



Thinking

Proyecto

Emprende

Creatividad

Solucion

Aula
Startup
Lab.

Conocimiento

Educación

Innovación

Playbook: Empresas sociales

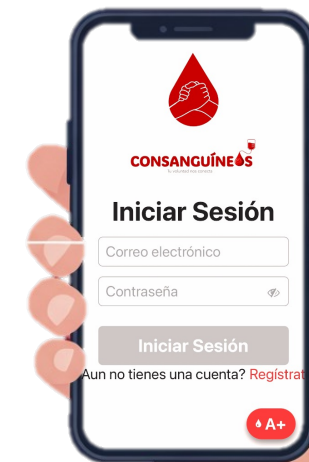
El origen de Aula Startup Lab

La Educación Superior se enfoca cada vez más hacia pedagogías que atiendan las problemáticas globales desde el quehacer universitario para transformar los entornos sociales. **Aula Startup Lab** es una herramienta que ayuda a generar un impacto social desde el aula.

Cuando promuevo este tipo de metodologías dentro del aula, lo primero que me preguntan algunos docentes universitarios es, ¿En qué momento hago esto? si no tengo tiempo, y comentarios con los que quizás te sentirás identificado como; “eso no aplica para mi campo de conocimiento”, “apenas logro terminar los contenidos del programa de clases”, “eso implica mucho más trabajo”, “yo no doy emprendimiento”, “no soy del área de administración de empresas”, etc. Consciente de las múltiples actividades que tenemos los docentes universitarios como impartir clase, planeaciones, evaluaciones, desarrollo de proyectos e investigación, dirección de tesis, gestión, vinculación, tutoría, asesoría, entre otras y, el poco tiempo disponible para emprender este tipo de proyectos, he diseñado **Aula Startup Lab** desde la visión práctica de un docente universitario lleno de actividades, pero con el entusiasmo de transformar los entornos sociales desde el aula.

Debo contarles que no soy un experto en emprendimiento, tampoco en innovación y generación de empresas. Solo soy un docente universitario que, a través de varias capacitaciones de emprendimiento social y un intenso programa de acompañamiento, pude generar una Startup social desde mi campo profesional (Químico –Biológico), específicamente desde la formación de estudiantes del área de laboratorios clínicos y biotecnología. A través del programa @Maestros Que Dejan Huella dirigido por @impulsera e @iLab he desarrollado junto con mis estudiantes la App **CONSANGUÍNEOS**, una **empresa social en la que impulsamos un cambio cultural que fomenta la participación de la sociedad para atender la problemática del déficit de las donaciones de sangre en la región.**

Si te identificas con todo esto, **Aula Startup Lab** es para ti. Nuestro propósito, es promover en los docentes universitarios acciones de transformación de los entornos sociales desde su propio campo profesional, a través de la creación de una Startup. Este **Playbook** servirá para dar esos primeros pasos y te contará a través de cada etapa a manera de ejemplo la construcción de **CONSANGUÍNEOS**. Esperamos que sea de inspiración.



Playbook

**Emprendimiento universitario
Impacto social desde el aula**

Este Playbook, es un manual de trabajo con metodología estratégica para documentar el proceso del paso a paso y alcanzar de manera eficiente el emprendimiento de una empresa social desde cualquier campo del conocimiento universitario, con el propósito de atender a través de una propuesta solida necesidades de la comunidad.

A central yellow lightbulb with a blue base and filament. It is surrounded by a circular ring of twelve colored segments in various colors like red, orange, green, and blue. The background features faint, large letters 'U' and 'F'.

Se caracteriza por la innovación tecnológica, generar impacto a largo plazo, equilibra el impacto y viabilidad económica por encima de la rentabilidad, pero enfocada a sostener la funcionalidad. La misión social está en el centro de la empresa, se buscan soluciones creativas, disruptivas, que sean escalables y puedan replicarse.

**Innovación + emprendimiento + impacto social
para transformar realidades de manera sostenible.**

¿Qué es Aula Startup Lab?

- **Aula Startup Lab**, es un modelo de innovación educativa que transforma el aula universitaria en un laboratorio de creación de soluciones desde tu propia área de conocimiento a problemas reales del campo profesional, mediante la metodología de creación de Startup, empresas con impacto social y sostenibles en el tiempo, para su trascendencia.



¿Por qué Aula Startup Lab?



Objetivos del programa



- Fomentar innovación universitaria



- Desarrollar soluciones a problemas reales



- Promover empleabilidad universitaria



- Generar impacto social

Principios del modelo

- Aprendizaje basado en retos y problemas
- Cabeza, corazón y manos para la transformación social
- Pensamiento crítico, sistémico y anticipación
- Experimentación
- Impacto social
- Colaboración multi y transdisciplinaria
- Emprendimiento social
- Acercar a los estudiantes a la realidad profesional
- Aprendizaje de servicio
- Empleabilidad temprana

Metodología

El proceso consta de 7 etapas, en cada una de ellas encontraras una **Caja de Herramientas**. Estas cajas cuentan con una lista de metodologías que puedes utilizar en cada tema, los estudiantes pueden consultar en línea cada una de las metodologías recomendadas y aplicar al proyecto la que consideren más adecuada. Como lo describí en la presentación, este **Playbook** no pretende explicar las metodologías en cada etapa de la construcción, sino más bien, ser un instrumento útil y práctico para los docentes universitarios en su día a día dentro de la asignatura que imparten.

Etapas de construcción



1. Identificar



2. Detectar



3. Diseñar



4. Prototipar



5. Validar



6. Impactar



7. Comunicar



MENTOR



FACILITADOR DE
INNOVACIÓN



GUÍA
METODOLÓGICO



EXPLORADOR
DE PROBLEMAS



DISEÑADOR DE
SOLUCIONES

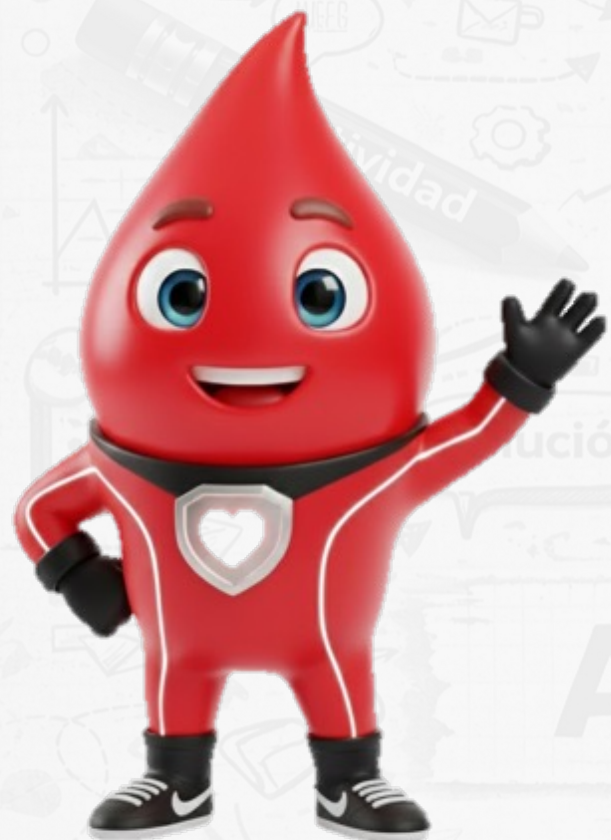


EMPRENDEDOR
SOCIAL

Rol del docente

Rol del estudiante

Ejemplo proyecto social de Aula Startup Lab



CONSANGUÍNEOS

Tu voluntad nos conecta

Aula Startup Lab.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Presentación del proyecto

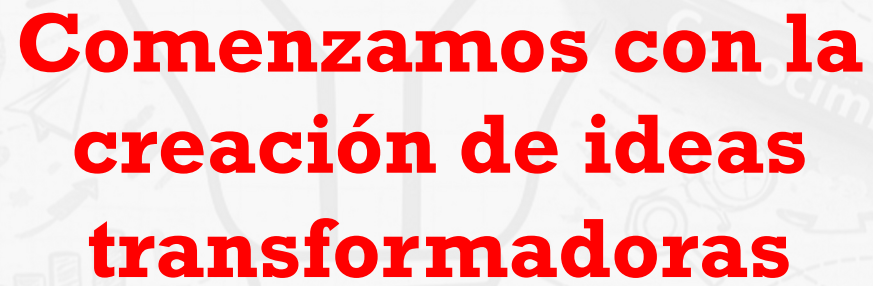
En América, México ocupa los últimos lugares en donaciones de sangre voluntarias con apenas el 8.3% del total, mientras que el resto se realizan de manera reactiva por reposición, lo que genera un mayor riesgo de infecciones y costos elevados. La falta de voluntad social para participar como donantes altruistas pone en riesgo a poco más de 1.5 millones de vidas en todo México.

