar a tener la suscripción de producción, pero para ello tanto el número de usuarios como el equipo de M2O tiene que crecer lo suficiente.

En términos de recursos humanos, el equipo de M2O se verá aumentado tras el primer año. En primer lugar, será necesario incorporar personal informático que se encargue del mantenimiento de la página web. Cobrará 1200 €, lo que supone un coste anual de 14 400 € anuales. Además, se contratará también a una persona con la responsabilidad acerca del marketing y publicidad de M2O, tanto en tema de organización de los eventos, como que se encargue de las redes sociales. De la misma manera, se plantea un cobro de 1200 €.

En cuanto M2O se haga más grande, estos equipos se verán aumentados y además se incorporar a alguien encargado de la parte económica de M2O.

En cuanto al merchandising, se plantea aumentar la producción de 50 a 200 unidades, lo que supone un coste de 3000 €.

Tabla 5: Costes actuales frente a costes futuros

	Costes Actuales	Costes Futuros
Capital Social	3 000 €	0 €
Tasas de Notaría y Registro	1 000 €	0 €
Merchandising	750 €	3 000 €
Fee Bubble	300 €	1 380 €
Mantenimiento Web	0 €	14 400 €
Ventas	0 €	14 400 €
TOTAL	5 050 €	30 420 €

Capítulo 8. PROYECCIONES FINANCIERAS

En este apartado se encuentran las proyecciones financieras previsibles para M2O en un plazo de 5 años. Los resultados se observan en la Tabla 6.

- En primer lugar, se encuentran los gastos. El primer año se caracteriza por incluir el coste de abrir la startup, con los gastos de capital social y tasas de notaria y registro que esto conlleva.
- En cuanto a la mercancía de merchandising, el precio de fabricación de una camiseta es de 4 €, de una sudadera 10 € y de una pulsera 1€. El primer año se encargarán 50 camisetas, 50 sudaderas y 50 pulseras. Las camisetas y sudaderas se dividirán en tallas M y L, para hacer frente tanto a pedidos femeninos como masculinos. El segundo año se cuenta con una fabricación del doble de mercancía, asumiéndose por tanto que M2O se hará más conocido. El tercer año, se vuelve a asumir que habrá más pedidos, particularmente 250 unidades de cada. En el cuarto y quinto año, se supone una venta de 300 sudaderas, ya que se considera que es una cantidad suficiente como merchandising.
- La plataforma de Bubble supondrá un coste en el primer año de 300 euros, dada la suscripción al plan básico de 25 euros al mes. El segundo año se procederá a la compra del plan profesional de 115 € mensuales, que facilita un mejor manejo de los datos y más capacidad de almacenamiento, lo que puede hacer frente a un mayor flujo de usuarios. Este plan se mantendrá también el tercer año. Ya en el cuarto año se optará por el plan más completo de producción, que tiene un coste de 475 € mensuales. Permite un mayor de unidades que trabajen en el desarrollo de la plataforma de manera paralela, además de aún más almacenamiento.
- Programador: el equipo de M2O se verá variado a medida que se va creciendo y por tanto va surgiendo la necesidad de incorporar personal. El primer año Lucía y yo nos encargaremos del manejo de la plataforma. En el segundo año se incorporará a una persona que se encargue de ella con un sueldo de 1200 euros mensuales. Este

programador se mantendrá hasta el cuarto año en el que se introducirá un apoyo, con jornada parcial con un sueldo de 550 €.

- El equipo de M2O también llegará a incluir a una persona encargada de la publicidad, marketing y RRSS en el tercer año. Hasta entonces, Lucía y yo seremos las encargadas de ello. En el tercer año esta persona se incorporará con jornada completa y un sueldo de 1200 €, que se mantendrá el resto de plazo temporal.

8.1 INGRESOS

Los ingresos generados deben garantizar que M2O sea una plataforma sostenible económicamente. De esa manera, se deben generar unos ingresos mínimos que cubran los costes. Los ingresos extra se destinarán a mejorar la plataforma, garantizando su crecimiento.

El primer ingreso de M2O se debe a la venta de los productos de marca M2O: las sudaderas a 30 €, las camisetas a 15 € y las pulseras a 4 €.

Por otro lado, se encuentran los ingresos asociados a las funcionalidades. En primer lugar, se encuentra el Marketplace de objetos. En el primer año se espera tener 5 publicaciones a la semana. Este primer año el fee de éxito no se introduce, por lo que únicamente se cobra 1 € por publicación lo que lleva a un ingreso de 240 €. Para la planificación del resto de años, se ha tenido en cuenta la siguiente hipótesis. Cada persona que publique un objeto que ha sido entregada de manera satisffecha, recomendará el uso de la plataforma a 10 amigos. De estos 10 amigos, se prevé una tasa de éxito del 30%. Es decir, 3 nuevas personas empezarán a utilizar M2O. Para poder incorporar fallos en esta hipótesis en algunos casos, estas 3 nuevas personas no se suman a las 5 anteriores. Esta hipótesis se mantiene a lo largo de los 5 años. A partir del segundo año, se incorpora el fee de éxito de 3 € por publicación.

Con respecto a las campañas de crowdfunding, se cuenta con 4 ONGs que operarán el primer año, publicando 4 campañas anuales. La publicación de cada campaña conlleva un coste de 5€. En cuanto a la previsión del resto de años, se plantea que cada ONG recomendará el uso de M2O a otra entidad.

La red de empleo tendrá de manera estimada, la publicación de 5 trabajos puntuales a la semana. Con la única tasa de publicación de 1 € el primer año, se estima un ingreso de 240 €. El planteamiento para el resto de los años es idéntico al del Marketplace. Cada persona que recomiende M2O a 10 amigos implicará la inserción de 3 nuevos clientes a M2O. De nuevo, el segundo año se incorpora el fee de éxito de empleo de 5 €.

En cuanto a los cursos de formación, se cobrará 100 € a cada empresa que ofrezca uno. Este dinero garantizará que, una vez acabado el curso, las personas se comprometerán a empezar a trabajar con la empresa si ésta lo desea y además la empresa se lleva el sello de solidaridad de M2O. El primer año se espera colaborar con 3 empresas. El segundo año, contaremos con 6 empresas. El tercer año en el que consideramos que M2O crecerá más rápidamente, contaremos con 12 empresas. El cuarto con 24 y el último con 48.

Por último, se encuentran los ingresos debidos a la venta de libros. De cada transacción, M2O se queda con la mitad. El primer año se cuenta con que 4 personas publiquen cada semana 3 libros, es decir, 12 libros semanales, con un precio medio de venta de 5 €. Por ello, M2O recibirá el ingreso equivalente a vender 48 libros al mes por un precio de 2,5 €. La proyección en el resto de los años sigue el mismo planteamiento que anteriormente. Cada una de estas cuatro personas recomendará M2O a 10 amigos, de los cuales 3 finalmente optarán por emplear M2O.

