



GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

TRABAJO FIN DE GRADO
MISIÓN SEGUNDA OPORTUNIDAD (Parte B)



M20

Autora: Lucía Gómez del Río

Director: Pablo Zulaica Pérez

Madrid

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

Misión Segunda Oportunidad (Parte B)

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

curso académico 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.: Lucía Gómez del Río

Fecha: 22/08/2021

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 Dña. Lucía Gómez del Río

DECLARA ser el titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra: Misión Segunda Oportunidad (Parte B), 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.

6º. 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 22 de agosto de 2021

ACEPTA

Fdo.: Lucía Gómez del Río

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 B)



M20

Autora: Lucía Gómez del Río

Director: Pablo Zulaica Pérez

Madrid

Agradecimientos

Gracias a mi familia y amigos por confiar en el proyecto de M2O y ser una gran fuente de apoyo y validación.

Gracias a las organizaciones que nos han regalado su tiempo para compartir ideas y dar consejos para el desarrollo de M2O.

Gracias al director del Trabajo de Fin de Grado, Pablo Zulaica Pérez, por su ayuda y atención en el desarrollo del proyecto y por animarnos a dar siempre un paso más.

Por último, gracias a mi compañera de proyecto, Rocío Giner Conde, sin la cual M2O no sería lo mismo, por formar este equipo y emprender este camino conmigo.

MISIÓN SEGUNDA OPORTUNIDAD

Autor: Gómez del Río, Lucía.

Director: Zulaica Pérez, Pablo.

Entidad Colaboradora: ICAI – Universidad Pontificia Comillas

RESUMEN DEL PROYECTO

El Proyecto *Misión Segunda Oportunidad* se trata de un emprendimiento social que busca atacar el problema de la exclusión social desde cinco pilares básicos: *crowdfunding*, *donaciones materiales* y *trueque*, *formación*, *empleo* y *digitalización de ayudas*. Este Trabajo de Fin de Grado es la Parte B de dicho proyecto y desarrolla dos de las tres propuestas de valor principales, enfocadas en el largo plazo, así como un plan de negocio, estrategia y proyecciones financieras, de forma independiente.

El proyecto se ha enfocado desde dos puntos de vista: el de los *needers* (personas en riesgo de exclusión social) y el de los *helpers* (personas que quieren ayudar).

Las propuestas de valor desde el punto de vista de los *needers* son las siguientes: ayudarlos a cubrir necesidades puntuales, ayudarlos a conseguir empleo e informarlos sobre las ayudas existentes. En este TFG se han desarrollado las dos últimas. De la segunda se han desarrollado dos funcionalidades, una de formación y otra de empleo, que permiten publicar cursos y empleos (puntuales o no) para los *needers*. De la tercera se ha desarrollado una funcionalidad, de información de ayudas existentes, que permite publicar las ayudas a las que pueden optar en otras organizaciones.

La propuesta de valor desde el punto de vista de los *helpers* es la siguiente: dar la oportunidad a personas de todas las edades de ayudar a las personas en riesgo de exclusión social. Las funcionalidades son todas las mencionadas anteriormente y unas adicionales: la venta de productos de M2O (sudaderas, camisetas y pulseras), la compra y venta de libros usados y la subasta de arte infantil.

Derivado de las funcionalidades mencionadas, se ha desarrollado un plan de negocio que potencia la sostenibilidad de M2O para cubrir sus gastos y garantizar su funcionamiento.

Palabras clave: Persona en riesgo de exclusión social, M2O, *effective altruism*, Filosofía *Lean Startup*, *helpers*, *needers*, *crowdfunding*, donaciones materiales, trueque, formación, empleo e información de ayudas existentes.

MISSION SECOND CHANCE

Author: Gómez del Río, Lucía.

Supervisor: Zulaica Pérez, Pablo.

Collaborating Entity: ICAI – Universidad Pontificia Comillas

ABSTRACT

The Project Mission Second Change is a social startup whose goal is to tackle social exclusion among Spanish citizens from five main pillars: crowdfunding, tangible donations and trade, education, employment and digitization of existing benefits and aid. This End of Degree Project is Part B of said project. It develops two of the three main value propositions, focused on the long term, as well as an independent business plan, strategy and financial projections.

The project has been developed from two points of view: from the needers' (people at risk of social exclusion) and the helpers' (people willing to help).

The value propositions from the needers' point of view are the following: help them cover immediate necessities, help them find a job and inform them about existing benefits. This End of Degree Project has developed the two latter. Two functionalities that derive from the second one are the following: education and employment, that allows helpers to publish courses and job offer for needers. Derived from the third one is a functionality that informs needers about existing benefits and aids offered by other organizations.

The value proposition from the helpers' point of view is the following: give people of all ages the opportunity to help people at risk of social exclusion. The functionalities are the mentioned above and the following: selling M2O's products (sweatshirts, shirts and bracelets), selling/purchasing used books and children's art auctions.

Derived from all these functionalities, a business plan has been developed. It enhances sustainability in M2O, by covering its expenses and guaranteeing its performance.

Keywords: *People at risk of social exclusion, M2O, effective altruism, Lean Startup, helpers, needers, crowdfunding, tangible donations, trade, education, employment and digitization of existing benefits and aid.*

Índice de la memoria

Capítulo 1. Introducción	7
1.1 Motivación del proyecto.....	9
1.2 Objetivos generales	10
1.3 Objetivos específicos.....	11
1.4 Metodología.....	14
1.5 Recursos	17
1.6 Estructura de la Memoria	19
Capítulo 2. Problema.....	21
2.1 Problema.....	21
2.2 Validación del problema	23
2.3 Estado de la cuestión	24
Capítulo 3. Cliente	29
3.1 Perfiles característicos de los needers	30
3.2 Perfiles de los needers en los que M2O se centra inicialmente.....	32
3.3 Perfiles característicos de los helpers	35
3.4 Perfiles de los helpers en los que M2O se centra inicialmente	37
Capítulo 4. Propuestas de Valor.....	38
4.1 Propuestas de Valor.....	38
4.2 Validación de las Propuestas de Valor.....	41
Capítulo 5. Solución	44
5.1 Plataforma	44
5.2 Validación de la Solución.....	51
Capítulo 6. Estrategia.....	57
6.1 Fuentes de ingreso y sostenibilidad.....	57
6.2 Plan de captación de clientes.....	62
6.3 Plan de retención de clientes	69
Capítulo 7. Recursos Clave	71
7.1 Recursos Empresariales.....	71

7.2 Recursos Tecnológicos.....	71
7.3 Recursos Humanos.....	73
7.4 Coste de los Recursos.....	73
7.5 Previsión de cambios de Recursos	74
7.6 Costes previsibles	75
Capítulo 8. Proyecciones Financieras	77
8.1 Previsión de variación de base de clientes	77
8.2 Previsión de variación de costes.....	78
8.3 Previsión de variación de ingresos	80
8.4 Hipótesis para el análisis	82
8.5 Análisis de sensibilidad	82
Capítulo 9. Salida al Mercado.....	83
Capítulo 10. Conclusiones.....	86
Capítulo 11. Bibliografía.....	88
ANEXO I. Alineación con los ods.....	91
ANEXO II. Descripción técnica de la plataforma.....	92

Índice de figuras

Figura 1: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que necesita ayuda).....	11
Figura 2: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que quiere ayudar)	12
Figura 3: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal.....	34
Figura 4: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal	35
Figura 5: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que necesita ayuda).....	40
Figura 6: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que quiere ayudar)	41
Figura 7: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (1).....	49
Figura 8: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (2).....	50
Figura 9: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (3).....	50
Figura 10: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (4).....	51
Figura 11: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal.....	66
Figura 12: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal.....	67
Figura 13: Ejemplo de venta a incluir en M2O, publicada en el Hospital Ramón y Cajal .	68
Figura 14: Ejemplo de publicación en Instagram.....	84
Figura 15: Páginas que forman la plataforma M2O	92
Figura 16: Reusable elements de la plataforma M2O	92
Figura 17: Landing page de la plataforma M2O (1).....	93
Figura 18: Landing page de la plataforma M2O (2).....	93
Figura 19: Landing page de la plataforma M2O (3).....	94
Figura 20: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (1)	95
Figura 21: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (2)	95
Figura 22: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (3)	95
Figura 23: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (4)	96
Figura 24: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (5)	96
Figura 25: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (6)	96
Figura 26: Página "crowdfunding" de la plataforma M2O (1).....	97

Figura 27: Página "crowdfunding" de la plataforma M2O (2)	97
Figura 28: Página "donaciones materiales" de la plataforma M2O (1)	98
Figura 29: Página "donaciones materiales" de la plataforma M2O (2)	98
Figura 30: Página "donaciones materiales" de la plataforma M2O (3)	98
Figura 31: Página "trueque" de la plataforma M2O (1)	99
Figura 32: Página "trueque" de la plataforma M2O (2)	99
Figura 33: Página "trueque" de la plataforma M2O (3)	99
Figura 34: Página "formación" de la plataforma M2O (1)	100
Figura 35: Página "formación" de la plataforma M2O (2)	100
Figura 36: Página "formación" de la plataforma M2O (3)	100
Figura 37: Página "empleo" de la plataforma M2O (1)	101
Figura 38: Página "empleo" de la plataforma M2O (2)	101
Figura 39: Página "empleo" de la plataforma M2O (3)	101
Figura 40: Página "nosotros" de la plataforma M2O (1)	102
Figura 41: Página "nosotros" de la plataforma M2O (2)	102
Figura 42: Página "nosotros" de la plataforma M2O (3)	102
Figura 43: Página "nosotros" de la plataforma M2O (4)	103
Figura 44: Página "nosotros" de la plataforma M2O (5)	103
Figura 45: Página "cómo usar" de la plataforma M2O (1)	103
Figura 46: Página "cómo usar" de la plataforma M2O (2)	104
Figura 47: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (1)	104
Figura 48: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (2)	105
Figura 49: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (3)	105
Figura 50: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (4)	106
Figura 51: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (5)	106
Figura 52: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (6)	106
Figura 53: Página "contacto" de la plataforma M2O	107
Figura 54: Popup "solicitar registro"	108
Figura 55: Popup "registrarse - helper"	108
Figura 56: Popup "solicitar registro - needer"	109

Figura 57: Popup "solicitud de registro recibida"	109
Figura 58: Página "registrarse - needer"	110
Figura 59: Popup "registrarse - needer"	110
Figura 60: Popup "iniciar sesión"	111
Figura 61: Popup "publicar donación" en el caso de no haber iniciado sesión	111
Figura 62: Popup "solicitar donación" en el caso de no haber iniciado sesión	112
Figura 63: Popup "subir campaña de crowdfunding"	112
Figura 64: Popup "publicar donación"	113
Figura 65: Popup "publicar trueque"	113
Figura 66: Popup "¿qué significa esto?"	114
Figura 67: Popup "publicar curso"	114
Figura 68: Popup publicar empleo	115
Figura 69: Popup "comprar producto M2O"	115
Figura 70: Popup "contacto"	116
Figura 71: Correo automático de solicitud de registro	116
Figura 72: Correo automático de mensaje de contacto	117
Figura 73: Correo automático de publicación de donación	117
Figura 74: Correo automático de publicación de trueque	117
Figura 75: Correo automático de publicación de formación	118
Figura 76: Correo automático de publicación de empleo	118
Figura 77: Ejemplo de workflow en la página "index" *	119
Figura 78: Issues a arreglar cuando se pague un plan de Bubble	119
Figura 79: Ejemplo de workflow en la página "donaciones materiales" (1)	120
Figura 80: Ejemplo de workflow en la página "donaciones materiales" (2)	120
Figura 81: Ejemplo de workflow en la página "contacto"	121
Figura 82: Ejemplo de workflow en el popup "solicitar registro - needers"	121
Figura 83: Ejemplo de almacenamiento de datos (1)	122
Figura 84: Ejemplo de almacenamiento de datos (2)	123

Índice de tablas

Tabla 1: Cronograma seguido	16
Tabla 2: Análisis de posibles competidores y asociaciones existentes	28
Tabla 3: Fuentes de ingreso de M2O durante los seis primeros meses	60
Tabla 4: Fuentes de ingreso de M2O tras los seis primeros meses	61
Tabla 5: Plantilla actual de M2O	73
Tabla 6: Coste de los recursos	74
Tabla 7: Previsión de la plantilla de M2O en los primeros seis meses	75
Tabla 8: Previsión de la plantilla de M2O a largo plazo	75
Tabla 9: Coste previsible de los recursos	76
Tabla 10: Coste de los recursos	78
Tabla 11: Coste previsible de los recursos	78
Tabla 12: Coste previsible en los primeros seis meses de M2O	79
Tabla 13: Coste previsible en los siguientes seis meses de M2O	80
Tabla 14: Fuentes de ingreso de M2O tras los seis primeros meses	80

Capítulo 1. INTRODUCCIÓN

El presente documento recoge la memoria del Trabajo de Fin de Grado *Misión Segunda Oportunidad (Parte B)*. Se trata del desarrollo de un Producto Mínimo Viable y de un plan de negocio de una *startup* social.

La *startup* se llama M2O (Misión Segunda Oportunidad) y busca ayudar, a largo plazo, a las personas en riesgo de exclusión social a salir de la situación en la que viven.

La 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. Algunos ejemplos son los siguientes: personas en el paro recientemente, con problemas médicos que no cubre la seguridad social, sin estudios básicos, sin estudios universitarios, sin experiencia laboral, inmigrantes, en situaciones económicas críticas, víctimas de malos tratos, etc.

Según el último informe de la Red Europea de Lucha Contra la Pobreza y la Exclusión (EAPN) y el indicador AROPE, el 26.1% de los españoles se encuentra en riesgo de exclusión social. El indicador AROPE mide el número de personas que viven en los hogares mencionados anteriormente. Según los cálculos realizados por el servicio de estudios de Caixabank, se estima que la tasa de riesgo de pobreza y exclusión social se incrementará hasta el 27% de la población.

La crisis provocada por el Covid-19 ha afectado a miles de familias. Por ejemplo, el paro en España ha subido en 2020 a un 23%, unas 724.500 personas, convirtiendo la cifra total de parados en España en 3.888.137. Durante el año de 2020 se destruyeron una media de 360.000 empleos. Esto implica que un gran número de personas han visto sus vidas dar un gran giro y tener que vivir en una situación muy crítica en riesgo de exclusión de la sociedad. Además del enorme número de personas en el paro, muchas otras tienen empleo, pero con un salario tan reducido que no son capaces de cubrir muchas necesidades básicas y, por tanto,

también se encuentran en el grupo de personas que este TFG persigue ayudar. En concreto, el salario mínimo en España hoy es de 900€ al mes por jornada completa; este, en innumerables casos no cubre necesidades básicas como el pago de la factura de la luz, el gas y el agua, alquiler, estudios, gastos familiares, facturas médicas que la Seguridad Social no cubre, comida y otros gastos. Además de estos casos, hay muchos otros que se incluyen en las personas en riesgo de exclusión social y, por tanto, también son incluidos en este proyecto.

Este TFG se basa en **el desarrollo de un emprendimiento social en una plataforma virtual que pone en contacto a distintos usuarios, pudiendo ser estos los que buscan ayuda o los que la ofrecen, y que informa de las ayudas a las que se puede optar.** Se trata de una plataforma de nombre *Misión Segunda Oportunidad* o *M2O*. Se busca darles una segunda oportunidad para que las personas en riesgo de exclusión social se reincorporen al mercado laboral y a la sociedad según sus necesidades y aptitudes, así como crear un ambiente más inclusivo en las empresas y organizaciones y promover la solidaridad. También se busca hacer recaudaciones de dinero para recaudar fondos para necesidades concretas.

Los valores y principios de M2O son cuatro. El primero es transparencia, por parte de M2O, pues se pretende que todos los usuarios puedan conocer los movimientos y acciones que se lleven a cabo, y por parte de los usuarios que reciben ayuda, que solo lo hacen cuando realmente la necesitan. El segundo es solidaridad, puesto que se busca fomentarla en todos los ámbitos, laborales o no, entre personas de todas las edades, para crear un sentimiento de compromiso duradero. El tercero es *effective altruism*, término que viene de un movimiento social que aplica la evidencia y la razón para determinar las maneras más eficaces de ayudar a otros y que la ayuda perdure a largo plazo. El cuarto es la Filosofía *Lean Startup* que, ligada al *effective altruism*, es un método de desarrollo de negocio en el que se busca acortar ciclos y en el que se pone en el foco las necesidades del cliente.

Este proyecto lo hemos llevado a cabo Rocío Giner Conde y yo, Lucía Gómez del Río. Cada una inició el proyecto con unos objetivos específicos y otros en común con la otra.

Todos ellos se han recogido en distintas funcionalidades en la misma plataforma. La plataforma es el elemento que ambos TFG tienen en común, así como la investigación inicial y el estudio de mercado, al tratarse de un único proyecto. Sin embargo, cada una ha desarrollado su propio plan de negocio, planteando problema, cliente, propuesta de valor y solución, con sus correspondientes validaciones, así como la estrategia, los recursos, las proyecciones financieras y la salida al mercado. Además, las propuestas de valor principales y sus correspondientes funcionalidades también se han desarrollado por separado, para que, de forma complementaria, conformen el proyecto completo.

1.1 MOTIVACIÓN DEL PROYECTO

Tras el planteamiento de la crisis provocada por el Covid-19, que inevitablemente ha agravado la situación de riesgo descrita anteriormente, y mi objetivo de llevar a cabo un Trabajo de Fin de Grado de carácter social que alivie este problema y tenga un impacto positivo en la sociedad, decidí unirme a mi compañera Rocío Giner Conde para desarrollar el proyecto de forma conjunta tras la propuesta de nuestro Director de Proyecto Pablo Zulaica Pérez.

Como motivación, buscaba encontrar un proyecto que tuviera un efecto de ayuda en la sociedad al que dedicar mi tiempo y esfuerzo, que no se quede en meras palabras escritas, sino que realmente proponga de forma realista la reincorporación a la sociedad de estas personas con soluciones innovadoras.

Además, tengo un fuerte interés por el emprendimiento y quise tomar la oportunidad de introducirme en el mundo emprendedor y llevar a cabo una idea de negocio, con un producto mínimo viable, y enfrentarme a los obstáculos característicos de dicho mundo.

Finalmente, nos decidimos por un proyecto que potenciara el *effective altruism*, para optimizar los recursos de la mejor manera posible y para prestar ayuda a largo plazo para que llegue el punto en el que las personas necesitadas dejen de serlo y sigan adelante por sí mismas, mediante la creación de una *startup*.

1.2 OBJETIVOS GENERALES

Este TFG es la parte B de un proyecto en común, como se ha explicado al inicio. Existen unos objetivos comunes a ambas partes, que buscan el funcionamiento de una única *startup*.

Los objetivos que ambos TFG tienen en común son los siguientes:

- El principal objetivo perseguido es que el proyecto tenga un impacto positivo en la sociedad y que se logre una disminución de esta situación de riesgo en España. Se trata de un trabajo solidario que busca ofrecer toda la ayuda posible a estas personas potenciando el *effective altruism*.
- Se persigue una inmersión en el mundo del emprendimiento, para aprender todo lo que ello conlleva, los obstáculos que se pueden encontrar y las distintas fases que se deben superar; todo ello llevado a la práctica con una *startup* de carácter social, con todas sus funcionalidades, tanto del aspecto tecnológico como económico y social.
- Creación de una página web como plataforma oficial de la *startup*, en la que se ofrecerá la mayor parte del servicio de la empresa. A esta página podrán acceder tanto las personas que necesitan ayuda como las que la ofrecen.
- El punto anterior y lo explicado en las anteriores secciones conlleva a uno de los objetivos más importantes, establecer el contacto entre estas personas que tienen alguna necesidad y las que puede aportar algo para ayudarles, pudiendo estas ser individuos u organizaciones.
- Tras la observación de una clara brecha tecnológica en gran parte del colectivo al que se pretende ayudar con el proyecto, se fija como objetivo que la plataforma sea intuitiva, funcional y de fácil uso, así como ofrecer facilidades como tutoriales, para poder hacer uso de todas sus funcionalidades.
- Con todo esto se pretende que se dé un uso de la plataforma hasta que la persona que ha llegado a ella en busca de ayuda pueda seguir adelante por sí misma y se produzca su reincorporación a la sociedad activa.

- También se busca la sostenibilidad económica de la startup por sí misma, es decir, que el 100% del capital de la empresa venga de ingresos continuos que garanticen su sustentación a lo largo del tiempo.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos iniciales de este TFG son los listados a continuación. Se corresponden con la segunda y la tercera propuesta de valor de la pirámide de la Figura 1, “Ayudarles a conseguir empleo” e “Informarles sobre las opciones a las que tienen acceso para mejorar su situación”.

A continuación, se muestra la pirámide mencionada, asociada a las personas que necesitan ayuda, y la pirámide desarrollada más adelante, asociada a las personas que quieren ayudar:

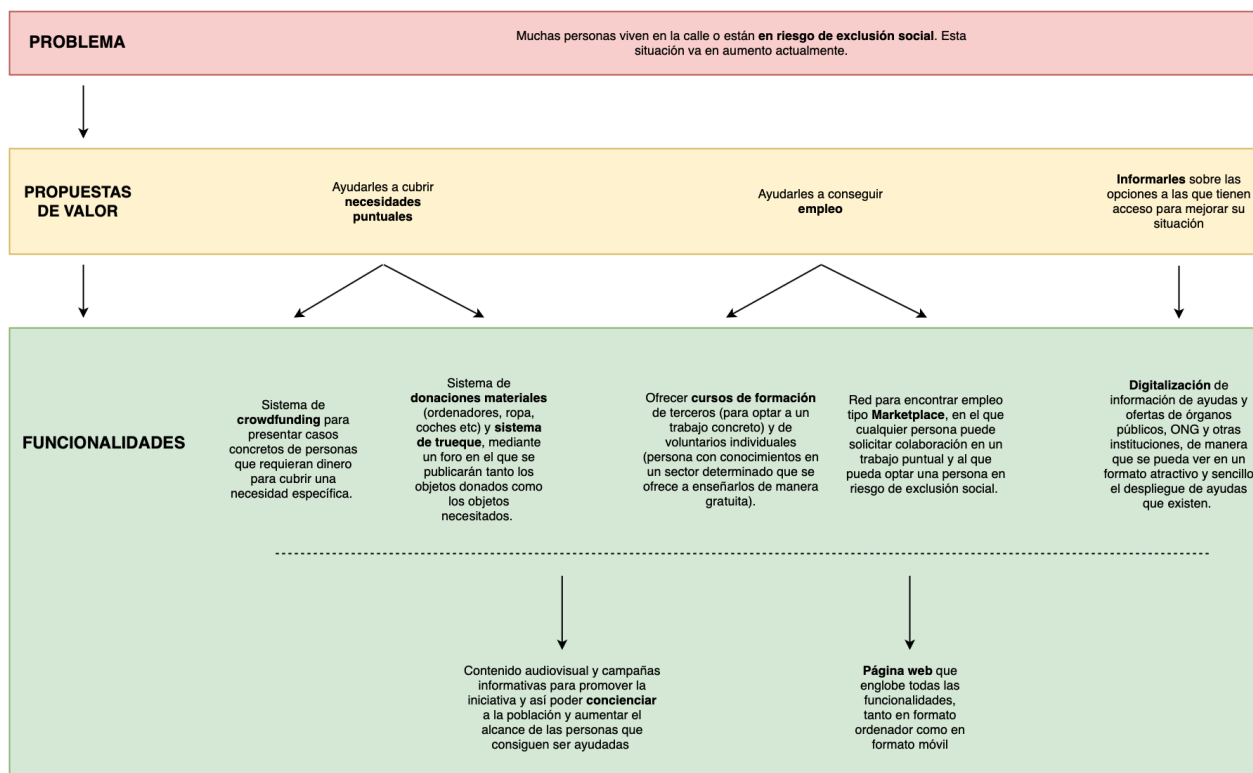


Figura 1: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que necesita ayuda)

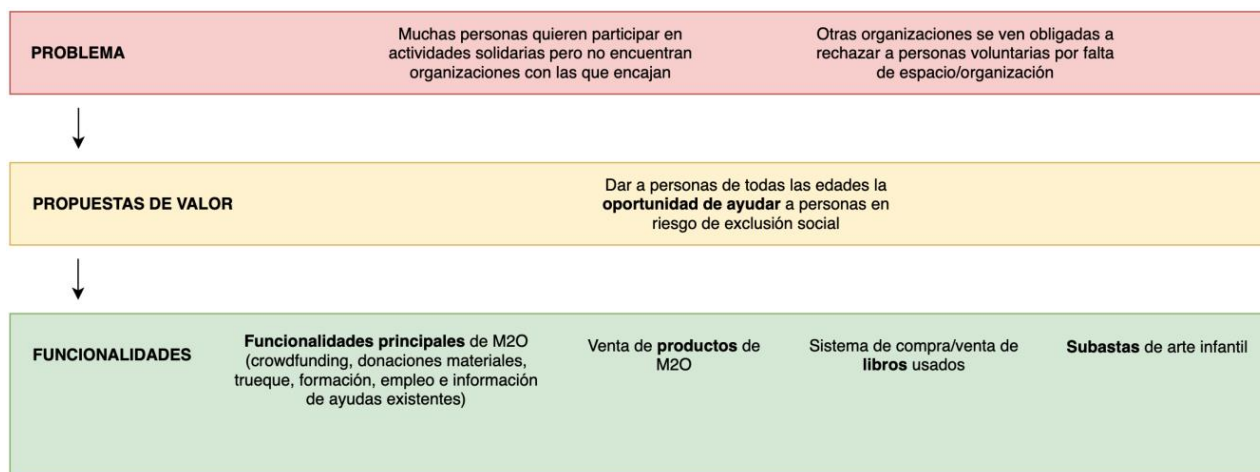


Figura 2: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que quiere ayudar)

A continuación, se detallan los objetivos asociados a las dos propuestas de valor mencionadas, de la pirámide inicial. El TFG Parte A se centra en la primera propuesta de valor y forma, junto con estas, el proyecto completo.

- El objetivo de la propuesta de valor “Ayudarles a conseguir empleo” es ayudar a las personas en riesgo de exclusión social a conseguir empleo. Se utilizan dos objetivos principales para hacerlo:

- Se busca ofrecer cursos de formación, al considerarlo clave para la inclusión en el mercado laboral. Serán enfocados a una formación específica sobre una materia que permita la incorporación a un trabajo. Estos cursos serán ofrecidos tanto por individuos que se ofrezcan voluntarios como por organizaciones y empresas. En caso de ser un individuo, se buscará que este esté suficientemente formado en la materia que se va a impartir, para asegurar un objetivo efectivo.

- Otro objetivo es crear una red estilo *Marketplace*. Esto tendrá distintas funcionalidades, como dar la oportunidad a estas personas de encontrar empleo en una plataforma organizada según sus aptitudes y necesidades (trabajos puntuales o permanentes, por ejemplo), ofrecer empleo por parte de empresas que quieran colaborar con la causa u ofrecer la formación citada en el anterior punto. Para esto, los usuarios pasarán un filtro inicial en el que se deberá aportar una amplia información sobre su *background*. El valor

que recibirán a cambio de este comportamiento las empresas colaboradoras será una etiqueta de solidaridad que dotará de valor positivo a la empresa, así como la satisfacción propia.

- Con la tercera propuesta de valor tiene se quiere dar la oportunidad de acceder a los distintos recursos, ayudas, noticias y opciones que ofrecen distintas organizaciones, como ONG u organismos públicos. Muchas de estas opciones no se encuentran digitalizadas y las que lo están, lo están de una forma anticuada que dificulta su comprensión y, por tanto, implica que muchas ayudas no sean aprovechadas. Así, todas las ayudas estarán digitalizadas y se podrá conocer para qué ayudas es una persona apta y para cuáles no lo es.

Con la propuesta de valor de la segunda pirámide, se busca cumplir dos objetivos: dar a todas las personas la oportunidad de ayudar y generar distintas fuentes de ingreso para mantener M2O en funcionamiento.

Los demás objetivos de la *startup* son los específicos de la parte A del TFG, llevada a cabo por mi compañera Rocío. Se incluyen a continuación, al ser parte del proyecto completo. Corresponden con la propuesta de valor “Ayudarles a cubrir necesidades puntuales” y con la concienciación de la población sobre la situación. Se encuentran en un color gris, para distinguir el contenido de la parte A del de la parte B.

- Se perseguirá utilizar un sistema de *crowdfunding* en el que se presentarán casos concretos de personas que necesitan algún tipo de ayuda económica y que así las personas que donen conozcan a qué causa están ayudando.
- Buscar que haya donaciones exclusivamente destinadas a la salud, a necesidades médicas que la Seguridad Social no cubre, como la salud dental.
- También se buscará crear un sistema eficiente de donaciones materiales, pudiendo ser dispositivos electrónicos, ropa o coches, entre otros, a las que las personas que los adquieran les puedan dar un nuevo uso.
- Otro objetivo es generar un sistema de trueque, con un fundamento parecido al del punto anterior, en el que los usuarios puedan intercambiar objetos materiales.

Como resumen de los objetivos del proyecto Misión Segunda Oportunidad o M2O, se describe lo siguiente: **la creación de una plataforma que implementa todas las funcionalidades enfocadas en cinco áreas distintas para atacar el problema de la exclusión social desde cinco pilares básicos, como son el *crowdfunding*, las *donaciones materiales* y los *sistemas de trueque*, *formación*, *ofertas de empleo* e *información de las ayudas existentes*. Además, las personas que quieran ayudar podrán hacerlo a través de tres funcionalidades adicionales, mediante la compra de productos, mediante la compra y venta solidaria de libros usados y mediante la subasta de arte infantil.**

1.4 METODOLOGÍA

Dos compañeras hemos trabajado en el proyecto. El método de trabajo que se ha seguido es el Modelo *Goldsmith*, con los pasos que este propone, así como un continuo estudio del mercado y análisis de las posibilidades.

La primera fase ha sido la parte de investigación y de compartir propuestas, que se ha llevado a cabo de forma conjunta. Se ha hecho un estudio del mercado y del perfil de las personas que se pretende ayudar, para desarrollar un análisis del problema que se quiere resolver. Tras dicho análisis, se ha validado el problema con datos de la actualidad, para reforzar los objetivos del proyecto.