En el Estado de Chihuahua de las casi 77 mil donaciones realizadas en el 2023 sólo el 24% corresponde a donaciones voluntarias. Aún existe un déficit para cubrir las necesidades de manera segura en pacientes con enfermedades crónicas como el cáncer, realizar intervenciones quirúrgicas, brindar atención vital en el cuidado materno infantil y ofrecer una pronta respuesta a emergencias por accidentes o desastres naturales.

Ante esta problemática surge **CONSANGUÍNEOS** para impulsar un cambio cultural que fomenta la participación de la sociedad como donantes voluntarios de sangre, para brindar esperanza de vida y bienestar a pacientes que requieren de componentes sanguíneos. A través de una aplicación gratuita, intuitiva y potenciada por inteligencia artificial, diseñada para optimizar la aceptación de donantes, reducir esfuerzos y riesgos, y brindar respuestas inmediatas a situaciones críticas.

El presente documento se comparte como un ejemplo surgido de los fundamentos de la metodología **Aula Startup Lab** y pretende orientar sobre el uso del **Playbook** diseñado como guía práctica para la construcción de empresas sociales.





Contenido



Fase 1: **Identificar** **problemas**

La inspiración

- ¿Qué problema quieres resolver?
- ¿Por qué es un problema?
- ¿Organiza los ítems del problema?



Fase 2: **Detectar** **comunidad** **afectada**

Contextualizar

- Entender a profundidad el problema
- Declaración del problema



Fase 3: **Diseñar una** **propuesta** **de valor**

Soluciones

- Desarrolla ideas
- El Círculo de oro: ¿Cuál es tu razón de ser?
- Propósito de la empresa: Define tu propósito
- Análisis de competidores; ¿Qué nos hace diferentes?
- Propuesta de valor: Centrada en el cliente
- Abstract del proyecto



Fase 4: **Prototipar** **un MVP**

MVP

- Describe el MVP
- Diseño de prototipo



Fase 5: **Validar con** **usuarios**

Validar

- Acciones de validación
- Lean Canvas: Monitoreo para validar impacto



Fase 6: **Analizar el** **impacto social** **y sostenibilidad**

Impacto

- Resultados que transforman
- Opinión de expertos y usuarios
- ¿Cómo se va a mantener la empresa?
- ¿A qué Objetivos para el Desarrollo Sostenible impacta?



Fase 7: **Comunicar** **pitch del** **proyecto**

Pitch

- Estrategia de contenidos
- Comunicar el proyecto



Fase 1: **Identificar** **problemas**

Identificar retos reales del entorno profesional, social o científico.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Fase 1: **Identificar** **problemas**

Caja de Herramientas **para detectar problemas**



- Observación
- Entrevistas
- Investigación documental
- Análisis del contexto



Fase 1: **Identificar** **problemas**

Discute con el equipo que problemática quieren resolver e identifica un tema específico que quieras atender desde la asignatura que estas cursando o del campo profesional.

Describe un problema real de tu campo profesional

Describe aquí

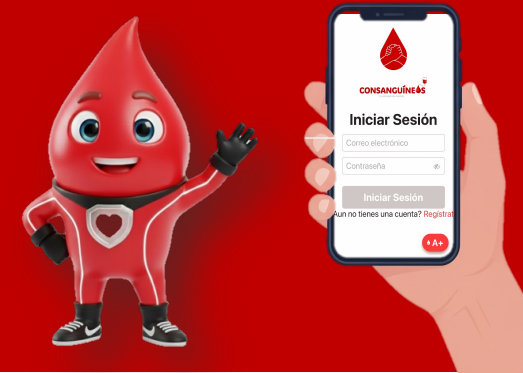
Ejercicio 1

La inspiración

¿Qué problema quieres resolver?

¿Cuál es el impacto que quieres generar?

Describe aquí



Ejercicio 1

La inspiración

Describe un problema real de tu campo profesional

Muchos de nosotros nos hemos enfrentado a la problemática de requerir sangre para algún conocido, amigo o familiar. Así mismo, es común encontrar en redes sociales diversas publicaciones solicitando sangre y en muchos de los casos de manera urgente. En América, México ocupa los últimos lugares en donaciones de sangre voluntarias con apenas el 8.3% del total, mientras que el resto se realizan de manera reactiva por reposición, lo que genera un mayor riesgo de infecciones y costos elevados. La falta de voluntad social para participar como donantes altruistas pone en riesgo a millones de vidas. Aún existe un déficit para cubrir las necesidades de manera segura en pacientes con enfermedades crónicas como el cáncer o realizar intervenciones quirúrgicas.

¿Cuál es el impacto que quieres generar?

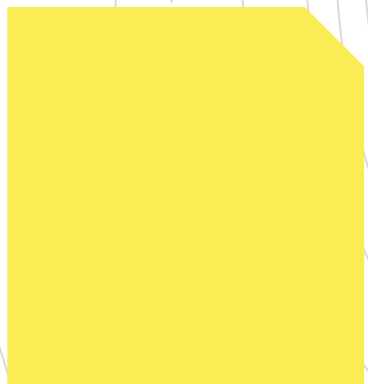
Ofrecer oportunidades de vida y bienestar a pacientes que por su condición de salud requieran de la donación de sangre o uno de sus componentes para mejorar sus condiciones de salud y llevar una vida con mayor calidad, y fomentar la donación voluntaria de sangre a través de la disposición de una aplicación digital de manejo sencillo y amigable al servicio de la comunidad, que permita solicitar los servicios de unidades de sangre a donantes voluntarios comprometidos con la sociedad y el bien común.





Fase 1: Identificar problemas

A partir de la idea que te inspira, genera con tu equipo una lluvia de ideas sobre las características del **¿por qué es un problema?** Escríbelas sobre los post-it



Ejercicio 2 Brainstorming

¿Por qué es un problema?



Ejercicio 2 Brainstorming



Problemas de salud que impiden la donación.

Falta de campañas educativas efectivas en la comunidad.

Experiencias pasadas con dolor o complicaciones durante la donación.

Compromisos laborales y/o personales.

Desinterés general en actividades altruistas.

Desinformación sobre los requisitos para ser donante.

La gente en redes sociales solicita donantes

Vida útil limitada de las unidades

Miedo a las agujas o a la sangre.

Horarios inaccesibles del centro de donación.



Fase 1: Identificar problemas

Ahora identifica los temas clave, clasifica y organiza tus ideas en grupos temáticos afines.

Tema

Tema

Tema

Tema

Tema

Ejercicio 3

Insights clustering

¿Organiza los ítems del problema?



Ejercicio 3

Insights clustering

Falta de Recursos y Logística

Vida útil limitada de las unidades.

Falta de centros de donación cercanos.

Escasez de unidades, la gente solicita donantes en redes.

No cuenta con posibles donantes.

Desinformación y educación

Falta de campañas educativas efectivas en la comunidad.

Desinformación sobre los requisitos para ser donante.

Desconocimiento del proceso

Actitudes y motivación

Poca voluntad de donación.

Falta de empatía.

Desinterés general en actividades altruistas.

Miedo, malas experiencias pasadas.

Problemas de salud

Grupos sanguíneos poco frecuentes

Problemas de salud que impiden la donación.

Efectos secundarios después de la donación.

Accesibilidad

Falta de tiempo./ tiempo de espera

Compromisos personales / laborales.

Horarios inaccesibles del centro de donación.