Una vez presentados los ingresos, es necesario descontarles la comisión de Stripe. Stripe es la pasarela de pagos seleccionada para operar en M2O, que se lleva un 1,4% de cada transacción además de 0,25 €.

Teniendo en cuenta este descuento, se puede observar los ingresos totales recibidos.

Como se ha comentado, M2O cuenta con que el factor determinante es tanto ayudar a las personas que se encuentran en tu propio entorno, como el dar a conocer el proyecto con el boca a boca. Se cuenta con esto porque cuando uno conoce un proyecto que funciona bien y además tiene un impacto social, de manera natural se recomendará la iniciativa a amigos y familiares

Tabla 6: Costes e ingresos previsible en un plazo temporal de 5 años

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos					
Capital social	3.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Notaria y registro	1.500,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Pago de la plataforma de Bubble	300,00 €	1.380,00 €	1.380,00 €	1.380,00 €	5.700,00 €
Merchandising	750,00 €	2.400,00 €	3.000,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Bancarios	120,00 €	120,00 €	240,00 €	400,00 €	600,00 €
Programador/gestor	-	500,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €	1.200,00 €
Marketing y RRSS	-	-	560,00 €	560,00 €	1.200,00 €
Total	5.670,00 €	4.400,00 €	6.380,00 €	8.540,00 €	13.700,00 €
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Merchandising	3.450,00 €	7.350,00 €	14.700,00 €	22.050,00 €	33.075,00 €
Marketplace de objetos	240,00 €	2.880,00 €	8.640,00 €	25.920,00 €	77.760,00 €
Crowdfunding	80,00 €	160,00 €	320,00 €	640,00 €	1.280,00 €
Red de empleo	240,00 €	4.320,00 €	12.960,00 €	38.880,00 €	116.640,00 €
Formación	300,00 €	600,00 €	1.200,00 €	2.400,00 €	4.800,00 €
Venta de libros	1.440,00 €	4.320,00 €	12.960,00 €	38.880,00 €	116.640,00 €
Subtotal	5.750,00 €	19.630,00 €	50.780,00 €	128.770,00 €	350.195,00 €
Stripe	386,00 €	1.547,32 €	4.407,92 €	12.540,28 €	36.408,23 €
Total	5.364,00 €	18.082,68 €	46.372,08 €	116.229,72 €	313.786,77 €

8.2 HIPÓTESIS PARA EL ANÁLISIS

La principal hipótesis que se ha planteado ha sido que M2O será una plataforma que contará con un flujo grande de usuarios, obteniendo una gran presencia que permitirá obtener los ingresos planteados. Estos ingresos cubren los costes que hay que afrontar, además de aportar un gran margen que permite crecer y escalar el proyecto

La segunda hipótesis con la que se ha contado es que el crecimiento de M2O será gracias principalmente a la recomendación de los primeros usuarios. Tras la satisfacción que sentirán al utilizar la plataforma, contarán a las personas de su entorno de la existencia de este proyecto, y les instarán a que también lo empleen.

La tercera hipótesis surge de la anterior. Cada uno de los *helpers* del primer año hablará a 10 amigos del proyecto y los animará a formar parte de él. De estos 10 amigos, se prevé un éxito del 30%. Es decir, 3 de ellos optarán finalmente por emplear la plataforma.

En resumen, cuando alguien conozca esta iniciativa y decida darle una oportunidad, se verá convencido por todo lo que el proyecto supone. Ayudar a personas que están en una situación muy delicada y que requieren de ayuda externa para poder salir de ella. Además, ver que mediante el uso de M2O realmente hay personas que se ven beneficiadas de ello, y esto será posible gracias a la transparencia y cercanía que mantendremos en todo momento, para que todos los *helpers* y *users* sientan que su papel en M2O es vital, y que sin ellos nada sería lo mismo.

8.3 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El fallo de algunas de las hipótesis planteadas no permitiría el cumplimiento de las proyecciones financieras estimadas.

Si M2O no cuenta con un flujo de usuario inicial suficiente, pero sobre todo si no es recomendada por los primeros usuarios, no se experimentará el crecimiento previsto.

Es probable que el primer año pudiese mantenerse a flote dado que los costes son bajos, el precio mínimo de la suscripción a la plataforma, además de los eventos que se han planteado. Aun que los ingresos de las funcionalidades fuesen bajos, la ronda de financiación de las 3F permitiría cubrirlos.

El impacto se vería sobre todo en los años siguientes, en los que se ha contado con que el número de usuarios irá aumentando de manera exponencial. Si esto no ocurriese, sería necesario cambiar de estrategia, y plantear nuevas maneras de dar a conocer el proyecto y que pudiese cumplir el objetivo por el que ha nacido, ayudar a las personas en riesgo de exclusión social.

Capítulo 9. CONCLUSIONES

Cuando Lucía y yo decidimos desarrollar como Trabajo de Fin de Grado un proyecto con impacto social, sabíamos que habría que dedicarle tiempo para poder llevarlo a cabo. Tras meses de esfuerzo, el desarrollo de la startup Misión Segunda Oportunidad con su plataforma, se puede concluir que se ha conseguido nuestro objetivo.

M2O ha conseguido ser una plataforma prometedora para las personas en riesgo de exclusión social, cuya diferenciación entre el corto plazo y el largo plazo permite tanto poder superar el bache que tienen delante, así como dar los medios necesarios como para que los próximos baches los puedan superar ellos solos. Con todas las funcionalidades que incluye (Crowdfunding, Marketplace de objetos, sistema de trueque, red de empleo, cursos de formación), se ha obtenido una plataforma innovadora que cubre distintos problemas de manera simultánea.

El desarrollo de este proyecto ha permitido conocer un sector que necesita de atención e ideas para poder poner fin a la pobreza que muchas personas sufren. M2O puede ser el inicio de un contacto con el sector de acción social en nuestra futura carrera profesional, que permita no solo llevar a cabo M2O, sino también otros proyectos que de la misma manera tengan un impacto importante.

El desarrollo de M2O también ha dado paso al mundo del emprendimiento. Con ello, se ha conseguido el segundo objetivo, aprender profundamente sobre todos los aspectos que hay que tener en cuenta al crear una startup. En ello, la metodología Lean Startup ha sido fundamental, con su aspecto central de crear un Producto Mínimo Viable, y testarlo según el ciclo crear-medir-aprender.