Tras el análisis del problema, se han desarrollado las propuestas de valor. Para validarlas, se ha llevado a cabo un estudio del estado de la cuestión, con un análisis de los competidores, para encontrar las debilidades características de cada uno y combatirlas en la plataforma M2O, para asegurar una calidad reconocible.

Una vez definidas las propuestas de valor, se han propuesto las distintas funcionalidades que cada una de ellas ofrece, buscando atacar el problema de la exclusión social desde distintos campos con una solución realista.

El siguiente paso ha sido desarrollar las funcionalidades en la plataforma. Se ha mantenido como objetivo que la plataforma sea visual y sencilla, así como que las

funcionalidades sean fácilmente identificables, para garantizar que el proceso de llegar hasta ellas no es un posible obstáculo en su funcionamiento.

Tras el desarrollo nombrado, se ha llevado a cabo la validación de las funcionalidades mediante la experiencia de distintos usuarios en la página web.

Aunque el proyecto *M2O* se desarrolla de forma común y se trate de una sola *startup*, los objetivos específicos de ambos TFG son distintos. Por tanto, la metodología de trabajo también lo ha sido. La plataforma ha sido desarrollada de forma conjunta, pero cada una se ha centrado en sus funcionalidades específicas, características de sus propuestas de valor.

Por último, se ha analizado la salida al mercado de la *startup* Misión Segunda Oportunidad.

La siguiente tabla recoge un cronograma con los pasos seguidos del proyecto, de forma mensual. El color amarillo corresponde con el trabajo conjunto, común a ambos TFG. El verde corresponde a la parte A, la de Rocío, y el rosa a la parte B, el mío.

AÑO	2020				2021							
MESES	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
Investigación sobre los sin-techo en España												
Concurso Comillas Emprende.												
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 la herramienta <i>no-code</i> <i>Bubble</i> , empezando con la <i>landing page</i> .												
Contacto con personas u organizaciones para colaborar.												
Creación de sistema de <i>crowdfunding</i> , 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 de ayuda, como un vídeo, para aprender a utilizar la plataforma.												
Analizar la estrategia, las proyecciones financieras y la salida al mercado de la plataforma.												
Validar la plataforma y la solución en un proyecto real de ayuda a las personas en riesgo de exclusión social.												
Redacción de la memoria.												

Tabla 1: Cronograma seguido

1.5 RECURSOS

Un recurso que se ha empleado para el desarrollo de la página web es la plataforma ofrecida por la universidad del *Concurso Comillas Emprende*, en el que se encuentra el panel del Modelo *Goldsmith* con distintas cuestiones para el desarrollo efectivo del proyecto. También se ofrecen *Webinars* de formación que orientan en la formación de una *startup*.

Para una primera versión de la plataforma, se utilizó la herramienta de diseño *MarvelApp*, para posteriormente implementarla de forma real.

Una vez definida la apariencia de la página web, se ha procedido a desarrollarla. Para ello, se ha utilizado la herramienta *Bubble*, que permite crear páginas web sin necesidad de programar, es decir, que permite crear aplicaciones *no-code*. Se trata de una herramienta que permite implementar funcionalidades diversas con el diseño que se desee, así como crear redirecciones que conecten las distintas páginas, almacenar datos, crear *plug-ins* (aplicaciones que se relacionan con otras para agregar funciones nuevas) y analizar *logs* (grabación secuencial de archivos de los acontecimientos en la plataforma). Dicha plataforma implementa todas las funcionalidades enfocadas en cinco áreas distintas para **atacar el problema de la exclusión social desde cinco pilares básicos, como son el crowdfunding, las donaciones materiales y los sistemas de trueque, formación, ofertas de empleo e información de las ayudas existentes**. Además, las personas que quieran ayudar podrán hacerlo a través de tres funcionalidades adicionales, mediante la compra de productos, mediante la compra y venta solidaria de libros usados y mediante la subasta de arte infantil.

Para la funcionalidad de *crowdfunding* se han utilizado los recursos de *Bubble* de creación de formularios y publicación de información.

Para las funcionalidades de donaciones materiales, trueque, formación y empleo, se ha utilizado el recurso de *Bubble* conocido como *repeating group*, que permite crear listas y añadir elementos de forma automática. Para ello, se rellena un formulario con los campos que después se muestran en las filas de dichas listas.

Como forma de validación del problema, de las propuestas de valor y de las funcionalidades, se han utilizado distintos recursos. Por una parte, el papel del usuario ha jugado un papel importante, probando la plataforma desde ambos puntos de vista (persona que necesita ayuda/persona que quiere ayudar). Por otra parte, personas ajenas han respondido encuestas de forma objetiva que han dotado a M2O con la capacidad de abarcar los problemas observados de manera más efectiva, potenciando lo que se considera uno de los principios de la organización, el *effective altruism*. Por último, una fuente de validación fuerte ha sido el contacto con ONG y organizaciones sin ánimo de lucro, que han apoyado las distintas funcionalidades e ideas del proyecto, así como personas individuales con experiencia en este campo. Estos han sido, entre otros, los siguientes:

- Contacto directo con las organizaciones Cáritas, Bokatas y *Just a Change*. Esto ha servido como gran fuente de validación de ideas, problemas, propuestas de valor y soluciones.
- Contacto directo con personas individuales con experiencia en el campo de las organizaciones con fines solidarios. En primer lugar, miembros de las tres organizaciones mencionadas, como la presidenta de Bokatas. En segundo lugar, Pablo Ferrari, miembro del jurado inicial del *Concurso Comillas Emprende*, que además dirige la organización *Nomads.ai*; el contacto con él ha sido fundamental para comprender el mundo en el que nos hemos adentrado, para conocer soluciones existentes en otros países y para validar las propuestas de valor y la solución, especialmente lo relacionado con *crowdfunding* y con la inclusión de las personas en el mercado laboral. Además, se ha tenido un contacto estrecho con el tutor del *Concurso Comillas Emprende*, Pedro Alonso Pereiro, que también ha trabajado en este ámbito y ha servido de guía en el desarrollo del proyecto. De forma adicional, se ha participado en un voluntariado en Sever do Vouga (Portugal), con el fin de ayudar a personas en riesgo de exclusión social a conseguir un estilo de vida más cómodo arreglando sus viviendas. En dicho voluntariado, se ha presentado el proyecto tanto a organizadores y voluntarios como a personas con el perfil de necesitar ayuda en M2O; todo esto ha servido como fuerte fuente de validación del proyecto completo.

1.6 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA

La memoria contiene once capítulos e incluye dos anexos.

El Capítulo 1 es la Introducción al proyecto y contiene los apartados tratados hasta ahora, para situar al lector en el contexto de la exclusión social y que comprenda el desarrollo del proyecto.

El Capítulo 2 trata el Problema. El problema de la exclusión social tiene distintos pilares básicos y se pretende atacarlos de forma individual en un mismo proyecto; cada uno ofrece un problema diferente y, de forma independiente, ha sido tratado de aliviar por otras organizaciones. Por ello, se incluye un Estado de la Cuestión que analiza cómo se ha tratado esta situación en España hasta la fecha y cómo M2O se diferencia de la competencia.

El Capítulo 3 desarrolla el cliente, desde el punto de vista de la persona que necesita ayuda y la que quiere ayudar, perfilando a los usuarios característicos de M2O y aquellos en los que se pretende centrarse al inicio. Se ha hecho humanizándolo al máximo, en lugar de definiendo lo característico de un emprendimiento como el *Customer Persona*, los *Early Adopters* y el Tamaño de Mercado.

El Capítulo 4 parte del Problema y define las Propuestas de Valor, de nuevo centrándose en los distintos pilares que caracterizan a la exclusión social en España y ofreciendo una validación.

El Capítulo 5 propone la Solución. Es entonces cuando se describe la plataforma y cada una de sus funcionalidades y se valida dicha solución.

El Capítulo 6 trata la estrategia seguida. Se explican las fuentes de ingreso y sostenibilidad, el plan de adquisición y el plan de retención de clientes.

El Capítulo 7 se centra en los Recursos, los Empresariales, los Tecnológicos y los Humanos, así como el coste de dichos recursos y los cambios y los costes previsibles.

El Capítulo 8 propone las Proyecciones Financieras. En él, se trata la previsión de variación de base de clientes (el tamaño de mercado y el plan de marketing), de costes y de ingresos. Para ello, se utiliza una hipótesis y se analiza la sensibilidad.

El Capítulo 9 simula la salida de la empresa al mercado y el plan propuesto para ello.

El Capítulo 10 recoge las conclusiones del proyecto.

El Capítulo 11 contiene la bibliografía utilizada.

Por último, se incluyen dos anexos. El Anexo I es la Alineación del proyecto con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). El Anexo II es la Descripción Técnica de la Plataforma, incluyendo el diseño, el almacenamiento de datos y los *workflows* utilizados.

Capítulo 2. PROBLEMA

2.1 PROBLEMA

M2O es una organización que potencia el *effective altruism*, es decir, maximizar los recursos disponibles para lograr la mayor ayuda posible para las personas en riesgo de exclusión social. Con esta mentalidad, se han buscado los principales problemas que agravan esta situación y se han buscado los pilares que la sostienen para tratar de atacarlos de manera efectiva.

El problema global que se persigue aliviar es que muchas personas viven en la calle o se encuentran en riesgo de exclusión social y esto se trata de una situación que va en aumento actualmente

Como se ha mencionado al introducir el proyecto, una persona en riesgo de 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. Partiendo de esta definición, se han identificado como problemas principales a resolver, derivados del global, los siguientes:

- Condiciones bajas de vida. Al estar en la situación previa a terminar en la calle, viven en condiciones muy críticas en las que predominan la incapacidad de pagar facturas y vivienda e incluso de vivir en unas condiciones escasamente saludables.
- Falta de recursos materiales. Bien por no poder permitírselo, bien porque no tienen acceso a ellos, muchas personas se ven obligadas a prescindir de recursos materiales que realmente necesitan. Estos pueden ser desde dispositivos electrónicos, como ordenadores, teléfonos móviles o calculadoras, hasta objetos, como bicicletas. Se trata de una gran variedad de elementos físicos cuya falta impide que su vida siga el curso natural. Por ejemplo, una bicicleta puede permitirles desplazarse a su lugar de trabajo y un ordenador les puede dar la opción a teletrabajar o de formarse de forma *online*.

- Educación escasa. Puede ser que no hayan recibido formación universitaria o incluso estudios básicos, así como que un curso formativo en una materia específica sea suficiente para su reinserción en la sociedad activa, pero que dicho curso no esté a su alcance.
- Falta de empleo o empleo insuficiente. Esto se debe a distintas razones, algunas de ellas ligadas al anterior problema: falta de estudios universitarios, falta de estudios básicos, estudios insuficientes, falta de empleabilidad en las empresas, sueldo insuficiente, etc. Todas estas razones se han visto respaldadas por la crisis provocada por el Covid-19, que ha provocado la destrucción de 360.105 empleos en 2020 en España.
- Falta de información. Muchas organizaciones, tanto públicas como privadas, ya ofrecen ayudas a personas con el perfil que M2O quiere ayudar. Sin embargo, se observa una clara falta de información y de comunicación que resta efectividad a estas posibilidades de ayuda, pues, en muchas ocasiones, las personas que pueden beneficiarse de ellas ni siquiera están al tanto.

Los cinco problemas principales mencionados están enfocados desde la persona que necesita ayuda. M2O cuenta con dos enfoques: el de la persona que necesita ayuda y el de la persona que quiere ayudar. Los problemas identificados desde este último enfoque son los siguientes:

- Las formas de ayudar que ofrecen otras organizaciones no son aptas para todas las personas que quieran ayudar. Están enfocadas a ámbitos o edades específicas, lo cual supone una pérdida de ayuda que, de otro modo, se podría aprovechar. Por ejemplo, muchas personas menores de edad quieren participar en actividades voluntarias y las ONG ponen como requisito una edad mínima (16 o 18, habitualmente). Otra barrera que se puede encontrar es que algunas ONG no cuentan con espacio suficiente para todas las personas que quieren ayudar a través de ellas y se ven obligadas a rechazarlos; por ejemplo, de forma ajena a M2O, yo me apunté a la lista de espera de Bokatas hace unos 10 meses, para participar en los acompañamientos mencionados anteriormente, y todavía no he conseguido ser aceptada. Lo mismo sucede con muchas otras organizaciones. Por último, otra manera en la que las organizaciones pueden no ser aptas para todas las personas, es si ofrecen

actividades que no encajan con ellas; por ejemplo, algunas ONG buscan recolectar dinero con donaciones y muchas personas prefieren ofrecer su ayuda directa en lugar de dar dinero.

- Las organizaciones que se dedican a ayudar a estas personas tienen un sistema de ayuda reducido, es decir, se limitan a un método, que quizás no encaje con la forma en la que a una persona externa le gustaría ayudar.

Por otro lado, existe otro tipo de usuario que se explica más adelante y es la figura de las ONG colaboradoras. Estas aportan a M2O casos de personas que necesitan cierta cantidad de dinero y M2O genera una campaña de *crowdfunding* para levantar dicha cantidad de forma rápida. El problema que se observa y por el cual se ha implementado esta funcionalidad es que las formas de recaudación de fondos que otras organizaciones usan no son efectivas y no suponen una experiencia buena para el usuario, al no ser sencillas, atractivas o no estar anunciadas de forma suficiente. Por ejemplo, se sabe de primera mano que Cáritas no alcanza sus metas de recaudación a través de sus *Hojas de Caridad* en el plazo necesario, probablemente al no estar suficientemente anunciadas y utilizar un sistema rústico que no resulta sencillo ni atractivo.

2.2 VALIDACIÓN DEL PROBLEMA

Como validación del problema, se han utilizado datos de la actualidad, especialmente abundantes por la crisis del Covid-19.

En la introducción, se ha mencionado que según el último informe de la Red Europea de Lucha Contra la Pobreza y la Exclusión (EAPN) y el indicador AROPE, el 26.1% de los españoles se encuentra en riesgo de exclusión social. Los cálculos realizados por el servicio de estudios de Caixabank, estima que la tasa de riesgo de pobreza y exclusión social se incrementará hasta el 27% de la población. El paro en España ha subido en 2020 a un 23%, unas 724.500 personas, convirtiendo la cifra total de parados en España en 3.888.137. Durante el año de 2020 se destruyeron una media de 360.000 empleos. Durante la pandemia, la tasa de desempleo de la población con educación primaria ascendió al 26,3%, la de

educación secundaria al 20,13% y la de estudios superiores al 10,3%. En 2019, este último era estable por debajo del 9%.

El salario mínimo en España hoy es de 900€ al mes por jornada completa; este, en innumerables casos no cubre necesidades básicas como el pago de la factura de la luz, el gas y el agua, alquiler, estudios, gastos familiares, facturas médicas que la Seguridad Social no cubre, comida y otros gastos. En concreto, una estimación de los gastos medios de una única persona en España son los siguientes, basado en un análisis realizado por *VIVIRENN*: entre 160€ y 200€ por la alimentación, entre 180€ y 300€ por el alojamiento en una habitación y unos 25€ por el transporte. A esto, hay que sumar gastos adicionales como facturas del gas, del agua, de la luz y de internet, otras facturas, gastos personales, etc. También hay que tener en cuenta que el alojamiento en algunas ciudades es notablemente más caro que en otras y que los gastos nombrados mantienen a una única persona; cuando se trata de familias, el gasto se ve incrementado. Por tanto, esto indica que el salario mínimo, en muchas ocasiones, no cubre los gastos y las necesidades de las personas y los sitúa en una situación crítica.

2.3 ESTADO DE LA CUESTIÓN

Este proyecto utiliza la filosofía del *effective altruism*. Tras un análisis del mercado de competidores, se ha observado que hay distintas ONG que, de forma altruista, buscan ayudar a estas personas, pero no proponen que la ayuda pueda ser útil a largo plazo ni los dotan de recursos para que puedan valerse por sí mismos, sino que ofrecen ayuda puntual y a corto plazo. Esto se puede observar en el hecho de que las personas a las que se ayuda no llegan a salir de la pobreza o conseguir un mejor nivel de vida, sino que logran salir del paso en la situación en la que se encuentran, por un periodo de tiempo, en la mayoría de los casos. Esta información ha sido aportada por Cáritas, al informarnos sobre el tipo de ayuda que ofrecen y los objetivos que querían alcanzar en un futuro.

Tras observar cómo buscan resolver este problema otras organizaciones y propuestas que hacen los organismos públicos, se ha observado que hay una clara falta de información y de

comunicación. Por tanto, se pretende digitalizar toda esta información y que se encuentre organizada en una plataforma, accesible para todas las personas que quieran acceder a ella.

Cabe mencionar que las soluciones existentes ante el problema observado o son realmente competencia, pues se persigue una colaboración entre las entidades para fomentar uno de los grandes pilares de M2O, el *effective altruism*, y conseguir así una mayor productividad.

Fuera de España se han llevado a cabo proyectos de carácter parecido. *HandUp* es un ejemplo de empresa social que se creó en San Francisco, CA. Se trata de una *startup* que publica campañas de *crowdfunding* para que los participantes puedan decidir cómo donar su dinero. En octubre de 2017 se vendió y los nuevos dueños han seguido adelante con el proyecto en Michigan. Hasta la fecha, han conseguido 9.895 metas y han levantado 6,94 millones de dólares en donaciones. ¿Cuál es el punto débil que se observa? No existe una organización de este tipo en España.

Cáritas es una organización conocida globalmente y con la que hemos estado en contacto para validar la idea. Entre sus abundantes propuestas de ayuda, existe lo conocido como *Hojas de Caridad*, que publican historias concretas de personas o familias que necesitan una cantidad de dinero para necesidades que se describen y dan la opción de hacer donaciones a estos casos concretos. Por ejemplo, se piden donaciones del orden de 200€ a 800€, para cubrir necesidades como pago del alquiler, de facturas y asuntos médicos, como la salud dental. ¿Cuál es el punto débil que se observa? Se trata de una ONG que lleva a cabo sus proyectos de forma presencial casi en su totalidad. Es decir, si un individuo necesita ayuda, debe acudir de forma presencial a un centro de Cáritas, en lugar de poder contactar a distancia. Esto supone un problema, especialmente ahora por las limitaciones provocadas por el Covid-19, y, sobre todo, por la indisposición de estas personas provocada por la vergüenza, conocido como las colas de la vergüenza, la desconfianza o incluso el desconocimiento de la existencia de dicha ayuda. Por tanto, se observa un claro de problema, tanto de desinformación y de falta de digitalización, como de las colas de la vergüenza.

Otra organización con la que se ha establecido contacto es *Bokatas*, una organización que se acerca a las personas que viven en la calle y cada semana realiza rutas para darles

bocadillos y bebida. ¿Cuál es el punto débil que se observa? No busca eliminar el problema de raíz y a largo plazo, sino aportar una ayuda puntual a corto plazo.

Otras organizaciones son la *Fundación Tomillo* y la *Fundación Adecco*. Se tratan de unas organizaciones que ofrecen apoyo para la formación, el empleo e innovación social, entre otras cosas. Se dedican a orientar a las personas que necesitan alguno de estos servicios y ofrecerles propuestas de empleo. ¿Cuál es el punto débil que se observa? No reciben toda la ayuda de empresas que se podría conseguir con otra gestión. Aunque muchas empresas quieren tener actos de solidaridad y lo hacen de forma desinteresada, muchas otras no encuentran motivación para hacerlo. Les falta, de alguna forma, recibir algo a cambio. Esto puede ser un sello de solidaridad de M2O que dé prestigio a la empresa, por ejemplo. Otro punto débil que se observa es que globalizan mucho los recursos, en lugar de atacar los problemas de forma concreta. Esto puede provocar que las soluciones pierdan efectividad, al no estar personalizadas.

Como último ejemplo, el propio Gobierno, que ofrece ayudas a las personas en riesgo de exclusión social. Por ejemplo, en España hay tres niveles de protección para los desempleados, prestaciones contributivas, los subsidios y las ayudas extraordinarias. ¿Cuál es el punto débil que se observa? De nuevo, hay una falta de información. Muchas personas desconocen si son aptas para algunas de las ayudas e incluso desconocen de la misma existencia de ellas. Además, las ayudas económicas, especialmente las de parados, además de no ser suficientes en muchos casos concretos, están en constante cambio actualmente, debido a la crisis económica por la que España está pasando; las ayudas que antaño eran accesibles cada vez son más reducidas y se encuentran en riesgo de no ser accesibles de la misma forma o con los mismos requisitos. También requieren de procesos largos y difíciles que algunas personas pueden no entender, además de no cubrir todas las necesidades que estas personas tienen. Por ejemplo, la Seguridad Social en España no cubre la reproducción asistida o la salud dental, además de requerir mucho tiempo de espera para otras especialidades.

En la Tabla 2, se analizan las organizaciones nombradas, sus buenas iniciativas y las carencias observadas, para concluir ideas a usar en la plataforma de Misión Segunda Oportunidad (M2O) de manera efectiva, teniendo en cuenta los fallos y aciertos de otras ONG. En la última columna se recogen estas conclusiones y se diferencian con un *tick* para las conclusiones buenas y una cruz para los fallos a evitar o a mejorar, observados en otras organizaciones.

Nombre	Buenas iniciativas	Carencias	Conclusión para M2O
HandUp	Recaudación de dinero mediante campañas de <i>crowdfunding</i> 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 <i>crowdfunding</i> .
Cáritas	<i>Hojas de Caridad</i> . 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. ✗ Evitar las colas de la vergüenza.
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.

Fundación Tomillo y Fundación Adecco	Ofertas de empleo y de formación para personas en exclusión.	• No captan la atención de muchas empresas que podrían ayudar de manera significativa. • Globalizan los recursos.	✓ Ofrecer un valor a las empresas que colaboren ofreciendo servicios o donando, como un sello de solidaridad que dé prestigio. ✗ Atacar los problemas de forma personalizada.
Gobierno	Oferta de ayudas a personas en exclusión	• Falta de información y mala comunicación. • Procesos largos y difíciles • Carece de algunas ayudas necesarias	✗ Ofrecer recursos digitales accesibles. ✗ Buscar otras formas de ofrecer servicios que el gobierno no logra ofrecer.

Tabla 2: Análisis de posibles competidores y asociaciones existentes

Capítulo 3. CLIENTE

En este capítulo, se perfila a las personas en las que M2O pretende centrarse, así como los perfiles iniciales que M2O quiere tener como usuarios. Se refiere a ellos como clientes, al tratarse de un emprendimiento, pero realmente se describen como usuarios.

Para simplificar a los clientes, de ahora en adelante se llamarán *needers* a las personas que necesitan ayuda y *helpers* a las personas que quieren ayudar.

En un emprendimiento habitual se hablaría del *Customer Persona*, de los *Early Adopters* y del Tamaño de Mercado. Sin embargo, en M2O se pretende humanizar al máximo su misión y tratar a las personas como los individuos que son, en lugar de incluirlo en simples números y estadísticas.

No obstante, antes del desarrollo de los siguientes apartados, se hace mención de lo que en otro emprendimiento sería el Tamaño de Mercado:

El número total de habitantes en España es 46.940.000. De esta cifra, el 26,1% se considera en riesgo de exclusión social, es decir, 12.251.340 personas. Este es, por tanto, el Tamaño de Mercado en cuanto a los usuarios que necesitan ayuda.

En cuanto a las personas que de forma altruista quieren ayudar a aliviar esta situación, el objetivo de M2O es que todas las personas que quieran ayudar puedan hacerlo, independientemente de su edad. Se proponen distintos métodos de ayuda y actividades de diferentes ámbitos. Por tanto, se considera que el 73,9% restante del número total de habitantes, es el Tamaño de Mercado que corresponde a estos clientes, es decir, 34.688.660 personas.

Dentro de este grupo, se consideran distintas categorías para algunas de las actividades que se llevan a cabo para ayudar a las personas en riesgo de exclusión social. Por ejemplo, existe una actividad de subastas de arte infantil, en la que todos los niños de 3 a 8 años que

lo deseen pueden subastar sus obras de arte para recaudar fondos para las distintas funcionalidades de M2O. El Tamaño de Mercado considerado para esta actividad es el número total de niños de esa edad, 4.524.763.

3.1 PERFILES CARACTERÍSTICOS DE LOS NEEDERS

Este apartado describe lo que en un emprendimiento habitual sería el *Customer Persona*, enfocado desde el punto de vista de las personas que necesitan ayuda.

El proyecto se centra en personas en riesgo de exclusión social en general y uno de los objetivos de M2O a largo plazo es no discriminar a ninguna persona que necesite la ayuda que M2O ofrece. Sin embargo, se distinguen los tipos de *needers* que caracterizan al cliente objetivo de M2O.

La persona que necesita ayuda y es cliente de M2O llega a la plataforma porque se encuentra en riesgo de exclusión social y quiere disfrutar de las cinco funcionalidades que se mencionan en el documento como herramientas para reincorporarse a la sociedad, especialmente al mundo laboral.

El perfil de estas personas puede variar dentro de las siguientes características:

- Rango de edad: Desde jóvenes de alrededor de 20 años de edad hasta personas todavía en edad de pertenecer a la sociedad activa, es decir, de alrededor de los 60-65 años.
- Persona que se encuentra en el paro o en condiciones laborales muy pobres.
- Persona sin estudios básicos o superiores o con estudios insuficientes, así como estudios que no lo cualifican para la carrera profesional que desea seguir.
- Puede ser víctima de la brecha tecnológica, es decir, personas que no están familiarizadas con las nuevas tecnologías. La probabilidad de que este sea el caso de los usuarios aumenta con la edad.
- Persona cuyas condiciones de vida le impiden progresar. Un ejemplo específico es el de las personas viudas que se ven con la necesidad de sacar adelante una familia, pero no tienen empleo, bien porque no lo tenían antes, bien porque ya no lo tienen ahora.

A continuación, se muestran cuatro ejemplos de los tipos de *needers* y dos ejemplos reales observados en el voluntariado realizado en Sever do Vouga (Portugal) con *Just a Change*:

Ejemplo 1:

Persona de edad considerable para entrar en el mercado laboral (más de 50 años, por ejemplo), que se ha quedado en el paro, posiblemente por la pandemia. Está, por tanto, en una situación en la que encontrar un nuevo empleo es muy complicado y ya no puede cubrir necesidades básicas como el pago de facturas.

Ejemplo 2:

Persona con formación insuficiente para encontrar un empleo que le permita cubrir sus necesidades básicas. Por ejemplo, puede no tener formación universitaria o profesional o incluso no tener un Bachillerato. El 30% de jóvenes españoles no tiene el Bachillerato ni estudios equivalentes. En la población de 24 a 34 años, las personas que no tienen estudios postobligatorios son el 30,2%. El porcentaje de población adulta con estudios superiores es de 38,6%. Estos porcentajes suponen un gran número de personas con impedimentos a la hora de encontrar empleo. En M2O pueden encontrar los elementos clave para su reinserción en el mercado laboral.

Ejemplo 3:

*Persona con necesidades urgentes que son incapaces de cubrir, como el pago de facturas, citas médicas que no cubre la Seguridad Social, estudios o gastos familiares, entre otras. En el siguiente apartado se muestran ejemplos de estos *needers*, que son en los que M2O se centra inicialmente. Estas personas pueden tener o no empleo, pero se ven, por diversas razones, en la necesidad de recibir ayuda inmediata para salir adelante.*

Ejemplo 4:

Personas que nunca o en mucho tiempo no han formado parte del mercado laboral y ahora tienen la necesidad de hacerlo. Un ejemplo claro es las personas viudas recientemente, que hasta entonces no tenían la necesidad de trabajar para mantener a sus familias y ahora sí la tienen, al no estar ya su pareja. En M2O se busca ayudar con este tipo de situaciones.

Ejemplo real 1 observado en el voluntariado de *Just a Change*:

Lo llamaremos Xavier para no mencionar su nombre real. Padre de familia que era el único que trabajaba, como camionero en Portugal y España, hasta que sufrió un accidente que lo dejó parapléjico hace 20 años. Tiene mujer y dos hijos y, desde entonces, se han visto en la necesidad de recibir ayuda de organizaciones para salir adelante, al no poder trabajar él ni el resto de su familia.

Ejemplo real 2 observado en el voluntariado de *Just a Change*:

De nuevo, no lo llamaremos por su nombre real, sino António. Hombre de unos 50 años, que siempre ha vivido al día con pequeños trabajos, como albañil. Hace alrededor de un año, perdió a su hermano a causa del Covid-19 y, desde entonces, cuida él de su sobrino de 13 años, al haber quedado este huérfano. Tiene problemas de alcoholismo y apenas puede permitirse los alimentos; una fundación solidaria le lleva comida y cena todos los días. Tiene dificultades encontrando empleos puntuales que le permitan vivir al día, al vivir en un pueblo pequeño con recursos reducidos de comunicación con empresas que lo puedan contratar.

3.2 PERFILES DE LOS NEEDERS EN LOS QUE M2O SE CENTRA INICIALMENTE

Este apartado describe lo que en un emprendimiento habitual serían los *Early Adopters*, enfocado desde el punto de vista de las personas que necesitan ayuda.

Los *Early Adopters* son los primeros clientes que optan por el producto que M2O ofrece en sus inicios. A estos clientes, los caracteriza la necesidad de ayuda urgente y un gran interés en la acción social de la empresa. Pueden ser personas que necesitan dinero urgentemente para pagar una factura o que necesitan un empleo de forma inmediata, por ejemplo.

Las siguientes imágenes muestran una de las *Hojas de Caridad* de Cáritas, publicada en un tablón del Hospital Ramón y Cajal, con historias de personas que necesitan ayuda. En el Capítulo 6 se vuelve a mostrar dicha imagen. Las personas para las que se recopila dinero en dicha *Hoja* son el tipo de *needers* en las que M2O se quiere centrar inicialmente. Especialmente, serían usuarios de la funcionalidad de *crowdfunding*, que se explica en profundidad más adelante, al ser sus historias las características de esta funcionalidad. Por tanto, en un primer momento, se les daría de alta como usuarios de dicha funcionalidad; más adelante, se establecería contacto con algunos de ellos para mostrarles el resto de las funcionalidades y enseñarles a usarlas. Estos son, por tanto, el tipo de *needers* en los que M2O se centra inicialmente.