CONSANGUÍNEOS

Tu voluntad nos conecta



Fase 2: **Detectar** **comunidad** **afectada**

Contextualizar sobre la necesidad y la población afectada.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Fase 2: Detectar comunidad afectada

Caja de Herramientas para detectar comunidades afectadas



Fase 1: Quién

- Buyer persona
- Mapa de Empatía
- Entrevistas en Profundidad



Fase 2: Dónde y Cuándo

- Observación de Campo
- Mapa de Contexto



Fase 3: Cómo

- Customer Journey Map
- Service Blueprint
- Benchmark informal



Fase 4: Origen

- Técnica de los 5 Porqués
- Diagrama de Ishikawa



Fase 5: Qué necesito

- Investigación documental
- Encuestas exploratorias
- Etnografía rápida



Fase 2:
Detectar
comunidad
afectada

Ejercicio 4

Contextualizar

Entender a profundidad el problema

Para cada fase elige y aplica una herramienta de las sugeridas en la diapositiva anterior. Responde a las preguntas guías con información surgida de los datos arrojados por la herramienta seleccionada para cada fase.

Fase	Categoría de análisis	Pregunta guía	Espacio para completar
 Fase 1: Inmersión en los actores (Quién)	Identificación del target	¿Qué personas se ven involucradas directamente?	
	Ecosistema de afectados	¿Quién más vive este problema? (familia, comunidad, proveedores)	
	Propósito del dolor	¿Por qué es un problema? (impacto emocional, tiempo, seguridad, dignidad)	
 Fase 2: Geografía y cronología (Dónde y Cuándo)	Ubicación geográfica	¿Dónde ocurre el problema? (rural, urbano, región específica)	
	Frecuencia y ciclos	¿Con qué frecuencia ocurre? (diario, estacional, eventual)	
 Fase 3: Análisis actual del comportamiento (Cómo)	Estrategias de supervivencia	¿Cómo intentan resolverlo actualmente?	
	Actividades críticas	¿Qué hacen paso a paso cuando ocurre el problema?	
	Brecha de conocimiento	¿Conocen soluciones existentes o hay falta de información/acceso?	
 Fase 4: Diagnóstico de raíz y entorno (Origen)	Origen del problema	¿Cuál es la causa raíz?	
	Análisis de contexto	¿Qué factores sociales, políticos o económicos influyen?	
	Origen vs. efecto	¿Qué es causa y qué es consecuencia?	
 Fase 5: Datos y Evidencia (Qué necesito)	Datos y procesos clave	¿Qué datos necesitas para entender/resolver el problema?	
	Observación de campo	¿Qué debes observar/documentar? (fotos, videos, entrevistas)	



Ejemplo: CONSANGUÍNEOS



Ejercicio 4

Contextualizar

Entender a profundidad el problema




Fase	Categoría de análisis	Pregunta guía	Espacio para completar
 Fase 1: Inmersión en los actores (Quién)	Identificación del target	¿Qué personas se ven involucradas directamente?	Personas que requieran algún componente sanguíneo : Mujeres embarazadas, Cirugías, Accidentes, desastres naturales, , Enfermedades crónicas, Donadores sanos.
	Ecosistema de afectados	¿Quién más vive este problema? (familia, comunidad, proveedores)	Familiares de los pacientes, padres de familia, amigos, bancos de sangre y el sistema salud
	Propósito del dolor	¿Por qué es un problema? (impacto emocional, tiempo, seguridad, dignidad)	Escasez de unidades, Grupos sanguíneos poco frecuentes, No cuenta con posibles donantes, reponer unidades,vida útil limitada de las unidades.
 Fase 2: Geografía y cronología (Dónde y Cuándo)	Ubicación geográfica	¿Dónde ocurre el problema? (rural, urbano, región específica)	Ciudad y potenciado en las comunidades rurales
	Frecuencia y ciclos	¿Con qué frecuencia ocurre? (diario, estacional, eventual)	Diario se realizan intervenciones quirurgicas, partos y transfusiones sanguíneas
 Fase 3: Análisis actual del comportamiento (Cómo)	Estrategias de supervivencia	¿Cómo intentan resolverlo actualmente?	La gente publica en redes sociales la solicitud y muchas veces de manera urgente. Llevan a familiares para donar.
	Actividades críticas	¿Qué hacen paso a paso cuando ocurre el problema?	Publican en redes y colocan teléfono, esperan que alguien se comuniquen, acude al banco de sangre, puede donar o ser rechazado y a seguir buscando.
	Brecha de conocimiento	¿Conocen soluciones existentes o hay falta de información/acceso?	Existe un deficit y falta de acceso a unidades, varía en cada sistema de salud.
 Fase 4: Diagnóstico de raíz y entorno (Origen)	Origen del problema	¿Cuál es la causa raíz?	Falta de voluntad de las personas para acudir de manera voluntaria a donar.
	Análisis de contexto	¿Qué factores sociales, políticos o económicos influyen?	Desinteres, horarios, miedos, desinformación, creencias, entre otras.
	Origen vs. efecto	¿Qué es causa y qué es consecuencia?	Escases de unidades de sangre y pone en riesgo la vida de pacientes.
 Fase 5: Datos y Evidencia (Qué necesito)	Datos y procesos clave	¿Qué datos necesitas para entender/resolver el problema?	Cantidad de donaciones, por año, tipo de unidades con mayor escases, número de donaciones voluntarias y cuantas por reposición.
	Observación de campo	¿Qué debes observar/documentar? (fotos, videos, entrevistas)	Entrevistas a: pacientes eceptores de sangre, donadores, bancos de sangre.



Fase 2:
Detectar
comunidad
afectada

Ejercicio 5

Contextualizar

Declaración del problema



INSIGHT CLAVE (Síntesis del problema)

Redacta en una frase clara el problema identificado

Describe aquí



OPORTUNIDAD DETECTADA

¿Dónde ves potencial para innovar o intervenir?

Describe aquí



Ejercicio 5 Contextualizar

Declaración del problema



INSIGHT CLAVE (Síntesis del problema)

Redacta en una frase clara el problema identificado

A nivel mundial se realizan aproximadamente 118.5 millones de donaciones de sangre. En América Latina y el Caribe, México ocupa los últimos lugares en donaciones de sangre voluntarias con apenas el 8% del total, mientras que el resto se realizan de manera reactiva por reposición, lo que genera un mayor riesgo de infecciones y costos elevados en el 2005 superó los 13.4 millones de dólares en LATAM. En el Estado de Chihuahua de las casi 80 mil donaciones realizadas en el 2023 apenas el 29% corresponde a donaciones voluntarias. Aún existe un déficit para cubrir las necesidades de unidades sanguíneas de manera segura, la falta de voluntad social para participar como donantes altruistas pone en riesgo a millones de vidas alrededor del mundo. Cada donación altruista puede salvar hasta tres vidas en pacientes con enfermedades crónicas como el cáncer, permiten realizar intervenciones quirúrgicas y desempeñan una función vital en la atención materno infantil. Además, ofrece una pronta respuesta a emergencias por accidentes o desastres naturales.



OPORTUNIDAD DETECTADA

¿Dónde ves potencial para innovar o intervenir?

- Un gran déficit del número de donaciones que se requieren al año.
- Uso de la tecnología y conectividad de las personas.
- Ámbito del sector salud, la gente está dispuesta por su salud.
- Existen otras empresas que utilizan aplicaciones para donantes de sangre, pero no en la región.
- La propuesta debe ser más innovadora que las existentes como usar geolocalización o IA.
- Numero de hospitales y bancos de sangre.
- Sustentar la empresa con convenios y donaciones empresariales.
- Cobrar anuncios a empresas dedicadas a la salud y el bienestar.