En conclusión, M2O ha supuesto un gran aprendizaje y el haber conseguido crear una plataforma funcional es de la mayor satisfacción.

Capítulo 10. BIBLIOGRAFÍA

Riesgo de pobreza y/o exclusión social (Estrategia Europa 2020). Indicador AROPE

https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259941637944&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios/PYSLayout

María José Agejas. *La pobreza severa podría aumentar en España en casi 800.000 personas*

llegar a 5,1 millones por la COVID-19 <https://www.oxfamintermon.org/es/nota-de-prensa/pobreza-severa-aumenta-espana-covid-19>

Gómez-Torres MJ, Santero JR, Flores JG (2019) *Job-search strategies of individuals at risk of poverty and social exclusion in Spain.*

Beneficios de la Responsabilidad Social Corporativa <https://responsabilidad-social-corporativa.com/beneficios-de-la-responsabilidad-social-corporativa/>

Estimación del tamaño mercado TAM SAM SOM.
<https://www.emprendeaconciencia.com/analisis-mercado-tam-sam-som>

TAM SAM SOM. Calculemos el tamaño del mercado. <https://www.dynamicgc.es/tam-sam-som-calculemos-el-tamano-del-mercado/>

Riesgo de pobreza. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/riesgo-pobreza>

Uno de cada tres españoles colabora con ONG. <https://www.agorarsc.org/uno-de-cada-tres-espanoles-colabora-con-ong/>

Ministerio de Trabajo e Inmigración, Fundación Tripartita. *Formación y Exclusión Social, Documento de Síntesis, para la formación del empleo*
<https://www.sepe.es/LegislativaWeb/verFichero.do?fichero=09017edb8011f10c>

Red Europea de Lucha contra la Pobreza y la Exclusión Social (2020). *El estado de la pobreza seguimiento del indicador de pobreza y exclusión social en España 2008-2019*.

Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. *Guía de ayudas sociales y servicios para las familias 2021*.

María Carmen Sánchez-Sellero, Beatriz García-Carro (2018). *Which groups have a greater risk of poverty in Spain?*

Cáritas. www.caritas.es

Bokatas. www.bokatas.org

Usuarios de redes sociales en España <https://www.epdata.es/datos/usuarios-redes-sociales-espana-estudio-iab/382>

Nextdoor. <https://es.nextdoor.com/>

Handup <https://handup.org/>

Fundación Tomillo. <https://tomillo.org/>

Fundación CaixaBank.

https://fundacionlacaixa.org/es/?gclid=Cj0KCQjwjo2JBhCRARIsAFG667Wu0IqN2_7J5cutMYZD7sJgNJTm_DZias2kfk-BkgHoO8xgM_8NbikaAiK6EALw_wcB

Fundación Esperança. www.fundacioesperanca.org

Piergiorgio M. Sandri (2021), La Vanguardia. *La desigualdad crece en España por la COVID con 800.000 nuevos pobres.*
<https://www.lavanguardia.com/economia/20210125/6195501/pobreza-espana-desigualdad-covid-impacto-pandemia.html>

Stripe. www.stripe.com

Fundación Aida. <https://www.ong-aida.org/>

El Economista (2015) *¿Cuánto cuesta constituir una start-up?*
<https://www.eleconomista.es/emprendedores-pymes/noticias/6796509/06/15/Cuanto-cuesta-constituir-una-startup.html>

Red de ONGD de Madrid. <https://www.redongdmad.org/>

Eric Rices (2011). *Lean Startup*

ANEXO I: ALINEACIÓN CON LOS ODS

La agenda 2030 sobre desarrollo sostenible aprobada en 2015 estableció 17 objetivos para que los países y sus sociedades emprendan un nuevo camino con el que mejorar la vida de todos, sin dejar a nadie atrás. Es necesario que los nuevos emprendimientos y proyectos que surjan traten de contribuir a conseguir de manera directa o indirecta estos objetivos. Nuestro proyecto ayuda a conseguir los siguientes objetivos de desarrollo sostenible:

Objetivo 1-Fin de la pobreza: se persigue ayudar a personas para que dejen de estar en riesgo de exclusión social, situación que conlleva a encontrarse en situación de pobreza.

Objetivo 2-Hambre cero: 690 millones de personas en el mundo padecen hambre. Las personas que se encuentran en riesgo de exclusión social y las personas sin hogar forman parte de ese número, muchas de ellas teniendo que recurrir a comedores sociales. Nuestro proyecto persigue darles los medios para que salgan de esa situación.

Objetivo 4-Educación de calidad: Es cierto que hay personas que se encuentran en esta situación que tienen estudios, pero hay muchos más casos de personas que a pesar de tener las ganas de aprender y educarse, sus recursos no se lo permiten. Esto les impide tener la formación necesaria para obtener empleo. De la misma manera, en el caso de familias, la falta de recursos puede limitar la educación a sus hijos.

Objetivo 5-Igualdad de género: El proyecto persigue que personas en riesgo de exclusión social y sin hogar salgan de esa situación y consigan los medios necesarios para ello, como es tener empleo o un hogar. Para ello, es imprescindible que esto se consiga independientemente del sexo, raza o edad de la persona.

Objetivo 8-Trabajo decente y crecimiento económico: Muchas de estas personas carecen del empleo que necesitan para poder disfrutar de una vida estable. Muchos de ellos se ven sometidos a cambios constantes de empleo, sin garantías de permanencia y por tanto sin la estabilidad que necesitan.

Objetivo 9- Industria, innovación e infraestructura: Muchas de estas personas carecen de los recursos tecnológicos que les permiten estar plenamente incorporados en la sociedad. Esto se ha visto muy acentuado con la pandemia, donde ahora todo se realiza de manera digital.

Objetivo 10- Reducción de las desigualdades: La situación de estas personas es sin duda una situación de desigualdad, no disponen de muchos recursos que todo el mundo debería tener y que son considerados derechos de las personas.

Objetivo 17: Alianza para lograr los objetivos: Como emprendimiento social, es importante y de gran ayuda juntarse con otros proyectos sociales para darnos visibilidad mutuamente y así perseguir el cumplimiento de estos objetivos.

ANEXO II: DESARROLLO TÉCNICO

Bubble ha sido la herramienta no-code escogida para la creación de la plataforma de M2O. Con ella, se puede desarrollar una aplicación web completamente funcional sin la necesidad de poseer conocimientos de programación.

En el proceso de desarrollo, Bubble incluye diferentes áreas donde se van realizando las acciones para crear la web. En el caso de M2O, se han empleado tres de las ocho opciones: Diseño, Workflow y Data.