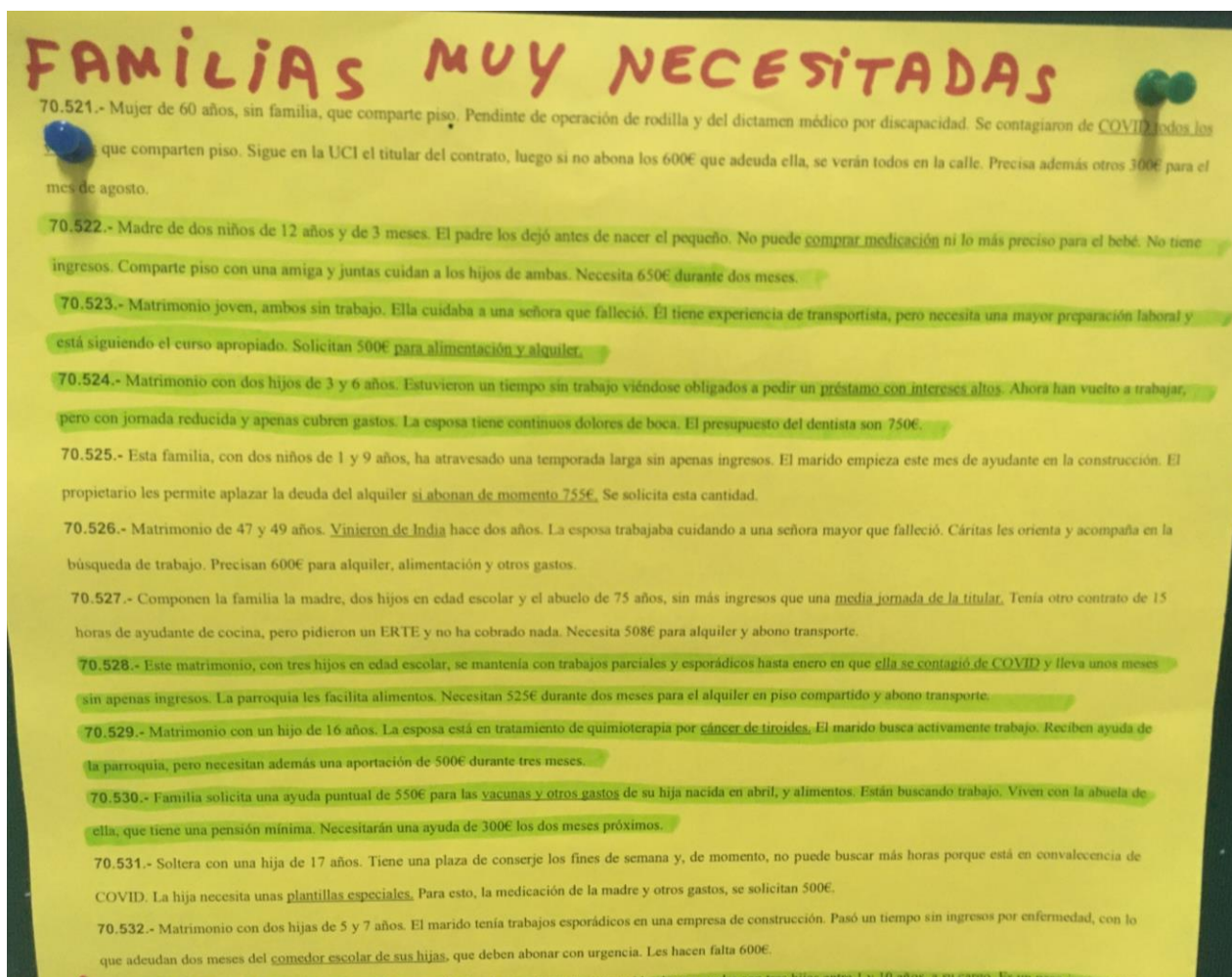


Figura 3: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal

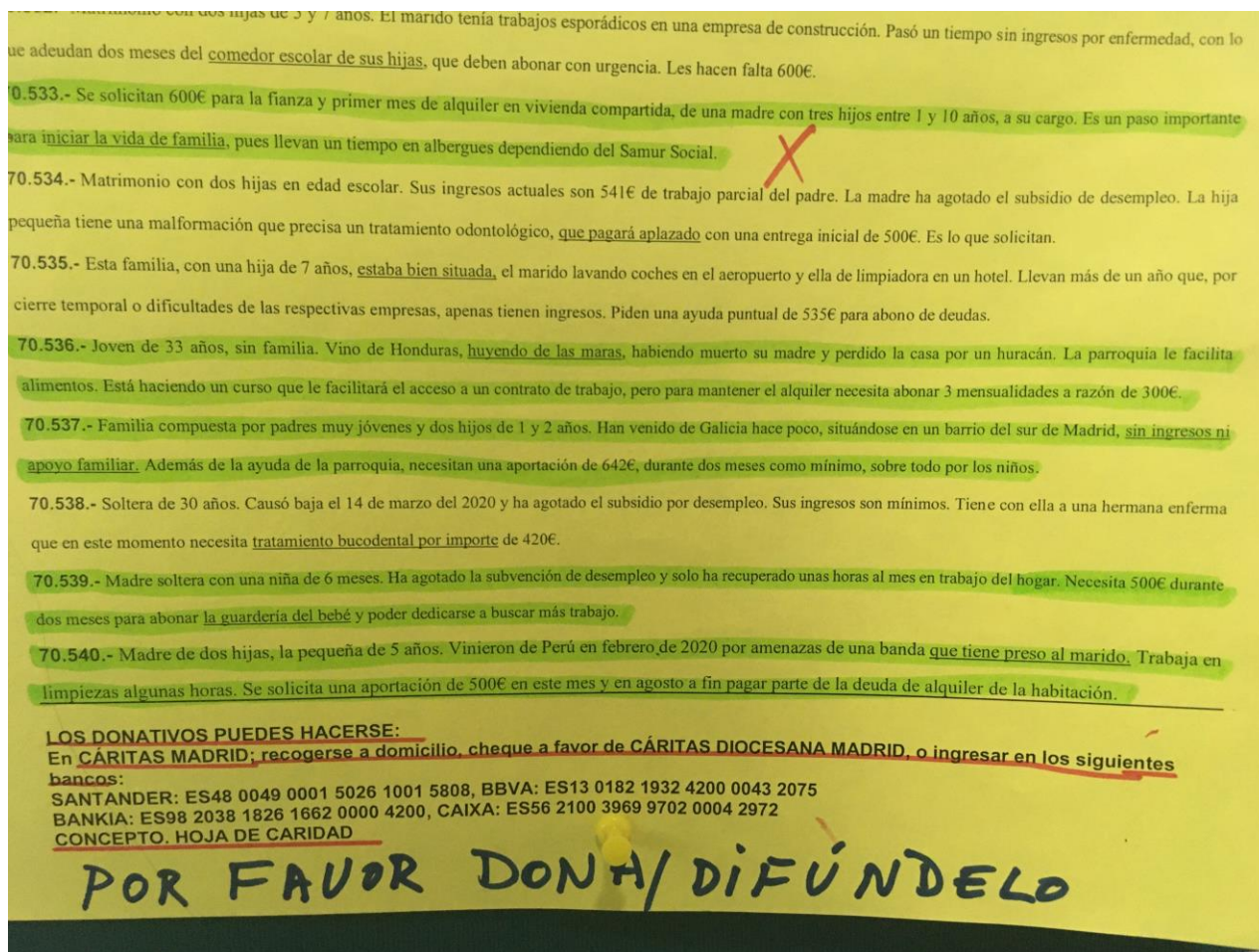


Figura 4: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal

3.3 PERFILES CARACTERÍSTICOS DE LOS HELPERS

Este apartado describe lo que en un emprendimiento habitual sería el *Customer Persona*, enfocado desde el punto de vista de las personas que quieren ayudar.

La persona que quiere ayudar. Es la persona que desea realizar una actividad de voluntariado y prestar ayuda a las personas de forma desinteresada.

En este caso, se distinguen dos grupos:

- Organizaciones: Más adelante se detallarán las funcionalidades de la plataforma y cómo los individuos hacen uso de ella, pero estas son las siguientes: *crowdfunding*,

donaciones materiales y sistema de trueque, formación, empleo e información de ayudas existentes. En el caso de las organizaciones, participan de forma activa como usuarios de distintas maneras: organizaciones sin ánimo de lucro como ONG, aportando casos concretos en la sección de *crowdfunding* para hacer recaudaciones de forma colectiva y cubrir necesidades básicas de personas; instituciones de educación, ofreciendo cursos formativos en la sección de formación y, empresas, ofreciendo puestos de trabajo en la sección de empleo, formación específica en la sección de formación y donaciones materiales en la sección de donaciones materiales.

- Voluntarios individuales: En este caso, los individuos pueden participar de forma independiente. En la sección de *crowdfunding*, donando dinero a los casos específicos que se publiquen; en la sección de donaciones materiales, donando objetos y dispositivos; en la sección de formación, ofreciéndose a impartir materias en las que estén especializados y, en la sección de empleo, ofreciendo trabajos puntuales. Estas son las funcionalidades en las que pueden participar tanto estas personas que quieren ayudar, como las que necesitan ayuda. De forma adicional, hay tres formas en las que las personas que quieren ayudar pueden participar: participando en la compra y venta solidaria de libros, participando en las subastas de arte infantil y ayudando con el mantenimiento de M2O mediante la compra de productos.

El ejemplo de tipo de *helper* es el siguiente:

Personas de cualquier edad con gran interés por la acción social voluntaria, que confían en la misión de M2O y encuentran entre sus distintas funcionalidades, una o varias con la que encajan y a través de la cual quieren ayudar, para ver su impacto en su entorno.

Por ejemplo, en el voluntariado realizado con Just a Change se ha validado la solución que se describe más adelante y se ha encontrado una gran acogida entre los voluntariados. Todos estarían dispuestos a utilizar M2O para ofrecer su ayuda.

3.4 PERFILES DE LOS HELPERS EN LOS QUE M2O SE CENTRA INICIALMENTE

Este apartado describe lo que en un emprendimiento habitual serían los *Early Adopters*, enfocado desde el punto de vista de las personas que quieren ayudar.

Los *Early Adopters* son los primeros clientes que optan por el producto que M2O ofrece en sus inicios.

A estos usuarios, los caracteriza un gran interés en la acción social de la empresa y son potenciales para desarrollar el producto. Son las personas que tienen un especial interés en el voluntariado, en las acciones altruistas y en la innovación. Por tanto, están interesadas en participar en proyectos nuevos con el propósito de ayudar. Se encuentra una especial motivación en la actividad de voluntariado en la actualidad, tras un año de pandemia; más personas están dispuestas a ofrecer su ayuda a la sociedad.

Al validar la idea con distintas personas, M2O ha tenido una buena acogida y existen muchas personas dispuestas a participar en forma de *helpers*. Los primeros *helpers* serían personas cercanas a las creadoras de M2O, con afán por ayudar de distintas maneras, así como dos organizaciones que han tenido un fuerte impacto en el desarrollo del proyecto, Bokatas y Cáritas. Estas nos derivarían a nuevos usuarios en el inicio de M2O, especialmente a los que ellas mismas no pueden atender.

Capítulo 4. PROPUESTAS DE VALOR

4.1 PROPUESTAS DE VALOR

Han sido definidos los problemas a combatir, las soluciones existentes que ofrecen otras organizaciones y los clientes característicos de M2O. Entonces, se desarrollan las propuestas de valor de la plataforma.

Antes se ha mencionado que esta es la misión de M2O: la creación de una plataforma que implementa todas las funcionalidades enfocadas en cinco áreas distintas para atacar el problema de la exclusión social desde cinco pilares básicos, como son el *crowdfunding*, las *donaciones materiales* y los *sistemas de trueque*, *formación*, *ofertas de empleo* e *información de las ayudas existentes*. Además, las personas que quieran ayudar podrán hacerlo a través de tres funcionalidades adicionales, mediante la compra de productos, mediante la compra y venta solidaria de libros usados y mediante la subasta de arte infantil.

Las principales propuestas de valor que se ofrecen ante los problemas observados en las personas en riesgo de exclusión social son las siguientes:

- Ayudarlos a cubrir necesidades puntuales.
- Ayudarlos a conseguir empleo.
- Informarlos sobre las opciones a las que tienen acceso para mejorar su situación.

Se ha explicado anteriormente que este TFG se centra en la 2 y la 3.

En el Capítulo 2, se detalla un estudio del estado de la cuestión, en el cual se describen las debilidades de ciertas organizaciones con objetivos comunes con M2O, así como las funcionalidades que diferenciarían a M2O de las existentes. Cabe destacar que las organizaciones existentes no son realmente competencia; se persigue una colaboración entre las entidades para fomentar uno de los grandes pilares de M2O, el *effective altruism*, y conseguir así una mayor productividad.

Se procede a detallar cada una de las desarrolladas en este TFG, la 2 y la 3:

- La propuesta de valor que ofrece ayudarlos a conseguir empleo cuenta con dos funcionalidades; ambas también cuentan con un mapa que muestra las publicaciones:
 - Formación: se publican cursos de formación específicos para ciertos oficios y profesiones, de parte de empresas o de voluntarios individuales, que ayudarán notablemente a las personas a reincorporarse a la sociedad activa.
 - Empleo: se publican empleos, especialmente ocasionales, que potencian una experiencia laboral reciente para garantizar una reinserción en el mercado laboral más rápida.
- La propuesta de valor que los informa sobre las opciones a las que tienen acceso para mejorar su situación, ofrece la funcionalidad de encontrar información actualizada y accesible sobre las ayudas que ofrecen otras ONG y asociaciones públicas.

Todas las mencionadas son las propuestas de valor que se ofrecen ante los problemas observados en las personas en riesgo de exclusión social.

En cuanto a las personas que quieren ayudar y son usuarios de M2O para ello, la propuesta de valor es la siguiente:

- Crear una plataforma sencilla y accesible en la que cualquier persona que quiera ayudar, pueda hacerlo de forma humana, cercana y sencilla, para conseguir un impacto real en su entorno. Para ello, pueden participar de forma activa en todas las funcionalidades mencionadas y en tres más. Estas son las siguientes:
 - La compra de productos cuyos beneficios serán totalmente invertidos en el mantenimiento y los gastos de M2O.
 - La compra y venta solidaria de libros. Del beneficio de cada libro, una mitad será invertida en las funcionalidades de M2O y, la otra mitad, quedará a elección del vendedor; podrá obtenerla o donarla a M2O para sus funcionalidades y gastos.
 - Las subastas de arte infantil, en las cuales los niños de 3 a 8 años también podrán participar de forma activa en la misión de M2O y donar sus obras de arte para subastas, cuyos beneficios también serán invertidos en las funcionalidades de la plataforma.

La **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.** muestra la pirámide con el problema, las propuestas de valor iniciales y las funcionalidades asociadas a cada una. Este está asociado al tipo de usuario que utiliza M2O porque necesita ayuda. La Figura 6 muestra la pirámide desde el otro punto de vista, el de la persona que quiere ayudar.

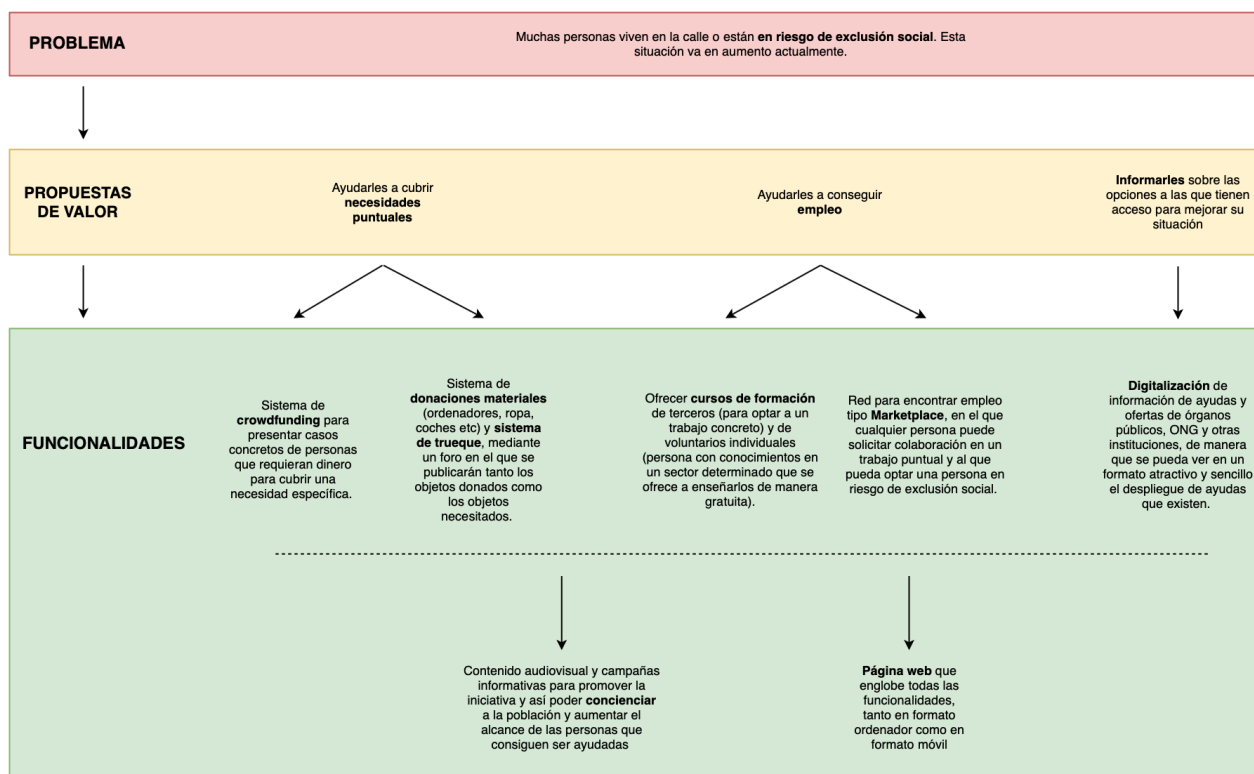


Figura 5: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que necesita ayuda)

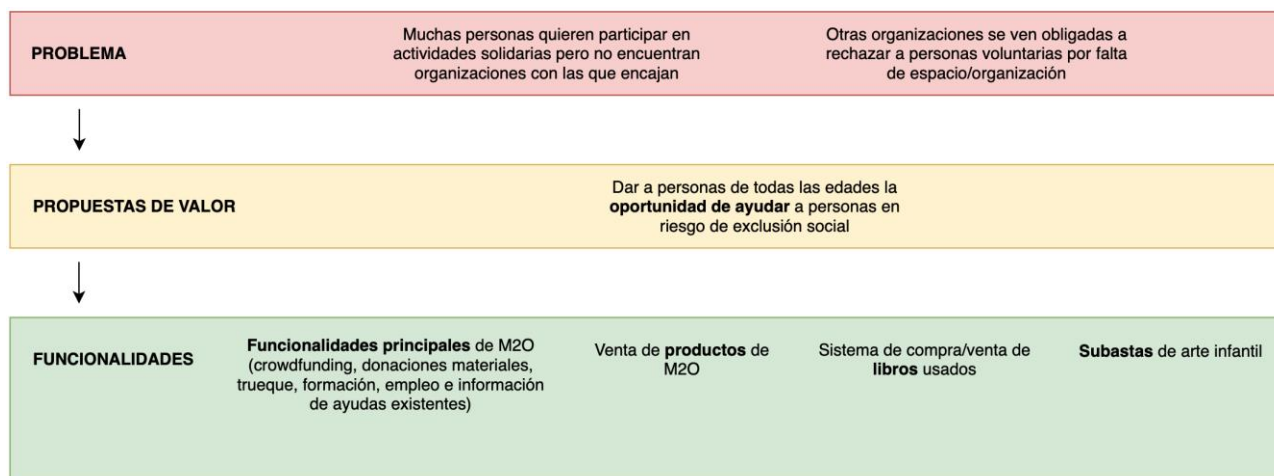


Figura 6: Propuesta de valor de forma piramidal (usuario que quiere ayudar)

Que haya tantas propuestas de valor y funcionalidades es de hecho uno de los objetivos de Misión Segunda Oportunidad, puesto que se pretende derribar los pilares que sostienen los problemas observados desde distintos puntos. La filosofía de la empresa es que no se descarte ningún tipo de ayuda si existe la mínima posibilidad de que sea efectiva, además de que se considera más valioso un conjunto de funcionalidades con buen funcionamiento que una sola funcionalidad con magníficos resultados. No se quiere depender del funcionamiento de una sola actividad; por usar una comparativa, en el ámbito económico se recomienda tener el dinero diversificado y en M2O se ha querido aplicar el mismo consejo. Además, un ejemplo convincente es el de los animales más rápidos del mundo; el animal más rápido en tierra es el guepardo, en agua es el tiburón mako y en aire es el halcón peregrino; sin embargo, el animal que más rápido se mueve en el conjunto de los tres medios es el pato.

4.2 VALIDACIÓN DE LAS PROPUESTAS DE VALOR

La validación de las propuestas de valor se ha realizado de distinta manera.

En primer lugar, en el estudio del estado de la cuestión de la situación del riesgo de exclusión social en España se han destacado las actividades que funcionan y las que no de otras organizaciones, así como las debilidades que las caracterizan. Las propuestas de valor de M2O se han implementado en base a esto, es decir, teniendo en cuenta cuáles son las

funcionalidades con potencial de ser efectivas, cuáles no y cuáles son los puntos débiles en los que trabajar especialmente. Esto ha servido de validación para las propuestas de valor descritas.

Por otro lado, se ha establecido contacto con distintas organizaciones que trabajan en el mismo ámbito, para validar la idea con ellos, ya que son expertos en el sector y pueden ofrecer una visión realista:

- En primer lugar, se describió la idea a un encargado de Cáritas; a este le pareció objetivamente factible y destacó que era muy positiva la idea de ofrecer ayuda de forma sencilla en una plataforma moderna. La debilidad que se encuentra en las *Hojas de Caridad* de Cáritas, de hecho, es lo anticuada que está la página. Esto sirvió como punto fuerte de validación.
- Por otro lado, la participación en el *Concurso Comillas Emprende* jugó un papel importante en la validación de las propuestas de valor, al hacer uso del panel *Goldsmith*, que provoca el cuestionamiento de dichas propuestas con preguntas en distintos niveles (investigación, viabilidad y desarrollo) en los ámbitos de tecnología/producto, mercado y negocio. También a través del concurso, el contacto con expertos del emprendimiento social y no social, como el mentor, Pedro Alonso Pereiro, ayudó en la validación de las propuestas de valor.
- En la fase inicial del concurso, se estableció contacto con un miembro del jurado y uno de los creadores de la organización *Nomads.ai*, Pablo Ferrari, quien respaldó fuertemente la idea. Se trata de una organización que utiliza la tecnología para reducir la desigualdad en ambientes urbanos. A través de él, se dio con *HandUp*, una organización americana que realiza campañas de *crowdfunding*. A lo largo del desarrollo del proyecto, se han repetido las reuniones con Pablo y han servido como fuente de validación importante del desarrollo de las propuestas de valor.
- Más adelante se estableció contacto con la presidenta de Bokatas, una organización que se acerca a las personas que viven en la calle y cada semana realiza rutas para darles bocadillos y bebida. Destacó que consideraba muy productivo que el problema del riesgo de exclusión social se buscara eliminar a largo plazo y no solo de forma puntual y que las

funcionalidades de M2O tenían mucho potencial de ser eficaces. Por otro lado, mencionó la vergüenza en muchas personas que necesitan ayuda y prefieren no mostrar su identidad e incluso renunciar a ayudas. Esto provocó un replanteamiento de alguna propuesta de valor, especialmente la de ayudarlos con necesidades puntuales; en la funcionalidad de *crowdfunding*, si no lo desean, no se mostrará su identidad. En el resto de las funcionalidades, su identidad será totalmente anónima de cara al público y solo los administradores de M2O podrán conocerla, salvo que se establezca contacto entre una persona que ofrece empleo y otra que lo necesita, por ejemplo, en cuyo caso se facilitarán los datos de la persona al empleador. Además, este elemento que puntualizó la presidenta de Bokatas ayudó a validar el resto de las funcionalidades distintas al *crowdfunding*, que funcionan correctamente de forma anónima al público.

De forma adicional, se ha seguido de cerca el desarrollo de la pandemia y cómo esta ha afectado al mundo laboral y el estado de riesgo de exclusión social, para hacer de M2O una plataforma flexible que se adapte rápidamente a los cambios y que sus propuestas de valor sean efectivas.

Capítulo 5. SOLUCIÓN

5.1 PLATAFORMA

La solución que M2O ofrece ante todos los problemas mencionados anteriormente es la implementación de una plataforma que integra todas las funcionalidades derivadas de las propuestas de valor. Se trata de una plataforma accesible de uso sencillo, en la que se garantiza una buena experiencia de usuario en cuanto a facilidad.

Se ha diseñado teniendo en cuenta la brecha tecnológica característica de un gran número de personas en riesgo de exclusión social. Para ello, se han hecho accesibles tutoriales que muestran cómo usar la plataforma, así como una explicación detallada de la misión y las características de Misión Segunda Oportunidad. Por la misma razón se ha decidido que el producto sea una página web y no una aplicación del móvil, al haber muchas personas que no cuentan con un teléfono móvil con acceso a aplicaciones del estilo y ser más fácil que consigan acceso a un ordenador.

Cabe mencionar que lo que M2O busca es un cambio sostenible en la persona que necesita ayuda, es decir, darle una segunda oportunidad de verdad, no simples cambios que otras organizaciones ya ofrecen. Para ello, la ayuda que se les quiere ofrecer es holística y busca cubrir todas sus necesidades básicas. Se busca esta sostenibilidad desde dos frentes:

- El de que la empresa M2O sea sostenible y autosuficiente, como se menciona en los objetivos del proyecto.
- Que el impacto que se causa en las personas sea sostenible. La misión de las funcionalidades debe ser factible y realista, así como generar un impacto realmente positivo en las personas que se beneficien de ellas.

Se ha querido destacar cuáles son los cuatro valores de M2O, así como demostrarlos en sus distintas funcionalidades. El primero es transparencia, por parte de M2O, pues se pretende que todos los usuarios puedan conocer los movimientos y acciones que se lleven a

cabo, y por parte de los usuarios que reciben ayuda, que solo lo hacen cuando realmente la necesitan. El segundo es solidaridad, puesto que se busca fomentarla en todos los ámbitos, laborales o no, entre personas de todas las edades, para crear un sentimiento de compromiso duradero. El tercero es *effective altruism*, término que viene de un movimiento social que aplica la evidencia y la razón para determinar las maneras más eficaces de ayudar a otros y que la ayuda perdure a largo plazo. El cuarto es la Filosofía *Lean Startup* que, ligada al *effective altruism*, es un método de desarrollo de negocio en el que se busca acortar ciclos y en el que se pone en el foco las necesidades del cliente. Estos cuatro valores mencionados y demostrados han ayudado a aportar valor, veracidad y humanidad a la solución.

Por otro lado, se ha mantenido un patrón de diseño en la que se han repetido ciertos colores. En primer lugar, los colores característicos de M2O son los violetas grisáceos, ya que transmiten seriedad y equilibrio. Las principales funcionalidades están asociadas a distintos colores: el *crowdfunding* al color azul, al ser un color que representa estabilidad; las donaciones materiales y el trueque al color marrón, pues es un símbolo de lo acogedor y representa el dar una segunda vida a los objetos que ya no usamos y acoger en nuestra vida objetos con un pasado; la formación al color amarillo, ya que representa energía, alegría, poder y acción y, como dice el dicho, “saber es poder”; el empleo al color verde, ya que simboliza armonía y renovación y la misión de M2O es lograr un mundo renovado, con armonía, en el que todas las personas tengan oportunidades de trabajo; la información sobre ayudas existentes al color violeta, al estar asociado a la sabiduría. Estas características convierten la solución de M2O en una plataforma visual, cautivadora y que provoca que sus usuarios asocien rápidamente los distintos elementos a las funcionalidades a las que corresponden, para comprender a la perfección su misión.

La plataforma cuenta con una *landing page* sencilla, que muestra claramente las principales funcionalidades para que el usuario pueda acceder a ellas de forma instantánea y hacer una primera toma de contacto con la organización de M2O mencionada anteriormente. Una cabecera muestra tres botones, aparte de los de iniciar sesión y registrarse; el primero es “cómo ayudamos” y explica las principales funcionalidades que ofrece la plataforma, el segundo es “nosotros” y describe la misión de M2O y los valores y principios y el tercero es

“¿cómo usar M2O?” y explica a los usuarios cómo hacer uso de la plataforma. De esta manera, se garantiza que la experiencia del usuario sea positiva y que se logra una captación de clientes satisfactoria.

Para formar parte de M2O, existen métodos distintos de registro. Estos son los siguientes:

- Si se trata de una persona en riesgo de exclusión social y, por tanto, desea ser usuario de M2O para hacer uso de las ayudas, debe rellenar un formulario antes de registrarse; en él debe presentarse, explicar la situación en la que se encuentra y aportar su certificado de exclusión social. Como se ha mencionado anteriormente, uno de los valores de M2O es la transparencia y, se busca que exista tanto por parte de M2O como por parte de sus usuarios; solo las personas que realmente necesiten la ayuda de M2O podrán registrarse. Además, de esta manera se mantiene otro de los principios de M2O, el *effective altruism*. Tras mandar el formulario, los administradores de M2O recibe su información y la valoran. Si finalmente se considera a la persona apta para ser usuario, se le envía un enlace a la página de registro y, una vez registrado, ya puede acceder a todas las funcionalidades que la plataforma ofrece.
- Por otro lado, si se trata de una persona que de forma altruista desea ayudar a través de M2O, no debe pasar ningún filtro, ya que toda ayuda es bienvenida. Puede registrarse libremente y comenzar a participar en las funcionalidades.

