



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

## MODELIZACIÓN DEL SERVICIO DE ACOMPañAMIENTO AL EMPREDIMIENTO EN ESPACIO ALPHA

Autor/es

Iris Espallargas Gomariz

Director/es

Eduardo Manchado  
Nerea Elosegui

Escuela de Ingeniería y Arquitectura  
2022 / 2023

# MODELIZACIÓN DEL SERVICIO DE ACOMPAÑAMIENTO AL EMPRENDIMIENTO EN ESPACIO ALPHA

## Resumen

Este proyecto consiste en el diseño de un **producto servicio** que propone una serie de recursos para el **acompañamiento a la emprendeduría a jóvenes en el medio rural**.

El proyecto se ha basado en las metodologías estudiadas durante la carrera para abstraer la información de un caso piloto, llamado Espacio Alpha, idear un esquema de modelo genérico y desarrollar unos resultados hasta obtener dos guías que describen y contienen las herramientas para propiciar este servicio, bajo el nombre de **modelo Young DREAM**.

Durante el desarrollo se han recogido los conocimientos impartidos en el Grado de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos para a partir de una idea de servicio en un proyecto piloto que se iba desarrollando sobre la marcha, obtener un **modelo de servicio estructurado y bien definido**.

### FASES

- Planificación del proyecto
- Investigación del caso de Espacio Alpha
- Involucración en el proyecto y participación en las actividades
- Ampliación de investigación para completar con la información
- Fase de obtención de conclusiones y especificaciones
- Fase de ideación
- Fase de desarrollo detallado
- Prototipado
- Presentación final de resultados

# Índice

Descripción del proyecto .....	3
Origen del proyecto .....	3
Justificación de interés del proyecto .....	4
Objetivos del proyecto .....	5
Resumen de las fases y metodología .....	6

## **FASE 1: INVESTIGACIÓN**

1.1 Primera investigación	
Proyecto VIVID y Espacio Alpha .....	10
Sara Valencia .....	14
Imprevisto .....	16
1.2 Ampliación de la investigación	
Stakeholders .....	18
Analogías de proyectos similares .....	21
Servicios de acompañamiento .....	24
Revisión de otros Toolkits .....	25
Estudio de metodologías .....	26
1.3 Conclusiones y especificaciones .....	28
1.4 Intervención en Espacio Alpha .....	30

## **FASE 2: IDEACIÓN**

Ideación .....	32
----------------	----

## **FASE 3: RESULTADOS**

3.1 Toolkit del servicio .....	40
3.2 Toolkit del emprendedor .....	52
Presentación de resultados .....	54
Futuras líneas de trabajo .....	55
Conclusiones .....	56
Referencias .....	57

# Descripción del proyecto

El proyecto consiste en el diseño de un **producto servicio** que propone una serie de recursos para el **acompañamiento a la emprendeduría a jóvenes en el medio rural**.

## Origen

Este proyecto surge de la convergencia entre una **oferta anunciada por el grupo VIVID** durante una sesión de Taller de Diseño VI, donde proponían una serie de retos para mejorar diferentes aspectos en San Marín de Unx y un **interés personal** por el diseño social enfocado a problemas en territorios rurales.

La elección de este proyecto y no otro de los ofrecidos por VIVID radicó en la posibilidad de hacer algo **replicable** en distintos territorios que no solo solucionase una problemática de una localidad concreta.

# Justificación de **interés**

El principal interés del proyecto radica en la idea de que puede tener un impacto directo en la **vida laboral de jóvenes** que viven en **territorios rurales**, brindándoles una oportunidad de tener un **trabajo especializado** a sus respectivos estudios.

Además, este proyecto recoge todos los conocimientos impartidos en la titulación sobre el diseño, **cómo debe actuar y pensar un diseñador** y las múltiples **metodologías** y **herramientas** empleadas; para a partir de una idea de servicio, no sólo definir al detalle todas las actividades a realizar en el mismo, si no que modelizarlo para poder ser replicado en distintos territorios y para diferentes tipos de proyectos.

Es un **proyecto exigente** ya que requiere de desplazamientos, entrevistas con diferentes agentes, un gran volumen de trabajo y el uso y conocimiento de multitud de herramientas tanto de análisis como de ideación y desarrollo.

# Objetivos del proyecto

- **Dar forma** al servicio realizado en Espacio Alpha.
  - **Modelizar** un proyecto específico en un esquema genérico para poder ser **replicable** en otros territorios.
  - **Testar** los resultados.
  - Contribuir a mejorar las **oportunidades laborales** en zonas rurales para jóvenes.
  - **Presentación** del modelo y los resultados de su aplicación.
- *Para obtener la descripción detallada sobre en qué consiste el proyecto consultar el [Anexo 1 - Pliego de condiciones](#).*

# Metodología y resumen de las fases

**01** Planificación

**02** Investigación del caso de Espacio Alpha

**03** Participación en el proyecto

**04** Ampliación de investigación

**05** Conclusiones y especificaciones

**06** Ideación

**07** Desarrollo

**08** Prototipado

**09** Resultados

■ Cronograma y tareas detalladas en el *Anexo 2 - Planificación*.

Basado todo el proyecto principalmente en el enfoque teórico del diseño social y diseño de servicios; además de una visión de innovación abierta, design thinking y diseño centrado en el usuario, entrando en estrecha relación con políticas de objetivos de desarrollo sostenible.

# Metodología y resumen de las fases

La **metodología genérica** seguida ha sido la siguiente:

- 01 **Investigación del modelo**
- 02 **Conclusiones y especificaciones**
- 03 **Ideación**
- 04 **Resultados**

Dentro de cada una de las fases la metodología ha sido diferente. En la investigación la metodología seguida ha sido una **inmersión y trabajo de campo** sobre el proyecto, mas **investigación** externa e interna para ampliar y completar con la información.

En la fase de ideación la metodología seguida ha sido partir de una definición y esquema inicial y realizar **cambios** sobre estos hasta llegar al modelo final.

Por último, en la fase de resultados, se ha ido trabajando siguiendo un **proceso iterativo** donde semanalmente se mostraban los avances y se recibía feedback.

# Fase 1

---

INVESTIGACIÓN

# 1.1

## PRIMERA INVESTIGACIÓN

---

**Proyecto VIVID y Espacio Alpha**

**Sara Valencia**

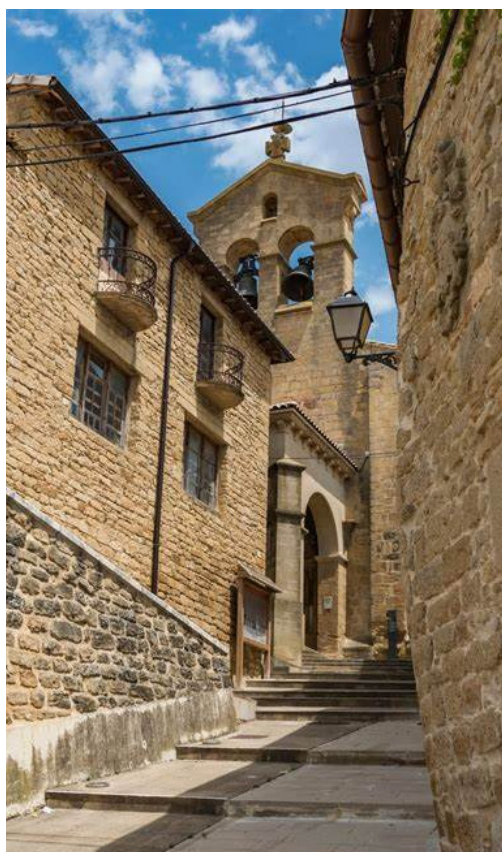
**Imprevisto**

# Proyecto **VIVID** y **Espacio Alpha**

El planteamiento inicial de la investigación se basa en **recoger la experiencia del reto de Espacio Alpha de VIVID, analizarla y modelizarla** para poder obtener un servicio replicable en diferentes territorios.

Esta información se ha recabado mediante **trabajo de campo, de inmersión y safari** durante varias sesiones en San Martín de Unx con el equipo de trabajo.

**VIVID** se define como un **laboratorio de innovación rural en torno al vino, la viticultura y la despoblación**. Está impulsado por Fundación Emplea y su objetivo es situar a San Martín de Unx, Navarra en el foco de innovación de esos tres ejes.