Data

Esta sección permite crear la estructura de todos los datos que se generarán en la web. En ella, se definen los conjuntos de datos que son importantes contabilizar para integrarlos posteriormente en la base de datos (Definidas por Bubble como *cosas*). Estas *cosas* en el caso de M2O han sido: Campaña, Donación, Empleo, Formación, Trueque y User.

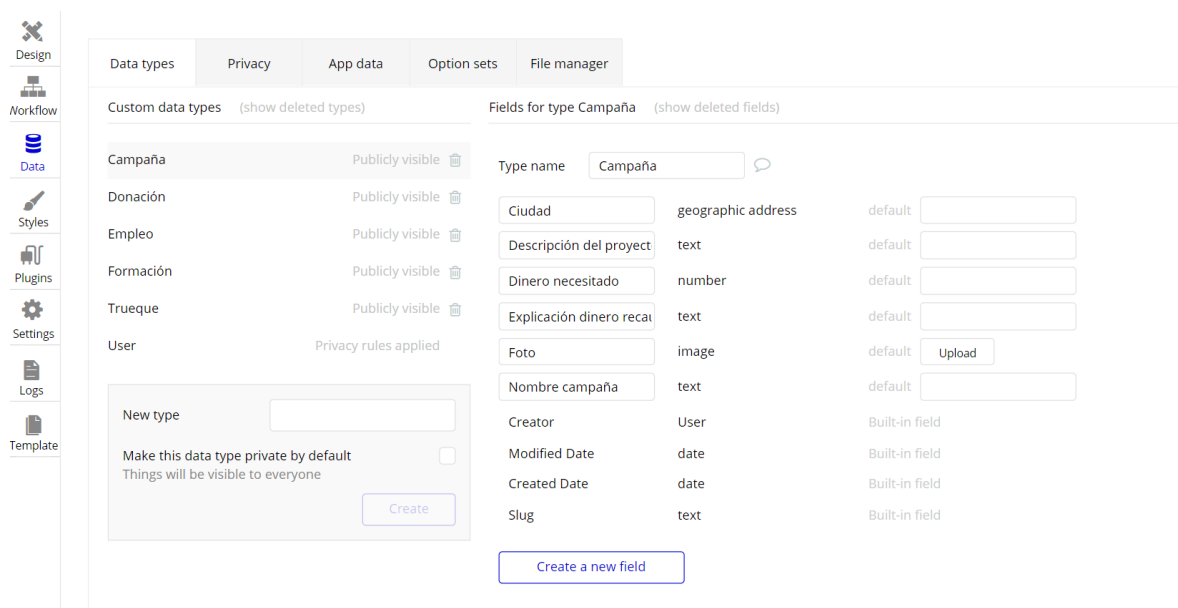


Figura 31: Estructuración de los datos

Cada una de estas ‘cosas’ presenta distintos campos que lo componen. Estos campos se rellenan a medida que el usuario navega en la web e introduce dichos datos.

Fields for type Campaña (show deleted fields)

Type name:

Ciudad	geographic address	default:
Descripción del proyecto	text	default:
Dinero necesitado	number	default:
Explicación dinero recaudado	text	default:
Foto	image	default: Upload
Nombre campaña	text	default:
Creator	User	Built-in field
Modified Date	date	Built-in field
Created Date	date	Built-in field
Slug	text	Built-in field

Figura 34: Datos de ‘Campaña’

Fields for type Donación

Type name:

Descripción donación	text	default:
Localización	geographic address	default:
Nombre donación	text	default:
Creator	User	Built-in field
Modified Date	date	Built-in field
Created Date	date	Built-in field
Slug	text	Built-in field

Figura 35: Datos de ‘Donación’

Fields for type Empleo (show deleted fields)

Type name:

Descripción	text	default:
Localización	geographic address	default:
Nombre empleo	text	default:
Precio	number	default:
Creator	User	Built-in field
Modified Date	date	Built-in field
Created Date	date	Built-in field
Slug	text	Built-in field

Figura 33: Datos de ‘Empleo’

Fields for type Formación

Type name:

Descripción del curso	text	default:
Localización	geographic address	default:
Nombre del curso	text	default:
Creator	User	Built-in field
Modified Date	date	Built-in field
Created Date	date	Built-in field
Slug	text	Built-in field

Figura 32: Datos de ‘Formación’

Fields for type Trueque

Type name: Trueque

Acepta ofertas distintas	yes / no	default
Descripción búsqueda t	text	default
Descripción oferta true	text	default
Imagen oferta	image	default: Upload
Localización	geographic address	default
Nombre búsqueda true	text	default
Nombre oferta trueque	text	default
Creator	User	Built-in field
Modified Date	date	Built-in field
Created Date	date	Built-in field
Slug	text	Built-in field

Create a new field

Figura 36: Datos de 'Trueque'

Fields for type User (show deleted fields)

Type name: User

Apellidos	text	default
Campaña	List of Campañas	
CIF	text	default
descripcionPersona	text	default
Empleos ofrecidos	List of Empleos	
Localización	geographic address	default
Nombre	text	default
ONG	text	default
Profile photo	image	default: Upload
Teléfono	text	default
Tipo	text	default
email	text	Built-in field

Figura 37: Datos de 'User'

La sección Data también permite monitorizar todos los datos que se van generando. Así, se puede acceder a la base de datos de una manera sencilla y rápida, clasificada según las cosas que intervienen. Estos datos se presentan en formato de tabla como muestra la siguiente figura.

Data types Privacy App data Option sets File manager

Database views Application data - All Campañas - Development version Copy and

New view Primary fields Search 4 entries (displaying 4) New entry Delete (0) Upload

Search view names or data types...

	Ciudad	Descripción del proyecto	Dinero necesidad	Explicación dinero recaudado	F
☐	Madrid, España	Salvar a los koalas ubicados en la zona más profunda del oeste de Australia es una necesidad.	100,000	5000 para curso 5000 para sueldos	
☐	25661 Paseo De Valencia, Laguna Hills, CA 92653, EE. UU.	Unete al movimienot Limpia tu playa es una ONG que se centra en realizar actividades de recogida de basura en las playas de nuestro país.	2,000		
☐	Pozuelo de Alarcón, Madrid, España	En esta campaña, queremos invertir en lanchas para poder pasar de recoger la basura en la orilla a alta mar.			
☐	Madrid, España				

All Campañas
 All Donacións
 All Empleos
 All Formacións
 All Trueques
 All Users

Figura 38: Base de datos generada

Diseño

En esta sección es donde se crean todas las páginas que aparecen en la plataforma. Es aquí donde se introducen los elementos como texto, botones o imágenes.

Todas las páginas que componen la plataforma de M2O se observan en la siguiente figura.