Cabe mencionar que el certificado de exclusión social no es realmente discriminativo, sino meramente informativo, pues no se pretenden crear barreras innecesarias que frenen la ayuda ofrecida por M2O. Se trata de un certificado que únicamente se entrega a las personas que se encuentran en situaciones extremas, las cuales no son las únicas que M2O trata, sino una de ellas.

Sobre la forma de selección que utilizan los administradores para aceptar o no a una persona que quiere ser usuario que necesita ayuda, se quiere detallar que no se hará un filtro severo, sobre todo al inicio de M2O. Sí que se quiere cuidar la transparencia mencionada, pero será suficiente la comprobación de que esas personas realmente necesitan ayuda, mediante la descripción que aporten en su solicitud. Esto, además, da veracidad a M2O a las personas que llegan a la plataforma por primera vez.

Por entrar en detalle de lo que se hace en cada funcionalidad y así comprender el producto de M2O en su totalidad, se explican detalladamente, a continuación, las funcionalidades desarrolladas en el proyecto. En gris se encuentran las que no pertenecen a este TFG, sino a la Parte A.

- La funcionalidad de *crowdfunding* publica historias concretas de personas que necesitan financiación específica. Por ejemplo, si necesitan pagar unas facturas o comprar algo esencial de forma urgente.
- La funcionalidad de donaciones materiales permite a los *helpers* publicar donaciones de objetos o dispositivos, con una breve descripción y una localización en la que podrían hacer la entrega. Los *needers* tienen acceso a estas publicaciones y pueden solicitar las donaciones. Al hacerlo, M2O establece el contacto entre ambos lados y, entonces, ellos hacen la entrega si así lo deciden.
- La funcionalidad de trueque está reservada para los *needers*. Estos pueden hacer publicaciones del mismo tipo que en la anterior funcionalidad, con el objeto/dispositivo que ofrecen y su descripción y con el objeto/dispositivo que buscan y su descripción. Además, pueden indicar si están interesados en ofertas diferentes a las que buscan. Entonces, si otro *needer* ve su publicación y está interesado en el trueque, puede solicitarlo y M2O los pone en contacto.
- La funcionalidad de formación permite a los *helpers* publicar cursos formativos de manera independiente o a través de la entidad en la que trabajen y que los *needers* los soliciten. De nuevo, M2O establece el contacto. De forma adicional, M2O es informado de forma automática de cada publicación que se hace y lleva a cabo una revisión exhaustiva de cada una de ellas, para comprobar su veracidad y que cumpla con los principios y la misión de M2O. La revisión se lleva a cabo en todas las funcionalidades, pero especialmente en la de formación y la de empleo.
- La funcionalidad de empleo funciona de la misma manera que la de formación, publicándose empleos disponibles, especialmente puntuales, que potencien la experiencia laboral reciente en los *needers*, para asegurar una mayor probabilidad de reinserción en la sociedad activa en España. La revisión que se lleva a cabo por parte de M2O en este caso es

más exhaustiva, si cabe, al jugar el empleo un papel de mayor importancia en la vida de las personas.

- La funcionalidad de información sobre ayudas existentes permite a los *helpers* publicar información relevante sobre noticias de actualidad y organizaciones que ofrezcan ayuda a las personas en riesgo de exclusión social. En esta funcionalidad, M2O juega un papel mayor, al ser también responsables de la publicación de toda la información que se encuentra a nuestro alcance.

Las anteriores seis funcionalidades son las principales que se han mencionado a lo largo de la memoria. Adicionalmente, existen otras tres funcionalidades orientadas únicamente a los *helpers*:

- La funcionalidad de ayudar en el mantenimiento de M2O en funcionamiento, mediante la venta de productos propios. M2O cuenta actualmente con tres productos a la venta: una sudadera, una camiseta y una pulsera. El dinero recaudado con la compra de estos productos es totalmente reinvertido en los gastos de mantenimiento de la plataforma. Cabe destacar que, para participar en esta funcionalidad, no es necesario ser usuario de M2O.

- La funcionalidad de compra y venta solidaria de libros usados permite a los usuarios poner en venta libros y comprar los que haya publicados. La mitad del beneficio la utiliza M2O para los gastos de mantenimiento y para las funcionalidades que en cada momento necesiten más respaldo económico.

- La funcionalidad de subasta de arte infantil permite a los padres de los niños de 3 a 8 años donar sus obras de arte caseras para subastas. De esta manera, los *helpers* pueden entrar en las subastas para obtener las obras. Todos los beneficios recaudados tienen el mismo fin que los de la anterior funcionalidad.

Todas las funcionalidades mencionadas tienen procesos fuertemente automatizados, sobre todo de establecimiento de contacto de personas y de la comunicación entre M2O y las novedades de las funcionalidades. Esto aporta a la solución de M2O veracidad y fuerza para abarcar grupos grandes de personas y proyectos mayores. No obstante, el papel humano juega un papel más importante que en otros emprendimientos, al ser un emprendimiento

social en el que el valor humano y los principios de M2O se mantienen fijos como prioridades. Por tanto, los procesos manuales dentro de la plataforma también tienen un peso especial. De hecho, desde muchos puntos de la plataforma, será accesible el establecimiento de contacto de cualquier usuario con los administradores de M2O, para generar cercanía y credibilidad entre los usuarios.

Las siguientes imágenes muestran la presentación inicial de la funcionalidad de formación, desarrollada en este TFG, para poder formar una idea de su funcionamiento. En el Anexo II se muestra en profundidad, junto con las demás funcionalidades, con su explicación técnica.



Figura 7: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (1)

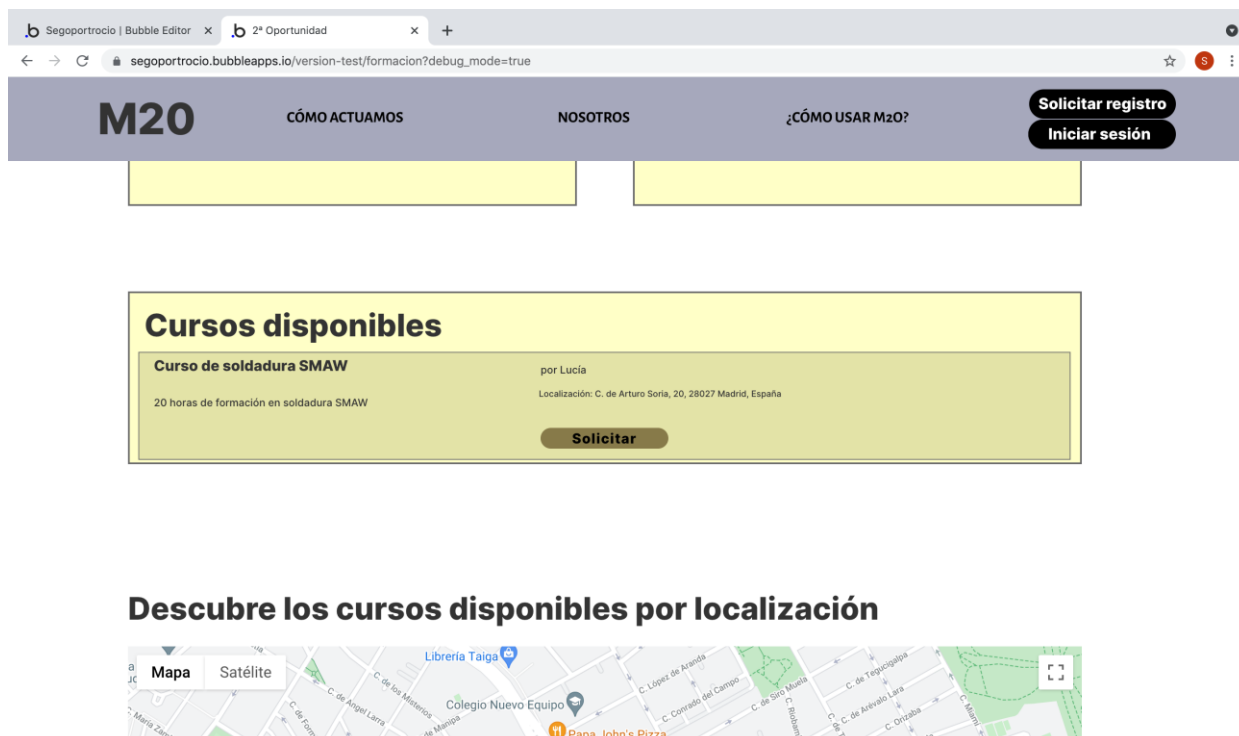


Figura 8: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (2)

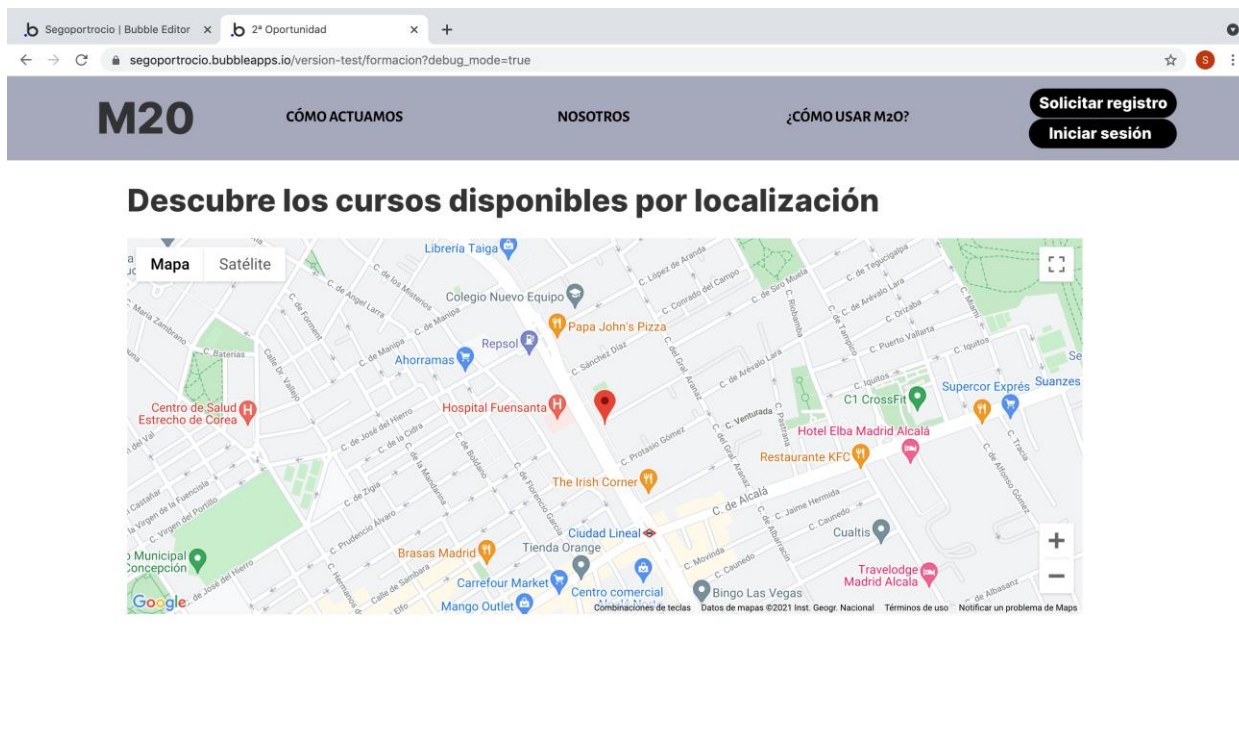


Figura 9: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (3)

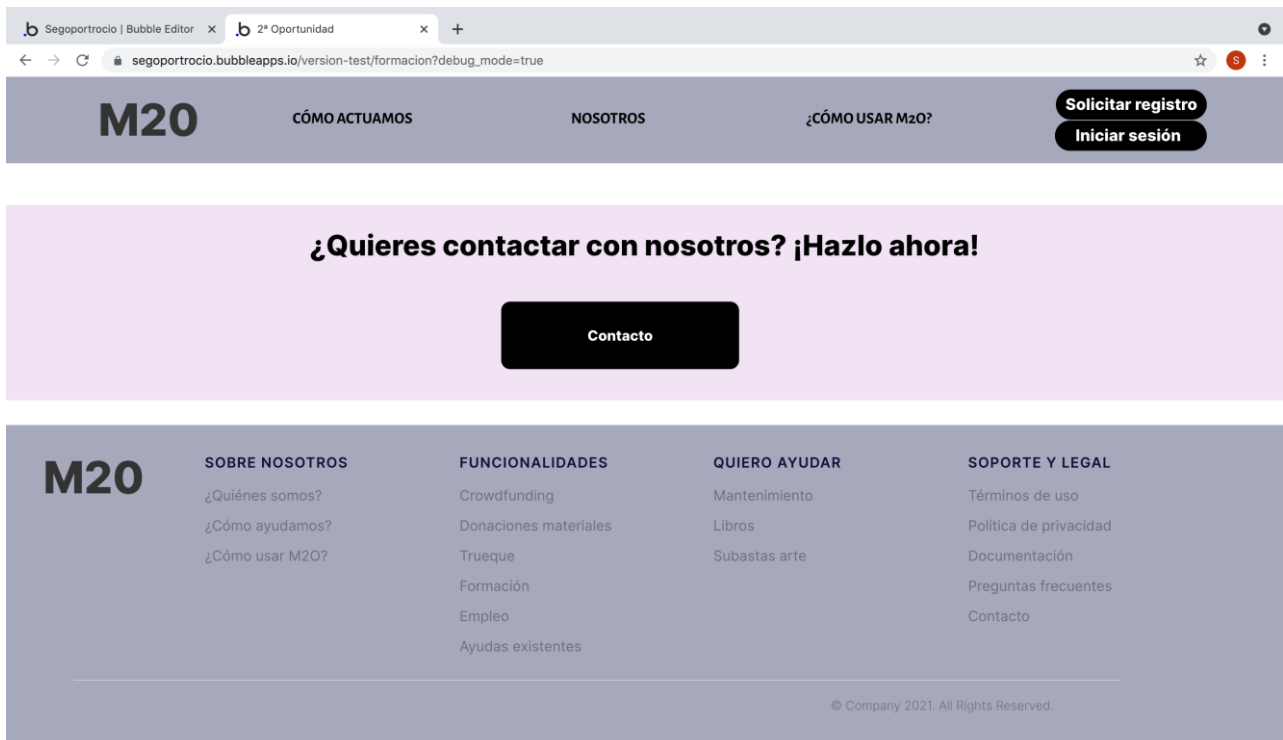


Figura 10: Presentación inicial de la funcionalidad de formación (4)

5.2 VALIDACIÓN DE LA SOLUCIÓN

Para validar la solución mencionada, es decir, la plataforma de M2O, se han utilizado diferentes métodos.

Estos han sido los siguientes:

- A través del *Concurso Comillas Emprende*, se ha validado la plataforma con distintos profesionales. En primer lugar, se ha ido comunicando el desarrollo al mentor del equipo y este ha aportado su opinión sobre el mismo. Por ejemplo, él hizo mención especial de la humanización de la plataforma, para recalcar que se trata de un emprendimiento social y no una simple fuente de la que ingresar dinero. La plataforma se ha desarrollado teniendo en cuenta las consideraciones de esta persona con experiencia en el sector y diferentes asociaciones sin ánimo de lucro y, así, se ha podido validar.

- También a través del *Concurso Comillas Emprende*, se ha conseguido validación de otras maneras. En reuniones progresivas con las personas organizadoras del concurso, estas han aportado su opinión sobre la solución de M2O. Por ejemplo, al principio se cuestionó que M2O tuviera tantas funcionalidades en lugar de centrarse en unas pocas; tras la defensa de la idea de que M2O pretende atacar el problema desde cinco pilares principales y las ventajas de esto, por fin se pudo validar la solución y aceptarla como una idea innovadora que pretende incluir toda la ayuda posible.
- Otra manera en la que se ha validado la solución ha sido con un miembro del jurado inicial del mismo concurso, Pablo Ferrari, a quien se ha mencionado anteriormente. Se trata de una persona con experiencia en el sector, al estar en el equipo directivo de *Nomads.ai* y estar familiarizado con organizaciones parecidas extranjeras, como *HandUp* de Estados Unidos. Su validación ha sido especialmente importante en la funcionalidad de *crowdfunding* y en la humanización de la plataforma; su opinión ha ayudado a encauzar M2O hacia el objetivo de la reinserción de las personas en la sociedad, especialmente de las más excluidas, tratándolas como individuos y no simples usuarios.
- Con el contacto con Bokatas, también se ha validado la solución, especialmente lo relacionado con las donaciones materiales y el trueque entre *needers*. Han depositado confianza en el funcionamiento de dichas funcionalidades, al conocer ellos casos concretos de personas que podrían hacer uso de ellas, lo cual ha servido de fuerte validación de la solución.
- El contacto con Cáritas ha tenido también un fuerte impacto en la validación de la solución, al observar en la propuesta de M2O la corrección de las carencias que ellos tienen, como una *web* moderna y sencilla de usar. Esto ha supuesto, de nuevo, una validación importante, al tratarse de una organización de gran tamaño y con mucho impacto en España.
- Otra organización con la que se ha establecido contacto para la validación de la solución final ha sido la ONG *AIDA Books&More*. Se trata de una organización que vende libros de segunda mano para ayudar a las poblaciones más desfavorecidas en países en vías de desarrollo de África, Asia, Oriente Medio y América. Ellos nos inspiraron en la creación de la idea de la funcionalidad orientada a los *helpers* de compra y venta solidaria de libros. Confiaron en nuestra solución, especialmente en lo orientado al empleo y la formación, al

considerar que no muchas organizaciones se centran en ello y cualquier ayuda en estos campos será bienvenida.

Por último, se ha participado en un voluntariado promovido por Comillas Solidaria, con la organización portuguesa *Just a Change*. Se trata de una organización que comenzó recolectando dinero en la calle entre grupos de amigos que cantaban con el fin de ayudar a personas que lo necesitaban; más adelante, al observar las malas condiciones en las que vivían muchas de las personas a las que ayudaban, decidieron que su misión sería ayudarlos a tener un estilo de vida más favorable en sus hogares, reformando sus casas y haciéndolas más habitables. Ahora, tienen campamentos en distintas zonas de Portugal, en los que las personas pueden, durante dos semanas, ayudar en la renovación de casas pertenecientes a personas en riesgo de exclusión social.

Las dos creadoras de M2O, Rocío Giner Conde y yo, Lucía Gómez del Río, hemos participado en uno de estos proyectos en Sever do Vouga, colaborando cada una en la renovación de una casa. Además de la experiencia enriquecedora que esto ha supuesto para nosotras, ha sido también una importante fuente de validación de la solución de M2O, al haberla presentado tanto a voluntarios y organizadores de *Just a Change* como a personas con perfil de *needer*. Se ha tratado de una validación final del proyecto que ha dado veracidad al mismo y lo ha dotado de valor.

A continuación, se lista la influencia que han tenido distintos perfiles del voluntariado con *Just a Change* en dicha validación:

- João Captivo, Coordinador de Operaciones de *Just a Change*: Se expuso la solución para obtener su opinión y consejos, al tratarse de una persona que lleva un gran periodo de tiempo trabajando en el ámbito de la ayuda a personas en riesgo de exclusión social. Al exponerle la idea y mostrarle la plataforma, afirmó que esta prometía mucho y que tenía mucho potencial de funcionar. Nos comentó la estrategia que *Just a Change* y nos puso en contacto con Rita Lucena, Coordinadora de Comunicación y de Recaudación de Fondos de la organización, quien nos informó más sobre el tema y recalcó que, para que M2O sea

sostenible, sería esencial la colaboración con empresas (ellos colaboran con *Leroy Merlin*, *edp* e *IKEA*, entre otras). Su opinión a favor de M2O ha sido especialmente importante.

- **Organizadores y coordinadores del voluntariado:** Se les expuso la idea de M2O y se obtuvo *feedback* objetivo. Se trata de personas muy interesadas en la labor social y en la participación en actividades voluntarias para ayudar a los demás. La mayoría de ellos demostró un gran interés en la solución de M2O y mencionaron que la plataforma es sencilla, visual y funcional. Les gustó que sea tan accesible para todos y con tantas opciones de ayuda; cualquier persona con ganas de ayudar puede encontrar en M2O una manera de hacerlo. Habiendo tratado ellos con personas en riesgo de exclusión social, consideraron que M2O también es una plataforma útil desde el punto de vista de estas personas. Sin embargo, mencionaron la brecha tecnológica característica en algunas de estas personas; pueden no tener un ordenador o un móvil desde el que acceder a la plataforma o encontrar dificultades al usarla. No obstante, una misión de M2O es que la plataforma sea sencilla, con tutoriales que demuestran cómo usarla. Además, se prevé que en el futuro se pueda acceder a la plataforma en distintos puntos, como pantallas en distintos locales, para las personas que no puedan acceder a M2O desde sus hogares. De forma general, los coordinadores mostraron una gran aprobación de la solución de M2O.

- **Voluntarios individuales:** También se expuso la solución de M2O a los voluntarios de *Just a Change*, con quienes hemos trabajado en la renovación de varias casas. Todos han mostrado admiración por la misión de M2O y mucho interés en usarlo en el futuro, así como de ayudar a llevarlo a nuevos horizontes, fuera de España, como Portugal. Son el claro ejemplo de perfil de *helper* y su validación de la solución ha supuesto un gran avance para M2O.

- **Persona con perfil de *needer*:** En el Capítulo de Clientes, se ha listado a dos personas con perfil de *needer*; aquí, se explica la validación que se ha obtenido a través de ellos:

- **Persona 1, Xavier:** Se trata del hombre, padre de familia, que quedó parapléjico a causa de un accidente de camión. Rocío y yo hemos trabajado en la renovación de su casa, que llevaba años descuidada y casi en ruinas, y hemos podido proponerle la idea de M2O y escuchar su opinión; el primer contacto fue difícil, pero se trata de una familia consciente de que necesita ayuda y dispuesta

a escuchar opciones nuevas. A pesar de las condiciones en las que viven, cuentan con un ordenador desde el que podrían acceder a la plataforma. Para no ser unas personas especialmente familiarizadas con las tecnologías, les pareció una página *web* sencilla; además, sus dos hijos podrían ayudarlos a usarla. Desde el accidente, Xavier ha aprendido a hacer cestas de mimbre y las vende para conseguir dinero; le gustó especialmente la funcionalidad de trueque y cree que, en su caso, se podría adaptar para vender sus cestas, por ejemplo. También considera que la funcionalidad de subastas de arte infantil podría orientarse a *needers*, en lugar de solo *helpers*, y usarse para sus cestas, por ejemplo. De forma global, la plataforma de M2O le gustó, tanto a él como a su mujer, y sus opiniones han supuesto una validación de la solución.

- Persona 2, António: Se trata del hombre con dificultad para encontrar empleo que está a cargo del cuidado de su sobrino de 13 años. Ha trabajado como albañil cuando ha podido, pero vive en un pequeño pueblo llamado Cedrim, en el que encontrar este tipo de empleos con frecuencia es difícil. Yo he estado trabajando en la renovación de su casa y he podido comentar con él la idea de M2O y la ayuda que le puede ofrecer. La comunicación ha sido más difícil que con Xavier, principalmente porque Xavier no tiene dificultad hablando castellano y porque António es más reacio a recibir ayuda; de hecho, durante la renovación de su casa, no quería aceptar la ayuda y estuvo a punto de parar la obra varias veces. Sin embargo, se han podido validar con él algunos factores. Por ejemplo, él no cuenta con un ordenador, pero sí con un teléfono móvil, heredado de su hermano, desde el cual podría acceder a la página *web* de M2O. Demostró especial interés en la funcionalidad de formación y empleo.

Todos estos puntos de validación del voluntariado con *Just a Change* para ayudar a personas en riesgo de exclusión social han supuesto la aprobación final del proyecto, la confianza de su funcionamiento en el futuro y una manera de cerrar el mismo finalmente.

Todavía le queda mucho crecimiento a M2O a lo largo del tiempo, pero todas las fuentes de validación suponen la garantía de su funcionamiento correcto y de que la ayuda que se

ofrece es sostenible para las personas a las que se ayuda y para la propia empresa, que se acaba sosteniendo por sí misma.

Capítulo 6. ESTRATEGIA

La solución que ofrece M2O y la validación de la misma suponen un conjunto de actividades funcionales con un impacto positivo garantizado. No obstante, manteniendo como objetivo el *effective altruism* y la Filosofía *Lean Startup*, se trata de que ese impacto positivo sea el mayor posible. Para ello, es necesario tratar un plan de estrategia objetivo, que aporte una validación adicional al proyecto y garantice su correcto funcionamiento.

La manera que M2O pretende usar para ayudar a las personas es ese pequeño empujón que se necesita para dar un siguiente paso. Además, cuanto mayor número de personas se esté ayudando, mejor se estará cumpliendo con la misión de M2O. Por tanto, la filosofía de M2O es ayudar a todos un poquito en lugar de ayudar a poquitos un montón.

6.1 FUENTES DE INGRESO Y SOSTENIBILIDAD

M2O se diferencia del resto de proyectos de emprendimiento en que se trata de uno social. Esto implica que los objetivos, tanto a corto como a largo plazo, son distintos.

El plan de financiación inicial de M2O no es el característico de otras *startups*, una ronda de financiación con altos objetivos. Es, por el contrario, garantizar que las funcionalidades (6 principales + 3 adicionales) quedan totalmente cubiertas. Además, un objetivo es que la plataforma esté en pleno funcionamiento en un corto plazo de tiempo, lo cual reivindica que es necesaria una salida a mercado fácil, sin obstáculos provocados por objetivos económicos no logrados.

Para ello, el objetivo durante los primeros meses es la captación del mayor número de usuarios posible, especialmente colaboradores, como voluntarios individuales u organizaciones, que aporten una veracidad adicional a la *startup* para aumentar la captación de futuros usuarios.

Como fuente de ingreso inicial, se ofrecerá a todas las personas colaboradoras un sello de solidaridad propio de M2O, a cambio de una donación libre de un mínimo de 5€ al mes de los voluntarios individuales y de 50€ al mes de las empresas y organizaciones (esto podrá variar según se pacte con las organizaciones). No se considera adecuado exigir en mayor medida de forma económica, ya que se busca que la experiencia del usuario sea satisfactoria, especialmente al inicio. El sello que reciben a cambio dotará a las entidades y a las personas de un valor especial tal que, a largo plazo, sea solicitado por un gran número de personas. Los beneficios que obtendrá M2O se utilizarán para los gastos iniciales para poner M2O en funcionamiento.

Al inicio de M2O, se trabajará como intermediario entre *helpers* y *needers* para las funcionalidades de donaciones materiales, trueque, formación y empleo. Es decir, simplemente se establecerá el contacto entre ellos según se solicite en la plataforma, pero se dejará en sus manos las acciones como contratación en el empleo o intercambio en el trueque. Para hacer estas actividades sostenibles para M2O, cada vez que un *helper* haga una publicación (nueva donación, formación o empleo), se le solicitará un pago de 2€ para que su publicación sea visible. Para ellos, será algo simbólico que dé validez a las funcionalidades y a la plataforma en sí y, para M2O, será una fuente de ingreso adicional.

A los seis meses de funcionamiento, se cambiará la forma de trabajo de estas funcionalidades y se establecerá una presencia más significativa de M2O en los contactos entre *helpers* y *needers*. En lugar de establecer el mero contacto entre ellos cada vez que solicite una donación, una formación o un empleo, se hará a través de la plataforma. Para las donaciones, el *helper* podrá ver las personas que han solicitado su oferta y la descripción de cada uno de ellos; a través de la plataforma, se seleccionará a la persona que lo va a recibir y se indicarán los pasos para realizar la entrega. El trueque funcionará de la misma manera para los *needers*. Para la formación, se creará una página de funcionamiento parecido. Para el empleo, lo mismo, añadiendo que la forma de pago de los sueldos se implementará en la plataforma de M2O; los *helpers* pagarán a M2O una cantidad y M2O hará llegar a los *needers* el 90%. Este 90% que les llega será el 100% del sueldo pactado al inicio, es decir, los *helpers* pagarán algo adicional a M2O. De todas formas, se mantendrá el pago de 2€ por

publicación. La filosofía de M2O es ofrecer ayuda amortizando los recursos al máximo; por ello, el *middle man* debe ser mínimo para que los *needers* reciban ayuda en mayor medida.

Además, se ofrecerá a las empresas colaboradoras la opción de suscripción a un plan en el que se le garantizará la obtención de un trabajador preparado cada mes y la adquisición de un sello de solidaridad especial, distinto al sello inicial, que las diferenciará notablemente frente a otras empresas; a cambio, se les cobrará el 15% del sueldo del trabajador, en lugar del 10%. Cada año, se incrementará el porcentaje del sueldo que se cobra al empleador en un 0,5% hasta llegar a un 17% total, independientemente del plan que utilice. Para garantizar que el trabajador está preparado, se validará mediante la colaboración de otras empresas, que impartan esa formación que los permite estar preparados o que los evalúen.

El mismo sello especial se podrá obtener de forma independiente; los voluntarios individuales, con una donación libre de un mínimo de 10€ al mes, y, las empresas y organizaciones, con un mínimo de 100€ al mes.

Desde el inicio de la funcionalidad de *crowdfunding*, M2O conservará el 5% del dinero recaudado para gastos propios como los gastos de transferencias bancarias, la obtención de nuevos recursos, gastos fijos de la empresa, etc. La mayoría de ONG conservan entre un 14% y un 25% de sus ingresos para sus propios gastos de mantenimiento, lo cual es indicador de que un 5% no supondrá una cifra desmedida frente a otras organizaciones con misiones parecidas a M2O.

Además de las principales funcionalidades que tiene M2O, se cuenta con tres adicionales orientadas a los *helpers*. Estas son la venta de productos de M2O (sudaderas, camisetas y pulseras), la compra/venta de libros solidarios y la subasta de arte infantil. El beneficio obtenido de la venta de productos de M2O será totalmente reinvertido en los gastos de la empresa. La mitad del beneficio de la venta de cada libro será también reinvertida en M2O; lo que sucede con la otra mitad lo decidirá la persona que ha vendido el libro (lo reinvierte en M2O o lo retira). Los beneficios obtenidos con la subasta de arte infantil serán totalmente reinvertidos en M2O.

