

## BUENAS PRÁCTICAS DE PROYECTOS LEADER

### 1.- Título del proyecto:

MILAGROS A LURDES. COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA

### 2.- Año de la convocatoria de la ayuda percibida: 2023

2023

### 3.- Medida del Programa en la que fue apoyada:

- Medida I: Apoyo al emprendimiento e intraemprendimiento
- Medida II: Inversiones en empresas no agrarias y en diversificación agraria
- Medida III: Contratación por cuenta ajena.
- Medida IV: Habilitación de espacios.

### 4. -Objetivo del proyecto:

El objetivo fundamental es generar un proyecto de negocio propio por parte de la persona emprendedora: Beatriz Sancho Etxeberria.

Por otra parte, también se quiere reivindicar la oportunidad que el medio rural ofrece para trabajar, más aún cuando se vive en él.

La actividad se basa en ofrecer un servicio integral de comunicación, creatividad y diseño para entidades y empresas que aboguen por una transformación social. Se trata de buscar Organizaciones que escuchen lo que la sociedad demanda, y que apuesten por tener un papel clave en la construcción de una sociedad más justa y positiva. Todo ello desde la idea de que nuestra profesión puede influir en marcas, administraciones y, en definitiva, en la sociedad, empleando la creatividad y el diseño como herramientas de transformación social.

**5.- Inversión total prevista:** 7.320,84 euros

### 6.- Ayuda LEADER recibida y otras fuentes de financiación:

Ayuda LEADER: 8.855,00 euros

Otras fuentes de financiación: 4.261,22 euros

## 7.- Persona beneficiaria:

BEATRIZ SANCHO ECHEVERRIA

- Pública  
 Privada

## 8.- Entidad/es participantes y/o colaboradoras:

## 9.- Localización de la inversión/actuación:

Kuartango, Araba/Álava

## 10.- Descripción del proyecto (destacar aspectos innovadores y/o que convierten al proyecto en interesante y por tanto en buena práctica):

El proyecto consiste en la oferta de servicios de dirección de arte, creatividad y comunicación gráfica.

Se establecen las siguientes líneas de negocio:

- Proyectos transformadores: recogerá todos los trabajos que estén verdaderamente alineados con mi propuesta de valor (INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL), independientemente de la categoría que pertenezcan (gráfica, marketing...)
- Gráfica: Dirección de arte, Diseño de carteles, flyers, stand...
- Identidad: construcción y desarrollo de marcas
- Editorial: Diseño de catálogos, folletos, revistas.
- Motion: Videos de marca (after effects)
- Marketing: Acciones de marketing directo "Ético"
- Web: Dirección de arte de la gráfica de la web y su desarrollo.

Realizando una síntesis de lo que es la innovación, podemos entender ésta como un proceso que modifica elementos, ideas o protocolos ya existentes, mejorándolos o creando nuevos que impacten de manera favorable en el mercado. Esta síntesis es compartida de forma inequívoca por los diferentes agentes y agencias que trabajan en pro de la citada innovación.

A partir de esta primera reflexión, considero que mi proyecto empresarial goza con un muy alto componente de innovación. ¿La razón para ello? Es indudable que la comunicación está presente en nuestro día a día desde que se conoce al ser humano. Poco a poco, y a medida que la sociedad avanzaba, iban apareciendo las empresas/agencias de comunicación, las cuales han ido desarrollando su metodología y enfoque en la medida que se modificaban los hábitos del mercado y del sector con quien trabajaban. Esta evolución, sin embargo, no se ha dado a la hora de buscar un alineamiento con comportamientos éticos y de economía social, ya que su objetivo se concretaba especialmente en lograr la venta o el convencimiento del mercado objetivo en favor del producto o servicio del cliente con quien estaban trabajando en este sentido. Y es precisamente donde persigo buscar y lograr la aportación de valor diferencial para mi cliente

potencial y, por ende, para aquel mercado objetivo en que éste pretenda posicionarse, disponiendo por tanto de una propuesta de valor innovadora y con creciente demanda por parte de empresas y entidades que ven cómo su agencia de comunicación habitual no es capaz de poder brindarle este componente social y ético en aquellos servicios que le ofrece.

En este sentido, y como pequeña muestra de innovación en la oferta de nuestros servicios, destacaríamos el empleo del **Modelo de gestión basado en el Triple Impacto**. Éste se refiere a la práctica de hacer negocios de una manera que mejora simultáneamente la economía, la sociedad y el medio ambiente. Esta filosofía se centra en el desarrollo sostenible, promoviendo el crecimiento económico, la justicia social y la protección del medio ambiente, asegurando por parte de las empresas y entidades que los productos y servicios que ofrecen no solo son rentables, sino también socialmente y ambientalmente responsables. El triple impacto busca, por tanto, alcanzar resultados equilibrados a nivel económico, social y ambiental a través del uso de recursos respetuosos con el medio ambiente, prácticas laborales justas y la responsabilidad social corporativa. El **objetivo es alcanzar un desarrollo sostenible y una economía justa para todos.**

## **11.- Impacto y resultados (de qué forma ha contribuido al desarrollo de su municipio, comarca...):**

Durante los últimos años, KuartangoLab se ha convertido en un referente para el emprendimiento en la comarca, habiendo atraído incluso talento de comarcas cercanas. Ello ha servido para disponer de un enclave de gran interés para la promoción económica en la comarca y para el desarrollo de sinergias y colaboraciones entre las diferentes personas que han promovido su negocio.

Sea como fuere, y aun existiendo proyectos realmente atractivos, hasta la fecha no hay ninguna/o profesional que centre su actividad en la prestación de servicios de comunicación, dirección de arte y comunicación gráfica lo que hace que las contrataciones se realicen a terceras empresas de Vitoria-Gasteiz, Bilbao, o incluso en ocasiones a través de agencias que operan a través del canal on line. Esta situación genera en no pocas ocasiones falta de comprensión del proyecto o empresa con quien trabajar y, por ende, una prestación del servicio que, si bien es eficaz, hubiera ganado de forma indudable si la interacción entre cliente-proveedor hubiera sido más estrecha.

- Con todo ello, las aportaciones con que pretendo contribuir a la comarca se materializarán en las siguientes:
- Puesta en marcha de proyectos empresariales alineados con el PDR de la comarca
- Puesta en marcha de proyectos empresariales traccionados y emprendidos por mujeres
- Desarrollo de proyectos empresariales alineados con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible
- Contribución al fortalecimiento del tejido empresarial de la comarca y su competitividad
- Incremento de la oferta de servicios de valor añadido para el tejido empresarial existente
- Fomento de colaboraciones y desarrollo de sinergias con empresas y entidades de la comarca
- Aportación a la mejora de la cohesión social y económica de la comarca y la provincia
- Mantenimiento de la población residente, considerando que la puesta en marcha de mi propio proyecto empresarial me permitirá seguir manteniendo mi residencia en el municipio
- Mejora de conciliación personal-profesional, gracias a que podré disponer de mi puesto de trabajo a pocos minutos de mi lugar de residencia