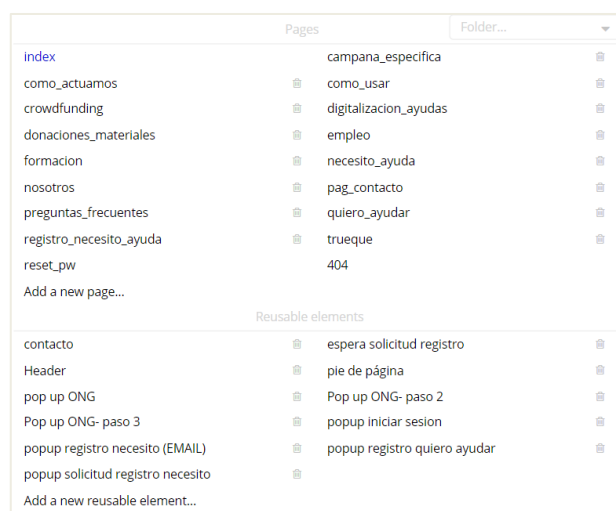


Figura 39: Páginas de la plataforma web de M2O

Además de las páginas, se pueden crear elementos reutilizables, caracterizados por aparecer de manera reiterada en la plataforma. De esa manera, sólo es necesario crear estos elementos una vez y se introducen tantas veces como se quiera.

En el apartado de solución se han presentado las principales páginas de M2O. El desarrollo detrás de ellas ha consistido en ir creando todos los diseños, y ya posteriormente trabajar en la parte de interacción con la web.

A lo largo de todas las páginas, se mantienen el mismo header y pie de página. El header incluye el acceso a las tres páginas principales de M2O: Cómo actuamos, Nosotros y Cómo usar M2O. Además de eso, se encuentran los botones para el inicio de sesión o dada de alta en la plataforma.

Por otro lado, el pie de página presenta la posibilidad de establecer contacto con M2O, además de un menú en el que se despliegan de nuevo diferentes opciones.

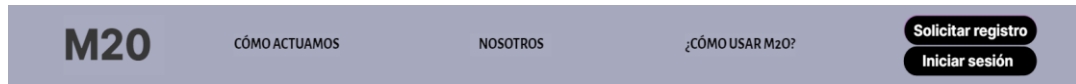


Figura 40: Header empleado en las páginas de M2O



Figura 41: Pie de página de la web M2O

Al hacer click sobre el botón ‘Contacto’, se redirige al usuario a dicha página, en la que se deben rellenar datos de contacto.

M2O[COMO ACTUAMOS](#)[NOSOTROS](#)[¿CÓMO USAR M2O?](#)[Solicitar registro](#)[Iniciar sesión](#)

¡Contacta con nosotros!

¿Tienes alguna sugerencia o duda?
Déjanos un mensaje y nos pondremos en contacto contigo lo antes posible.

Nombre

Apellidos

Email

Mensaje

Enviar

M2O

SOBRE NOSOTROS

- ¿Quiénes somos?
- ¿Cómo ayudamos?
- ¿Cómo usar M2O?

FUNCIONALIDADES

- Crowdfunding
- Donaciones materiales
- Trueque
- Formación
- Empleo
- Ayudas existentes

QUIERO AYUDAR

- Mantenimiento
- Libros
- Subastas arte

SOPORTE Y LEGAL

- Términos de uso
- Política de privacidad
- Documentación
- Preguntas frecuentes
- Contacto

© Company 2021. All Rights Reserved.

Figura 42: Página de formulario de contacto

Al hacer click a ‘Enviar’, aparecerá un popup de confirmación.

**¡Gracias por ponerte en contacto
con nosotros!
Estamos gestionando tu mensaje.
Enseguida nos pondremos en
contacto contigo.**

Figura 43: Confirmación de contacto con M2O

Estos datos que se van a rellenar se introducirán en la base de datos de la que se ha hablado anteriormente. Una vez la persona presione sobre ‘Enviar’, M2O recibirá un correo electrónico con dichos datos para así poder hacer frente a la cuestión



Figura 44: Mail de los datos de contacto a M2O

A continuación, se van a presentar diferentes popups que aparecen a medida que uno navega por la web.

Crowdfunding

Se ofrece la posibilidad en primer lugar de registrarse como ONG, siempre que no se haya iniciado sesión.



Figura 45: Formulario de registro de entidad social (I)

Cuéntanos sobre tu ONG

Nombre de la ONG

CIF de la ONG

Ciudad

Siguiente paso: subir campaña

Figura 46: Formulario de registro de entidad social (II)

Campaña de crowdfunding

Nombre campaña

Cantidad a recaudar

Descripción del proyecto

Imagen del proyecto

Explicación de la destinación del dinero y por qué esa cantidad

Subir campaña **Por ahora no subo nada**

Figura 47: Formulario de registro de entidad social (III)

Seleccionando ‘Subir campaña’, la nueva campaña creada se podrá ver en la página de crowdfunding.

Para garantizar que el botón solo se muestra cuando no se ha iniciado sesión, se establece la condición de que, si se ha iniciado sesión, el elemento no es visible.

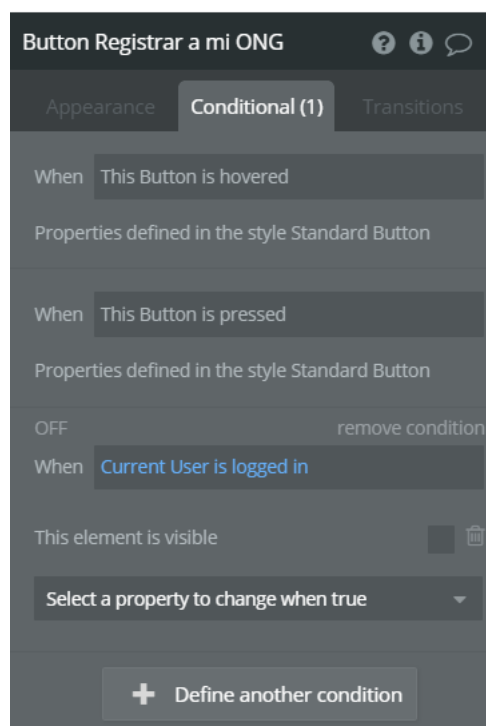


Figura 48: Condición para ocultar 'Subir campaña' sin inicio de sesión

Por otro lado, cuando una ONG ya se encuentra en la página y ha iniciado sesión, aparecerá el botón subir campaña, que al pincharlo redirige directamente al popup de la Figura 46.

De nuevo, se establece la condición de que el botón es solo visible si se ha iniciado sesión.

Marketplace

El primer botón que aparece es el de 'Publicar donación', en el caso de que el usuario sea *helper*.