Fase 3: **Diseñar una propuesta de valor**

Definir qué hace única
la solución propuesta.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Fase 3: **Diseñar una propuesta de valor**

Caja de Herramientas para diseñar propuestas



- Brainstorming
- SCAMPER
- Mapa mental
- Design thinking
- Canvas
- Circulo de oro



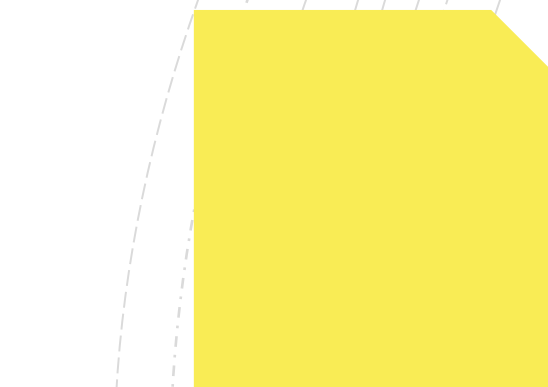
Fase 3:
**Diseñar una
propuesta
de valor**

Después de que estudiaste a profundidad el problema debemos generar múltiples ideas para resolverlo. En este apartado se responde a **¿Qué solución es la más adecuada?**.
Escribe en cada post-it una idea de solución.

Ejercicio 6

Soluciones

Desarrolla ideas





Ejercicio 6

Soluciones

Desarrolla ideas



Campañas de concientización masiva.

Eventos donde sea accesible la donación

App con geolocalización y alertas en la app para necesidades urgentes de cierto tipo de sangre.

Educación desde las escuelas, incluyendo programas de información sobre la donación

Campañas en redes sociales (genera interés y aumenta visibilidad)

Facilitar el proceso (donación rápida y cómoda)

Implementar un asistente virtual que responda preguntas sobre donación.

Aumentar la difusión de información para que llegue a un mayor número de personas

Desarrollar una red de donadores.

Diversificar los mensajes para diferentes grupos aptos para la donación (Diversas audiencias)



Fase 3: Diseñar una propuesta de valor

Retoma tu INSIGT CLAVE (síntesis del problema) realizado en el ejercicio 5 y define el **propósito de tu empresa** integrando la solución más viable. Utiliza la metodología del Círculo de Oro de Simon Sinek.

3. ¿QUÉ?
(Producto / Servicio)
Qué ofreces concretamente
2. ¿CÓMO?
(Proceso / Diferenciación)
Cómo haces realidad tu propósito
1. ¿POR QUÉ?
(Propósito)
Razón de existir de la empresa
más allá del dinero

Ejercicio 7

Círculo de oro

¿Cuál es tu razón de ser?



Asegúrate de que:

El "¿Por qué?" conecte emocionalmente.

El "¿Cómo?" debe diferenciarte.

El "¿Qué?" debe ser específico y comprensible.



Ejercicio 7

Círculo de oro

3. ¿QUÉ?
(Producto / Servicio)
Qué ofreces concretamente

Damos respuestas inmediatas a necesidades críticas de pacientes que requieran de componentes sanguíneos y fomentamos las donaciones sanguíneas voluntarias no remuneradas a través de una App.

2. ¿CÓMO?
(Proceso / Diferenciación)
Cómo haces realidad tu propósito

Utilizamos la tecnología y aprovechamos el potencial de la conectividad digital entre las personas.

1. ¿POR QUÉ?
(Propósito)
Razón de existir de la empresa más allá del dinero

Conectar voluntades de las personas para contribuir a la salud y calidad de vida de los pacientes.





Fase 3:
**Diseñar una
propuesta
de valor**

Ejercicio 8

Propósito de la empresa

Define tu propósito

Ahora formula tu mensaje. Junta los tres elementos del círculo de oro en un solo párrafo.

MENSAJE CLARO DE LA MARCA

Redacta en una frase clara y concreta de tu propósito

Si lo deseas, puedes seguir esta estructura:

"Creemos en _____ (POR QUÉ). Por eso, _____ (CÓMO).
De esta manera ofrecemos _____ (QUÉ)."

Describe aquí



Ejercicio 8

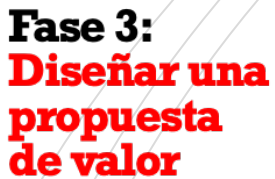
Propósito de la empresa

MENSAJE CLARO DE LA MARCA

Redacta en una frase clara y concreta de tu propósito

En **CONSANGUÍNEOS** brindar esperanza de vida y bienestar a pacientes que requieran de componentes sanguíneos. Utilizamos la tecnología y aprovechamos el potencial de la conectividad digital entre las personas para reducir esfuerzos, riesgos y dar respuesta inmediata a necesidades críticas de pacientes, a través de una aplicación gratuita y de fácil manejo. Promovemos un cambio cultural para aumentar la participación social y trascender como un donante voluntario de sangre dispuesto a dar vida.





¿Qué nos hace diferentes?

Para que tu idea sea factible debe contar con elementos diferenciadores de los que ya existen el mercado. Realiza un análisis comparativo de los atributos de la oferta actual en el mercado.

[illegible]



ATRIBUTO	BLOODERS (Nacional)	DIDOMI (Internacional)	NITCHINA (Internacional)	CONSANGUÍNEOS
Conexión con hospitales	✓	✓	✗	✓
Geolocalización	✗	✓	✗	✓
Registro de usuarios	✓	✓	✓	✓
Historial de donaciones	✗	✓	✗	✓
Cobertura geográfica	Limitada a CDMX, GDL y MTY	Limitada a campañas	Cobertura en Gabón	Nacional
Interactividad (notificaciones y alertas)	✗	✓	✗	✓
Integración digital (conexión de sistema a bancos de sangre)	✗	✓	✓	✓
Accesibilidad (plataformas)	✗ Problemas técnicos requiere JavaScript		✓	✓
Conecta voluntades "match" (conexión directa entre usuarios)	✗	✗	✗	✓
Utiliza IA (disminuir rechazos de donantes)	✗	✗	✗	✓



Fase 3: **Diseñar una propuesta de valor**

Ejercicio 10

Propuesta de valor

Centrada en el cliente

Es la razón clara por la que un cliente debería elegirte a ti y no a cualquier otra opción. Dicho de forma experta pero sencilla, estas son sus características clave:

- **Clara** (No debe ser ambigua ni genérica)
- **Centrada en el cliente** (no habla de sí misma, habla del usuario.)
- **Diferente** (dejar claro por qué eres distinto)
- **Relevante** (No basta con que sea interesante, debe ser necesaria.)
- **Beneficios** (son lo que el cliente gana)
- **Validable** (se debe probar que se necesita)
- **Fácil de comunicar** (explicarse en una sola frase clara)

Si lo deseas, puedes seguir esta estructura:

“Ayudamos a [tipo de cliente] a [resolver problema] mediante [solución], logrando [beneficio clave]”.

Tu propuesta de valor

Describe aquí



Ejercicio 10

Propuesta de valor

Propuesta de valor

Segmento de cliente 1: Donadores

Ser parte de una comunidad conectada por la voluntad para brindar esperanza de vida y trascender a través de donaciones sanguíneas. Recibe recompensas desde el corazón con poco esfuerzo.

Segmento de cliente 2: Receptores

Disposición de unidades de sangre rápidas, suficientes y seguras. Obtener bienestar a partir de un amplio voluntariado de personas (base de datos amplia incluyendo grupos sanguíneos poco frecuentes).



Fase 3:
**Diseñar una
propuesta
de valor**

Ejercicio 11

Abstract del proyecto

Tomando como referencia los primeros 10 ejercicios realiza un resumen de tu proyecto, asegurate de que tus clientes, tu propósito y propuesta de valor esten incluidas.

Tu proyecto

Describe aquí



Ejercicio 11

Abstract del proyecto

Tu proyecto

CONSANGUÍNEOS es una herramienta que aprovecha el potencial de la conectividad digital entre las personas para concientizar, fomentar y aumentar la participación social para lograr donaciones sanguíneas voluntarias no remuneradas, que aseguren el suministro de componentes sanguíneos.

CONSANGUÍNEOS es una aplicación digital (App) de manejo sencillo y amigable al servicio de toda la comunidad. Por un lado, fomenta la donación voluntaria a través de un registro de donantes altruistas (Donador) y crea una base de datos robusta con una amplia variedad de participantes de acuerdo con su grupo sanguíneo incluyendo aquellos que se encuentran en una baja proporción. a través de un sistema de alarma enviado a los donadores a través de geolocalización permite ofrecer una rápida respuesta ante la solicitud de los pacientes. Las personas solicitantes (Receptores) pueden ingresar a la App y solicitar el número de unidades requeridas, el tipo de donación (paquete globular, plaquetas o plasma) y ubicar hospital o centro en el que se encuentra. La App genera "match" entre Donantes y receptores y una vez realizada la donación informa a los Donantes que tres vidas más ha sido salvada gracias a su voluntad. El donante recibe insignias y el receptor una oportunidad más de vida.