Se compone de **varios proyectos** que se involucran en el objetivo del laboratorio desde diferentes problemas, grupos y enfoques. Entre estos podemos encontrar:



- **Becas VIVID**, basado en un Erasmus Rural.
- **Academia VIVID** que es un programa de creación de vinos.
- **Espacios VIVID**, se centra el problema de la vivienda en el pueblo.
- **Incubadora VIVID**, donde se idean y desarrollan diferentes proyectos de emprendimiento.

# Proyecto **VIVID** y **Espacio Alpha**

**Espacio Alpha** surge como una rama de Academia VIVID en la que se presta un **apoyo al emprendimiento** en proyectos relacionados con el vino para que jóvenes lancen sus propias marcas al mercado.



■ *Para más información acerca de VIVID y el reto de Espacio Alpha consultar los documentos facilitados por la asociación en el [Anexo 3 - VIVID](#) y el [Anexo 4 - Espacio Alpha](#).*

# Proyecto **VIVID** y **Espacio Alpha**

Durante esta sesión también se obtuvo **acceso** a todos los **documentos y actividades** que se habían realizado en Espacio Alpha. Se observó y analizó objetivamente tanto los documentos y actividades realizadas como la metodología y estructura seguida.

Compartido conmigo > Espacio ALPHA

Tipo Personas Modificado

Carpetas

- Colaboración CEIN
- Gobierno de Nav...
- Proyecto Sara
- TFG Iris Unizar
- Vino, pueblos, Na...

Archivos

- Carta de servicios
- Espacio Alpha m...
- Espacio Alpha.pdf
- Memoria Espacio...

The screenshot shows a Google Drive interface for a folder named 'Espacio ALPHA'. At the top, there are navigation and sharing options. Below, there are filter buttons for 'Tipo', 'Personas', and 'Modificado'. The main content is divided into 'Carpetas' (Folders) and 'Archivos' (Files). Under 'Carpetas', there are five folders: 'Colaboración CEIN', 'Gobierno de Nav...', 'Proyecto Sara', 'TFG Iris Unizar', and 'Vino, pueblos, Na...'. Under 'Archivos', there are four items: 'Carta de servicios' (a document icon), 'Espacio Alpha m...' (a folder icon), 'Espacio Alpha.pdf' (a PDF icon), and 'Memoria Espacio...' (a folder icon). The 'Espacio Alpha.pdf' and 'Memoria Espacio...' items have preview thumbnails showing the 'Espacio Alpha' logo and text: 'Potenciando el emprendimiento joven en el mundo del vino'.

■ El análisis del trabajo realizado con un análisis crítico y conclusiones se pueden consultar en el *Anexo 5 - Análisis de Espacio Alpha*.

# Proyecto **VIVID** y **Espacio Alpha**

## **FINANCIACIÓN**

Un aspecto importante sobre todo el servicio de Espacio Alpha fue estudiar cómo se financia un proyecto como este. Por medio de una **entrevista semiestructurada a Nerea Elosegui**, Coordinadora de proyectos de formación en Fundación Emplea se obtuvieron tanto los datos específicos como una visión global y general del proceso y los medios.

- *La información completa se puede consultar en el [Anexo 6 - Financiación de Espacio Alpha](#).*

# Sara Valencia



Sara es una joven de San Martín de Unx que participó en Academia VIVID y ha sido la **emprendedora precursora del reto piloto de Espacio Alpha**.

Fue imprescindible para conocer más en profundidad el reto estudiar a Sara. Para ello se realizó una **entrevista** cuyas conclusiones quedan plasmadas en el siguiente Blueprint basado en un método persona.

Además, Sara estuvo presente a lo largo de todo el desarrollo del proyecto, sobre todo asistiendo a sesiones de mentorización y seguimiento junto conmigo y otros miembros de VIVID.

■ *Para ver la entrevista completa consultar el [Anexo 7 - Entrevista con Sara Valencia](#)*

# Sara

# Valencia

## SARA VALENCIA

26 años de San Martín de Unx

### EMPREDIMIENTO

- Técnica agraria
- Ingeniería agrícola
- Dos másteres
- Curso de Academia VIVID
- Trabajo en INTIA

### MOTIVACIONES

Quiere crear y comercializar su propia marca de vino como idolatración a su abuelo y a su familia. Además, quiere aumentar el valor de sus viñas para que el trabajo sea más motivador, gratificante y rentable.

### RECURSOS

- Posee terreno y viñas para producir uva.
- No cuenta con el resto de infraestructura necesaria para sacar vino.
- Tiene contactos que le permiten acceso a instalaciones. Es algo efímero.
- Experiencia y conocimientos en el mundo del campo.
- No está familiarizada con la tecnología, los ordenadores y las herramientas online.
- No posee conocimientos en venta, aspectos legales y económicos, branding... en el proceso de comercialización y creación de marca.

### TERRITORIO

Vive en San Martín de Unx. Tiene allí sus raíces familiares. Está muy arraigada a su pueblo, colabora en él y es una de sus prioridades. Posee propiedades: vivienda y terreno con viñas.

### PROYECTO

Sara es capaz de trabajar el campo y con sus contactos llegar a producir su vino. Sin embargo, no posee los recursos necesarios para comercializarlo. Quiere que VIVID le ayude a conseguir estos conocimientos y le proporcione recursos para lograr crear una marca de vino y comercializarla.

# Imprevisto

Al terminar de analizar el caso de espacio Alpha, se vio que **la experiencia piloto no estaba**. Existía un proyecto que se iba llevando sobre la marcha, con acciones intuitivas sin planificar. Vista la dificultad, decidí convertirlo en una **oportunidad de intervenir** y proponer cambios sobre el modelo, convirtiéndome en facilitadora y participando en las actividades, reuniones y sesiones del proyecto.

Llegados a este punto, la **fase de investigación se amplió** para poder completar con la información necesaria para idear el modelo para este servicio. Era necesario analizar en profundidad a los Stakeholders implicados, analogías con otros proyectos similares y un marco metodológico amplio.

# 1.2

## AMPLIACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

---

### **Stakeholders**

Usuarios Potenciales  
Nuevos Usuarios

### **Proyectos análogos**

INTIA y EVENA

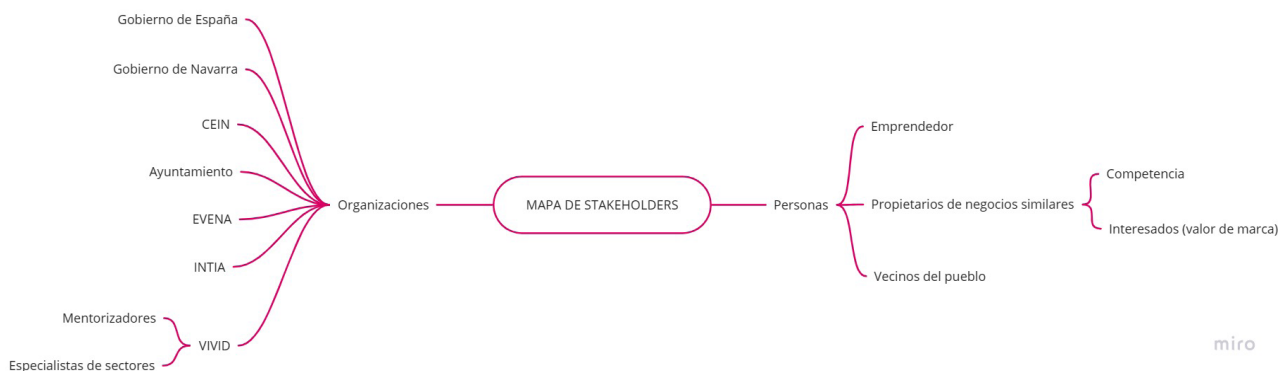
### **Servicios de acompañamiento**

### **Otros Toolkits**

# Stakeholders

Durante esta etapa de la investigación, se estudió a todos los **agentes involucrados** específicamente en el caso de Espacio Alpha, para poder extraer los agentes imprescindibles en un modelo genérico. Además, por medio de diferentes herramientas se analizaron los Stakeholders de los que necesitaba más información.