Figura 49: Inicio de la página del marketplace de objetos

Al hacer click sobre ‘Publicar donación’ sin haber iniciado sesión o registrado, se abre un popup para dar esta opción.

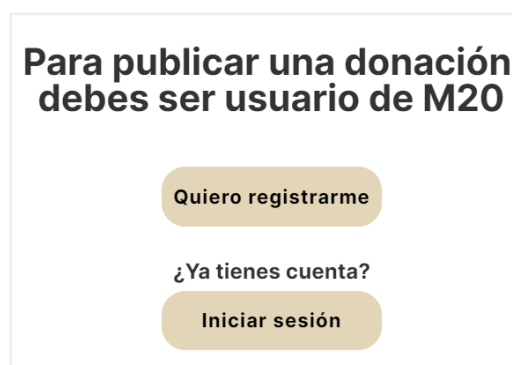


Figura 50: Popup registro/inicio sesión del marketplace de objetos

Una vez ya iniciado sesión, se muestra el siguiente popup que permite comenzar a publicar objetos.



Figura 51: Popup de publicación de objetos en el marketplace

Por otro lado, se ha visto también que en el despliegue de donaciones aparece un botón de solicitar para que los *needers* puedan aplicar al objeto. Al presionar dicho botón, aparece de nuevo un popup de registro/inicio sesión si la persona no forma parte todavía de M2O.

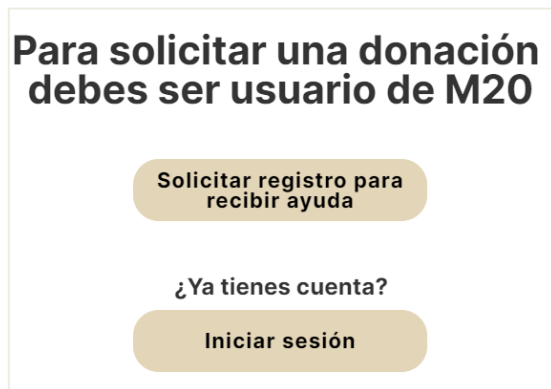


Figura 52: Popup al solicitar un objeto del marketplace

Una vez ya registrado, se pueden solicitar los objetos. En ese caso, se mandará automáticamente un correo electrónico al *helper* que lo haya publicado, con los datos del contacto del *needer*.

Sistema de trueque

En esta funcionalidad el proceso es el mismo que en el Marketplace. En primer lugar se explica su funcionamiento y se ofrece la posibilidad de comenzar a publicar objetos, como se ve en la

Figura 53.

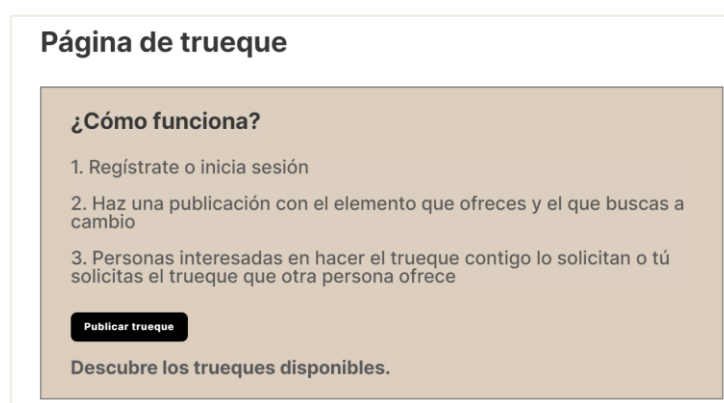


Figura 53: Explicación inicial del funcionamiento del sistema de trueque

Al hacer click sobre ‘Publicar trueque’ sin ser usuario de M2O, aparece el popup que da la opción de registro o inicio de sesión.



Figura 54: Popup registro/inicio sesión del sistema de trueque

Una vez iniciada la sesión, se puede proceder a la publicación de objetos mediante el popup de la Figura 55.



Publicar trueque

Nombre del objeto/dispositivo que ofreces

Descripción del objeto/dispositivo que ofreces

Nombre del objeto/dispositivo que buscas a cambio

Descripción del objeto/dispositivo que buscas a cambio

Localización

Sube una imagen del producto que ofreces

☐ ¿Abierto a nuevas ofertas?

[¿Qué significa esto?](#)

Publicar trueque

Figura 55: Popup de publicación de objetos en el sistema de trueque

En el sistema de trueque, se ofrece la posibilidad de aceptar objetos distintos al establecido en la publicación, marcando la opción ‘Abierto a nuevas ofertas’.

Pinchando en ¿Qué significa esto?, se abre un popup que lo explica en más detalle.

Aceptar nuevas ofertas significa que los usuarios interesados en tu producto ofertado pueden solicitarlo sin necesidad de ofrecerte a cambio el producto que buscas, sino uno distinto. Puede ser que te ofrezcan algo que necesites pero no coincida con tu búsqueda. De esta manera, las posibilidades de que los trueques funcionen aumentarán notablemente. ¡Estará en tu mano aceptar el trueque o no!

Figura 56: Popup de ¿Qué significa esto? en publicación de objetos del sistema de trueque

Formación

Lo primero que se ve en la página de formación es la explicación de su funcionamiento.

Página de formación

Quiero ayudar	Necesito ayuda
1. Regístrate o inicia sesión 2. Publica el curso que quieres ofrecer 3. Personas lo solicitan ¡Has colaborado en la causa! Publicar curso	1. Regístrate o inicia sesión 2. Solicita un curso en el que quieras formarte 3. Espera a ser contactado ¡Mucha suerte! Descubre los cursos disponibles.

Figura 57: Explicación inicial del funcionamiento de la formación en M2O

De nuevo, si se hace click en el botón ‘Publicar curso’ sin haber iniciado sesión, se abre un popup que da la opción.



Para publicar formación
debes ser usuario de M20

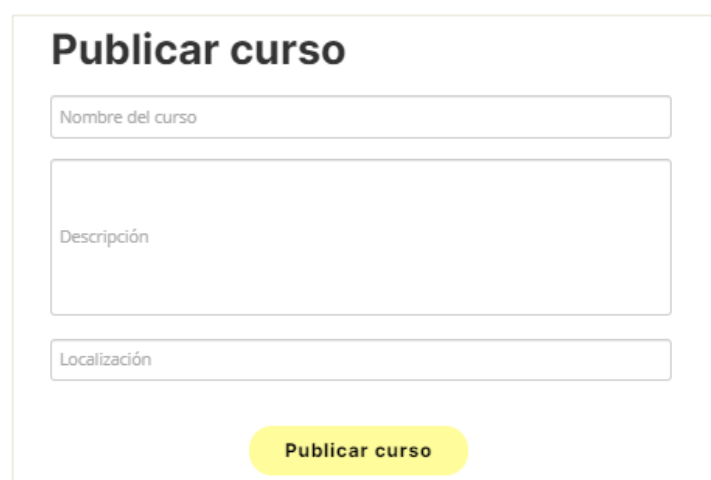
Quiero registrarme

¿Ya tienes cuenta?