Ejercicio 11

Abstract del proyecto

También puedes utilizar un esquema grafico de tu proyecto y describir sus características



1. Utilizar la tecnología a través de los dispositivos móviles.
2. Es gratuita, de fácil acceso y uso sencillo y amigable.
3. Contar con un banco de donantes.
4. Cubrir todos los centros hospitalarios de la ciudad.
5. Contar con grupos sanguíneos de baja frecuencia poblacional.
6. Atender las necesidades de pacientes que requieren unidades de sangre o alguno de sus componentes.
7. Salvar vidas y ofrecer mejor calidad de vida a los pacientes con enfermedades crónicas.
8. Genera cambio cultural en la sociedad con un nuevo enfoque de solidaridad, bien común y altruismo.



Fase 4: **Prototipar** **un MVP**

Diseñar una versión simple
de la solución para probarla.

Aula Startup Lab.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Fase 4: **Prototipar** **un MVP**

Caja de Herramientas **para diseñar prototipos**



Tipos de prototipos

- Mockup
- Prototipo digital
- Simulación
- Prototipo físico

Herramientas para **diseñar prototipos**

- Canvas
- Genially
- Simuladores



Describe el MVP

Completa la siguiente tabla para definir tu producto mínimo viable

¿Qué le duele al usuario?	¿Cómo resuelves su dolor? ¿Qué beneficios le ofreces?	¿Cómo lo utiliza el usuario?
¿Cómo resuelves su problema?	¿Qué características tiene la solución?	



Ejercicio 12 MVP



¿Qué le duele al usuario?	¿Cómo resuelves su dolor? ¿Qué beneficios le ofreces?	¿Cómo lo utiliza el usuario?
Los donadores enfrentan falta de información clara, incertidumbre sobre el proceso, dificultades logísticas y falta de reconocimiento, lo que desincentiva su participación. Los receptores, por otro lado, sufren al encontrar donadores compatibles, enfrentan procesos lentos y falta de comunicación directa en situaciones de emergencia.	La app Consanguíneos facilita a los donadores encontrar los centros de donación más cercanos y programar citas, usando geolocalización y alertas para notificar necesidades urgentes, ofreciendo flexibilidad y reconocimiento. A los receptores les permite localizar rápidamente donadores compatibles cercanos, agilizando el proceso en emergencias. Mejora la comunicación directa entre ambas partes y reduce la incertidumbre sobre la disponibilidad de sangre.	1. Inicio: El usuario abre o descarga la aplicación CONSANGUÍNEOS en su dispositivo móvil o navegador web. Se encuentra con un mensaje breve que muestra información relevante sobre la importancia de la donación de sangre en México. 2. Se da de alta con datos personales, incluido celular, nombre, dirección, fecha de nacimiento, sexo. 3. Se registra como donante o solicita unidades de sangre, 4. Receptores: - Solicitan el tipo sanguíneo, número de unidades y componente que requieren, nombre del paciente, centro hospitalario, padecimiento del paciente. - Se envía solicitud - Recibe donación indica donación efectuada. 5. Donantes: - Se almacena en base de datos - Recibe alertas de requerimiento de unidades de su grupo sanguíneo: número de donantes, tipo de componente, Centro hospitalario, nombre del paciente y padecimiento. - Confirma participación o en otro momento - Acude a donar
¿Cómo resuelves su problema?	¿Qué características tiene la solución?	
Consanguíneos conecta de manera eficiente a donadores y receptores, agilizando la donación de sangre mediante geolocalización y comunicación directa. Simplifica el proceso para los donadores al ofrecerles información clara y accesible, y garantiza a los receptores encontrar ayuda rápidamente en emergencias.	Consanguíneos al ser una aplicación digital puede usarse en diversos dispositivos inteligentes. Permite el registro de manera fácil para donantes, así como receptores como una clase de “red social”. Proporciona información del perfil de donante y receptor (información sobre tipo de sangre, historial de donación, etc.) En la aplicación se proporcionan herramientas de geolocalización de los centros de donación más cercanos. Se brinda información sobre campañas de donación y en qué consisten. Contiene alarmas que ayudan a dar avisos de solicitudes de donación o fechas en las que se dan campañas de donación para la asistencia de voluntariado.	



Fase 4: **Prototipar** **un MVP**

Ejercicio 13

MVP

Diseño de prototipo

Después de establecer los componentes del MVP, diseña tu prototipo, te puedes apoyar con alguno de los recursos señalados en la caja de herramientas.



Ejercicio 13 MVP

Producto Mínimo viable:

CONSANGUÍNEOS es una aplicación que surge para atender el déficit de las transfusiones sanguíneas voluntarias no remuneradas. Aprovecha el potencial de la conectividad digital entre las personas para concientizar y fomentar las donaciones que aseguren el suministro de componentes sanguíneos.



Características

Se caracteriza por utilizar la tecnología a través de los dispositivos móviles; es gratuita, de fácil acceso, uso sencillo y amigable.



Registro de donantes

Cuenta con elementos básicos para el alta de donantes voluntarios a través de ingreso de datos personales, incluido celular, nombre, código postal, fecha de nacimiento y sexo.



Banco de donantes

Cuenta con un banco de donantes; cubre todos los centros hospitalarios de la ciudad de Chihuahua y los grupos sanguíneos de baja frecuencia poblacional.



Solicitud de unidades

Permite a los receptores generar solicitudes de componentes sanguíneos, número de unidades e ingresa el tipo de sangre y nombre del paciente.



Ubicación del hospital

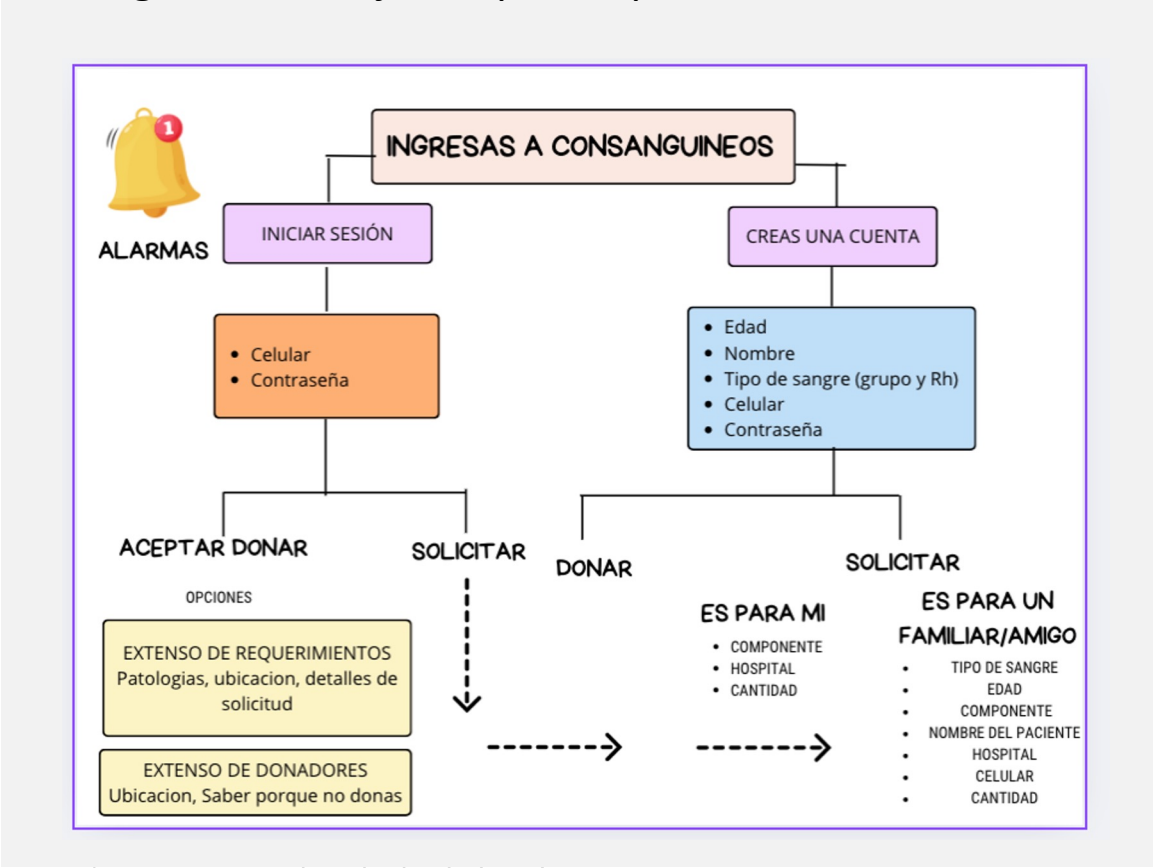
Ubica el centro hospitalario y registrar el padecimiento del paciente.