En primer lugar, se elaboró un **mapa mental** con todos los Stakeholders y un **esquema de intereses** de cada uno de ellos.



■ Para acceder a la información completa ver el [Anexo 8 - Análisis de Stakeholders](#).

Una vez obtenido el esquema, la investigación se centró en analizar al perfil de emprendedor del servicio.

# Stakeholders

## Usuarios potenciales

Este apartado se centro en analizar a los usuarios que VIVID tenía asociados para participar en Espacio Alpha, **Sara Valencia y Cristian Gurrea**.

Consistió en dos **entrevistas** en las que recabé información acerca de sus proyectos, sus intereses, los recursos de los que disponían, sus conocimientos y su relación con Espacio Alpha.

La importancia de este análisis recayó en **obtener similitudes y diferencias** entre dos usuarios reales que van a realizar este servicio. Con este análisis, se pudo ver qué aspectos del servicio de Sara eran particulares para ella y cuáles podían ser comunes a diferentes proyectos.

■ *Para ver el análisis completo consultar el [Anexo 9 - Análisis de usuarios potenciales](#).*

# Stakeholders

## Nuevos usuarios

Este segundo apartado consistió en el análisis general de **posibles nuevos usuarios** del servicio.

Se lanzó una **encuesta** entre jóvenes potenciales donde el objetivo era conocer el tipo de perfil de personas a las que les interesaría este servicio. Para ello era necesario saber cuáles son sus motivaciones y expectativas con respecto al reto y su vida, sus necesidades, sus conocimientos o experiencias previas y los recursos con los que cuentan.

Las respuestas fueron variadas, pero se pudo **caracterizar** al usuario tipo con el que se pueden ajustar los resultados de este proyecto a sus necesidades.

■ *Para ver el análisis completo, la encuesta y los resultados consultar el Anexo 10 - Análisis de nuevos usuarios.*

# Proyectos análogos

Además de ser Stakeholders del servicio, se investigó y **entrevistó** a dos entidades importantes en el **sector del vino** con **proyectos de emprendimiento e innovación**, INTIA y EVENA. Ambas tienen experiencias similares a espacio Alpha de desarrollo de un negocio a partir de una propuesta de valor en el sector de la alimentación, el campo y el vino.

El **objetivo** es obtener información acerca de su experiencia personal, los pasos que han seguido, su situación actual, su proyección futura y las dificultades que se han ido encontrando; para así tener una visión lo más específica posible del proceso de desarrollo un servicio como el de San Martín de Unx.



# Proyectos análogos

## INTIA

### Sitio Web

**INTIA** es una sociedad pública de Navarra cuya misión es la de transferencia e innovación en el sector agroalimentario que ayude a mejorar tanto la viabilidad como su sostenibilidad, mantener un medio rural vivo respetando el medio ambiente y ofreciendo a la sociedad alimentos de calidad.

El **interés** de esta sociedad a parte de conocerla en aspectos generales radica en saber cómo ha conseguido tener una amplia **red de organizaciones** y personas que le proporcionan un abanico muy extenso de **conocimiento en diferentes sectores**, y el cómo proporciona **asistencia técnica** a proyectos que les llevan algunos usuarios.



# Proyectos análogos

## EVENA

En cuanto a **EVENA**, es la responsable de la experimentación e investigación vitivinícola en Navarra, para lo que cuenta con importantes recursos, tanto en viñedo experimental, como en bodega. Tiene diferentes líneas de trabajo y también un asesoramiento técnico. Además, trabajan con lo que ellos llaman **finca y bodega experimental** donde disponen de recursos para la investigación en viticultura y enología.

El objetivo de la entrevista fue conocer más sobre el asesoramiento técnico que ofrecen y la finca y bodega experimental.

### REFLEXIÓN

Con el análisis de estas dos entidades, se obtuvo además de conocimiento acerca del proceso de desarrollo, unas **reflexiones** sobre cómo ellas podrían **participar** en este tipo de servicios, cuál sería la **diferencia** entre lo que hacen ellas y Espacio Alpha y cuáles serían los aspectos que más les preocuparían.

■ *Para ver la investigación completa y las entrevistas tanto de INTIA como de EVENA consultar el **Anexo 11 - INTIA y EVENA**.*

# Servicios de acompañamiento

Una parte imprescindible de esta fase ha sido la de estudiar otros **servicios que prestan acompañamientos o asesoramiento** a determinados grupos. Estos agentes fueron CEMINEM y Javier Balvín. Para ello a parte de la **investigación por Internet** de estos dos agentes, con CEMINEM se pudo realizar una visita guiada a sus instalaciones donde Camille Bertrand contó el funcionamiento del centro.

El caso de **CEMINEM**, Centro Mixto de Investigación con Empresas, nace con el objetivo de colaborar en el desarrollo de mercados innovadores, impulsando una I+D+I orientadas a las necesidades y nuevas oportunidades que ofrece el mercado, favoreciendo la colaboración público-privada y la transferencia de conocimiento y tecnología hacia el desarrollo de productos y servicios innovadores.

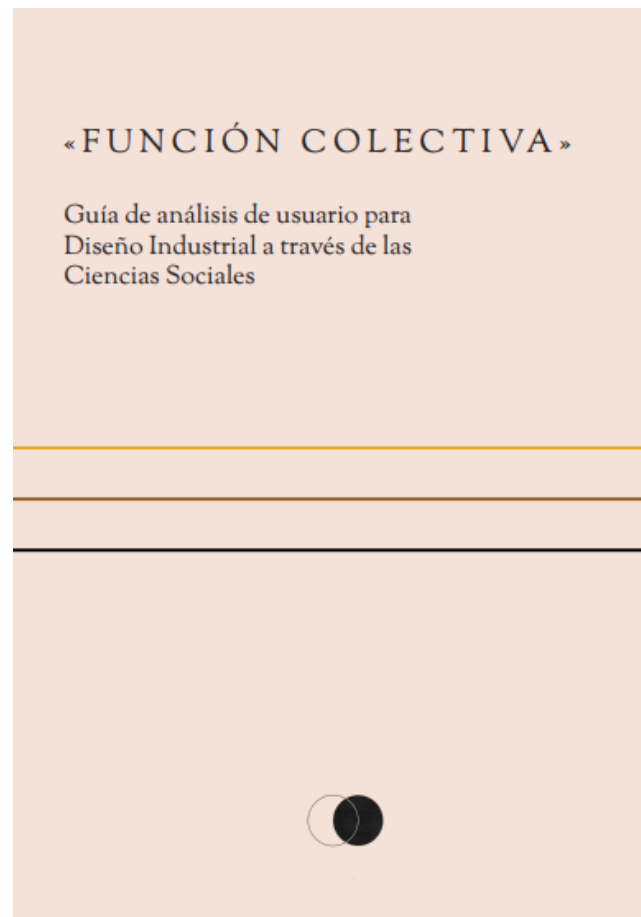
En cuanto a **Javier Balvín**, se indagó en su proyecto de Fin de Carrera de un alumno anterior, donde desarrolló su propia metodología de trabajo basada en el diseño social, que aplicó a un caso concreto para reconstruir juguetes viejos o rotos en sesiones de padres e hijos.

A partir de ellos se obtuvieron los **nexos comunes** de este tipo de proyectos y **surgieron preguntas** que ellos resolvían de ciertas maneras pero que no existían todavía en Espacio Alpha. Esto realmente hizo reflexionar sobre aspectos que se habían pasado por alto en nuestro servicio.

■ *Para ver el análisis de la metodología de CEMINEM y Balvín consultar el Anexo 12 – CEMINEM y Balvín*

# Otros Toolkits

En esta segunda investigación, también se pudo analizar varios Toolkits para obtener una visión global sobre **cómo se desarrollan** este tipo de productos, analizando críticamente qué aspectos eran acertados, qué puntos mejorables de cara a Espacio Alpha y el lenguaje y formato utilizado en función de los usuarios a los que iba dirigido.



# Estudio de metodologías

Paralelamente a la investigación anterior, se identificó y analizó por medio de **lecturas** y **búsqueda por Internet** un abanico amplio de modelos metodológicos y herramientas de diseño de servicios, para poder desarrollar un modelo propio adaptado a las necesidades de este caso.