De forma adicional y como estrategia de marketing, se propondrá continuamente a los *helpers* la posibilidad de donar dinero a M2O para colaborar en su correcto funcionamiento y despegue. En distintos puntos de la página web, se ofrecerá esta posibilidad.

Con estos métodos, se mantiene activo el plan de fuentes de ingreso y sostenibilidad, con ingresos progresivos que garantizarán el sustentamiento de M2O por sí sola.

La siguiente tabla resume las fuentes de ingreso mencionadas durante los seis primeros meses:

	Voluntarios individuales	Empresas y organizaciones
Sello de M2O	+5€/mes	+50€/mes
Funcionalidad de donaciones materiales	2€/publicación	2€/publicación
Funcionalidad de formación	2€/publicación	2€/publicación
Funcionalidad de empleo	2€/publicación	2€/publicación
<i>Crowdfunding</i>	5% del dinero recaudado	5% del dinero recaudado
Venta de productos de M2O	Total de los beneficios	Total de los beneficios
Compra/venta de libros	+50% de los beneficios	+50% de los beneficios
Subasta de arte infantil	Total de los beneficios	Total de los beneficios
Donaciones adicionales	Libre	Libre

Tabla 3: Fuentes de ingreso de M2O durante los seis primeros meses

La siguiente tabla resume las fuentes de ingreso mencionadas tras los seis primeros meses:

	Voluntarios individuales	Empresas y organizaciones
Sello de M2O	+5€/mes	+50€/mes
Sello especial de M2O	+10€/mes	+100€/mes
Funcionalidad de donaciones materiales	2€/publicación	2€/publicación
Funcionalidad de formación	2€/publicación	2€/publicación
Funcionalidad de empleo	2€/publicación + 10% del sueldo	2€/publicación + 10% del sueldo
Suscripción especial para la funcionalidad de empleo	15% del sueldo (+0,5% al año hasta llegar a 17%)	15% del sueldo (+0,5% al año hasta llegar a 17%)
<i>Crowdfunding</i>	5% del dinero recaudado	5% del dinero recaudado
Venta de productos de M2O	Total de los beneficios	Total de los beneficios
Compra/venta de libros	+50% de los beneficios	+50% de los beneficios
Subasta de arte infantil	Total de los beneficios	Total de los beneficios
Donaciones adicionales	Libre	Libre

Tabla 4: Fuentes de ingreso de M2O tras los seis primeros meses

Más adelante, en las proyecciones financieras, se detallan los gastos que M2O necesita cubrir. Durante los primeros meses, estos son de alrededor de 583,29€ al mes y 6999,46€ al año. Tras los primeros seis meses, estos son de 659,29€ al mes y 7911,46€ al año. Se prevé que, con las fuentes de ingreso mencionadas y con la primera ayuda que salga de nuestros bolsillos, estos gastos se cubran con facilidad.

6.2 PLAN DE CAPTACIÓN DE CLIENTES

El plan de captación de clientes describe cómo se pretende adquirir usuarios de la plataforma en el inicio y cómo conseguir que continúen usando M2O a largo plazo.

Para ello, se han mantenido muy presentes en el diseño del producto, la página web, los cuatros valores y principios de M2O, mencionados anteriormente. Estos son: transparencia, solidaridad, *effective altruism* y Filosofía *Lean Startup*.

La transparencia juega un papel muy importante en la captación de clientes. Desde el punto de vista del *needer*, el que necesita ayuda, se ha considerado necesario que M2O les transmita confianza y les inspire para salir de su situación. También es cierto que el desgaste emocional es un factor importante y que muchas de estas personas no se encuentran en su mejor estado en este aspecto, lo que provoca que M2O necesite ser una fuerte fuente de inspiración con la que se encuentren cómodos. En cuanto a la transparencia, estas personas deben sentir que son conscientes de todas las acciones de M2O y que confían en los resultados que se garantizan. Desde el punto de vista del *helper*, es esencial que los usuarios conozcan en qué se está empleando cada porcentaje de la ayuda que prestan, económica o no. Para ello, se detalla en cada proceso los pasos que siguen las funcionalidades desde su inicio hasta que la ayuda es aprovechada.

La solidaridad es el gran pilar de este proyecto y se trata de fomentarlo entre todas las personas, de todas las edades, bien de forma individual, bien en empresas. Se ofrecen funcionalidades en las que hasta los niños de 3 años pueden participar (subastas de arte infantil). Por tanto, se fomenta un ambiente solidario en distintos campos. Además del interés de altruismo que tengan las personas que participen, se les ofrece el sello de solidaridad de M2O que los dota de valor de cara al público.

El *effective altruism* ofrece algo innovador frente a proyectos con el mismo objetivo que M2O, ya que busca mejoras que perduren a largo plazo, en lugar de ayudas puntuales que solo supongan salir delante en una situación concreta. Esto provocará que la estancia de los

clientes deba ser mayor a lo habitual en otras organizaciones, para completar los procesos que garantizarán una ayuda en la reinserción en la sociedad.

La Filosofía *Lean Startup* promueve una combinación de experimentación impulsada por hipótesis para medir el progreso, lanzamiento de productos iterativos para ganar valiosa retroalimentación de los clientes y aprendizaje validado para medir cuánto se ha aprendido. Este es exactamente el método que se sigue con M2O. La retroalimentación de los clientes es de extrema importancia y, que ellos sientan que su opinión juega un papel importante en el desarrollo del proyecto, también ayuda en su captación.

El plan de captación de clientes se ha desarrollado manteniendo estos cuatro principios en mente. A continuación, se describe el plan de captación de los primeros 10, 100 y 1000 clientes.

6.2.1. Plan de captación de los primeros 10 clientes

Como se ha explicado anteriormente el público objetivo al que se pretende llegar en el despegue de M2O es el del carácter de *helper*, es decir, las personas que quieren ayudar. Se ha observado que el sentimiento de querer ayudar y aportar algo positivo a la sociedad ha incrementado notablemente entre las personas desde el inicio de la pandemia. Esta nos ha trasladado a una nueva realidad y ha demostrado la importancia de la humanidad en las personas.

Por tanto, se considera que es el momento perfecto para comenzar a captar este tipo de clientes.

Se ha establecido contacto con Cáritas y Bokatas y se les ha propuesto la idea de colaborar. Han accedido, puesto que se trata de un entorno en el que la colaboración entre organizaciones es más productiva que la competencia entre estas. Ambas han accedido a ofrecer veracidad a los futuros clientes de M2O para que estos accedan a usar la transforma, al ver que dos organizaciones fiables la respaldan.

Por tanto, las primeras dos entidades colaboradoras serán Cáritas y Bokatas. Ellos mismos nos han comunicado que se ven en la necesidad a rechazar a personas que quieren ayudar con su misión porque tienen demasiadas solicitudes. Esto es un grave indicador para M2O; se trata una gran cantidad de posibles usuarios de la plataforma, que sabemos fehacientemente que desean ayudar. Es por ello, por lo que estas dos organizaciones enviarán a estas personas a las que tienen que rechazar a M2O, para que sean sus primeros usuarios, validar el funcionamiento de la plataforma y captar así los primeros 10 clientes de M2O.

Estos primeros clientes, que se prevé que sean especialmente de carácter *helper*, podrán comenzar a familiarizarse con las funcionalidades de la plataforma y participar en las que ya tengan información de *needers*, como la de *crowdfunding* y la de donaciones materiales.

6.2.2. Plan de captación de los primeros 100 clientes

De los usuarios que lleguen a M2O, se espera captar a más de 10 clientes. Por tanto, también estarán incluidos en los primeros 100 clientes.

Será de vital importancia que estos usuarios tengan una excelente experiencia con la página web de M2O, para que atraigan a nuevos clientes del mismo tipo, a través del boca a boca.

De forma adicional, se hará uso de las redes sociales para atraer a más personas y dar a conocer M2O.

Además, entre los primeros 100 clientes, se centrará más la atención en los *needers*, los que necesitan ayuda. También se contará con la ayuda y el respaldo de las organizaciones colaboradoras, que para entonces se espera que sean más. Serán ellas quien valorarán los usuarios con los que ellas mismas tratan, para determinar quiénes necesitan más ayuda de las que ellas ofrecen, y enviarlos a M2O, para comenzar a utilizar sus funcionalidades. En una reunión con Bokatas, se nos comunicó que esto sería posible y que ellos colaborarían de esa manera con M2O; nos dijeron que, por ejemplo, contaban con una persona que en otro

momento había necesitado una silla de ruedas nueva y habría sido muy útil poder realizar una campaña de *crowdfunding* para comprársela. Esto validó una vez más la idea, así como el plan de captación de clientes.

De esta manera, se prevé alcanzar los primeros 100 clientes en los primeros seis meses/un año y así contar ya con un equilibrio entre número de *helpers* y de *needers*.

6.2.3. Plan de captación de los primeros 1000 clientes

Tras captar los primeros 100 clientes, se plantea el plan de captación de los primeros 1000 clientes.

Para entonces, se colaborará con un mayor número de organizaciones. Estas mandarán a M2O a las personas a las que no tienen recursos para ayudar y a todas las que consideren que encajan con la misión de M2O. También se producirá el boca a boca entre personas con perfil de *needer* y, en los siguientes meses, se irán uniendo a M2O. Para ello, se ha tratado de hacer la plataforma muy funcional y sencilla, que demuestre lo factible que es observar resultados positivos con el uso de las funcionalidades. También se ha puesto especial esmero en que la plataforma transmita la filosofía de M2O y lo que las creadoras sentimos al llevar a cabo este proyecto; queremos que se vean reflejados nuestros valores en todas las funcionalidades y que sientan que esto no es solo un recurso, sino un apoyo moral y un recordatorio de que van a salir de esta situación. Se ha mantenido en mente siempre el factor del desgaste mental y emocional con el que estas personas pueden contar.

Además, en muchos lugares públicos, como hospitales, existen tableros de anuncios en los que las personas que necesitan ayuda cuelgan sus historias para recaudar dinero. Las siguientes imágenes muestran una de las *Hojas de Caridad* de Cáritas colgada en un tablón en el Hospital Ramón y Cajal que, como se observa, se encuentra en un formato muy anticuado y se podría digitalizar a través de la funcionalidad de *crowdfunding* de M2O:

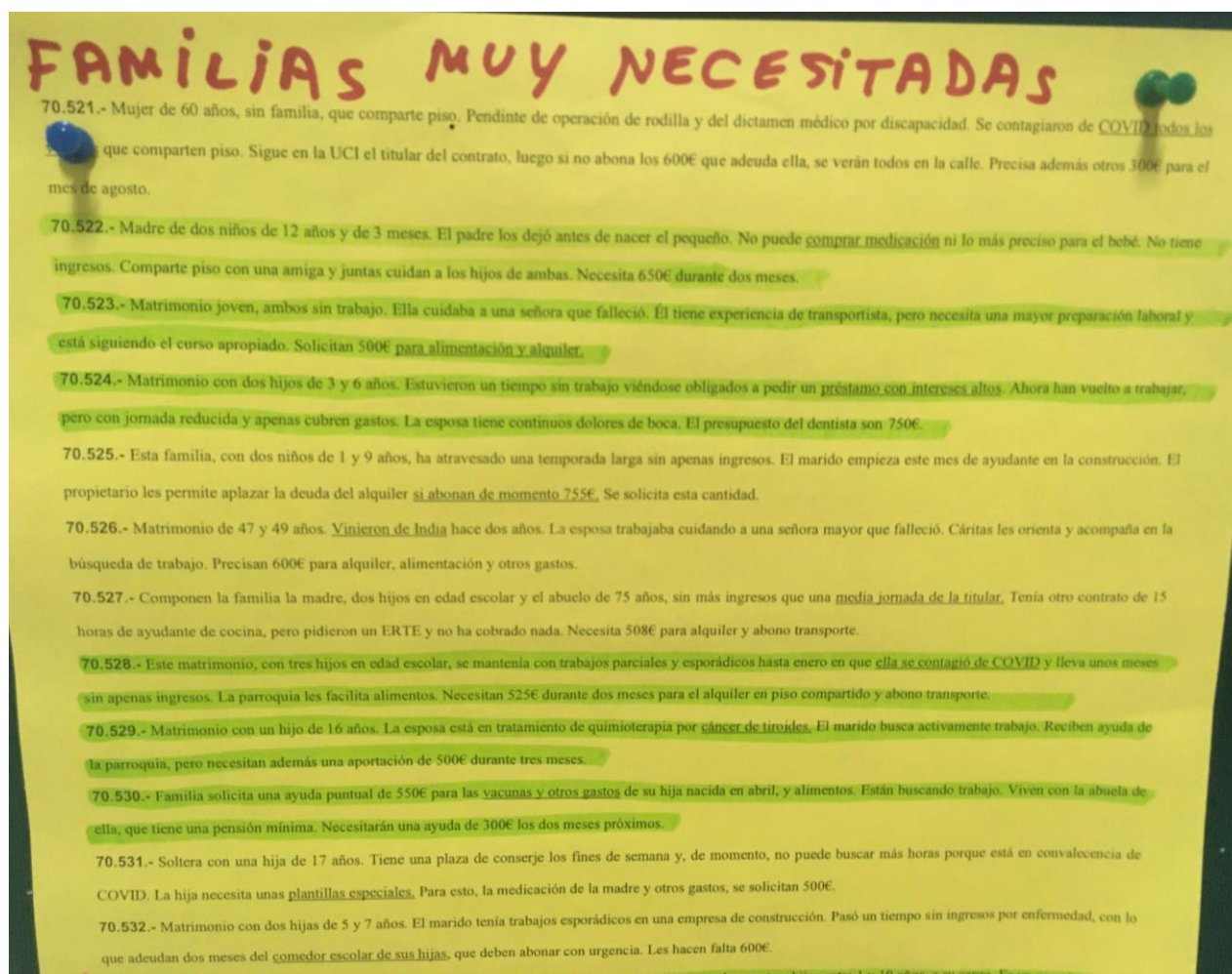


Figura 11: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal

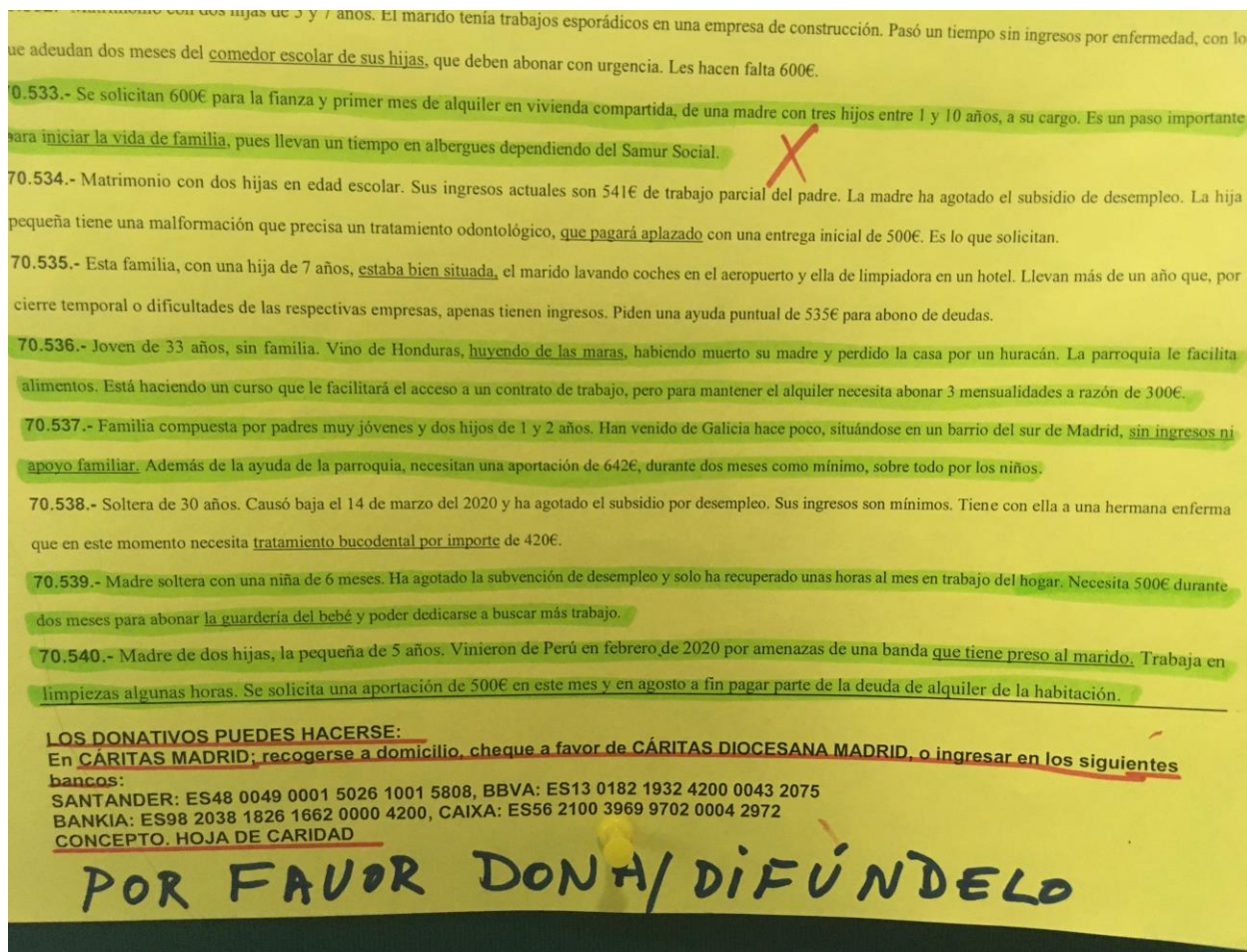


Figura 12: Hoja de Caridad publicada por Cáritas en el Hospital Ramón y Cajal

Se puede ver que se trata de 20 historias que necesitan ayuda e imaginar el elevado número adicional que hay y no se refleja en la lista.

Se muestra en la siguiente imagen un ejemplo, también obtenido del Hospital Ramón y Cajal, de cómo se podrían obtener clientes para otras funcionalidades, como la de trueque o de nuevo *crowdfunding*:



Figura 13: Ejemplo de venta a incluir en M2O, publicada en el Hospital Ramón y Cajal

Los ejemplos mostrados son solo dos de la elevada cantidad que hay solo en Madrid y por tanto la grandísima cantidad que hay en España en la actualidad. Sirven por tanto como validación adicional para la misión de M2O.

Con todos estos métodos, se obtendrían clientes desde distintas fuentes hasta alcanzar la meta de los primeros 1000 clientes, en los dos primeros años de M2O.

6.3 PLAN DE RETENCIÓN DE CLIENTES

Como se ha explicado en el plan de captación, los procesos de ayuda que ofrece M2O a las personas son a largo plazo. Esto significa que no tendría sentido que dejaran un proceso del que están obteniendo ayuda a medias, pues implicaría que la efectividad de dicha ayuda se perdería, salvo que desde el inicio estuviera demostrando no funcionar. En ese caso, habría que investigar el caso concreto y la razón de su ineficacia.

Sin embargo, se debe prestar atención a lo que ocurre cuando los *needers* completan un proceso, como puede ser conseguir un empleo a través de la plataforma de M2O. En este caso, si el empleo conseguido supone su reinserción en el mercado laboral o al menos no seguir en la situación tan crítica de riesgo de exclusión social, se podría dar que el usuario decidiera marcharse y darse de baja de la plataforma. De todas formas, esto es realmente improbable, ya que se considera que la ayuda siempre es bienvenida. Para prevenirlo, igualmente, se ha diseñado M2O de tal forma que el usuario no desee marcharse. Se ofrecen muchas funcionalidades de las que se puede disfrutar libremente y se ha hecho hincapié en mantener el valor humano y sentimental en las distintas páginas de la web. Además, con cada contacto que se establece, el contacto se mantiene. Una vez que un *helper* ayuda a un *needer* de forma directa a través de la plataforma y se establece un contacto entre ellos, este se puede mantener y el *helper* puede ser la trayectoria de la otra persona desde entonces. Del mismo modo, se establecen contactos entre *needers* que utilicen la plataforma de trueque, por ejemplo, y también se mantiene a largo plazo. M2O, por tanto, se trata también de una plataforma de conexión con personas en la que se fomenta la humanidad y la cercanía entre personas de todo tipo. Ese es el valor que encontrarán los usuarios en la plataforma, además de toda la ayuda fácilmente accesible, que asegurará su estancia durante un largo periodo de tiempo.

Para la retención de los clientes de carácter de *helper*, se cuenta con el sello de solidaridad mencionado, así como el sello especial asequible al cabo de los seis meses de funcionamiento de M2O. Esto dota a las personas y empresas de valor ante el público, al implicar su participación en labor social. Adicionalmente, se hará un fuerte hincapié en la

concienciación de la situación, desde el inicio de M2O. Se hará saber a los *helpers* la importancia de su presencia en la plataforma, así como el impacto que pueden tener en los *needers* y el impacto real que ya hayan tenido en ellos. Este valor humano promoverá la retención de estos usuarios.

De forma adicional, a los seis meses, la plataforma elaborará, como se ha mencionado al principio del capítulo. Las gestiones de todas las funcionalidades se harán a través de la página web y no de forma externa. De esta forma, las actividades que hayan completado las personas quedarán reflejadas en su perfil y serán visibles para el resto de los usuarios registrados. Esto implica muchos factores positivos, como por ejemplo, el crecimiento del CV de los *needers*. Se prevé que deseen seguir completando su perfil y disfrutando de todas las funcionalidades. Además, cuantas más actividades de M2O listadas en su perfil, mejores oportunidades se les ofrecerá, al contar con una validación de su perfil. De esta manera, se mantiene activo el plan de retención de clientes.

Capítulo 7. RECURSOS CLAVE

7.1 RECURSOS EMPRESARIALES

Los recursos empresariales utilizados han sido varios.

En primer lugar, se han mantenido como esenciales los cuatro principios de M2O (transparencia, solidaridad, *effective altruism* y Filosofía *Lean Startup*) en todos los procesos de carácter empresarial. El cuarto juega un papel importante de carácter empresarial, ya que se ha buscado la salida al mercado más rápida posible, con procesos acortados y, muchos de ellos, automatizados. Esta metodología promueve la experimentación impulsada por hipótesis para medir el progreso, lanzamiento de productos iterativos para ganar valiosa retroalimentación de los clientes y aprendizaje validado para medir cuánto se ha aprendido.

Además, se ha utilizado la herramienta del *Concurso Comillas Emprende* llamada Panel *Goldsmith*, una hoja de ruta que permite a los emprendedores trabajar de forma óptima, parándose después de cada avance para plantearse una serie de preguntas que promueven la mejora de estos. De los seis niveles característicos de este panel (investigación, viabilidad, desarrollo, introducción, crecimiento y madurez), se han utilizado los tres primeros, previos a la salida al mercado del producto. Además, dentro de cada nivel se encuentran tres categorías diferentes: tecnología/producto, mercado y negocio.

7.2 RECURSOS TECNOLÓGICOS

El principal recurso tecnológico utilizado ha sido *Bubble*, una plataforma que permite la creación desde cero de páginas web sin necesidad de programar, es decir, que permite crear aplicaciones *no-code*. Para una primera versión de la plataforma, se utilizó la herramienta de diseño *MarvelApp*, para posteriormente implementarla de forma real en *Bubble*. Una vez definida la apariencia de la página web, se ha procedido a desarrollarla. Se trata de una herramienta que permite implementar funcionalidades diversas con el diseño que se desee,

así como crear redirecciones que conecten las distintas páginas, almacenar datos, crear *plugins* (aplicaciones que se relacionan con otras para agregar funciones nuevas) y analizar *logs* (grabación secuencial de archivos de los acontecimientos en la plataforma). Dicha plataforma implementa todas las funcionalidades enfocadas en cinco áreas distintas para atacar el problema de la exclusión social desde cinco pilares básicos, como son el crowdfunding, las donaciones materiales y los sistemas de trueque, formación, ofertas de empleo e información de las ayudas existentes. Además, las personas que quieran ayudar podrán hacerlo a través de tres funcionalidades adicionales, mediante la compra de productos, mediante la compra y venta solidaria de libros usados y mediante la subasta de arte infantil.

Para la funcionalidad de *crowdfunding* se han utilizado los recursos de *Bubble* de creación de formularios y publicación de información.

Para las funcionalidades de donaciones materiales, trueque, formación y empleo, se ha utilizado el recurso de *Bubble* conocido como *repeating group*, que permite crear listas y añadir elementos de forma automática. Para ello, se rellena un formulario con los campos que después se muestran en las filas de dichas listas.

De forma adicional, una función importante que se ha dado a *Bubble*, es la automatización de procesos. Esto significa, que muchos procesos, especialmente los de intercambio de datos, se han diseñado para realizarse de forma automática.

Dentro de los recursos tecnológicos, cabe mencionar de nuevo el Panel *Goldsmith* del *Concurso Comillas Emprende* y otras herramientas de este. Se trata de una página web dedicada únicamente a este concurso, que ofrece a los emprendedores recursos como *webinars*, documentación y traqueo del proyecto.

Además, un factor esencial en el desarrollo ha sido el contacto con distintas personas y organizaciones nombradas a lo largo de la memoria, como Cáritas, Bokatas, Nomads.ai o miembros pertenecientes al *Concurso Comillas Emprende*, como el mentor de M2O. Las videollamadas han formado parte del día a día, especialmente en el proceso inicial de

investigación y en el de validación de ideas. Se han utilizado plataformas como *Google Meet*, *Skype* y *Microsoft Teams*.

Por otro lado, se han realizado *Demo Days* con Pablo, el director de este TFG, y el resto de los alumnos a los que dirige, cada dos semanas. De esta manera, se ha mantenido un contacto constante con personas que también han estado trabajando en el emprendimiento, a través de videollamadas.

Por último, se han llevado a cabo encuestas mediante la herramienta de *Google Forms*.

7.3 RECURSOS HUMANOS

La *startup* se encuentra en su fase inicial y, por tanto, solo hay dos personas detrás de todo el diseño y funcionamiento de M2O. Estas personas somos Rocío Giner Conde y yo, Lucía Gómez del Río.

Con el plan de crecimiento de M2O, se prevé aumentar la plantilla, con personas con un fuerte interés por las actividades solidarias, que trabajen en las distintas funcionalidades.

La siguiente tabla muestra la plantilla actual:

Figuras	Identificación
Cofundadora y CEO	Lucía Gómez del Río
Cofundadora y COO	Rocío Giner Conde

Tabla 5: Plantilla actual de M2O

7.4 COSTE DE LOS RECURSOS

Bubble ofrece distintos planes de suscripción. La plataforma de M2O se acoge al plan *Personal*, de 25\$ al mes, que es el que ofrece una *API*, necesaria para el uso de los mapas que se pueden encontrar en las distintas funcionalidades, el dominio personalizado y soporte por correo electrónico. Con el cambio de moneda actual, el coste sería de 22€ al mes.

Al tratarse de una empresa autónoma, sería necesario pagar la cuota de autónomo. Se cuenta con pagar la mínima, que en 2021 es de 289€ al año.

Al comienzo, también hay que registrar la empresa. El coste de esto es de 118€ si se realiza de forma telemática.

Por tanto, el coste de los recursos al inicio es de 671€ en el primer año, que supone 56€ al mes. La siguiente tabla lo muestra:

	Mensual	Anual
Bubble	22€	264€
Tasa de autónomo	24€	289€
Registro	10€*	118€*
TOTAL	56€	671€

Tabla 6: Coste de los recursos

(*) El registro solo se paga una vez, al inicio.

7.5 PREVISIÓN DE CAMBIOS DE RECURSOS

Se ha considerado que el plan de *Bubble* al que mejor se adapta M2O en su despegue es el personal. Sin embargo, con la captación de nuevos clientes y el crecimiento de la plataforma, se considera que puede ser necesario subir al plan Professional, que ofrece una mayor capacidad y 10Gb de espacio para archivos, que cuesta 115€ al mes. Esto supone un notable cambio en los recursos tecnológicos.

Se prevé que los recursos humanos cambien a corto plazo, incorporando nuevas figuras. En primer lugar, en los primeros meses, se buscará a una figura adicional que se encargue de administrar los correos electrónicos automáticos que se envían cuando hay un nuevo movimiento en las funcionalidades. Actualmente, las dos creadoras nos encargamos de ello y consideramos que sería positivo delegarlo en otra persona para poder dedicarnos de lleno a las tareas administrativas y de contacto directo con personas y organizaciones de forma ajena a la plataforma. Más adelante, se planea contratar a más personas para que cada una se

encargue de una funcionalidad principal, pero con el volumen de clientes que se calcula, las dos creadoras y la nueva persona que consideran suficiente personal para encargarse de ellas.

La siguiente tabla muestra la previsión de plantilla de M2O en los primeros seis meses:

Figuras	Identificación
Cofundadora y CEO	Lucía Gómez del Río
Cofundadora y COO	Rocío Giner Conde
Administrador de correos automáticos	Persona voluntaria

Tabla 7: Previsión de la plantilla de M2O en los primeros seis meses

La siguiente tabla muestra la previsión de plantilla de M2O a largo plazo (a partir de los dos años de vida de M2O):

Figuras	Identificación
Cofundadora y CEO	Lucía Gómez del Río
Cofundadora y COO	Rocío Giner Conde
CMO	Persona voluntaria
CIO, CTO y CCO	Persona voluntaria
CFO	Persona voluntaria
Floating volunteers	Personas voluntarias

Tabla 8: Previsión de la plantilla de M2O a largo plazo

Los puestos que se crearían son los siguientes: *Chief Marketing Officer (CMO)*, *Chief Information Officer (CIO)*, *Chief Technology Officer (CTO)*, *Chief Communications Officer (CCO)*, *Chief Financial Officer (CFO)* y *floating volunteers*, que se encargarían de tareas puntuales no determinadas.

7.6 COSTES PREVISIBLES

Con el cambio de plan de *Bubble* de *Personal* a *Professional*, el coste supondría 98€ al mes.

Se mantendría la cuota de autónomo de 289€ al año, salvo que la capacidad requerida de M2O creciera notablemente. Entonces, habría que calcular la nueva cuota de autónomo.