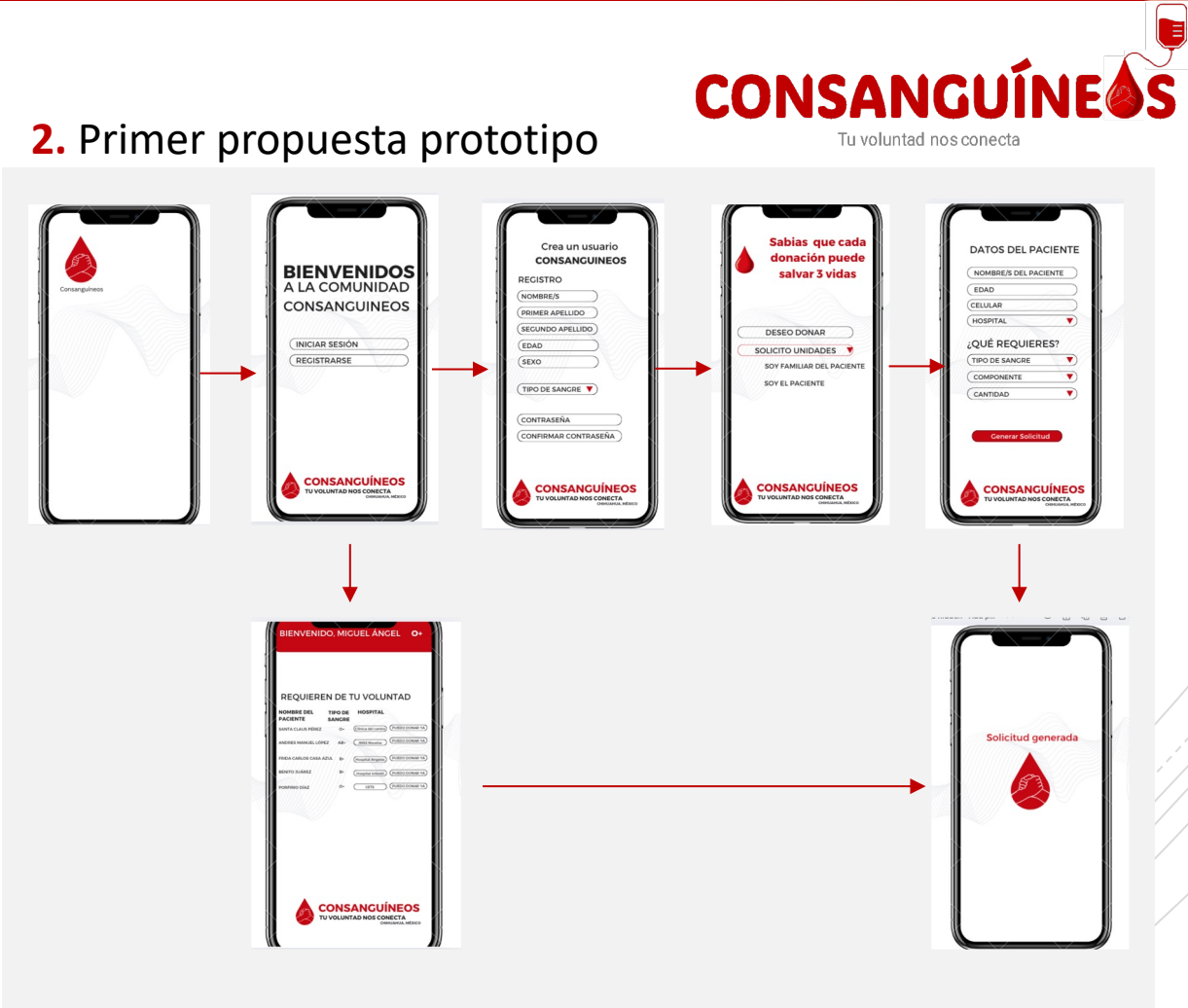


Ejercicio 13 MVP

1. Diagrama de flujo del prototipo



2. Primer propuesta prototipo





Ejercicio 13 MVP

3. Segundo prototipo MVP para validación.
Dar clic para ver video



4. Tercer propuesta prototipo





Fase 5: **Validar con** **usuarios**

Probar la solución con
usuarios reales.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Fase 5: Validar con usuarios

Caja de Herramientas para validación del prototipo



Métodos de validación

- Entrevistas
- Encuestas
- Prueba piloto
- Observación

Diseño de validación

- Lean Canvas
- Brainstorming



Fase 5: **Validar con** **usuarios**

Ejercicio 14

Validar

Acciones de validación

Ejercicio de validación para definir acciones. Utiliza alguna metodología sugerida en la caja de herramientas para obtener los datos. Empieza por un plan de acciones y diseña un plan de indicadores.



Ejercicio 14

Validar

Acciones de validación

1. Definir los objetivos del prototipo y posibles usuarios.
2. Seleccionar los indicadores cuantitativos y cualitativos.
3. Diseñar la evaluación a través de encuestas.
4. Establecer un plan de seguimiento.
5. Compartir el prototipo interactivo futuros usuarios donantes y receptores y con profesionistas del laboratorio clínico y banco de sangre.
6. Evaluar el prototipo a través de la encuesta diseñada.
7. Obtener las respuestas de los indicadores de resultados y de impacto.
8. Analizar los resultados obtenidos, y se llegaron a conclusiones las cuales se muestran en esta diapositiva.





Ejercicio 14

Validar

Actividades realizadas para validar la solución



Actividades realizadas para la validación

Hoja de vida del indicador

Objetivo	Indicador	Tipo de indicador	Método de validación	Seguimiento 1	Seguimiento 2
Identificar el grado de confianza y uso de las aplicaciones en servicios de salud	Grado de confianza de las App de salud	Cuantitativo	Encuesta	11 al 18 de noviembre	19 al 26 de noviembre
	Grado de utilidad de la App para solicitar donantes de sangre	Cuantitativo	Encuesta	11 al 18 de noviembre	19 al 26 de noviembre
	Grado de aceptación de la App para inscribirse como donantes voluntarios	Cuantitativo	Encuesta	11 al 18 de noviembre	19 al 26 de noviembre
Evaluar los elementos de la App y su claridad y practicidad en el uso	Grado de aceptación de la estructura de la App	Cuantitativo	Encuesta	11 al 18 de noviembre	19 al 26 de noviembre
	Opiniones de satisfacción con la experiencia de la utilización de la App	Cualitativo	Encuesta	11 al 18 de noviembre	19 al 26 de noviembre



Cuestionario.
Google forms



Fase 5:
Validar con
usuarios

Ejercicio 15

Validar

Lean Canvas: Monitoreo para validar impacto

La validación y el impacto van de la mano, por un lado, la validación consiste en probar tu prototipo con los potenciales usuarios para su retroalimentación y el impacto implica analizar los datos obtenidos de la validación.