## Diseño social



## Diseño centrado en el usuario



## Desing Thinking



## Diseño de servicios



## Universidad de Zaragoza



■ La investigación completa de este apartado se puede consultar en el [Anexo 13 – Metodologías y herramientas](#)

# 1.3

## CONCLUSIONES Y ESPECIFICACIONES

---

# Conclusiones y especificaciones

Alguna de las conclusiones a la par que los aspectos que se iba asegurando del modelo, iban surgiendo conforme avanzaba en la investigación. Sin embargo, una vez finalizada, se reunieron todas las conclusiones de los apartados en un único documento para poder sacar las especificaciones del modelo teniendo toda la información.

Realmente, lo que se obtuvo como conclusiones eran las **pautas generales para realizar el modelo del servicio**. En este punto, aunque faltasen detalles por pulir en la ideación del modelo, ya iba quedando una idea de forma abstracta y general de cómo sería, qué era imprescindible y las fases y recursos que serían necesarios.

■ *Para ver las conclusiones detalladas de la investigación consultar el [Anexo 14 - Conclusiones](#).*

# 1.4

## MI INTERVENCIÓN EN ESPACIO ALPHA

---

# Mi intervención

Dado el estado del reto de Espacio Alpha en mi llegada, empecé a **formar parte del equipo de mentorización**, acompañando y participando en diferentes sesiones y actividades del proyecto. Sobre todo, se centraron en las reuniones con agentes involucrados, INTIA y EVENA, sesiones de preparación de mentorías, las propias mentorías con Sara, redacción de actas y discusión de conclusiones. Dada la situación que me encontré y mi decisión de participar en la evolución del servicio, mientras iba haciendo todo el desarrollo de mi proyecto iba **prototipando los resultados con Sara** y con el equipo. Ha sido como estar en el taller cortando madera.

# Fase 2

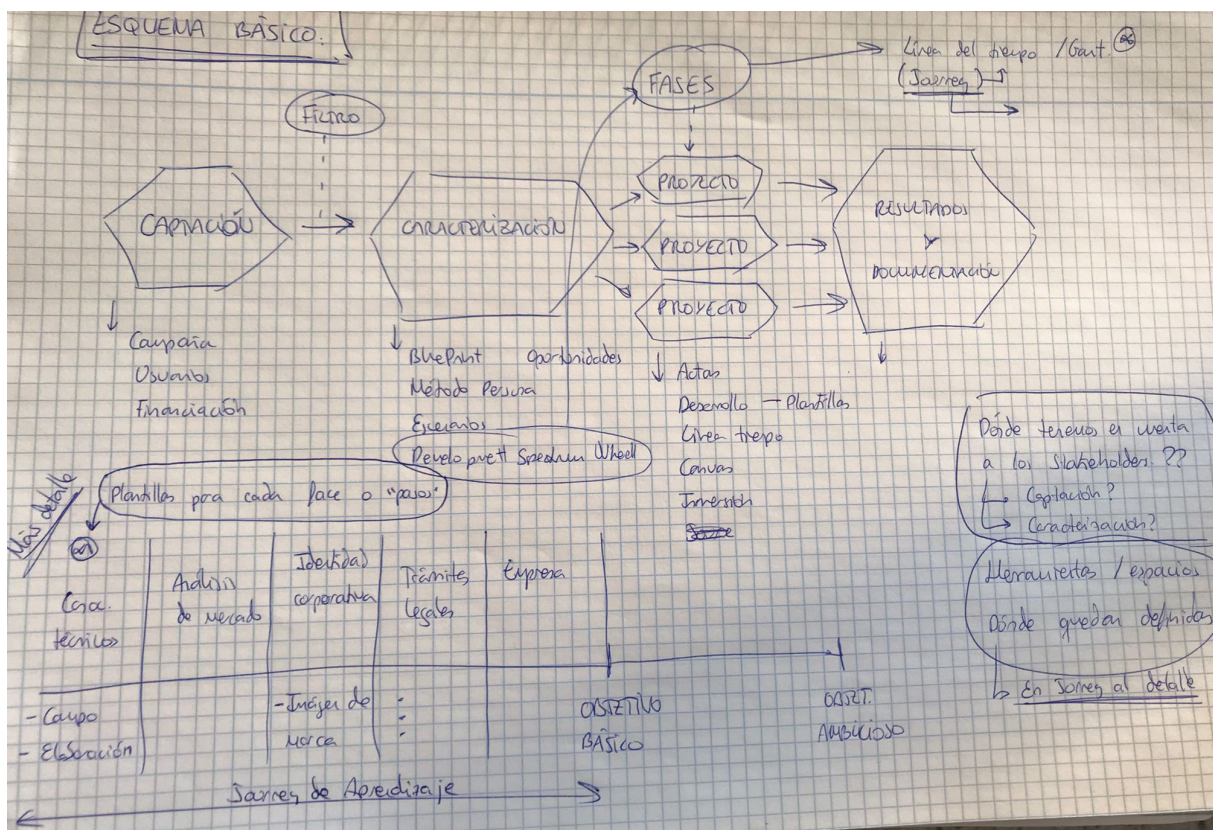
---

IDEACIÓN

# Ideación del modelo

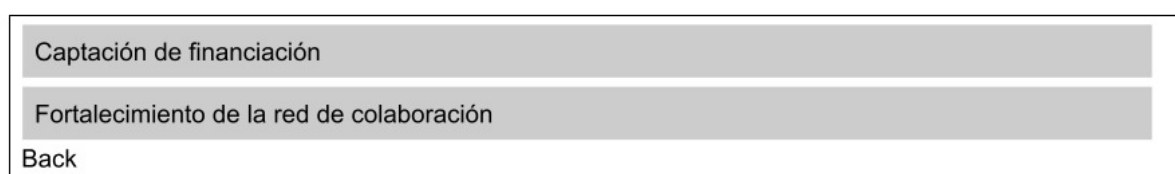
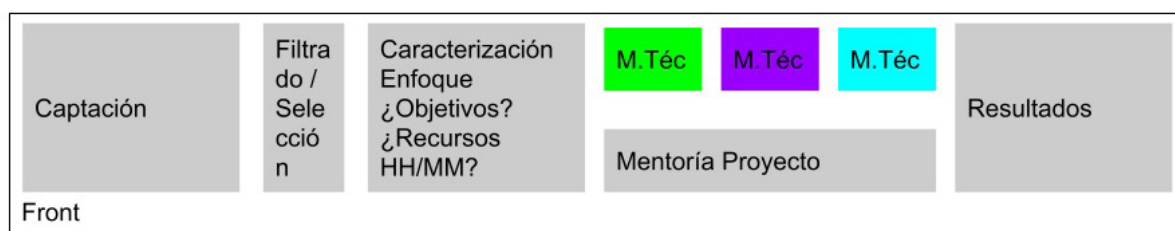
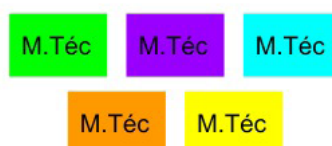
Durante toda la fase de investigación del proyecto, semana a semana se iba construyendo el servicio: definiendo las fases y los puntos clave, organizando los recursos, analizando los problemas surgidos... Una vez acabada, ya se tenía la idea general de lo que sería el modelo y de cómo funcionaría el servicio.

En ese momento se realizó el **primer borrador** del esquema del modelo. Los **principales bloques** de este esquema se centraron en el camino que sigue el usuario, con una captación, caracterización y evaluación del proyecto, el propio desarrollo de cada uno de los proyectos de los usuarios y los resultados finales. Además, dentro de cada proyecto propio se definieron las actividades o puntos clave que seguirían todos ellos, como un **Journey de aprendizaje**: conocimientos técnicos, donde se elaboraría el producto objeto de cada proyecto; análisis de mercado, identidad corporativa, trámites legales y conocimientos en empresa.