Las dos creadoras no tenemos beneficio propio a través de M2O, pues se trata de una organización que presta toda la ayuda posible y con la que se busca optimizar los recursos al máximo. Cada céntimo se puede utilizar en una buena causa en la plataforma. Es por ello, por lo que la persona a la que se delegaría la tarea de la gestión de los correos lo haría de forma voluntaria. Para dar con ella, de hecho, se seleccionaría de entre los *helpers* de la plataforma, buscando a una persona comprometida y con especial interés en el funcionamiento de M2O. Es por ello por lo que no supondría un coste adicional a tener en cuenta.

Por tanto, los costes de los recursos pasarían a ser 1465€ al año, 122€ al mes.

La siguiente tabla muestra los costes previsibles que pasarían a tener los recursos según la evolución y la capacidad requerida de M2O:

	Mensual	Anual
<i>Bubble</i>	98€	1176€
Tasa de autónomo	24€	289€
TOTAL	122€	1465€

Tabla 9: Coste previsible de los recursos

Capítulo 8. PROYECCIONES FINANCIERAS

Una vez calculado el coste de los recursos y la previsión de variación de los mismos y habiendo ideado la estrategia de captación y retención de clientes, se pasa a desarrollar las proyecciones financieras de M2O. De esta manera, se podrá obtener una visión global más realista del funcionamiento de la *startup* en sus primeros cinco años de vida.

8.1 PREVISIÓN DE VARIACIÓN DE BASE DE CLIENTES

El tamaño de mercado para los *needers* es de 12.251.340 personas, que es el número aproximado de personas que se encuentran en riesgo de exclusión social, como se ha indicado en el capítulo en el que se desarrollan los clientes de M2O. Este es un número excesivamente alto para la capacidad de despegue de M2O y para el plan de captación de clientes que se ha elaborado para los dos primeros años.

En las primeras semanas/primeros meses desde su lanzamiento, que se plantea para agosto/septiembre de 2021, se captarán los primeros 10 clientes con el plan que se ha elaborado.

El comienzo de la captación de los siguientes 100 clientes coincidirá con la publicación de todas las funcionalidades de la plataforma y se planea haberlos captado en los primeros seis meses/primer año. De ellos, se obtendrá *feedback* valioso que permitirá mejorar las funcionalidades y agilizar la captura de mayor número de clientes.

Durante los próximos dos años se plantea la captación de los siguientes 1000 clientes. Se trata de un planteamiento objetivo y se espera, de hecho, que el número de clientes sea mayor, provocado por el boca a boca y el fruto de las funcionalidades comprobado por los primeros clientes. M2O es una plataforma que ofrece un servicio muy positivo a todas las personas y es por ello por lo que se considera realista una gran adquisición de clientes.

8.2 PREVISIÓN DE VARIACIÓN DE COSTES

La previsión de variación de costes de los recursos se ha detallado en el Capítulo 7. Los costes de los recursos son los siguientes:

	Mensual	Anual
<i>Bubble</i>	22€	264€
Tasa de autónomo	24€	289€
Registro	10€	118€*
TOTAL	56€	671€

Tabla 10: Coste de los recursos

	Mensual	Anual
<i>Bubble</i>	98€	1176€
Tasa de autónomo	24€	289€
TOTAL	122€	1465€

Tabla 11: Coste previsible de los recursos

(*) El registro solo se paga una vez, al inicio.

A esta previsión hay que añadirle el resto de los costes de M2O.

En primer lugar, se analiza el coste de realizar campañas presenciales en las que se convocan marchas para concienciar a la sociedad sobre la situación y dar a conocer M2O. Se tratan de eventos en público del mismo carácter que las manifestaciones, las cuales no tienen ningún coste. Por tanto, los costes serían los del material informativo que se utilice, como pancartas y folletos. El coste de imprimir *posters* para las pancartas en *HelloPrint* es de 105,99€. El coste de imprimir 4000 folletos en *360Imprimir* es de 14,99€. Se calcula que los 4000 folletos cubrirían dos reuniones en un año. Por tanto, el coste de realizar dos campañas anuales es de 120,98€ al año.

La funcionalidad de *crowdfunding* no supondrá ningún coste adicional. En el caso de no publicar en M2O la campaña, sino apoyarse en una plataforma adicional, como *GoFundMe*,

que cobra una comisión del 2,9% + 0,25€ por donativo, se añadirá a la cantidad a recaudar la cantidad esperada a pagar a la plataforma. De esta forma, las campañas no supondrán costes adicionales y serán más productivas y ágiles.

Del mismo modo, las funcionalidades de donaciones materiales, trueque, formación, empleo e información sobre las ayudas existentes, no supondrán gastos adicionales.

A continuación, se analiza el coste de las tres funcionalidades orientas únicamente a los *helpers*:

- La venta de productos de M2O: comprar 220 sudaderas (50 talla S, 100 talla M y 70 talla L) en *Créalo* tiene un coste de 2390,48€. Comprar 500 camisetas personalizadas en *Camaloon* tiene un coste de 7,41€ por camiseta, es decir, 3705€ en total anualmente. Comprar 1000 pulseras de tela en Regalos Publicitarios tiene un coste unitario de 0,23€, es decir, 230€.
- La compra y venta de libros no supone un coste adicional.
- La subasta de arte infantil tampoco supone un coste adicional.

La siguiente tabla recoge la variación de costes previsible en los primeros seis meses de M2O:

	Mensual	Anual
<i>Bubble</i>	22€	264€
Tasa de autónomo	24€	289€
Campañas	10,1€	120,98€
Sudaderas	199,21€	2390,48€
Camisetas	308,75€	3705€
Pulseras	19,17€	230€
TOTAL	583,29€	6999,46€

Tabla 12: Coste previsible en los primeros seis meses de M2O

La siguiente tabla recoge la variación de costes previsible en los siguientes seis meses:

	Mensual	Anual
<i>Bubble</i>	98€	1176€
Tasa de autónomo	24€	289€
Campañas	10,1€	120,98€
Sudaderas	199,21€	2390,48€
Camisetas	308,75€	3705€
Pulseras	19,17€	230€
TOTAL	659,29€	7911,46€

Tabla 13: Coste previsible en los siguientes seis meses de M2O

8.3 PREVISIÓN DE VARIACIÓN DE INGRESOS

La siguiente tabla, mostrada también en el capítulo de estrategia, muestra las fuentes de ingreso principales de M2O:

	Voluntarios individuales	Empresas y organizaciones
Sello de M2O	+5€/mes	+50€/mes
Sello especial de M2O	+10€/mes	+100€/mes
Funcionalidad de donaciones materiales	2€/publicación	2€/publicación
Funcionalidad de formación	2€/publicación	2€/publicación
Funcionalidad de empleo	2€/publicación + 10% del sueldo	2€/publicación + 10% del sueldo
Suscripción especial para la funcionalidad de empleo	15% del sueldo (+0,5% al año hasta llegar a 17%)	15% del sueldo (+0,5% al año hasta llegar a 17%)
<i>Crowdfunding</i>	5% del dinero recaudado	5% del dinero recaudado
Venta de productos de M2O	Total de los beneficios	Total de los beneficios
Compra/venta de libros	+50% de los beneficios	+50% de los beneficios
Subasta de arte infantil	Total de los beneficios	Total de los beneficios
Donaciones adicionales	Libre	Libre

Tabla 14: Fuentes de ingreso de M2O tras los seis primeros meses

Pertenece a un plan en el que el objetivo es mantener M2O en funcionamiento y cubrir todas sus necesidades, así como garantizar un ahorro que, en el peor de los casos, mantendría a M2O en funcionamiento durante unos meses. Las distintas fuentes de ingreso dependen del número de usuarios de cada funcionalidad. Además, las nuevas fuentes de ingreso irán surgiendo de forma acorde a la acogida que tenga M2O y la evolución que tengan las distintas funcionalidades.

Por ejemplo, al inicio, acorde con el plan de los primeros 10 clientes, se prevé obtener lo siguiente:

- Sello de solidaridad: 5€/mes de 8 personas y 50€/mes de 2 organizaciones. Esto supone 140€/mes.
- Funcionalidad de donaciones materiales: dos publicaciones en un mes, que suponen 4€.
- Funcionalidad de formación: una publicación en un mes, que supone 2€.
- Funcionalidad de empleo: una publicación en un mes, que supone 2€.
- Crowdfunding: una campaña de recaudación de 100€, lo que supone 5€.
- Venta de productos de M2O: para esto, no es necesario ser usuario registrado de M2O. Se ha propuesto la idea a numerosas personas y muchas estarían dispuestas a comprar nuestros productos. Contamos con la venta mínima de 5 sudaderas, 10 camisetas y 20 pulseras en el primer mes. Una sudadera cuesta 50€, una camiseta, 30€, y, una pulsera, 5€. Esto supone un ingreso de 650€ en el primer mes.

El total obtenido en el primer mes sería de unos 803€, lo cual cubre de sobra los gastos esperados. Lo mismo sucedería en los siguientes meses, puesto que la previsión de aumento de clientes supondría un crecimiento en los ingresos y que el primer mes, tras el lanzamiento de M2O, es el más crítico y determinante sobre lo que le espera en el futuro.

8.4 HIPÓTESIS PARA EL ANÁLISIS

La hipótesis que se ha tomado para realizar la previsión de variación de base de clientes y de variación de costes y de ingresos ha sido que M2O reciba una gran acogida de la plataforma entre los primeros usuarios, así como que se alcance sin dificultad la meta de 1000 clientes en los primeros dos años. Se considera también que las pequeñas comisiones que se cobran a los *helpers* en algunas de las funcionalidades, explicadas en el apartado de monetización, son totalmente asumibles y de poca importancia frente a su interés en ayudar a otras personas a través de M2O.

8.5 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Con el análisis de ingresos que se ha hecho en la primera página, se obtendría 803€ en el primer mes, frente a 583,29€ de gasto. Esta última cifra incluye, productos de M2O que no se han vendido (215 sudaderas, 490 camisetas y 980 pulseras), por lo que, además, se contaría con existencias a vender en el futuro.

Por tanto, se contaría con un ahorro de 219,71€ en el primer mes. El ahorro mensual aumentaría cada mes, al prever un aumento en los ingresos frente a un gasto estable. Sin embargo, considerando que los ingresos permanecieran estables, un ahorro mensual de 219,71€ cubriría el 37,67% de los gastos de un mes; el ahorro de 3 meses cubriría el 113% de los gastos de un mes. Por tanto, 3 meses garantizarían la sostenibilidad de M2O durante más de un mes, considerando los ingresos estables. Como se prevé un aumento mensual de los ingresos, se espera que esta cifra mejore de manera progresiva notablemente. Adicionalmente, se ha calculado el ingreso mínimo inicial que se prevé para M2O, pero este puede ser especialmente mayor, según la acogida que tenga M2O.

Además, según se cumpla la previsión de ingresos y el plan de captación de clientes, así como varíen las necesidades de la plataforma en *Bubble*, se pasará al plan *Professional* de este.

Capítulo 9. SALIDA AL MERCADO

La salida al mercado se hará de forma progresiva. Como se ha explicado anteriormente, se comenzará con alrededor de diez clientes, dos de los cuales serán propias organizaciones colaboradoras. Ellas validarán la plataforma, tras haber validado las propuestas de valor, y nos derivarán a *helpers*, que serán personas que han trabajado de forma voluntaria o han querido hacerlo en el pasado. Estos serán los primeros en probar la plataforma y familiarizarse con ella. Se valorará enormemente su *feedback* y de este dependerá su salida al mercado para ser usado por mayor número de clientes. Se calcula que, en los primeros meses desde el inicio, dicha salida al mercado podrá ser posible y se comenzará con una plataforma mejorada por la experiencia del usuario.

Por tanto, la salida al mercado se producirá durante la captación de los 100 o los 1000 primeros clientes.

El primer paso, previo a la propia salida, será informar a las personas a través de las redes sociales y del boca a boca. Se comenzará a promover la idea y se hará correr la voz sobre la plataforma de M2O. Se hará hincapié en que toda persona puede ser usuario de M2O, bien porque quiere ayudar, bien porque necesita ayuda; se busca que sea conocimiento común que M2O es un lugar para todas las personas de todas las edades. Las plataformas que se utilizarán para hacer publicaciones serán *Instagram*, *Facebook* y *LinkedIn*, al ser las que más personas utilizan y las que tienen formas más variadas de hacer publicaciones; *Facebook* incluso permite crear campañas de donaciones.

La siguiente imagen muestra un ejemplo de publicación en las historias de *Instagram*, para comenzar a concienciar a las personas e informarlas sobre la existencia de M2O:

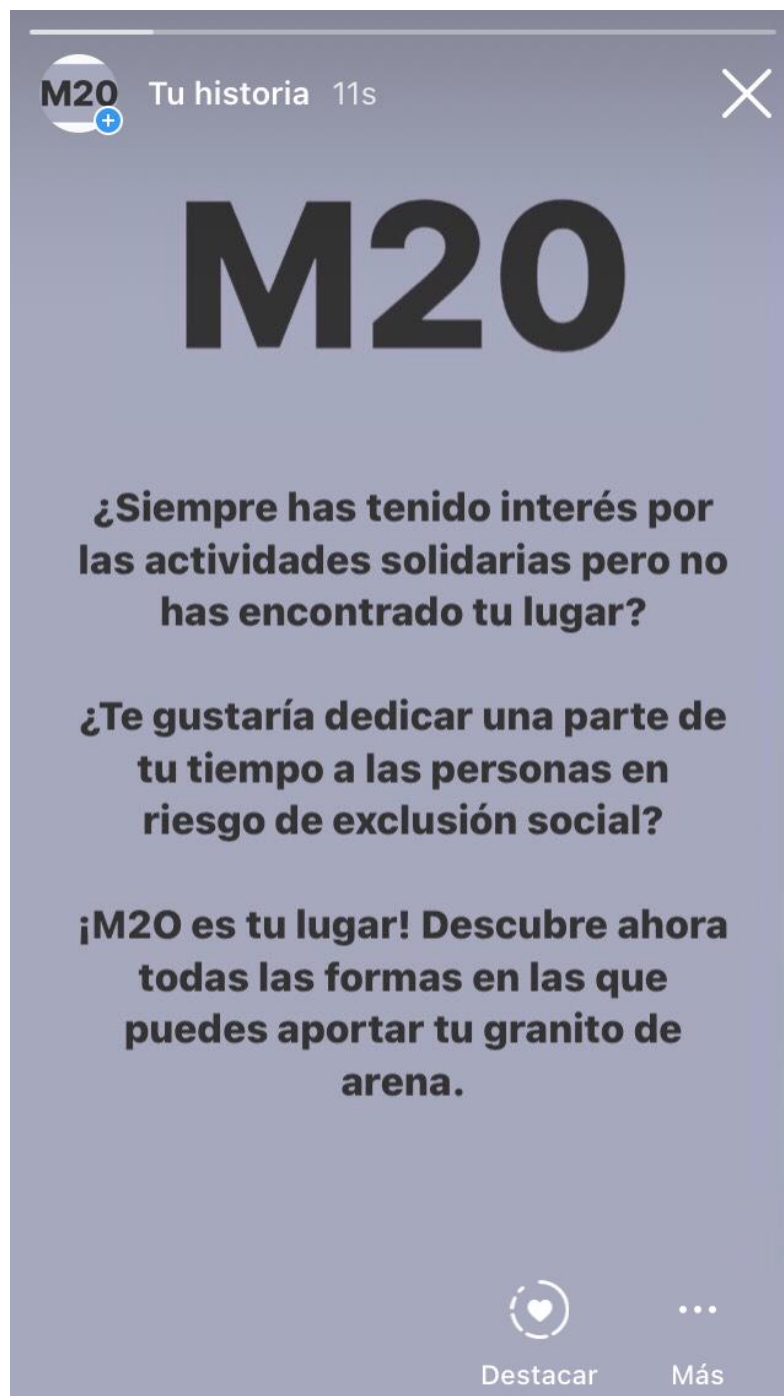


Figura 14: Ejemplo de publicación en Instagram

Una vez se observe cómo se ha acogido la idea entre las personas (nivel de *engagement* en *Instagram*, número de seguidores de la página de *Facebook* y número de recomendaciones en *LinkedIn*, por ejemplo) se pasará al siguiente paso. Considerando que se trata de una idea muy bien acogida entre las personas, validado actualmente por personas de nuestro alrededor que conocen el proyecto, se pasará a la publicación de la plataforma. Para entonces, esta estará en su funcionamiento completo; actualmente no cuenta con un API ni con un dominio propio y su capacidad de almacenamiento de datos no es especialmente grande, pues se encuentra en el entorno de pruebas. Su apertura al público se mostrará también en las redes sociales, con ejemplos de uso que se puede dar a la plataforma y breves tutoriales. De esta manera, la captación de los siguientes clientes será más sencilla y rápida.

Una vez publicada, las organizaciones colaboradoras comenzarán a informar a sus usuarios, a los que ellas no consiguen cubrir, sobre la plataforma y se les dará nociones para que ellas mismas puedan ayudarles a usarla, debido a la brecha tecnológica característica de muchas personas en riesgo de exclusión social.

Con el paso de los meses y de los años, se irá observando el funcionamiento de la plataforma, el grado de satisfacción de los clientes y los recursos económicos de M2O para la valoración de la implementación de nuevas funcionalidades y para la toma de decisiones.

Capítulo 10. CONCLUSIONES

Tras el desarrollo del proyecto y llegados a este punto, se concluye que se ha cumplido el mayor objetivo de M2O, la creación de una plataforma sencilla y accesible en la que distintos usuarios, *needers* y *helpers*, cubran sus necesidades básicas y ofrezcan su ayuda, respectivamente.

Como indica el propio nombre de la *startup* social, se busca dar a las personas en riesgo de exclusión social una segunda oportunidad para su reinserción en la sociedad. Se considera que se ha alcanzado dicho objetivo, a través de funcionalidades que buscan dar un pequeño empujoncito para seguir hacia delante, formarse y mejorar el historial laboral de estas personas. Además, para los *helpers*, se trata de una página *web* con numerosas opciones entre las que elegir para ofrecer su ayuda.

De forma individual en este TFG, Parte B del proyecto *Misión Segunda Oportunidad*, también se han cumplido los objetivos, los correspondientes a las propuestas de valor que ayudan a conseguir empleo e informan sobre las ayudas existentes. Se han desarrollado distintas funcionalidades derivadas de estas propuestas de valor (formación, empleo y digitalización de información).

Se han desarrollado funcionalidades que atacan el problema de la exclusión social desde cinco pilares básicos: el *crowdfunding*, las *donaciones materiales* y los *sistemas de trueque*, *formación*, *ofertas de empleo* e *información de las ayudas existentes*. Además, hay tres funcionalidades adicionales, que permiten a los *helpers* tener más formas de ofrecer ayuda: la compra de productos, la compra y venta solidaria de libros usados y la subasta de arte infantil.

Aparte del carácter social de este Trabajo de Fin de Grado, se trata de un emprendimiento en el que se ha desarrollado un Producto Mínimo Viable y un plan de negocio. También se concluye que se han cumplido los objetivos de este ámbito, al haber hecho un análisis de

gastos e ingresos, así como una previsión de futuro de los mismos y de los recursos necesarios, para la creación de una empresa sostenible, que acabe manteniéndose por sí sola con el flujo analizado. Otro gran objetivo personal era la inmersión en el emprendimiento para aprender todo lo que este mundo conlleva y los obstáculos que se pueden encontrar; se considera que este objetivo se ha cumplido, con el desarrollo del proyecto y todo el trabajo previo de investigación, como el trato con ONG, personas individuales, personas en riesgo de exclusión social, la participación en el voluntariado de *Just a Change* y la búsqueda de una idea innovadora que resuelva el problema como no lo hacen otras organizaciones.

Por último, se considera que se han mantenido presentes los cuatro principios de M2O en el desarrollo del proyecto. Estos son transparencia, solidaridad, *effective altruism* y Filosofía *Lean Startup*.

Han sido, por tanto, unos meses de aprendizaje y trabajo que han despertado en mí un mayor interés por el emprendimiento y la labor social y que nos han inspirado a las dos creadoras del proyecto, Rocío Giner Conde y yo, Lucía Gómez del Río, a crear una plataforma sencilla y accesible, con funcionamiento realista y un análisis de resultados positivo.

Capítulo 11. BIBLIOGRAFÍA

Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Junio, 2019. *Evolución de la pobreza en España, 2009-2018, principales indicadores.*

https://www.mscbs.gob.es/ssi/familiasInfancia/inclusionSocial/inclusionSocialEspana/Evolucion_indica_pobreza_09_18.pdf

EAPN. 2020. 10º informe sobre el Estado de la Pobreza 2020. <https://www.eapn.es/publicaciones/404/10-informe-sobre-el-estado-de-la-pobreza-2020>.

Instituto Nacional de Estadística. Noviembre 2020. *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.

El Plural. Diciembre, 2020. *Caixabank: 750.000 personas más en riesgo de pobreza y exclusión social por el coronavirus.* https://www.elplural.com/economia/caixabank-750000-personas-riesgo-pobreza-exclusion-social-coronavirus_255423102.

El Economista. Enero, 2021. *La pandemia destruyó 360.105 empleos en 2020: España cerró el año pasado con cerca de 3,9 millones de parados.*

<https://www.eleconomista.es/economia/noticias/10974476/01/21/La-pandemia-del-coronavirus-destruyo-360105-empleos-en-2020-Espana-cerro-el-ano-pasado-con-cerca-de-39-millones-de-parados-.html>.

Effective Altruism. 2021. <https://www.effectivealtruism.org>.

Lanzadera. Octubre, 2020. *Lean Startup.* <https://lanzadera.es/lean-startup-metodologia-ejemplos/>.

Comillas Emprende. <https://comillasemprende.comillas.edu>.

MarvelApp. <https://marvelapp.com>.

Bubble. <https://bubble.io>.

Cáritas. <https://www.caritas.es>.

Bokatas. <https://bokatas.org>.

Just a Change. <https://www.justachange.pt>.

Nomads.ai. <https://nomads.ai>.

El Día. Septiembre, 2020. *El 30% de los jóvenes españoles no tiene el Bachillerato ni estudios equivalentes.* <https://www.eldia.es/sociedad/2020/09/08/30-jovenes-espanoles-bachillerato-estudios-22344468.html>.

El Economista. Octubre, 2020. *La tasa de desempleo con estudios primarios o secundarios duplica a la de la población con estudios superiores en el 1º semestre de 2020.* <https://www.eleconomista.es/ecoaula/noticias/10840545/10/20/La-tasa-de-desempleo-con-estudios-primarios-o-secundarios-duplica-a-la-de-la-poblacion-con-estudios-superiores-en-el-1-semester-de-2020.html>.

VIVIRENN. Junio, 2021. *¿Cuánto cuesta vivir en España?* <https://vivirenn.com/cuanto-cuesta-vivir-espana/>.

Cáritas, Hojas de Caridad. 2021. <http://www.caritasmadrid.org/con-la-hoja-de-caridad>.

HandUp. 2021. <https://handup.org>.

Fundación Tomillo. 2021. <https://tomillo.org>.

Fundación Adecco. 2021. <https://fundacionadecco.org>.

Lo Entiendo. Enero. 2021. *Ayudas para desempleados.* <https://loentiendo.com/ayudas-desempleados/>.

AIDA Books&More. <https://www.ong-aida.org/aidabooks/>.

Protectia.eu. *¿Cuánto cuesta registrar una marca en España?*
<https://www.protectia.eu/2011/10/cuanto-cuesta-registrar-una-marca-en-espana/>.

Infoautónomos. Enero, 2021. *Cuota de autónomos 2021: ¿cuánto se paga?*
<https://www.infoautonomos.com/seguridad-social/cuota-de-autonomos-cuanto-se-paga/>.

360Imprimir. 2021. <https://www.360imprimir.es>.

HelloPrint. 2021. <https://www.helloprint.es>.

Camaloon. 2021. <https://camaloon.es>.

Créalo. 2021. <https://www.crealo.es>.

ANEXO I. ALINEACIÓN CON LOS ODS

El objetivo de desarrollo sostenible más relacionado directamente con el proyecto es el primero, *fin de la pobreza*. Aunque no sea eso lo que se busca de forma directa, sí se busca que no terminen en la calle personas en riesgo de hacerlo y que puedan valerse por sí mismas.

Del mismo modo, los objetivos dos y tres, *hambre cero y salud y bienestar*, también son objetivos del proyecto, pues se busca que estas personas a las que se va a dotar de ayuda vivan una vida digna, sean incluidos en la sociedad y cubran sus necesidades de bienestar.

Los objetivos cuatro y cinco, *educación de calidad e igualdad de género*, también son perseguidos, al ofrecer formación a aquellas personas que quizá no tiene estudios básicos o que no tienen recursos para acceder a ellos y buscar un ambiente inclusivo en las empresas para todas las personas, independientemente de su sexo, procedencia y creencias.

Uno de los grandes objetivos en este trabajo es el ocho, *trabajo decente y crecimiento económico*, al buscar la oferta de puestos de trabajo a personas a las que en otras condiciones no se les ofrecerían y al buscar recursos para ellas para que se formen y, más adelante, puedan aspirar a esos trabajos.

El objetivo nueve, *industria, innovación e infraestructura*, se relaciona con el proyecto en cuanto a la digitalización de los recursos existentes para crear un acceso a ellos innovador y posible para todos.

Los objetivos diez y once, *reducción de desigualdades y ciudades y comunidades sostenibles*, están inevitablemente buscados mediante el trabajo por todo lo mencionado.

Por último, los objetivos dieciséis y diecisiete, *paz, justicia e instituciones sólidas y alianzas para lograr los objetivos*, también están enormemente presentes, por lo mencionado en el documento y porque la competencia no es necesariamente visualizada como tal, sino como aliados, con objetivos parecidos a los del proyecto.

ANEXO II. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LA PLATAFORMA

Para el desarrollo técnico de la plataforma de M2O se ha utilizado Bubble, una plataforma online que permite la creación de páginas *web no-code*, sin necesidad de programar códigos complejos de programación.

La siguiente imagen muestra las distintas páginas que forman la plataforma M2O completa:

index		campana_especifica	
como_actuamos		como_usar	
crowdfunding		digitalizacion_ayudas	
donaciones_materiales		empleo	
formacion		necesito_ayuda	
nosotros		pag_contacto	
preguntas_frecuentes		quiero_ayudar	
registro_necesito_ayuda		trueque	
reset_pw		404	

Figura 15: Páginas que forman la plataforma M2O

La siguiente imagen muestra los *reusable elements*, elementos que se usan en varias páginas de la plataforma:

contacto		espera solicitud registro	
Header		pie de página	
pop up ONG		Pop up ONG- paso 2	
Pop up ONG- paso 3		popup iniciar sesion	
popup registro necesito (EMAIL)		popup registro quiero ayudar	
popup solicitud registro necesito			

Figura 16: Reusable elements de la plataforma M2O

Index es la *landing page* de la plataforma. Es sencilla y funcional, para lograr que las personas que la utilicen sean capaces de hacerlo sin dificultad. Las siguientes imágenes muestran la *landing page*:



Figura 17: Landing page de la plataforma M2O (1)

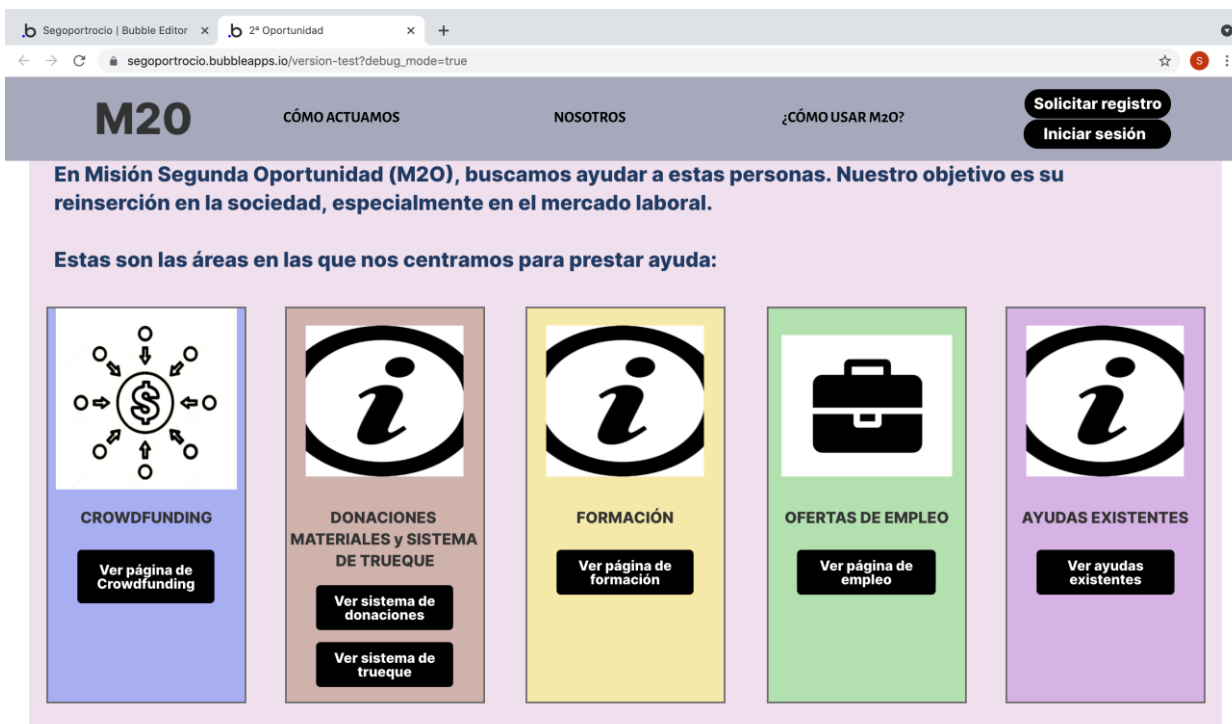


Figura 18: Landing page de la plataforma M2O (2)

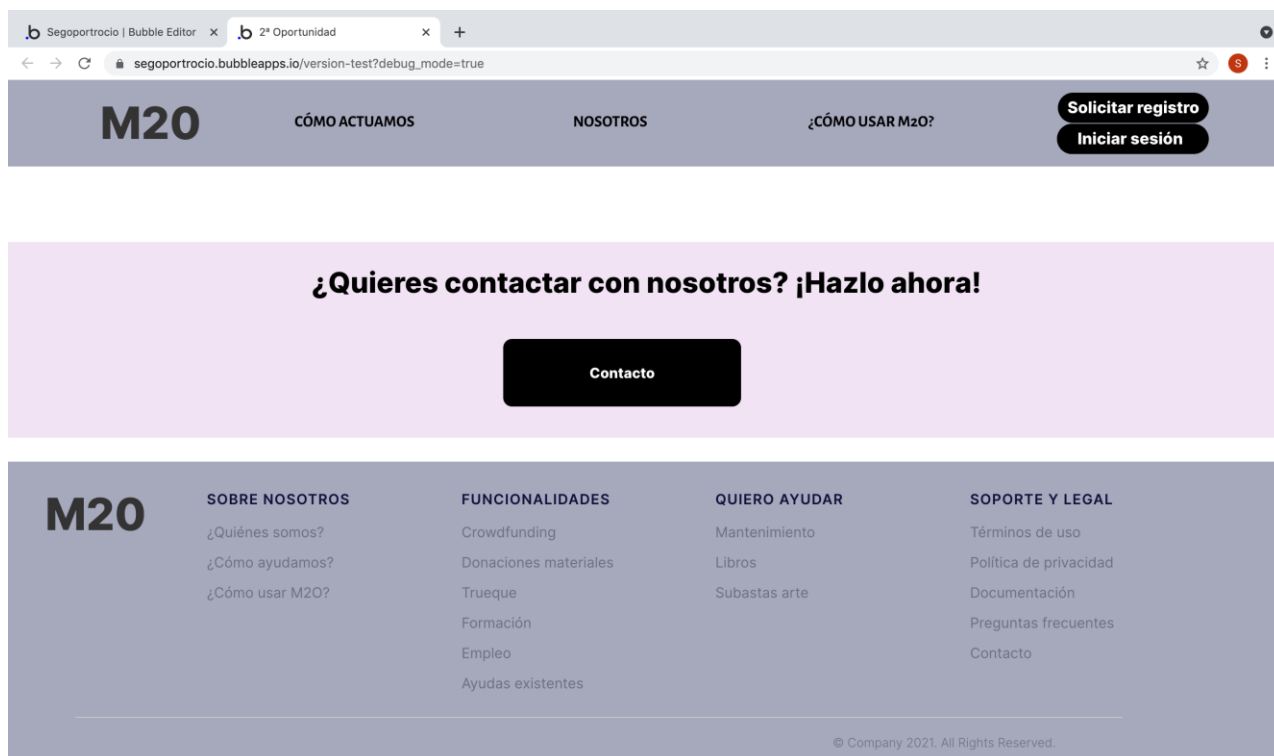


Figura 19: Landing page de la plataforma M2O (3)

Como_actuamos es la página que explica al usuario las funcionalidades principales de la plataforma, bien para ayudar, bien para recibir ayuda. De esta forma, el que visita la página por primera vez, puede formar en unos segundos una idea sobre el funcionamiento de M2O y comenzar a utilizar las funcionalidades. En las siguientes imágenes se muestra su presentación. De aquí en adelante, las imágenes no muestran el *header* ni el pie de página, pues son los mismos que en la *landing page*.