Lean Canvas: estrategia de monitoreo del impacto			
Propósito del proyecto		Identificación de indicadores	
Descripción del proyecto	Problemática	Indicadores de resultados	Indicadores de impacto
Objetivos del proyecto		Recolección de datos	
	Métodos de recolección	Fuente de los datos	Frecuencia de recolección



Ejercicio 15 **Validar** Monitoreo para validar impacto

Lean Canvas: estrategia de monitoreo del impacto

Propósito del proyecto		Identificación de indicadores	
Descripción del proyecto	Problemática	Indicadores de resultados	Indicadores de impacto
CONSANGUÍNEOS es una herramienta que aprovecha el potencial de la conectividad digital entre las personas para concientizar, fomentar y aumentar la participación social para lograr donaciones sanguíneas voluntarias no remuneradas, que aseguren el suministro de componentes sanguíneos. Generamos un Match a través de una aplicación digital (App) de manejo sencillo y amigable al servicio de toda la comunidad. Por un lado, fomenta la donación voluntaria a través de un registro de donantes altruistas (Donador) Y por otro las personas solicitantes (Receptores) cubren sus necesidades de componentes sanguíneos	A nivel mundial se realizan aproximadamente 118.5 millones de donaciones de sangre. En América Latina y el Caribe, México ocupa los últimos lugares en donaciones de sangre voluntarias con apenas el 8% del total, mientras que el resto se realizan de manera reactiva por reposición, lo que genera un mayor riesgo de infecciones y costos elevados. En el Estado de Chihuahua de las casi 80 mil donaciones realizadas en el 2023 apenas el 29% corresponde a donaciones voluntarias. Aún existe un déficit para cubrir las necesidades de unidades sanguíneas de manera segura, la falta de voluntad social para participar como donantes altruistas pone en riesgo a millones de vidas alrededor del mundo.	- Grado de confianza de las App de salud. - Grado de aceptación de la estructura de la App. - Opiniones de satisfacción con la experiencia de la utilización de la App	- Número de voluntarios para inscribirse como donantes voluntarios. - Número de pacientes que utilizarían la App para solicitar donantes de sangre.
Objetivos del proyecto	Recolección de datos		
- Conectar a las personas a través de una aplicación digital para generar Match entre Donadores y Receptores - Fomentar las donaciones voluntarias de sangre y sus componentes en la población chihuahuense. - Generar una base de datos robusta con todos los tipos sanguíneos de donantes voluntarios. - Proveer los componentes sanguíneos requeridos por pacientes o solicitantes a través de la base de datos de donantes voluntarios altruistas.	Métodos de recolección	Fuente de los datos	Frecuencia de recolección
	Encuestas y entrevistas	A través del prototipo realizado se incluye la liga a la evaluación a través de un formato de Google Form, se entrevistó a profesionistas que trabajan en banco de sangre del Centro estatal de la transfusión Sanguínea	Semanalmente



Thinking

Proyecto

Emprende

Creatividad

Conocimiento

Solución

Aula Startup Lab.

Innovación

Educación

IDEA



Fase 6: **Analizar el impacto social y sostenibilidad**

Analizar cómo la solución
mejora la realidad.

Innovación universitaria para
transformar realidades



Fase 6: **Analizar el impacto social y sostenibilidad**

Caja de Herramientas para analizar impacto



Indicadores de impacto

- Beneficiarios
- Mejoras sociales
- Sostenibilidad
- Escalabilidad



Fase 6:
Analizar el
impacto social
y sostenibilidad

Ejercicio 16

Impacto

Resultados que transforman

La medición del impacto implica evaluar los resultados y cambios que generan el proyecto social al implementarse (a través del proceso de validación). Busca determinar cómo estos resultados transforman a la sociedad.



Ejercicio 16

Impacto

Conclusiones de la validación: indicadores de impacto cualitativos y cuantitativos

CONSANGUÍNEOS
Tu voluntad nos conecta

93%

Les genera confianza
utilizar App en el
sector salud

98%

Considera pertinente
contar con una base de
datos de donadores



La mayoría de los encuestados expresaron que la experiencia con la App fue intuitiva, agradable y muy buena. Que prácticamente no modificarían nada.

98%

Si utilizaría la App de
CONSANGUÍNEOS
para solicitar sangre



98%

Destacó que el prototipo
es práctico, sencillo y útil
para conseguir donantes



92%

Considera la posibilidad de
pertenecer a una base de
donantes voluntarios



En contraparte sólo unos pocos expresaron que al inicio se complicó el uso, que mejorarían los colores, que se viera el match y la proximidad de los donantes.



Fase 6:
**Analizar el
impacto social
y sostenibilidad**

Resultados de la validación:

En esta diapositiva describe la opinión de expertos en el área que probaron el prototipo.

**Opinión
de expertos**

Ejercicio 17

Impacto

Opinión de expertos y usuarios



Ejercicio 17

Impacto Opinión de expertos



QBP. Karina Manjarrez

Encargada en el área de banco de sangre
Hospital general “Dr Salvador Zubiran
Anchondo” en la ciudad de Chihuahua.

“Como parte de sector salud he presenciado innumerables situaciones en las que **encontrar un donante compatible de forma rápida marca la diferencia entre la vida y la muerte**. Tuve la oportunidad de probar el prototipo de la App, y desde mi perspectiva, puedo afirmar que esta herramienta **tiene un enorme potencial para transformar la forma en que abordamos las donaciones altruistas**.

La App no solo facilita la localización de donantes si no que **optimiza la logística del proceso, reduciendo tiempos y minimizando errores**. Su interfaz **es clara y simple, lo que facilita su uso incluso para personas que no tienen experiencia con aplicaciones complejas**. El enfoque a la privacidad y seguridad fomenta la confianza entre los usuarios y asegura el intercambio de información se maneje de forma ética.

Esta aplicación no solo salva vidas, sino que también fortalece las relaciones familiares, fomenta la solidaridad y reduce la presión sobre los sistemas de salud. Como profesional, puedo decir con certeza que **consanguíneos representa un avance significativo en la medicina altruista, ya que combina tecnología y solidaridad para abordar este desafío**”

*“Todo aquello que logre conectar al posible donador de sangre con el paciente siempre dará resultados favorables. **Esta aplicación conecta al paciente con un candidato potencial de sangre voluntaria y altruista de manera oportuna y práctica**”*



MC. Yolanda Perea

Departamento de biología molecular
Centro Estatal de la Transfusión
Sanguínea



Fase 6:
Analizar el
impacto social
y sostenibilidad

Ejercicio 17

Impacto

Opinión de expertos y usuarios

Resultados de la validación:

En esta diapositiva describe la opinión de los potenciales usuarios que analizaron el prototipo

Opinión
de usuarios



Ejercicio 17

Impacto Opinión de usuarios

Opiniones reales de usuarios, obtenidas de manera anónima a través de las encuestas de opinión

“Es sencilla de usar y fácil encontrar lo que buscas, se mira agradable. La facilidad y organización de lo que buscas”



Masculino, 23 años
A través de la validación

Femenino, 19 años
A través de la validación



“Es una app bastante sencilla, eso significa que simplificaría el proceso para que las personas obtengan donantes de todas las edades”

“Es una gran iniciativa para conectar donadores con quienes necesitan donaciones. Mientras más gente la use, mejor va a funcionar y después se puede extender incluso a otras acciones de voluntariado”



Femenino, 36 años
A través de la validación



Fase 6:
**Analizar el
impacto social
y sostenibilidad**

Ejercicio 18

Sostenibilidad

¿Cómo se va a mantener la empresa?

Es importante establecer un modelo de negocio del cómo la empresa se mantendrá en funciones. Recuerda equilibrar el impacto y viabilidad económica por encima de la rentabilidad, pero enfocada a sostener la funcionalidad. La misión social está en el centro de la empresa.



Ejercicio 18 **Sostenibilidad**

¿Cómo se va a mantener la empresa?

Apoyo institucional:

La Universidad mantiene la aplicación disponible y colabora con gestión de la legislación aplicable.

Cliente Comercial: Perfil 1

Empresas y organizaciones civiles comprometidas con la responsabilidad social y el bienestar común, participan activamente en campañas de voluntariado, fundaciones. Desde sus áreas de influencia, colaboran para fortalecer la atención en salud y mejorar la calidad de vida de la población chihuahuense.

Cliente Comercial: Perfil 2

Compañías dedicadas a la salud y el bienestar a través de anuncios publicitarios y colaboración de redes.

Cliente Comercial: Perfil 3

Sociedad civil a través de la donación voluntaria de recurso económico.