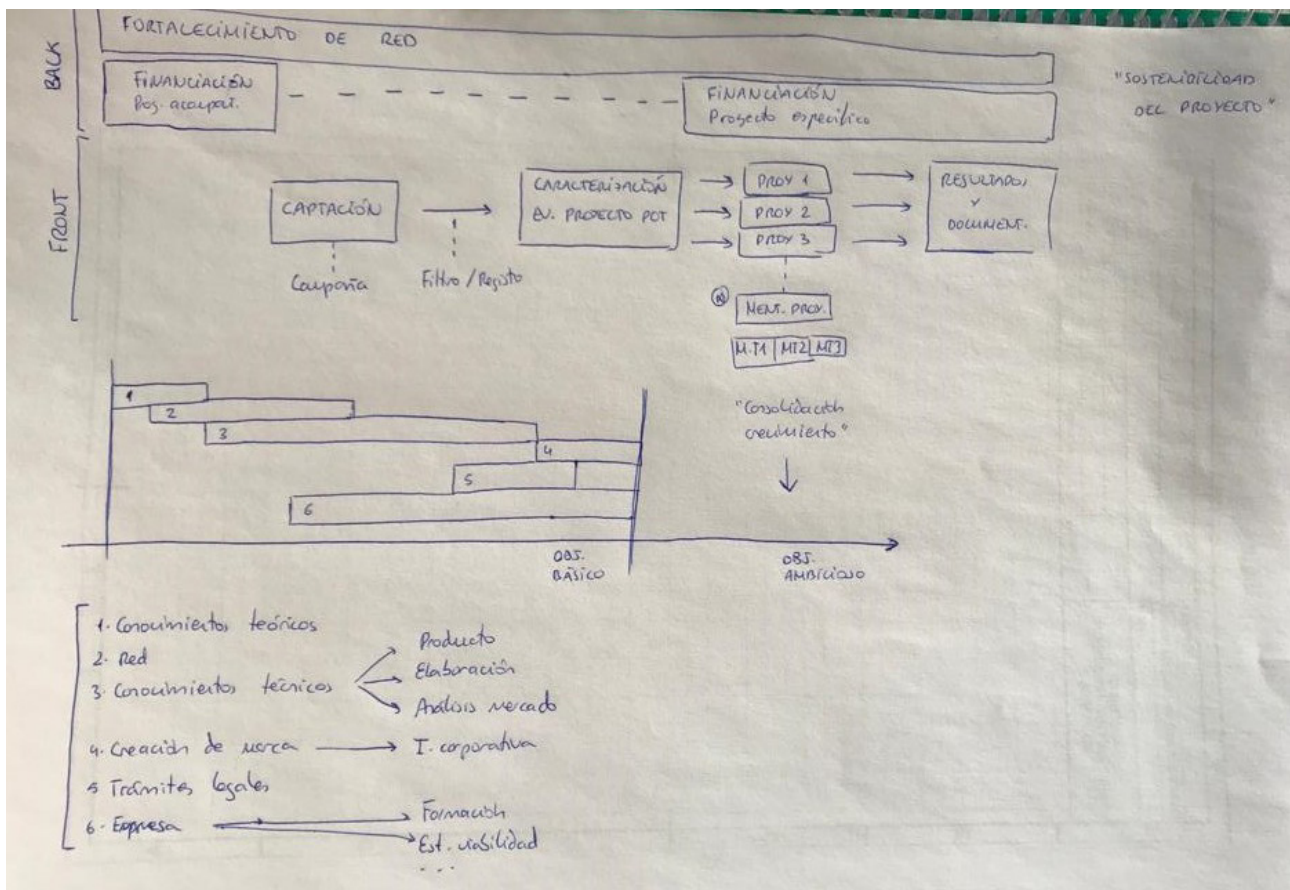
# Ideación del modelo

La **evolución** del modelo fue la siguiente: se presentó la idea de esquema a un miembro del equipo de VIVID y se concluyó en un segundo esquema del modelo, donde se definió un **back** con los **aspectos de sostenibilidad del servicio** y un **front**; y aparecieron las **mentorías técnicas**.



Posteriormente, mientras se iba tratando de definir también el servicio, surgió una ampliación dando lugar al **tercer esquema** de modelo, donde se añadió una parte de **financiación de cada proyecto específico** y se definieron cuáles serían y se organizaron en un **journey genérico** las posibles mentorías técnicas.

# Ideación del modelo

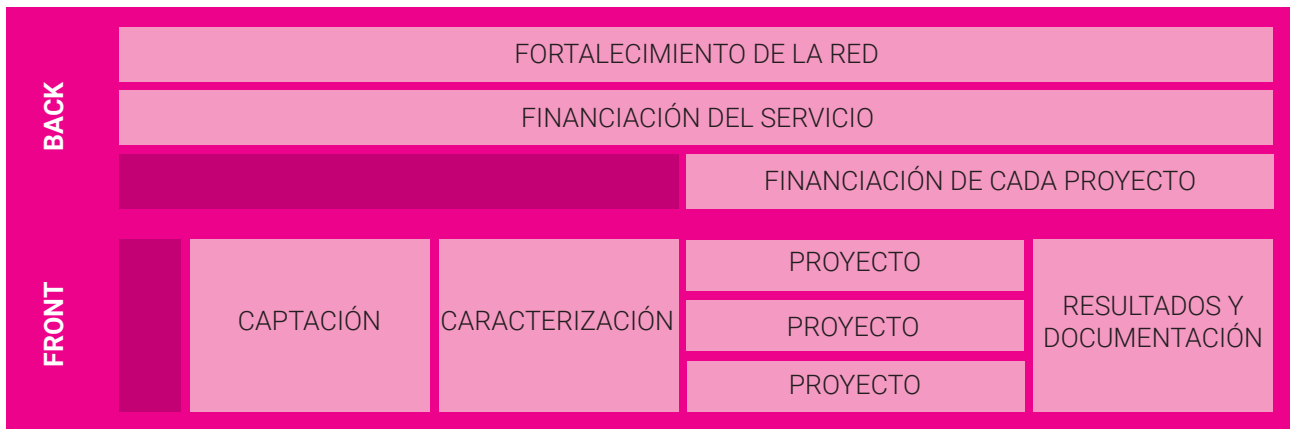


A partir de este, en una **sesión de co-creación** con el equipo de VIVID se debatieron varias posturas, viendo alternativas y descartándolas hasta llegar al **modelo final**.

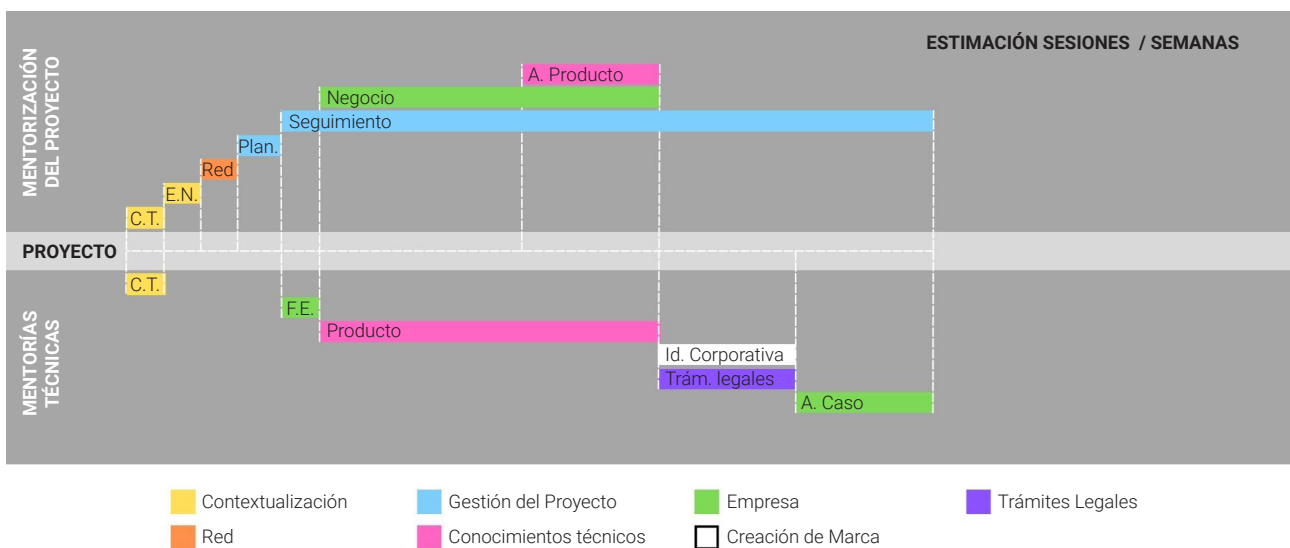
Los principales cambios fueron limpiar el esquema principal, para que fuese lo más sencillo posible de entender; definir unas **mentorías técnicas** finales **comunes** para todo tipo de proyectos; y crear **tres journeys** diferentes, para poder clasificar los proyectos de los emprendedores dependiendo de la duración de su fase de creación del producto. La finalidad de este cambio era la de poder **optimizar** ciertos **recursos** para ser aprovechados por el mayor número de emprendedores posibles.