Descubre cómo ayudamos y empieza a recibir o a ofrecer ayuda

M2O es tu lugar. Creemos que cada granito de arena cuenta y que ninguna ayuda es en vano.

M2O 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 M2O 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 distintas áreas.

Figura 20: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (1)

CROWDFUNDING

A veces, un pequeño empujón es lo que necesitamos para seguir adelante. En esta modalidad de M2O, 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](#)

Figura 21: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (2)

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 M2O 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](#)

Figura 22: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (3)

FORMACIÓN

El nivel educativo aumenta la tasa de empleo de las personas. En M2O 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](#)

Figura 23: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (4)

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](#)

Figura 24: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (5)

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](#)

Figura 25: Página "cómo ayudamos" de la plataforma M2O (6)

Cada funcionalidad está asociada a su color característico, para que, desde el inicio, el usuario se familiarice con estas asociaciones que se repiten en las páginas de la plataforma. Cada botón lleva a las correspondientes funcionalidades.

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página de *crowdfunding*, desarrollada en el TFG Parte A del Proyecto Misión Segunda Oportunidad:

Crowdfunding

En este apartado subimos distintas campañas de crowdfunding. Todas ellas

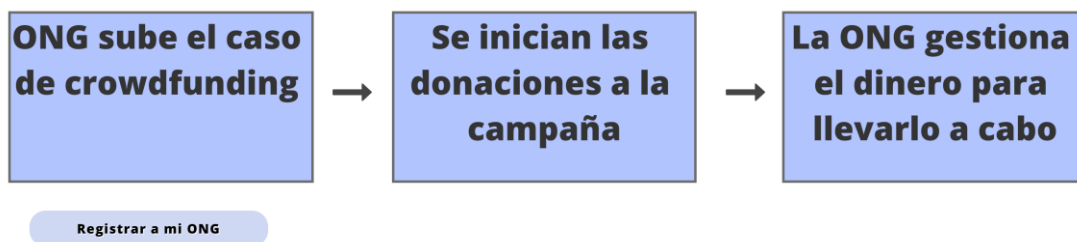


Figura 26: Página "crowdfunding" de la plataforma M2O (1)



Figura 27: Página "crowdfunding" de la plataforma M2O (2)

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página de donaciones materiales:

Página de donaciones materiales

Quiero ayudar

1. Regístrate o inicia sesión
2. Haz una publicación con el elemento que quieras donar
3. Personas lo solicitan

¡Has colaborado en la causa!

Publicar donación

Necesito ayuda

1. Regístrate o inicia sesión
2. Solicita un objeto que necesites
3. Espera a ser contactado

¡Mucha suerte!

Descubre las donaciones disponibles.

Figura 28: Página "donaciones materiales" de la plataforma M2O (1)

Donaciones disponibles

Ordenador

13 pulgadas

por Lucía

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

Solicitar

Figura 29: Página "donaciones materiales" de la plataforma M2O (2)

Descubre las donaciones disponibles por localización

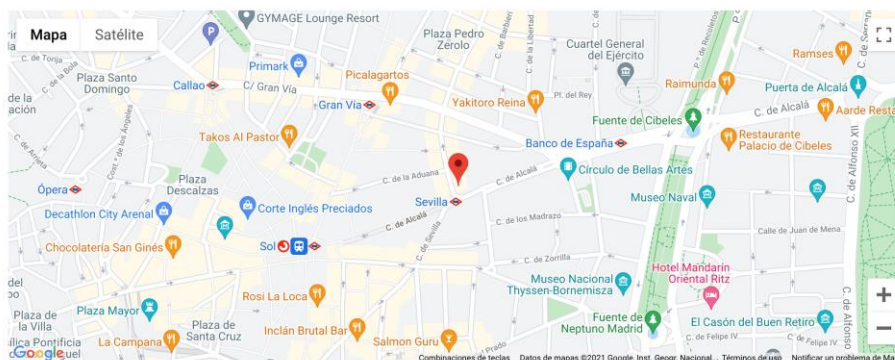


Figura 30: Página "donaciones materiales" de la plataforma M2O (3)

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página de formación:

Página de formación

```
graph TD; A[¿Quieres colaborar?] --> B[Quiero ayudar]; A --> C[Necesito ayuda]; B --> D[¿Quieres colaborar?]; C --> E[¿Quieres colaborar?];
```

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 34: Página "formación" de la plataforma M2O (1)

Cursos disponibles

Curso de soldadura SMAW
20 horas de formación en soldadura SMAW

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

Solicitar

Figura 35: Página "formación" de la plataforma M2O (2)

Descubre los cursos disponibles por localización

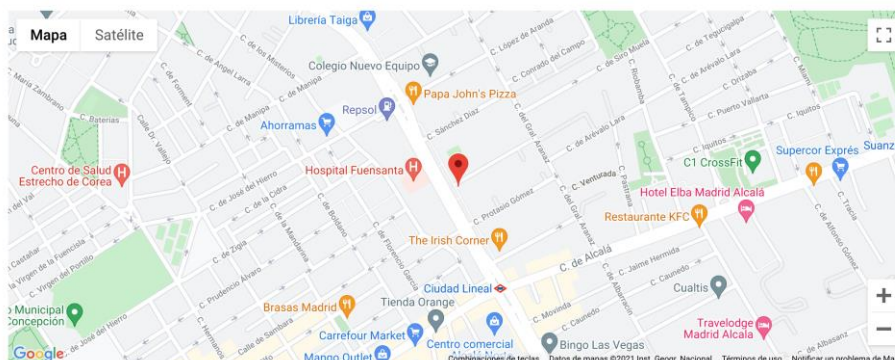


Figura 36: Página "formación" de la plataforma M2O (3)

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página de empleo:

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 37: Página "empleo" de la plataforma M2O (1)

Empleos disponibles

Pintar casa Calle 17 num. 129 casi esq. 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

Figura 38: Página "empleo" de la plataforma M2O (2)

Descubre los empleos disponibles por localización



Figura 39: Página "empleo" de la plataforma M2O (3)

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página “nosotros”:

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!

Figura 40: Página “nosotros” de la plataforma M2O (1)

Nuestros valores y principios

Transparencia

Creemos que la confianza de los usuarios en M2O es fundamental. Por eso, todos los movimientos y acciones están al alcance del usuario.

Solidaridad

Buscamos fomentar la solidaridad en todos los ámbitos y que todas las personas que quieran ayudar puedan hacerlo de una manera u otra. M2O ofrece formas de ayudar a personas de todas las edades y todos los ámbitos. Confiamos en que, con la ayuda de todos, conseguiremos un mundo más solidario y comprometido.

Effective altruism

El effective altruism es un movimiento que busca que las ayudas perduren en el largo plazo.

Filosofía Lean Startup

Ligada al effective altruism, la filosofía Lean Startup es un método de desarrollo de negocio en el que se busca acortar ciclos y en el que se pone el foco en las necesidades del cliente. Esto quiere decir que nos movemos según las necesidades de las personas en riesgo de exclusión social de forma inmediata, adaptándonos siempre a cambios.

Figura 41: Página “nosotros” de la plataforma M2O (2)

¿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.

Figura 42: Página “nosotros” de la plataforma M2O (3)



Figura 43: Página "nosotros" de la plataforma M2O (4)



Figura 44: Página "nosotros" de la plataforma M2O (5)

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página *como_usar*, que explica el funcionamiento de la plataforma:

¿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:

Figura 45: Página "cómo usar" de la plataforma M2O (1)

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](#)

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](#)

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](#)

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](#)

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](#)

Figura 46: Página "cómo usar" de la plataforma M2O (2)

Las siguientes imágenes muestran la presentación de la página “mantenimiento”, que describe las distintas formas en que M2O se hace sostenible, a través de la ayuda de sus usuarios:

¿Quieres ayudar?

M2O da la oportunidad de ayudar a las personas en riesgo de exclusión social de distintas maneras. Personas de todas las edades y ámbitos pueden participar en la reinserción en la sociedad de estas personas.

Si quieres ayudar, ¡M2O es tu lugar!

Figura 47: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (1)

Funcionalidades principales

Las funcionalidades principales de M2O son: crowdfunding, donaciones materiales, trueque, formación, empleo e información sobre las ayudas existentes.

Como persona que quiere ayudar, puedes participar de forma activa en todas las funcionalidades, salvo en el trueque, que está reservada para las personas que necesitan ayuda.

[Ver página de crowdfunding](#)[Ver página de donaciones materiales](#)[Ver página de formación](#)[Ver página de empleo](#)[Ver página de información de ayudas](#)

Sin embargo, si ninguna de estas opciones encaja contigo, aquí puedes encontrar alternativas con las que podrás aportar tu granito de arena.

Figura 48: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (2)

¿Quieres ayudar a que M2O se mantenga?

¡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: 50€ Comprar
---	---	---

Figura 49: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (3)

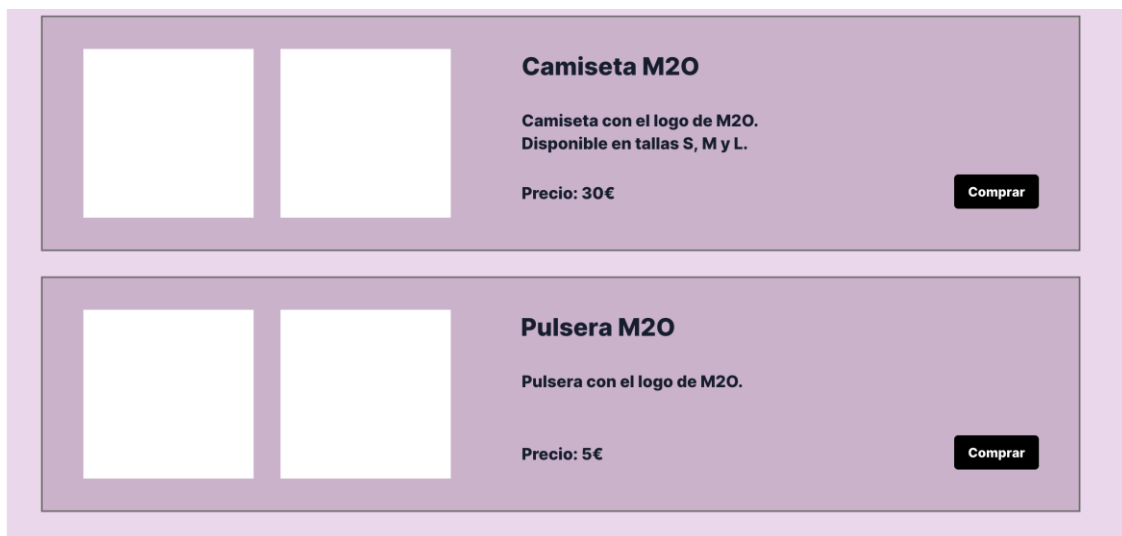


Figura 50: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (4)

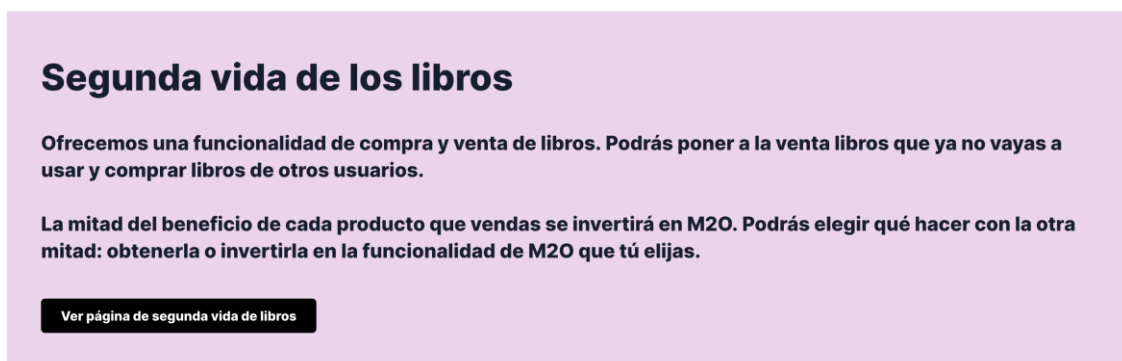


Figura 51: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (5)

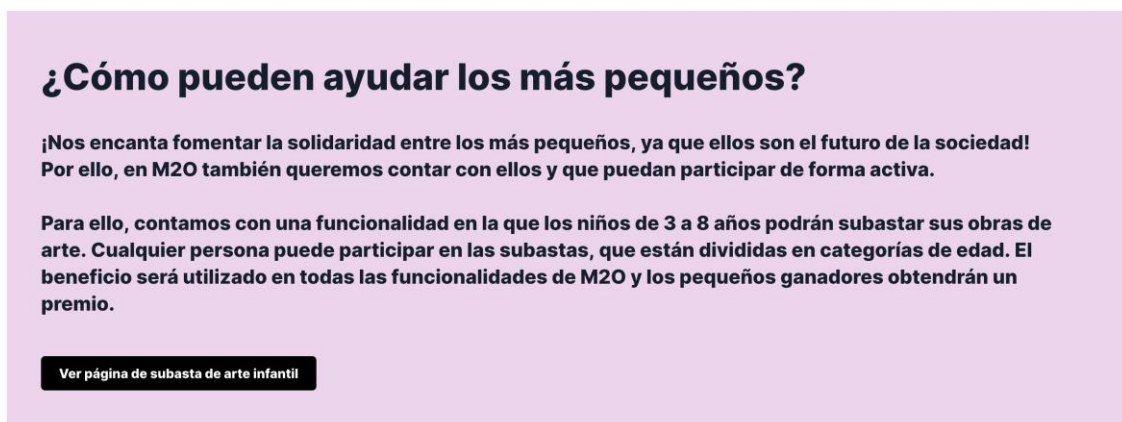


Figura 52: Página "mantenimiento" de la plataforma M2O (6)

La siguiente imagen muestra la presentación de la página de contacto:

¡Contacta con nosotros!

¿Tienes alguna sugerencia o duda?

Déjanos un mensaje y nos pondremos en contacto contigo lo antes posible.



The contact form is presented within a light pink rectangular frame. It contains four input fields, each with a label above it: 'Nombre' (Name), 'Apellidos' (Surnames), 'Email', and 'Mensaje' (Message). The 'Nombre' and 'Apellidos' fields are short text inputs. The 'Email' field is a standard email input. The 'Mensaje' field is a larger text area for a longer message. Below these fields is a black button with the white text 'Enviar' (Send).

Figura 53: Página "contacto" de la plataforma M2O

A continuación, se muestran los distintos *popups* que aparecen en distintos puntos de la plataforma. El primero se trata del *popup* para registrarse. En este, el usuario debe seleccionar de qué tipo es. Es el siguiente:

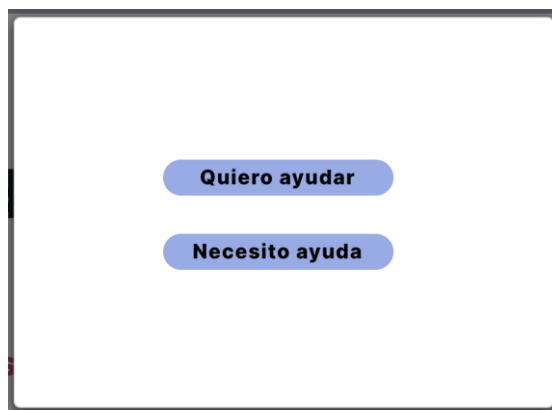


Figura 54: Popup "solicitar registro"

En el caso de seleccionar “quiero ayudar”, se muestra este nuevo *popup*, que permite realizar el registro y comenzar a utilizar las funcionalidades:

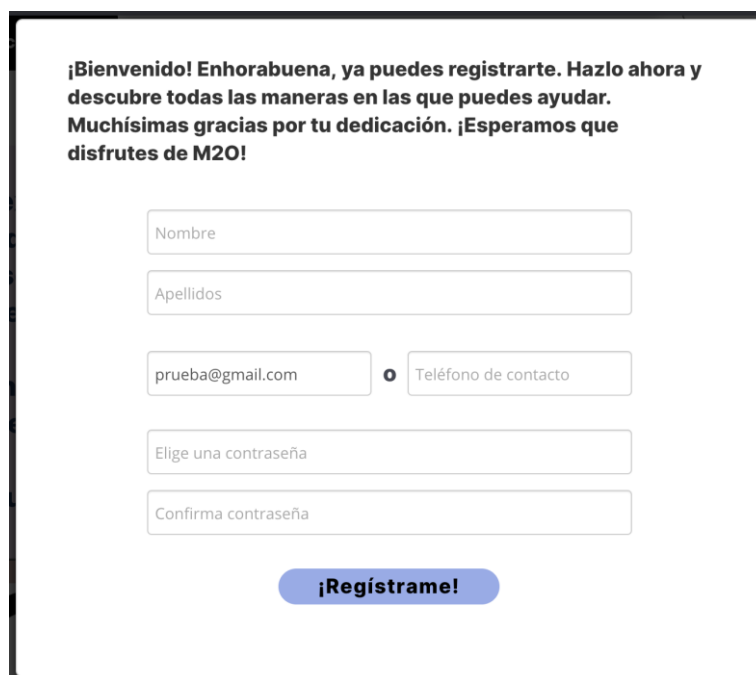
A screenshot of a registration helper popup. It has a white background with a black border. At the top, there is a welcome message in bold: "¡Bienvenido! Enhorabuena, ya puedes registrarte. Hazlo ahora y descubre todas las maneras en las que puedes ayudar. Muchísimas gracias por tu dedicación. ¡Esperamos que disfrutes de M2O!". Below the message are several input fields: "Nombre", "Apellidos", a field with the placeholder "prueba@gmail.com" and a radio button next to "Teléfono de contacto", "Elige una contraseña", and "Confirma contraseña". At the bottom, there is a blue button with white text that says "¡Regístrate!".

Figura 55: Popup "registrarse - helper"

En el caso de seleccionar “necesito ayuda”, se muestra el siguiente, que permite solicitar el registro.

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

Mandar solicitud

Figura 56: Popup "solicitar registro - needer"

Aparece el siguiente *popup* al mandar la solicitud:

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 57: Popup "solicitud de registro recibida"

Al mandar la solicitud y una vez los administradores de M2O han valorado su perfil y lo han aceptado como usuario, se le redirige a la siguiente página, que permite realizar el registro y comenzar a hacer uso de las funcionalidades:

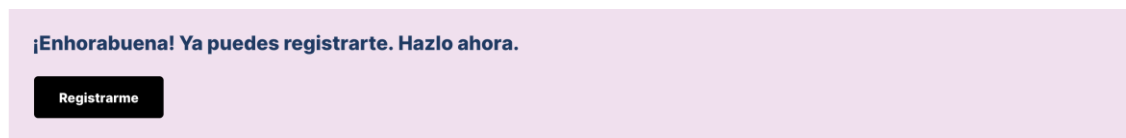


Figura 58: Página "registrarse - needer"

El botón “registrarme” muestra el siguiente *popup*:



¡Bienvenido! Enhorabuena, ya puedes registrarte. Hazlo ahora y descubre todas las ayudas a las que puedes optar. ¡Esperamos que disfrutes de M2O!

Nombre

Apellidos

56453@gmail.com Teléfono de contacto

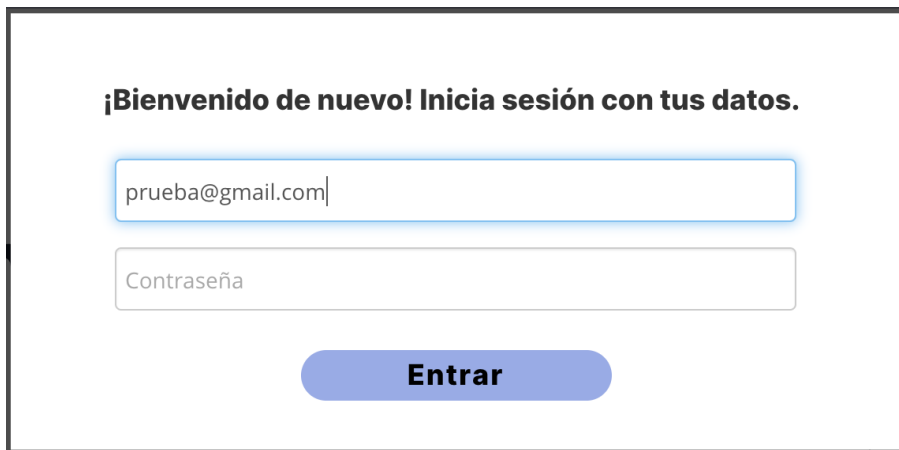
Elige una contraseña

Confirma contraseña

¡Regístrate!

Figura 59: Popup "registrarse - needer"

Una vez se es usuario de M2O y se quiere iniciar sesión, este es el *popup* que se muestra:

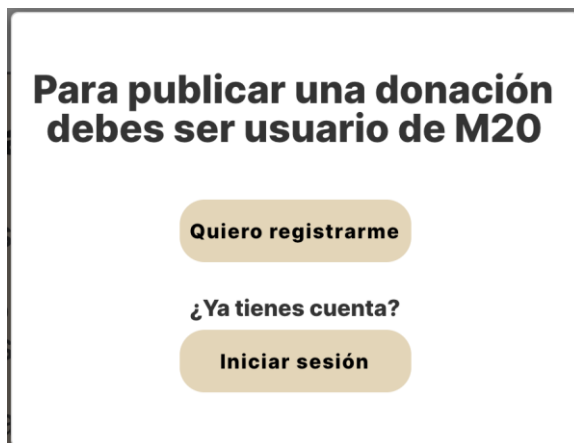


¡Bienvenido de nuevo! Inicia sesión con tus datos.

Entrar

Figura 60: Popup "iniciar sesión"

Para usar las funcionalidades principales, se debe haber iniciado sesión. En el caso de que no sea así, se muestran los siguientes *popups*, adaptados a cada funcionalidad:



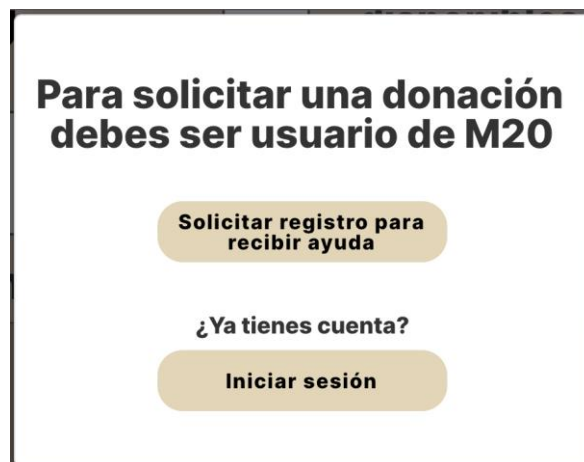
**Para publicar una donación
debes ser usuario de M2O**

Quiero registrarme

¿Ya tienes cuenta?

Iniciar sesión

Figura 61: Popup "publicar donación" en el caso de no haber iniciado sesión



Para solicitar una donación debes ser usuario de M20

Solicitar registro para recibir ayuda

¿Ya tienes cuenta?

Iniciar sesión

Figura 62: Popup "solicitar donación" en el caso de no haber iniciado sesión

Los dos botones muestran los *popups* de la Figura 55 y la Figura 56.

Una vez se ha iniciado sesión y se puede utilizar las funcionalidades principales, hay *popups* que se muestran para publicar en ellas. A continuación, se muestran estos *popups*:



Campaña de crowdfunding

Nombre campaña	Cuida el planeta...	Cantidad a recaudar	xxxxxxxx €
Descripción del proyecto	Se trata de una persona que necesita....	Imagen del proyecto	Click para subir el archivo
Explicación de la destinación del dinero y por qué esa cantidad	Necesitamos € para.....
..... € para.....		

Subir campaña **Por ahora no subo nada**

Figura 63: Popup "subir campaña de crowdfunding"

Publicar donación

Publicar donación

Figura 64: Popup "publicar donación"

Publicar trueque

☐ ¿Abierto a nuevas ofertas?

[¿Qué significa esto?](#)

Publicar trueque

Figura 65: Popup "publicar trueque"

Al hacer clic en “¿qué significa esto?”, se muestra el siguiente *popup*:

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 66: Popup "¿qué significa esto?"



Publicar curso

Nombre del curso

Descripción

Localización

Publicar curso

Figura 67: Popup "publicar curso"



Crear empleo

Nombre del empleo

Descripción empleo. Incluye número de horas

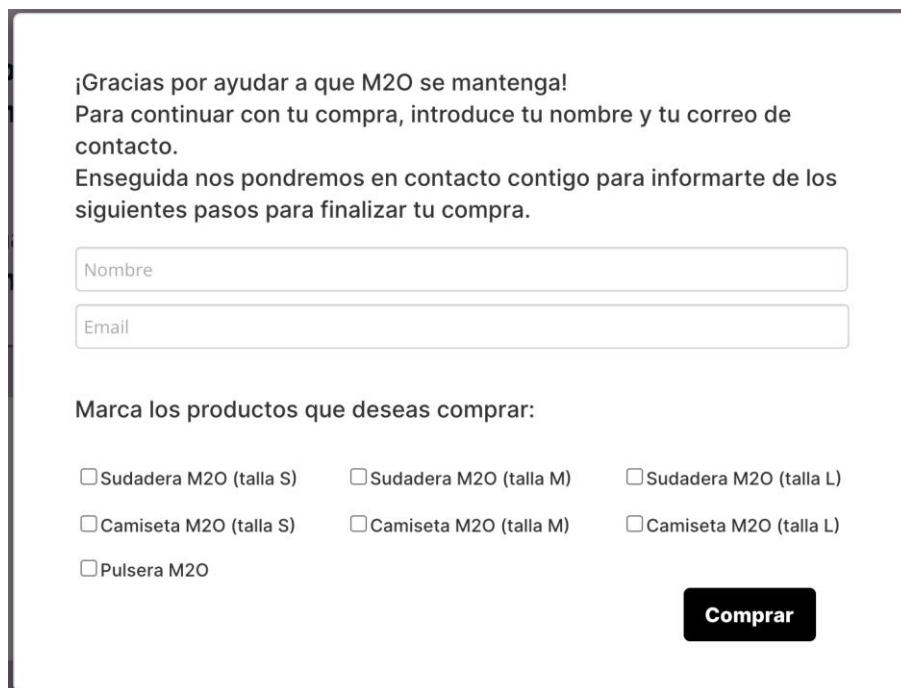
Sueldo

Localización

Crear empleo

Figura 68: Popup publicar empleo

A continuación, se muestra el *popup* que se muestra para solicitar la compra de un producto M2O:



¡Gracias por ayudar a que M2O se mantenga!
Para continuar con tu compra, introduce tu nombre y tu correo de contacto.
Enseguida nos pondremos en contacto contigo para informarte de los siguientes pasos para finalizar tu compra.