Fase 6: Analizar el impacto social y sostenibilidad

Ejercicio 19

Impacto en los ODS

¿A qué Objetivos para el Desarrollo Sostenible impacta?

Los ODS marcan una agenda mundial para atender las problemáticas globales y transformar realidades. Tu proyecto social debe impactar en alguno de los cinco ámbitos; 1. Personas, 2. Planeta, 3. Prosperidad, 4. Paz o 5. Alianzas. Consulta los ODS para revisar tu impacto en algunas de las metas de los 17 ODS. Identifica a que ODS esta alineado y a que metas contribuye.





Ejercicio 19 **Impacto en los ODS**

¿A qué Objetivos para el Desarrollo Sostenible impacta?



Los estudiantes comprenden las dimensiones sociales, políticas y económicas de la salud y el bienestar, y conoce los efectos de la publicidad y las estrategias para promover la salud y el bienestar. Capaces de motivar a otros a decidir, actuar a favor y comprometerse personalmente para promover la salud y el bienestar para sí mismo, su familia y otros, incluso considerando trabajos voluntarios o profesionales en salud y bienestar social. Además, es capaz de planificar, implementar, evaluar y replicar las estrategias que fomentan la salud.

Metas: 3.2, 3.4, 3.8, 3.b, 3.c y 3.d



Los estudiantes comprenden que la desigualdad es un importante generador de problemas sociales como el acceso a los servicios de salud, los procesos locales, nacionales y mundiales que promueven y obstaculizan la igualdad de protección social. Además, crear conciencia sobre las desigualdades y siente empatía y muestra solidaridad hacia las personas que son discriminadas, a través de la participación en la formulación de políticas públicas y actividades corporativas que reduzcan las desigualdades.

Metas: 17.16 y 17.17



Los estudiantes reconocen la importancia de la cooperación y el acceso a la ciencia, la tecnología y la innovación, y del intercambio de conocimiento. Es capaz de identificarse con los ODS y experimentar un sentimiento de pertenencia a una humanidad común, donde se comparten valores y responsabilidades sobre la base de los derechos humanos para convertirse en un agente de cambio para alcanzar los ODS y de asumir su rol de ciudadano activo, crítico y mundial e influenciar a compañías para que se unan a alianzas mundiales para un desarrollo sostenible.

Metas: 10.2 y 10.3



Fase 7: **Comunicar** **pitch del** **proyecto**

Presentación breve para
comunicar la solución.



Fase 7: **Comunicar** **pitch del** **proyecto**

Caja de Herramientas **para pitch**



Estructura del pitch

- Problema
- Solución
- Prototipo
- Impacto
- Próximos pasos

Evaluación del proyecto

- Innovación
- Viabilidad
- Impacto social
- Claridad del modelo



Fase 7:
Comunicar
pitch del
proyecto

Ejercicio 18

Pitch

Estrategia de contenidos

Como parte del proceso de comunicación, hoy en día las redes sociales juegan un papel esencial para difundir los proyectos sociales y generar interés de la comunidad. Por ello el primer paso es crear una imagen corporativa y abrir redes sociales de la empresa como instagram, Facebook, TikTok, X, entre otras.

1. Crea una cuenta de correo
2. Crea un perfil de redes sociales (fortalece la marca)
3. Sube contenido(facilita interacción)
 - Presenta el proyecto (genera curiosidad)
 - Presenta al equipo (genera empatía y crea conexión human)
 - Entrevistas, testimonios (Refuerza credibilidad)
4. Invita a tus conocidos a seguir las páginas



Ejercicio 18 **Pitch** Estrategia de contenidos



9:51

< consanguineos.cuu ...



CONSANGUÍNEOS

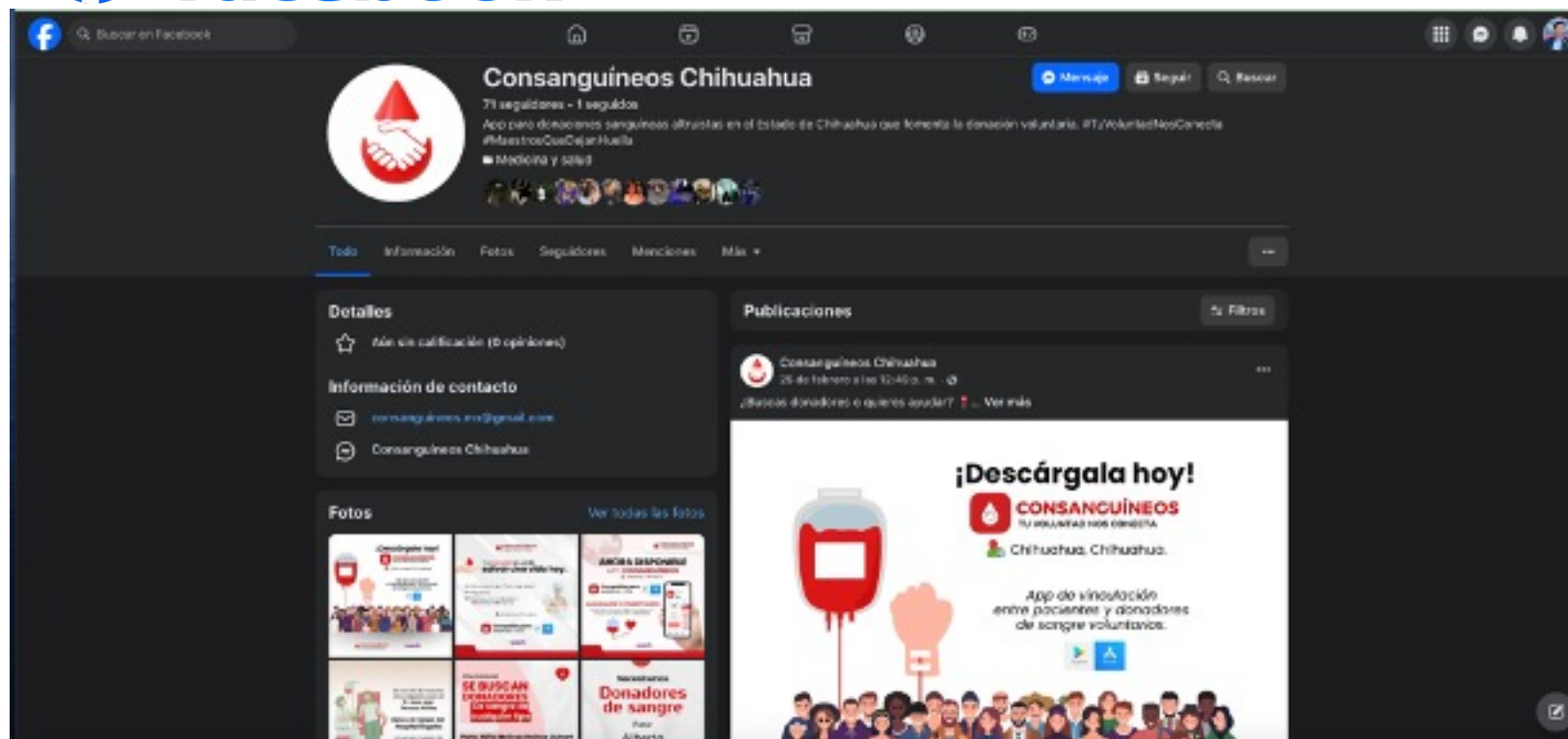
28 92 0

publicaciones seguidores amigos

App para donaciones sanguíneas altruistas en el Estado de Chihuahua que fomenta la donación voluntaria... más

Seguir

Mensaje





Fase 7:
Comunicar
pitch del
proyecto

Ejercicio 19

Pitch

Comunicar el proyecto

Realiza una presentación para comunicar tu Pitch que contenga los siguientes elementos:

1. Portada con imagen de la marca
2. Video de no más de 3 minutos (Pitch elevator)
3. Propuesta de valor
4. Problemática
5. Solución (prototipo)
6. Segmento de clientes
7. Impacto
8. Próximos pasos
9. Integrantes del equipo
10. Redes sociales



Aula **Startup** Lab.

Innovación universitaria para
transformar realidades