# Ideación del modelo

## Modelo final



## Esquema de Journey genérico



# Ideación del modelo

## Esquema de los tres tipos de Journeys

PREPARACIÓN				MENTORIZACIÓN									
TIPO 1	Conocimientos teóricos	Estrategia de negocio	Red	Seguimiento									
				Plan	Formación en empresa	1ª Mentoría en empresa	Producto	1ª Mentoría en A. de Producto	2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <b>LEYENDA</b>  <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #f08080; border: 1px solid black;"></span> Actividades individuales  <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #e0e0e0; border: 1px solid black;"></span> Actividades conjuntas para todos los usuarios         </div>													
TIPO 2	Conocimientos teóricos	Estrategia de negocio	Red	Seguimiento									
				Plan	Formación en empresa	1ª Mentoría en empresa	Producto	1ª Mentoría en A. de Producto	2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
TIPO 3	Conocimientos teóricos	Estrategia de negocio	Red	Seguimiento									
				Plan	Formación en empresa	1ª Mentoría en empresa	Producto	1ª Mentoría en A. de Producto	2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso
				Plan					2ªMN	2ªMP	Identidad	T. Legales	A. Caso

■ La descripción detallada de la sesión de co-creación se puede consultar en el [Anexo 16 - Sesión de co-creación](#).

# Ideación del servicio

Una vez definido el esquema del modelo junto con todas las conclusiones de la investigación se pudo completar con la segunda fase de ideación, **desarrollar el resto de los aspectos del servicio**, como por ejemplo el nombre del modelo, organizar recursos, definir fases y tiempos, poner criterios y límites y definir las actividades y herramientas, etc.

Durante esta etapa, se comenzó con la **definición propia del servicio**, su objetivo, los posibles casos de inicio que se podían dar, la definición detallada del modelo, los recursos mínimos imprescindibles que el servicio proporcionaba a los emprendedores y los beneficios que obtiene el promotor y por último las posibles vías futuras del proyecto.

■ *Para ver el documento con la explicación del servicio consultar el [Anexo 17 – Definición del servicio](#).*

En segundo lugar, el desarrollo del proyecto se sumergió dentro de cada uno de los bloques del esquema para **idear** qué **herramientas** serían necesarias realizar en ellos. A modo de esquema organizativo, simplemente se definió en qué consistía cada bloque, redactando un listado de las herramientas que tendría que desarrollar y generando unas pautas básicas de cómo deberían ser estas herramientas, su formato y la forma de registrarlas.

■ *Para ver todo el esquema de ideación de cada bloque consultar el [Anexo 18 – Desglose del modelo](#).*

# Fase 3

---

RESULTADOS

# Resultados

El resultado final de todo el trabajo han sido **dos guías** que contienen las **instrucciones, pautas y herramientas** para propiciar un servicio de acompañamiento al emprendimiento para jóvenes en medios rurales.

Uno de los documentos corresponde al **toolkit** del agente o agentes que proporcionarán el **servicio de acompañamiento**; y el otro documento es una especie de cuadernillo con herramientas para los **emprendedores**.

El hecho de que haya dos documentos es porque cada uno se **adapta a un determinado uso y usuario**. La guía del servicio recoge tanto la explicación y la información para desarrollar este tipo de proyectos como las actividades a realizar tanto por el servicio como las conjuntas durante la mentorización de cada proyecto. El cuaderno del emprendedor sin embargo es una especie de cuadernillo de notas donde el usuario irá apuntando datos sobre la marcha y realizando actividades individualmente.

El **formato** del primero es un A3 horizontal ya que así se permite tener las herramientas en soporte digital o físico siendo en ambas legibles. En el caso del segundo, es un cuaderno impreso en A5 para que el usuario pueda transportarlo de un lado a otro y lo lleve siempre encima.

En cuanto a la **estética**, ambos siguen la línea cromática de Espacio Alpha y las tipografías propias de VIVID. Esta decisión se ha tomado en base a que ellos puedan utilizar ya las dos herramientas.

Por último, es necesario comentar que como quería que estos documentos tuviesen un formato amable y no tanto de artículo científico no he adjuntado bibliografía, esta queda reflejada en la memoria y anexos.

# 3.1

## TOOLKIT DEL SERVICIO

---

---

# INSTRUCCIONES

## GUÍA ACOMPAÑAMIENTO

MODELO YOUNG DREAM

---

Sumergiéndonos en el contenido la guía de instrucciones para el acompañamiento, encontramos **cuatro bloques** diferenciados: una introducción, la explicación del modelo y el desarrollo de cada uno de los bloques separados en Back y Front.

# Introducción

En primer lugar, era imprescindible que hubiese una introducción donde se explicara la **finalidad** de la guía y para **quién** estaba dirigida, ya que no cualquier persona que se la encuentre podría proporcionar un servicio como este. Además, se incluyó una sección de **conceptos clave** previos imprescindibles para entender este manual; y una pequeña documentación sobre los **antecedentes**.

# Modelo Young DREAM

El segundo bloque, **define el servicio en profundidad** excepto el contenido de los Journeys y explica por encima el esquema del modelo. La finalidad de que tanto los Journeys como el modelo no queden totalmente definidos ahora, es no saturar de información a los agentes que propicien el servicio. La idea de este manual es ir **desengranando** todos los aspectos de manera cronológica, así como van sucediendo para que sea mejor entendible.

# Desglose del modelo

Por último, siendo lo que comprende la gran mayoría del documento es el desglose de cada bloque del modelo. Cada uno de ellos posee unas explicaciones y herramientas diferentes, pero el formato es igual para todos.

# Formato

En la **portada** de cada bloque aparece un **esquema del modelo** vacío donde se van sumando los apartados para saber donde se está. Además, encontramos en la esquina superior derecha un pequeño **índice** con los contenidos del mismo.

La primera página de cada bloque es un **esquema de las tareas** que hay que realizar, donde además en la parte inferior se especifica quién es el responsable y cuando es preciso en qué momento comienza.



## Fortalecimiento de la red

¿QUÉ HAY QUE HACER?



El responsable de realizar esta fase es el usuario encargado de prestar el servicio de acompañamiento del modelo. En esta etapa usaremos las siguientes herramientas: Mapa de Stakeholders y Mapa Influencia / Interés.

# Formato

Las páginas siguientes son diferentes en cada apartado y en ellas se **describe cada bloque**. Se especifican detalladamente cualquier aspecto necesario para entender siempre qué es lo que hay que hacer, cuando, cómo y de qué manera. En muchos casos, se detalla una justificación de el por qué es necesario la realización de ciertas actividades. Además, en estas hojas se explica qué actividades se realizarán y en qué momento.

Por último, en cada apartado encontramos las **plantillas de las herramientas** que se deben realizar. Todas ellas, poseen el mismo formato y en estas se especifica el objetivo de la herramienta, la definición y los pasos a seguir para rellenarla. Además, se incluye la duración aproximada, los recursos necesarios para desarrollarla y un pequeño consejo. En estas hojas, se puede ver una imagen de la herramienta en el lateral derecho, pero a la hora de utilizarla, hay un hipervínculo que da acceso al PDF de la misma.

## Fortalecimiento de la red

### HERRAMIENTA - MAPA DE STAKEHOLDERS

**Objetivo:**  
Identificar a los agentes clave que intervienen en el servicio.

**Definición:**  
El Mapa de Stakeholders es la representación gráfica de todas las partes interesadas en un proyecto, actividad o idea.