Nombre

Email

Marca los productos que deseas comprar:

☐ Sudadera M2O (talla S) ☐ Sudadera M2O (talla M) ☐ Sudadera M2O (talla L)

☐ Camiseta M2O (talla S) ☐ Camiseta M2O (talla M) ☐ Camiseta M2O (talla L)

☐ Pulsera M2O

Comprar

Figura 69: Popup "comprar producto M2O"

A continuación, se muestra el *popup* que aparece cuando se envía un mensaje a M2O desde la página de contacto:

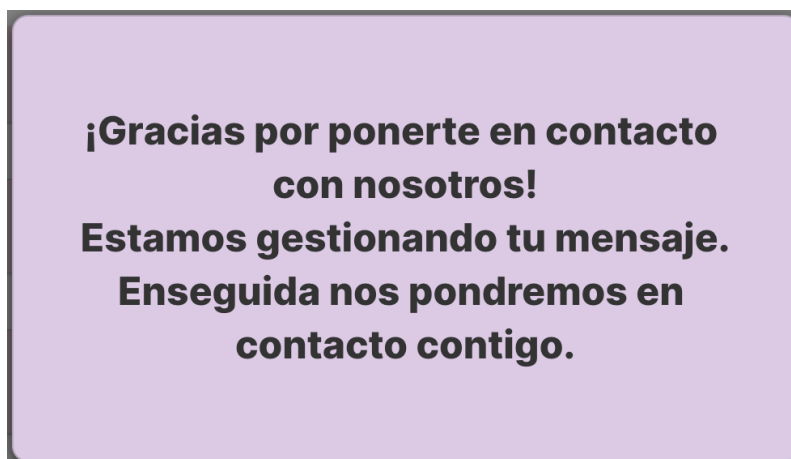


Figura 70: Popup "contacto"

M2O cuenta con un correo electrónico para realizar todas las gestiones de los usuarios y de las funcionalidades de la plataforma. Este correo es misionsegundaopportunidad@gmail.com. A continuación, se muestran los correos automáticos que se reciben en distintas ocasiones:

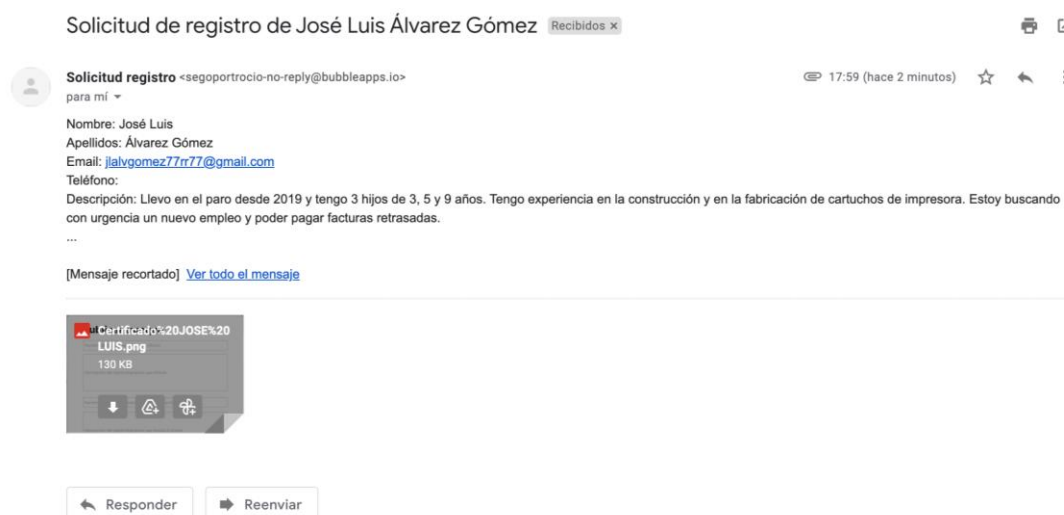


Figura 71: Correo automático de solicitud de registro

Mensaje de javgonruiz1111xxxx@gmail.com Recibidos x



Mensaje contacto <segoportroicio-no-reply@bubbleapps.io>
para mí ▾

17:52 (hace 1 minuto) ☆ ↶ ⋮

Nombre: Javier
Apellidos: González Ruiz
Email: javgonruiz1111xxxx@gmail.com
Mensaje: Buenas tardes:
Tengo una ONG y me gustaría ponerme en contacto con ustedes para comentar algunas propuestas que tengo para M2O.
Si están interesados, mi teléfono es 6xxxxxxx.
¡Gracias!
Javier
...

[Mensaje recortado] [Ver todo el mensaje](#)

↶ Responder

➜ Reenviar

Figura 72: Correo automático de mensaje de contacto

Nueva donación publicada de LucíaGómez del Río Recibidos x



segoportroicio-no-reply@bubbleapps.io
para mí ▾

jue, 15 jul 23:44 ☆ ↶ ⋮

Nombre usuario: Lucía
Apellidos: Gómez del Río
Email usuario: 56453@gmail.com
Nombre del objeto/dispositivo: Ordenador
Descripción: 13 pulgadas
Localización: Calle de Alcalá, 23, 28014 Madrid, España

Figura 73: Correo automático de publicación de donación

Nuevo trueque publicado de Lucía Gómez del Río Recibidos x



segoportroicio-no-reply@bubbleapps.io
para mí ▾

dom, 18 jul 18:27 ☆ ↶ ⋮

Nombre usuario: Lucía
Apellidos: Gómez del Río
Email usuario: 56453@gmail.com
Nombre del objeto/dispositivo que ofrece: Ordenador 13 pulgadas
Descripción del objeto que ofrece: Ofrezco un ordenador HP del año 2015.
Nombre del objeto/dispositivo que busca: Tablet
Descripción del objeto que busca: Busco una tablet de al menos 10 pulgadas y antigüedad máxima de 2015.
Acepta nuevas ofertas: sí
Localización: Av. de Europa, 20, 28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid, España

Figura 74: Correo automático de publicación de trueque

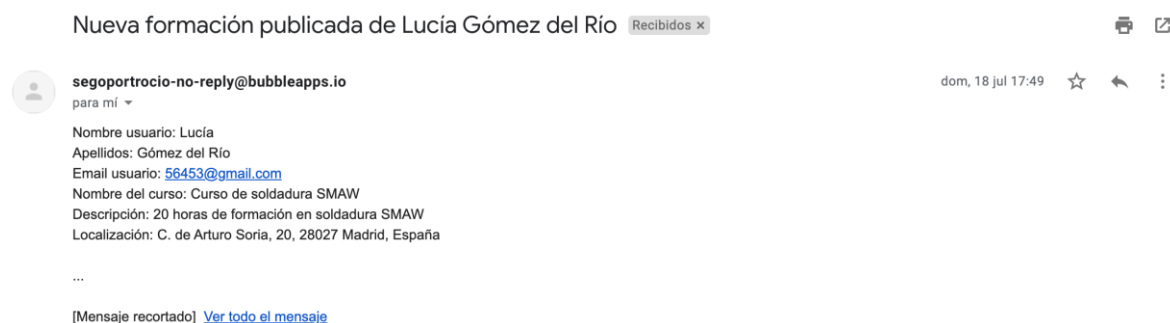
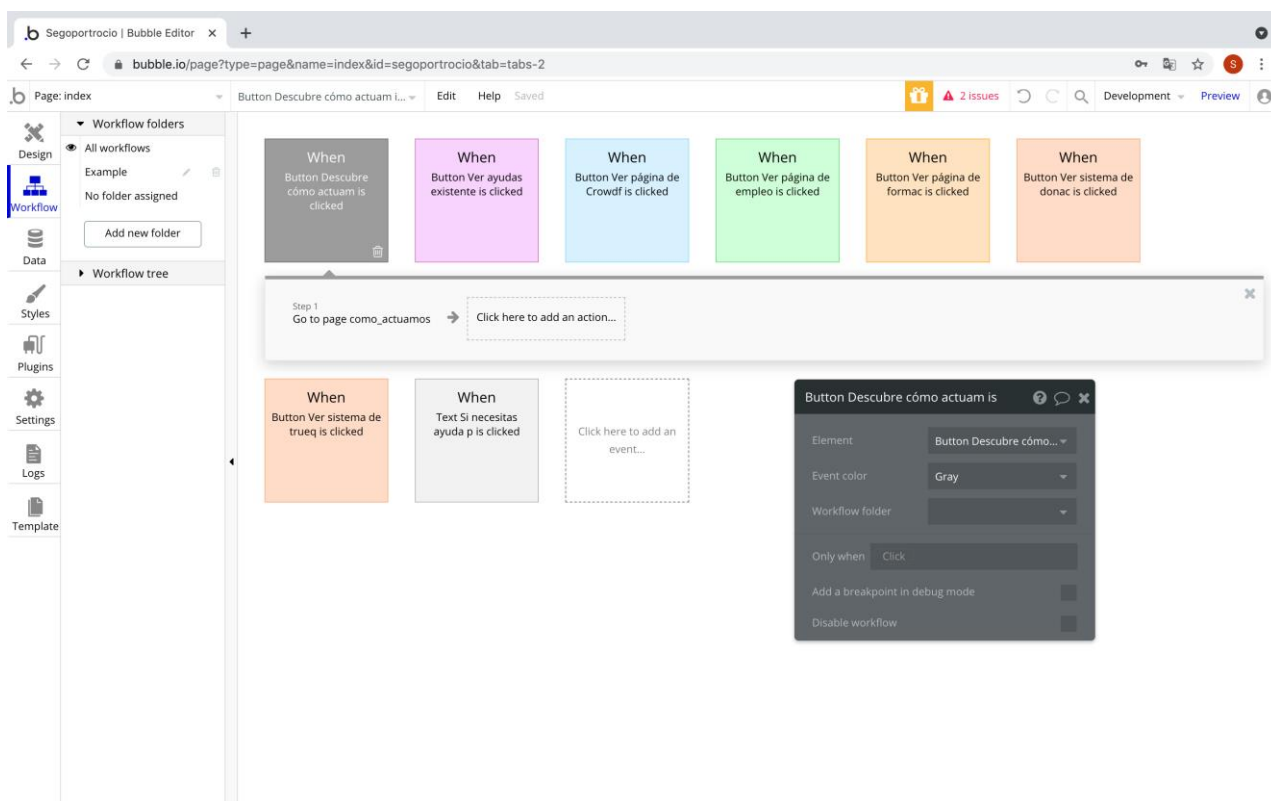


Figura 75: Correo automático de publicación de formación



Figura 76: Correo automático de publicación de empleo

A continuación, se muestran algunos de los *workflows* que se han diseñado para el correcto funcionamiento de la plataforma M2O. Estos son todas las redirecciones, el envío de *emails* automáticos y el registro de usuarios, entre otras opciones.



*Figura 77: Ejemplo de workflow en la página "index" **

(*) Los 2 issues que aparecen están asociados a la falta de API en el plan que se está utilizando en Bubble. Para que dejen de aparecer, habría que comprar un plan y así poder contar con un API. Se muestra a continuación:

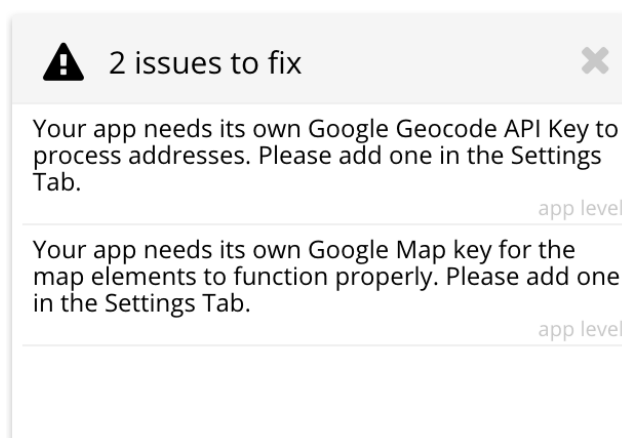


Figura 78: Issues a arreglar cuando se pague un plan de Bubble

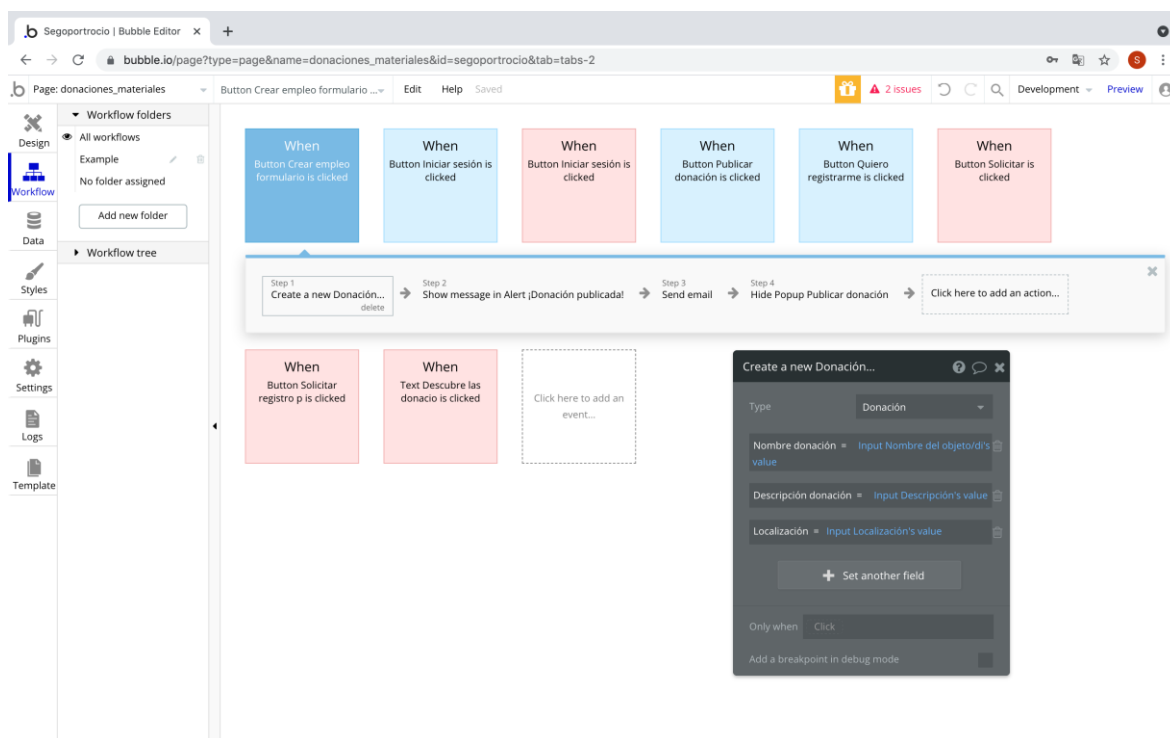


Figura 79: Ejemplo de workflow en la página "donaciones materiales" (1)

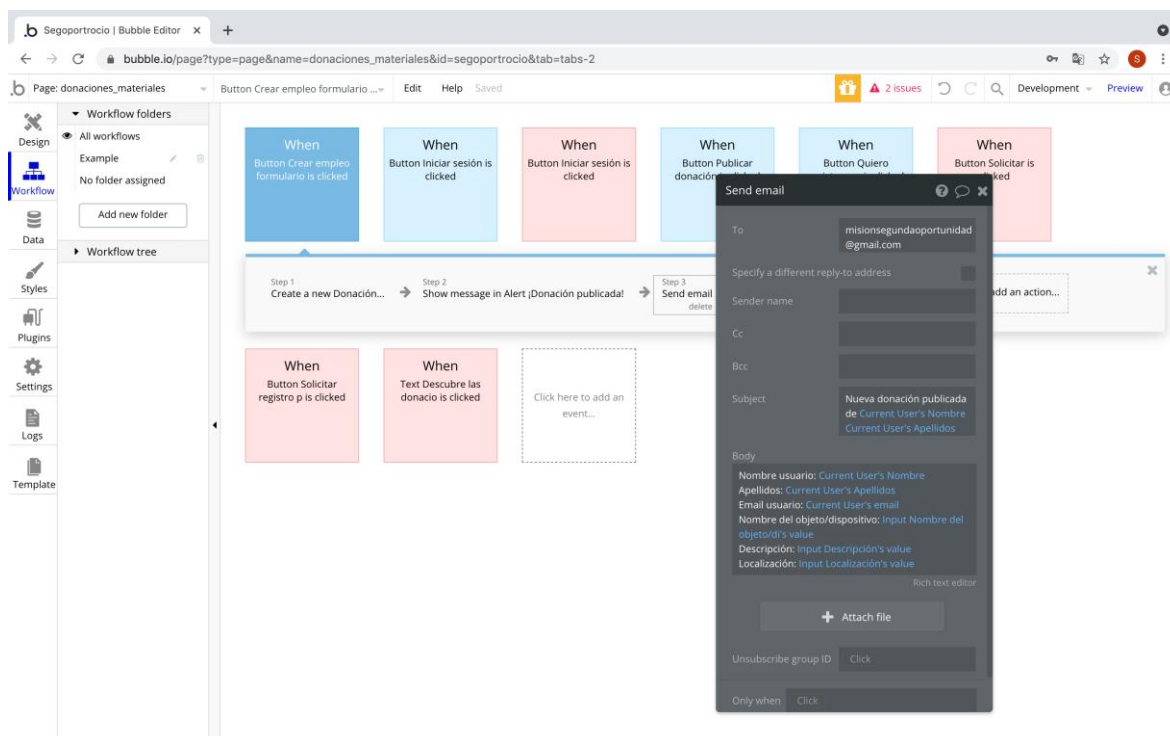


Figura 80: Ejemplo de workflow en la página "donaciones materiales" (2)

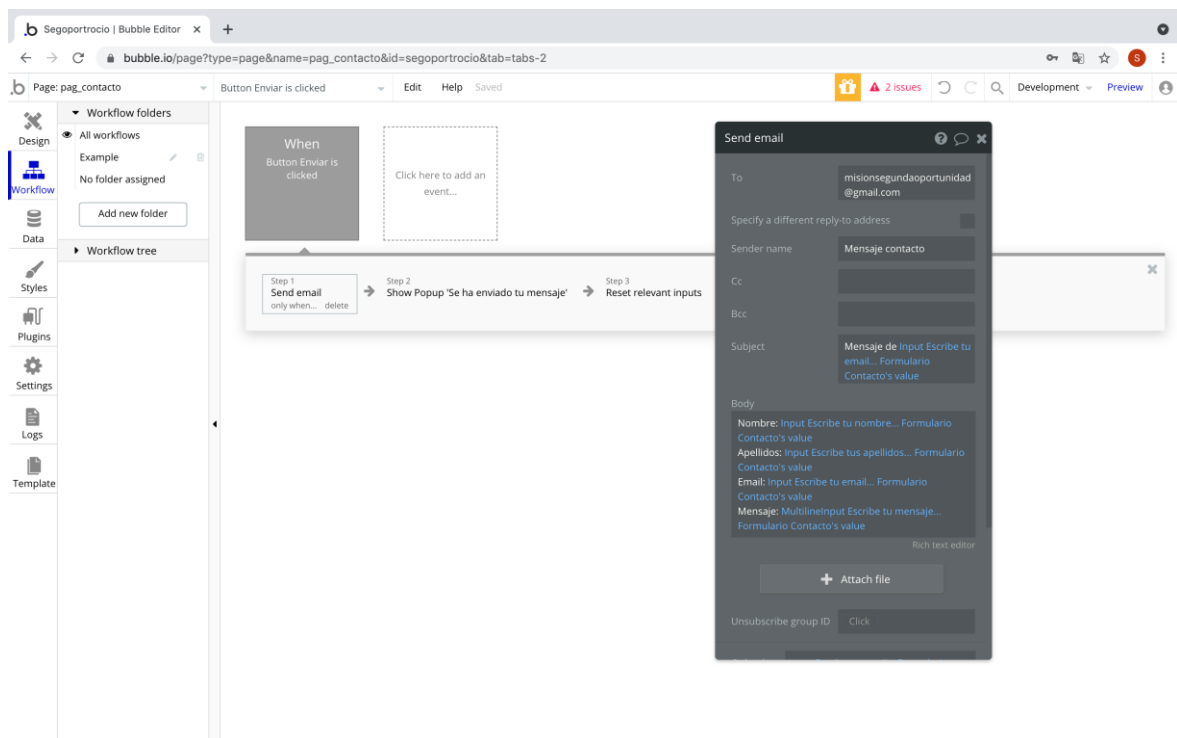


Figura 81: Ejemplo de workflow en la página "contacto"

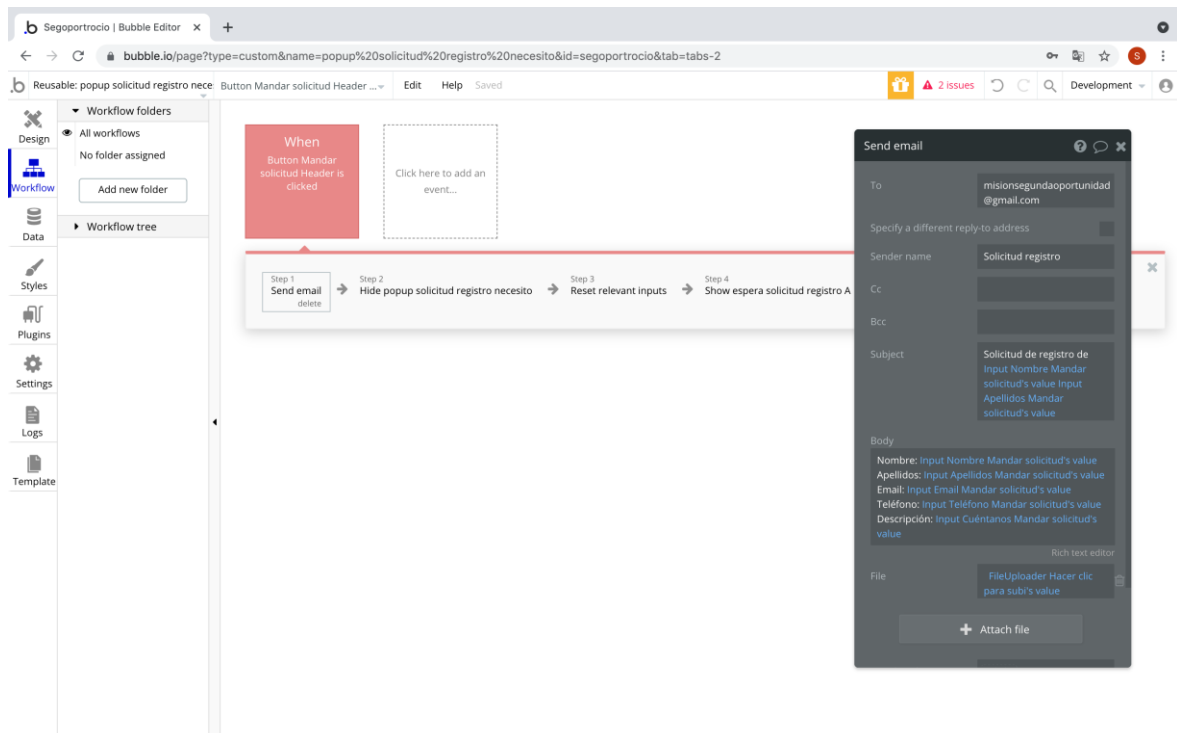


Figura 82: Ejemplo de workflow en el popup "solicitar registro - needers"

Por último, se muestra un ejemplo del almacenamiento de datos en el área privada de M2O:

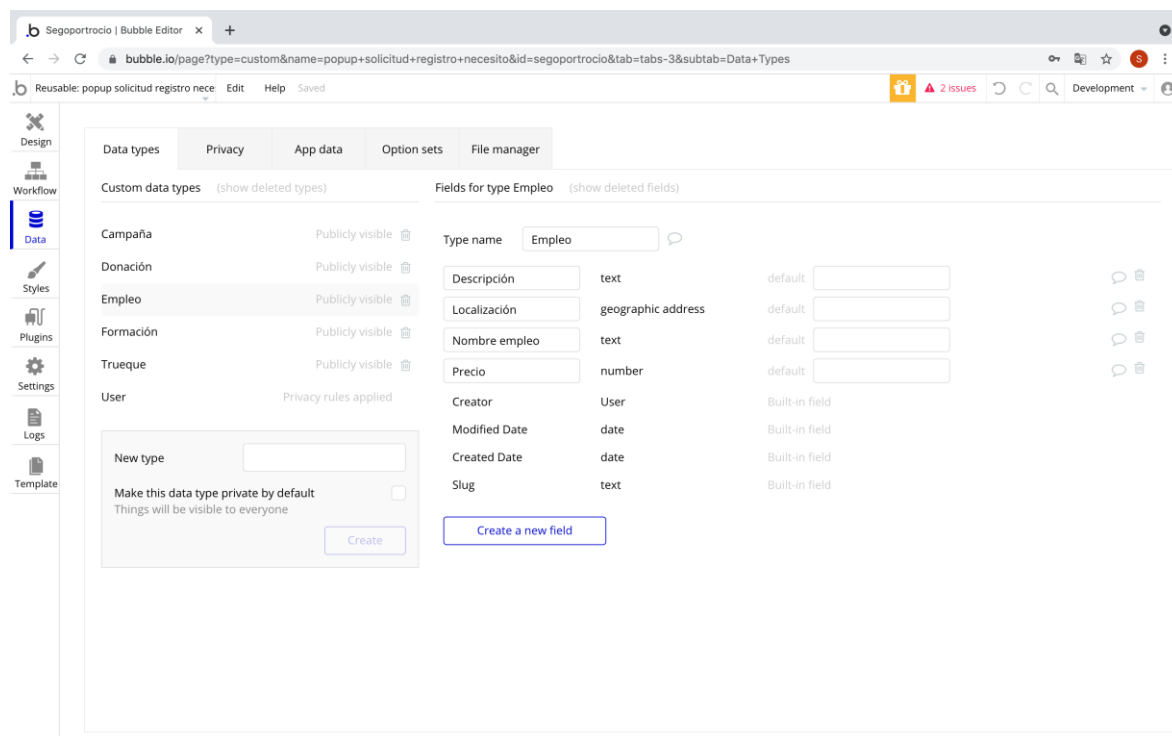
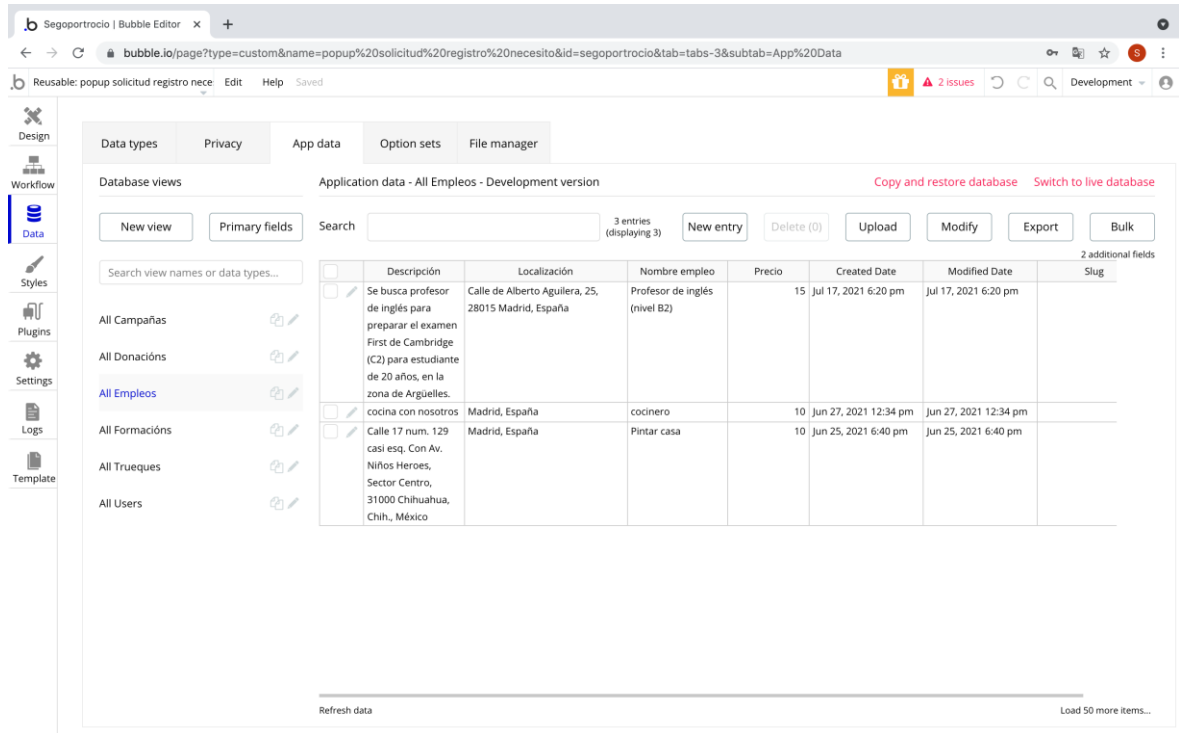


Figura 83: Ejemplo de almacenamiento de datos (1)



The screenshot shows the Bubble Editor interface for a database named 'All Empleos'. The interface includes a sidebar with navigation options like Design, Workflow, Data, Styles, Plugins, Settings, Logs, and Template. The main area displays the 'Application data - All Empleos - Development version' table. The table has columns for Descripción, Localización, Nombre empleo, Precio, Created Date, Modified Date, and Slug. There are 3 entries displayed, with a 'New entry' button and 'Delete (0)' button. The table content is as follows:

	Descripción	Localización	Nombre empleo	Precio	Created Date	Modified Date	Slug
☐	Se busca profesor de inglés para preparar el examen First de Cambridge (C2) para estudiante de 20 años, en la zona de Argüelles.	Calle de Alberto Aguilera, 25, 28015 Madrid, España	Profesor de inglés (nivel B2)	15	Jul 17, 2021 6:20 pm	Jul 17, 2021 6:20 pm	
☐	cocina con nosotros	Madrid, España	cocinero	10	Jun 27, 2021 12:34 pm	Jun 27, 2021 12:34 pm	
☐	Calle 17 num. 129 casi esq. Con Av. Niños Heroes, Sector Centro, 31000 Chihuahua, Chih., México	Madrid, España	Pintar casa	10	Jun 25, 2021 6:40 pm	Jun 25, 2021 6:40 pm	

At the bottom of the table, there is a 'Refresh data' button and a 'Load 50 more items...' link.

Figura 84: Ejemplo de almacenamiento de datos (2)