Iniciar sesión

Figura 58: Popup registro/inicio sesión de la formación en M20

Una vez iniciado sesión, se puede proceder a publicar cursos.



Publicar curso

Nombre del curso

Descripción

Localización

Publicar curso

Empleo

La primera parte presenta la explicación del funcionamiento. En ella se encuentra el botón que permite publicar los trabajos.

Página de empleo

Quiero ayudar

1. Regístrate o inicia sesión
 2. Crea empleo
 3. Personas lo solicitan
- ¡Has colaborado en la causa!

Crear empleo

Necesito ayuda

1. Regístrate o inicia sesión
 2. Solicita un empleo
 3. Espera a ser contactado
- ¡Mucha suerte!

Descubre los empleos disponibles.

Figura 59: Explicación inicial de la página de empleo

De nuevo, para publicar trabajos es necesario iniciar sesión, por lo que si no se está dentro se abrirá el siguiente popup al clicar en publicar empleo.

Para crear un empleo debes ser usuario de M20

Quiero registrarme

¿Ya tienes cuenta?

Iniciar sesión

Figura 60: Popup de registro/inicio sesión de la página de empleo

Una vez dentro, se puede empezar a publicar. Para ello, se abre el formulario de la Figura 61.



Crear empleo

Nombre del empleo

Descripción empleo. Incluye número de horas

Sueldo

Localización

Crear empleo

Figura 61: Formulario con los datos del empleo que se quiere publicar

Para que el equipo de M2O pueda monitorizar de manera cómoda todas las publicaciones, se recibe un correo con los datos de cada publicación en el momento en el que se hace. De esa manera, se puede garantizar un correcto funcionamiento de la plataforma. En la siguiente figura se ve un mail de ejemplo.

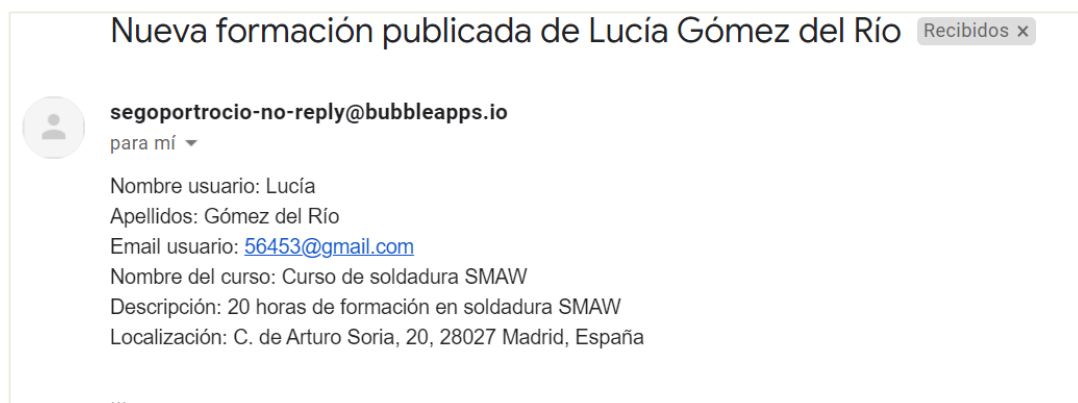


Figura 62: Mail entrante a M2O con los datos de publicación de curso de formación

Workflow

Esta sección es la que determina cómo responde la página a medida que el usuario interactúa con ella. Por ejemplo, qué ocurre cuando se pincha un botón.

Para ello, con cada elemento interactivo, ya sean botones o texto con opción de hacer, es necesario establecer el workflow para poder decirle a Bubble lo que tiene que hacer.

En la siguiente figura se muestra el workflow de la página de inicio.

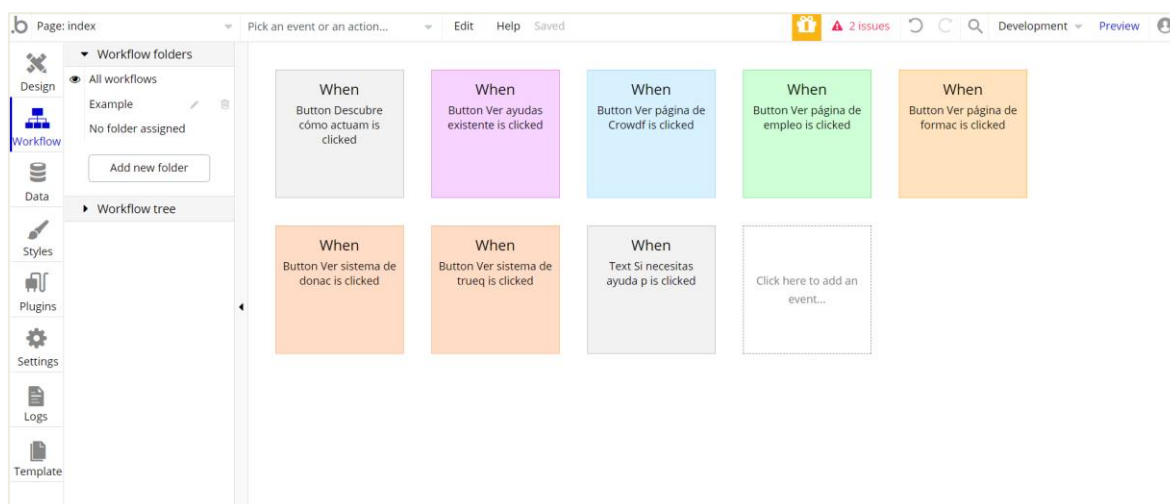


Figura 63: Workflow de la página de inicio

Se puede ver que se incluye un bloque por cada uno de los elementos interactivos que hay en la página. Además, cada uno de estos bloques incluyen a su vez una serie de pasos que determinan el workflow.