**Pasos:**

1. Identificación. Anotar todas las personas o grupos que puedan estar afectados por el proyecto y se vengan a la mente en un listado. Poner el nombre, la organización.
2. Clasificación. Clasificar a los agentes de la lista anterior en la plantilla de Mapa de Stakeholders en función de si son internos o externo, y si el éxito del proyecto les afecta positivamente o negativamente.
3. Evaluación. Ordenar y anotar la información de evaluación de los agentes obtenidos: expectativas, intereses y relación con el proyecto.

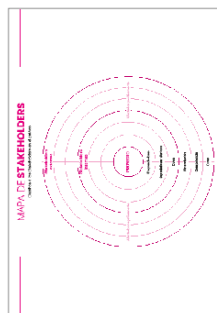
**Consejo:**  
Pensar en todas las personas que podrían verse involucradas o afectadas por su proyecto incluso las menos significativas.

**Dificultad:**  
Media

**Duración:**  
1 hora

**Materiales:**  
Papel y boli / Ordenador

Plantilla online



# Contenido

## de los bloques

### FORTALECIMIENTO DE LA RED

#### **Funciones del apartado:**

Identificar a los stakeholders – Conocerlos para poder evaluarlos – saber como manejarlos

**Explicación:** se dedica una página a explicar quienes son los Stakeholders del servicio y se clasifican en función de si son externos o internos.

#### **Herramientas:**

- Mapa de Stakeholders
- Mapa de Influencia / Interés

### FINANCIACIÓN DEL SERVICIO

#### **Funciones del apartado:**

Identificar los costes del proyecto – Identificar los financiadores del proyecto – obtener la financiación – preparación del material

**Explicación:** se desglosan cuáles son los costes mínimos que debe asumir el servicio y se especifica quiénes podrían ser esos financiadores. Además, se adjunta un esquema sobre cómo se puede conseguir esta financiación.

#### **Herramientas:**

- Estudio de costes
- Ficha para becas y subvenciones
- Ficha para financiadores
- Presentación para financiadores

# Contenido

## de los bloques

### FINANCIACIÓN DE CADA PROYECTO

#### **Funciones del apartado:**

Saber cuáles son los costes del proyecto (se realiza en el apartado de caracterización) – identificar a los financiadores – obtener la financiación

**Explicación:** se describen los costes que debe asumir el emprendedor y se especifica quiénes podrían financiar los proyectos. También se adjunta un esquema sobre cómo conseguir la financiación.

#### **Herramientas:**

- Ficha para becas y subvenciones
- Ficha para financiadores
- Presentación para financiadores

### CAPTACIÓN

#### **Funciones del apartado:**

Darnos a conocer – atraer al usuario al servicio – registrar a los usuarios – primer filtrado

**Explicación:** en primer lugar se da una descripción con el comienzo, objetivo y finalidad de este bloque. Posteriormente se explica cómo debe ser la campaña en función del lugar y el usuario, cómo debe ser el registro y la importancia de filtrar a aquellos usuarios que no cumplen con unos requisitos mínimos establecidos.

#### **Herramientas:**

- Cuenta, anuncio de Instagram y sitio web
- Presentación del servicio
- Formulario de inscripción
- Flujograma de filtrado

# Contenido de los bloques

## CARACTERIZACIÓN

### Funciones del apartado:

Contactar con los usuarios seleccionados y obtener más información – caracterizar y clasificar – evaluar los proyectos – seleccionar a los candidatos finales

**Explicación:** se especifica qué información es necesaria recoger y que se debe evaluar. Además se habla de la capacidad del servicio y de cómo tomar la decisión de seleccionar a los candidatos en función de los recursos de los que disponemos.

### Herramientas:

- Entrevista a candidatos
- BluePrint con método persona
- Modelo de negocio
- Aproximación de costes
- Tabla de ponderación

## PROYECTO

Como hemos visto hasta ahora, el formato de cada uno de los bloques del modelo va siendo el mismo, sin embargo, esto cambia al llegar al apartado de proyecto. Este requirió ser un poco rediseñado ya que era necesario incluir bastante **explicación acerca de los Journeys**. Este apartado ha quedado dividido en dos bloques principales que a su vez se han subdividido en secciones.

# Contenido de los bloques

## PROYECTO

En primer lugar, tenemos el apartado Journey, dividido en:

- **Descripción**, donde se explica al detalle los tipos de Journeys pero también toda la metodología que se seguirá para desarrollar toda esta fase que es realmente la de acompañamiento de los proyectos. Aquí se especifica el inicio y final de la misma, la distribución de las actividades en mentorías técnicas y mentorías del proyecto y los tipos de Journeys.
- **Mentorías técnicas**. En este apartado, se explica todo lo relativo a cómo deben ser las mentorías técnicas, ya que estas serán actividades que impartirán especialistas externos al servicio. Se especifica cuáles son, la duración de las mismas y los contenidos.
- **Representación gráfica**. Es un apartado importante para acabar de comprender y absorber toda la información que se acaba de dar. He incluido la representación cronológica en una línea temporal de los tres tipos de Journeys y un esquema diferente de todos donde se ve la optimización de los recursos.
- **Vías futuras**. Es importante incorporar lo que podrían ser los siguientes pasos de este servicio. En teoría, el modelo Young DREAM finaliza con la comercialización del producto del emprendedor, sin embargo, en un futuro podrían ampliarse los objetivos para llegar a crear una marca consolidada o acompañar a emprendedores que quieren crecer en el mercado.

En segundo lugar, encontramos un apartado llamado **mentorización del proyecto**. La mentorización del proyecto comprende todas las actividades que se desarrollarán con el mentor del servicio. Al contrario que las técnicas, estas se caracterizan por tener herramientas de diseño menos específicas que sirven para desarrollar el proyecto pero también para gestionarlo. La explicación de cada una de las etapas y actividades, su duración y las plantillas de las herramientas se especifican en los siguientes apartados de la guía.

# Contenido

## de los bloques

### PROYECTO - Conocimientos teóricos

**Funciones del apartado:**

Impartir conocimientos teóricos básicos al emprendedor

**Explicación:** se especifica el por qué es necesaria esta actividad y su duración.

**Herramientas:**

- Presentación teórica

### PROYECTO - Estrategia de negocios

**Funciones del apartado:**

Charla introductoria – revisión del Canvas – estudio de costes

**Explicación:** se describe cuáles son las actividades a desarrollar y el por qué son necesarias, así como su duración.

**Herramientas:**

- Estudio de costes

### PROYECTO - Red

**Funciones del apartado:**

Explicar el desarrollo del proyecto y del Toolkit – realizar una visita por el pueblo – presentar a los vecinos

**Explicación:** se especifican las actividades que hay que realizar, su orden y duración.

**Herramientas:**

- Charla introductoria y actividad de inmersión

# Contenido

## de los bloques

### PROYECTO - Planificación

#### **Funciones del apartado:**

Inicio del desarrollo de los proyectos y Acta 0 – mapa mental de tareas – cronograma de actividades

**Explicación:** se describen las actividades que se tienen que realizar y su duración.

#### **Herramientas:**

- Acta 0
- Mapa mental
- Diagrama Gantt

### PROYECTO - Seguimiento

#### **Funciones del apartado:**

Control del proyecto – registro de incidencias

**Explicación:** se especifica cómo debe ser esta fase, cuando comienza y su duración.

#### **Herramientas:**

- Actas de seguimiento
- Registro de incidencias

# Contenido

## de los bloques

### PROYECTO - Negocio

#### **Funciones del apartado:**

Recuento de gastos en recursos empleados – recuento de tiempo invertido – estudio de rentabilidad y sensibilidad

**Explicación:** se especifica qué actividades hay que realizar y de qué manera.

#### **Herramientas:**

- Recursos y gastos
- Tiempo invertido
- Estudio de rentabilidad
- Estudio de sensibilidad

### PROYECTO - Análisis de producto

#### **Funciones del apartado:**

Analizar el mercado y la competencia – estudiar al usuario – analizar las oportunidades y estrategias – definir el producto

**Explicación:** se especifica qué actividades hay que realizar y cómo hacerlo, así como la importancia de estas y su duración.