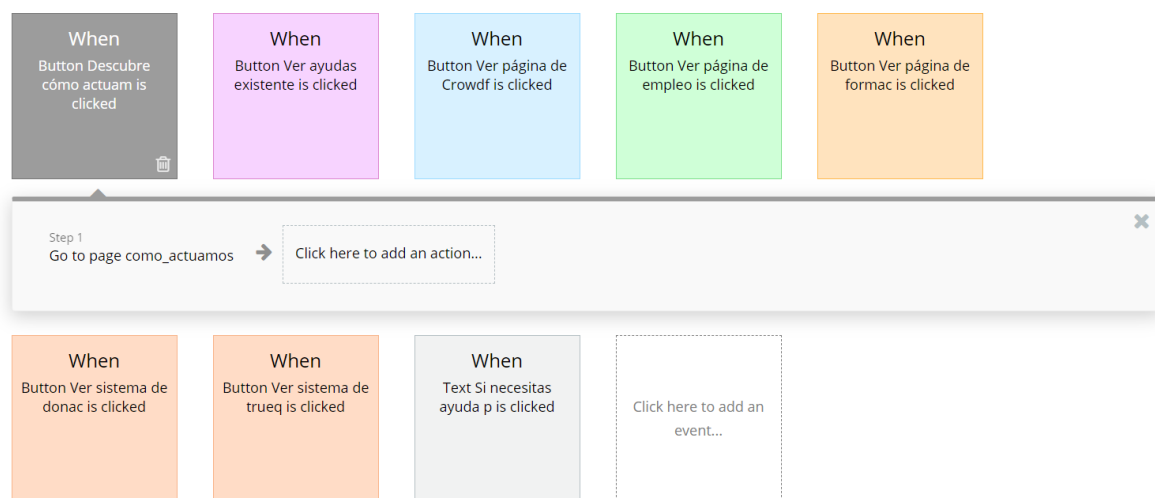


Figura 64: Detalles del workflow al hacer click en 'Cómo actúamos'

Otro ejemplo de workflow sería el de la página de crowdfunding.

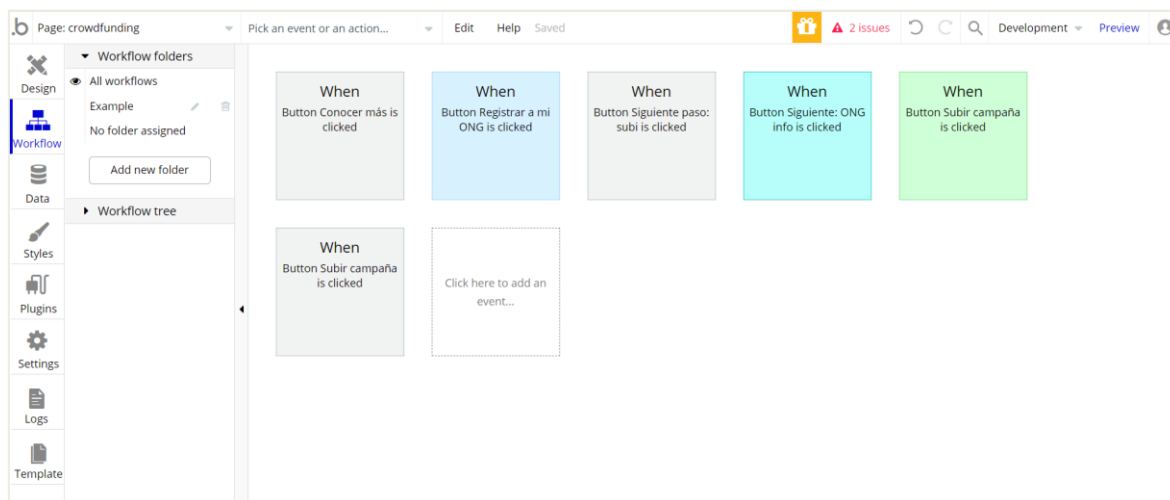


Figura 65: Workflow de la página de crowdfunding

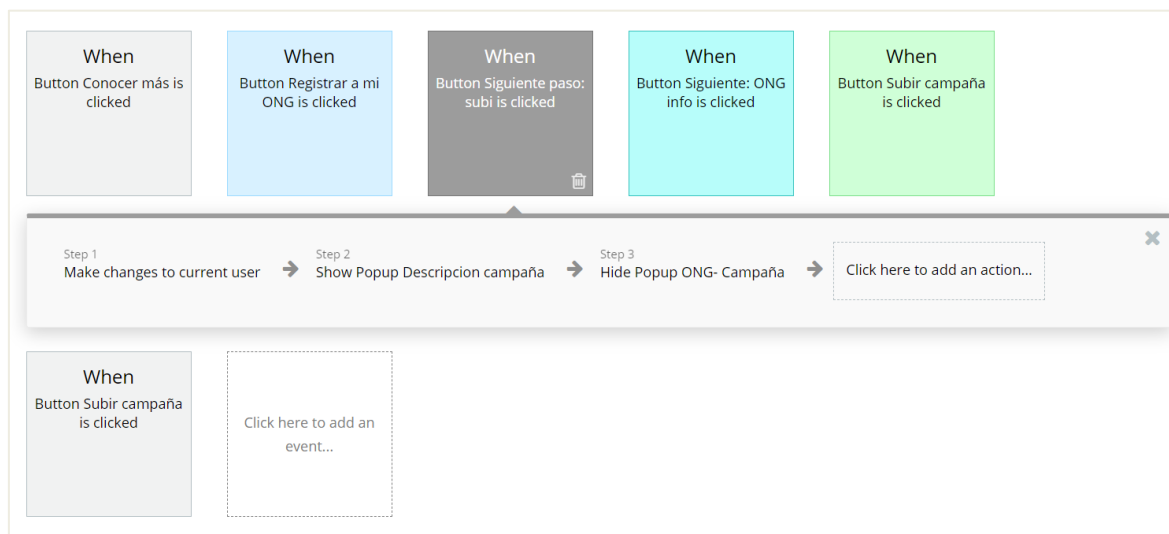


Figura 66: Detalle del workflow al hacer click en 'Siguiente paso' en el registro de ONG

Todavía queda camino por recorrer para terminar de pulir el desarrollo técnico de M2O. Bubble permite ir probando las distintas versiones que se van creando, pero va a ser necesaria la incorporación de algunos plugins para poder sacar M2O al mercado.

En primer lugar, será necesario un plugin que incorpore un API para poder incluir los mapas que se han observado en las distintas páginas. La falta de este plugin genera los 2 'Issues' que se puede observar en la Figura 65.

Además, hay que contratar una pasarela de pagos que permita realizar tanto los pagos como las donaciones de la plataforma. La pasarela escogida será Stripe, y de nuevo hay que incorporarla a Bubble con un plugin.

A medida que vaya puliéndose M2O, se irán haciendo cambios para facilitar a los usuarios su navegación y también así incentivar a nuevos usuarios a utilizarla. Se tiene pensado incorporar formas de inicio de sesión con Google, Facebook u otras redes. Para ello, habrá que incorporar APIs que lo permitan.