#### **Herramientas:**

- Estudio de mercado
- Análisis de usuario
- Análisis de oportunidades
- Definición de producto

# Contenido

## de los bloques

### DOCUMENTACIÓN Y RESULTADOS

#### **Funciones del apartado:**

Documentar el proceso y los resultados obtenidos – lanzamiento de los emprendedores

**Explicación:** se describe en qué consiste esta fase y las actividades que se deben realizar.

#### **Herramientas:**

- Mentorías técnicas
- Resultados
- Porfolio del emprendedor

■ *La guía de instrucciones para el acompañamiento se puede consultar en el [Anexo I – Toolkit del servicio](#).*

# 3.2

## TOOLKIT DEL EMPRENDEDOR

---



En cuanto al cuadernillo del emprendedor, posee una serie de **explicaciones y herramientas** para que el usuario vaya realizando conforme se las vayan explicando. Se trata de actividades más simples que no necesitan ser completadas con ayuda.

Este documento a su inicio posee una pequeña **contraportada** para que el usuario pueda anotar sus datos por si llegase a perderlo. Fuera de esto, la **estructura** es igual para todos sus apartados. En la parte superior tiene un título explicativo de la actividad en la que se encuentra y en la hoja izquierda del comienzo de cada herramienta dispone de una explicación sobre la finalidad de la misma y cómo rellenarla.

# Contenido

El contenido de **actividades** del cuaderno del emprendedor es el siguiente:

- Unas primeras páginas de introducción dedicadas a refrescar los conocimientos teóricos sobre el diseño con un pequeño resumen.
- Una pequeña agenda de contactos para anotar los datos de los agentes que conozca en la inmersión.
- Una agenda con un calendario de cuadros y una tabla de tareas.
- Un conjunto de herramientas específicas:
  - Recursos y gastos
  - Tiempo invertido
  - Análisis de mercado
  - Análisis de usuario
  - Análisis de oportunidades
  - Mi producto
  - Rentabilidad y sensibilidad
- Unas hojas libres para anotarse los datos que considere oportunos de sus mentorías técnicas.

■ *El cuadernillo del emprendedor completo se puede consultar en el [Anexo II – Toolkit del emprendedor](#).*

# Presentación de resultados

Una vez terminadas las dos guías, el proyecto por parte de la empresa había terminado. Fue entonces cuando los miembros que se habían involucrado en el proyecto me propusieron dos actividades.

En primer lugar, una sesión formal donde **presentar el resultado** del trabajo realizado durante estos meses. En ella, me reuní con todos los **miembros de VIVID** y les expliqué los dos documentos detalladamente. El feedback que recibí por su parte fue muy bueno, consideraron que había realizado un buen trabajo y que los resultados eran muy útiles para ellos.

La segunda actividad fue una **sesión de presentación a los vecinos del pueblo**, donde junto con otros jóvenes que habían desarrollado otros proyectos en San Martín de Unx, contamos qué era lo que habíamos hecho y cuál había sido nuestra experiencia.

Todos se sorprendieron con el trabajo realizado y recibí multitud de felicitaciones.

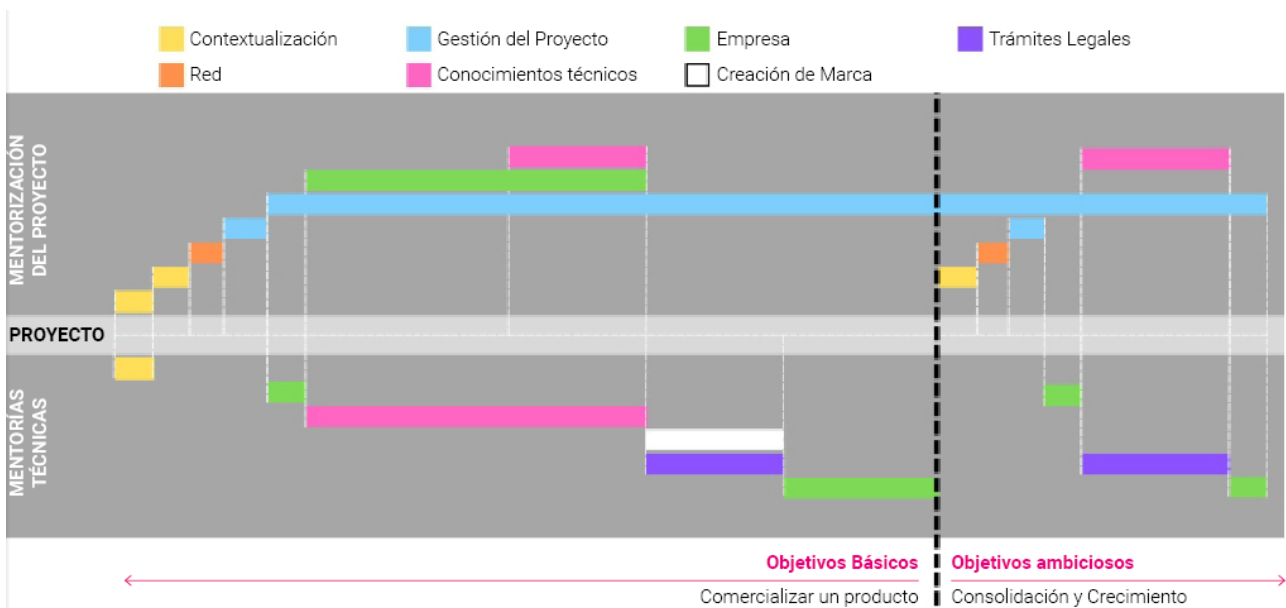


Imagen de los participantes en la actividad de presentación al pueblo.

# Futuras líneas de trabajo

En cuanto al proyecto, como se ha comentado en apartados anteriores, podría existir una **continuación** de este trabajo que desarrollase las pautas y guías para cumplir con unos **objetivos** más futuros de **consolidar las marcas** de los usuarios o de **crecimiento en el mercado**.

En cuanto al trabajo realizado hasta la fecha, gracias a la buena acogida que han tenido los resultados, por parte de VIVID me han pedido asistir a unas **jornadas** en septiembre en San Martín de Unx ante otras universidades para **presentar y explicar el proyecto** y darle divulgación.



# Conclusiones

Se ha conseguido **cumplir** satisfactoriamente con los **objetivos** marcados.

Se ha conseguido obtener un **modelo genérico** que define este servicio para multitud de proyectos y usuarios diferentes.

Se ha conseguido crear **dos guías** que recogen al completo las **explicaciones** y **herramientas** para poder ser replicado.

He conseguido **pilotar** y **contribuir al desarrollo** del servicio como facilitadora.

He aprendido a **relacionarme** y **trabajar con agentes externos** a mi titulación, que tienen otras formas de hacer las cosas. Así como a comunicarme con entidades y grupos con influencia.

He aprendido que yo sola soy capaz de **gestionar un proyecto** y que, aunque las cosas sean diferentes hay que adaptarse y ser flexible.

Realmente este proyecto ha sido una satisfacción académica para mí, porque me ha permitido llegar a unos **resultados tangibles** que pueden ser útiles y ayudar a diferentes usuarios basados en una forma de pensar con unas metodologías y unas herramientas que sólo un ingeniero de diseño tiene.

Durante el desarrollo del proyecto me he dado cuenta de la importancia de tener un **método**, de seguir unas **pautas** y de que cuento con el conocimiento de multitud de **herramientas** muy útiles y en muchos sectores.

# Referencias

## BIBLIOGRAFÍA

- [1] DESIGN FOR CHANGE IN MARGINALIZED COMMUNITIES, A tool book for NGOs, social entrepreneurs and practitioners  
*Paco*
- [2] Guía de análisis de usuario para Diseño Industrial a través de las Ciencias Sociales  
*Función Colectiva*
- [3] Métodos y proceso de diseño. Taller de diseño. 2016  
*Ignacio López Forniés, Eduardo Manchado Pérez y Rosana Sanz Segura*

## WEBGRAFÍA

- [1] <http://design-toolkit.recursos.uoc.edu/es/>
- [2] <https://www.designthinking.es/inicio/>
- [3] <https://www.iebschool.com/blog/>
- [4] [La matriz de Mendelow \(marketing-esencial.com\)](#)
- [5] [El diseño de proyectos sociales: claves y recomendaciones | UNIR](#)
- [6] [Diseño centrado en el usuario: qué es, etapas y ejemplos \(hubspot.es\)](#)