

SESIÓN ABRE LA CAJA NEGRA - DIAGNOSTICO

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL :		HELPHYHUB	MENTOR SENIOR :	JUAN CARLOS LOAIZA	
ÁREAS	INTERROGANTES	ESTADO ACTUAL <i>Explicar cómo se encuentra la iniciativa en cada subcomponente</i>	FORTALEZAS	DEBILIDADES	Evidencia de resultados (Indicadores claves de Línea base)
FUNDADORES	EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO	Equipo con alta experiencia en sus áreas específicas: Tienen experiencia en negocios, tecnología, diseño y comercial.	Hay un mezcla de experiencia y adaptación al cambio. Los perfiles son buenos y muestran compromiso.	El equipo se está terminando de estructura y se busca lograr el compromiso de cada uno de los miembros del equipo.	Arrancan con un equipo base con diferentes perfiles y eso hace que sea un equipo interesante.
	CAPACIDAD DE GESTION	El líder tiene una alta capacidad de gestión y los demás vienen de la mano del líder	Hay compromiso y habilidades de comunicación	Pueden gestionar la estructuración del proyecto de manera inicial, pero necesitan apoyo para lograr la cohesión	Arrancan con un equipo inicial y puede desarrollar. Están en ceros en evolución
	FUNDADORES INVOLUCRADOS (TIEMPO DE DEDICACIÓN)	100% el líder del equipo que se ha encargado de armar su equipo de trabajo y ha conseguido buenos perfiles	Dedicación total de parte del líder del equipo	Es una sola persona liderando todas las actividades. Sería bueno conseguir un socio.	La dedicación del líder es buena y demuestra mucho compromiso. Se requiere un socio más por lo menos.
	PARTICIPACIÓN FUNDADORES (% ACCIONARIA)	La participación es del 100 % de líder del equipo	Le permite la toma de decisiones rápida	Necesita socios que lo apoyen en la estructuración de la empresa.	Ser el dueño único permite tomar decisiones rápidamente. Pero se encuentra sin apoyo directo de socios que aporten su visión al negocio
	INVERSIONES FUNDADORES	La inversión ronda los \$ 2 millones	Capital propio y se ha invertido mucho en tiempo de trabajo	No hay capital para poderle invertir	Arrancan con unos valores de capital muy bajos. No hay recursos pero hay capital humano que quiere trabajar.
	GOBIERNO CORPORATIVO	No está completamente definido en este momento	Hay unos posibles cargos definidos pero falta estructuración todavía	No hay un organigrama de la organización. Sólo el liderazgo de José Manuel.	Hay que desarrollar toda la estructura de gobierno corporativo.
	PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS SIMILARES	no			
NEGOCIO Y COMERCIAL	MODELO DE NEGOCIO (RENTABLE/ESCALABLE)	Rentable y altamente escalable	Suple una necesidad de las personas en su día a día	No hay un plan estructurado de acción	Hay una gran necesidad de las personas todo el tiempo preguntando por recomendaciones para encontrar prestadores de servicios
	PROBLEMA QUE RESUELVE	Punto de enlace entre prestador de servicio y usuario para prestar un servicio	Practicidad y disponibilidad inmediata de servicios en cualquier lugar y desde la comodidad del dispositivo móvil	Posible falta de confianza al inicio por falta de conocimiento de la existencia de la aplicación	No hay posicionamiento de la aplicación porque está iniciando. Se recomienda realizar una estrategia de mercadeo enfocada en los dos tipos de clientes de la aplicación, los prestadores de servicios y los usuarios de la plataforma
	DIFERENCIACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	Totalmente móvil, de fácil uso, práctico, económico, efectivo. No hay nadie en Colombia prestando el servicio	Facilidad para el usuario y el prestador de servicio de encontrar clientes y servicios a través de una plataforma de manera rápida, fácil y confiable	posibilidad de parecerse o confundirse con otros modelos de negocios similares	Diferenciar el tipo de plataforma es para buscar servicios de todo tipo, que sea reconocida como un HUB de servicios a nivel internacional y llegar a proponer un nuevo estándar en la manera de encontrar y ofrecer servicios
	ESCALABILIDAD Y REPLICABILIDAD	muy alta	crecimiento rápido a nivel nacional y latinoamericano por la alta demanda de servicios y prestadores de servicios en LATAM	No llegar a tener todos los prestadores de servicios activos en el momento de buscar un servicio por parte de un usuario	Se tiene conocimiento de que día a día en los grupos o comunidades preguntan todo el tiempo por prestadores de servicios. Se espera que al lanzar la aplicación, el mercado comenzará a buscar a través de ella. Es la expectativa.
	MODELO DE INGRESOS (FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA)	Cobro por conexión (lead) efectiva. Planes premium, inscripción, meta data	Puede ser un servicio de contacto económico y práctico para ambas puntas.	Que los usuarios hagan negociaciones fuera del plataforma	Se debe estructurar en el plan de negocio, los modelos específicos de financiación que se están buscando y la manera de monetizar la aplicación

	ESTRATEGIA DIGITAL (MARKETING-VENTAS)	Estrategia basada en dar a conocer la herramienta y las ventajas de usarla para acceder a todo tipo de servicios. Se usan redes sociales.	Fácil difusión usando redes sociales y grupos sociales donde normalmente se preguntan por prestadores de servicios	No tenemos una estrategia detallada de mercadeo,	Se han hecho publicaciones en redes sociales, pero sin planeación . Se están realizando una serie de encuestas para establecer varias métricas como tipo de servicios, rango de edad, ubicación demográfica entre otros
MERCADO	CONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA	No hay mayor conocimiento de la industria. Han venido aprendiendo a medida que desarrollan el proyecto.	Es una apuesta que se acomoda a las tendencias actuales de encontrar todo desde el dispositivo móvil	No se tiene todavía el conocimiento suficiente de la industria 5.0	Están aprendiendo de la industria y del uso de la tecnología para el negocio. Están en proceso.
	MERCADO OBJETIVO DEFINIDO	No tienen un mercado objetivo definido. Han tenido algunos acercamientos, pero no hay claridad aún. Pueden haber varios mercados que se pueden abordar.	Mercado en expansión en Latam	Personas que no tengan experiencia en el uso de aplicaciones móviles y que no puedan usar la aplicación.	Se esta diseñando la aplicación para que sea muy fácil de usar e intuitiva. Como parte del acompañamiento se espera lograr descubrir los mercados a abordar.
	TAMAÑO Y TENDENCIAS DE MERCADO	No está determinado el mercado y es una tarea a desarrollar en el proceso de acompañamiento	Tendencia a el uso del dispositivo móvil para la búsqueda de cualquier recurso o servicio, a su vez ofrecer servicios y encontrar clientes de manera efectiva	No tener la capacidad financiera para escalar la aplicación	Se esta elaborando un plan de negocio solido con el fin de encontrar financiación que permita el inicio de la operación y la escalabilidad de el negocio
	BARRERAS DE ENTRADA Y REGULACIÓN	La cantidad de prestadores de servicio disponibles y demanda de los usuarios	Rápida expansión por voz a voz al solucionar una necesidad cotidiana de millones de personas	No hay la capacidad para expandirnos con la suficiente rapidez	Se necesita un conocimiento más profundo de las barreras del negocio y de cómo pueden superarse.
	MERCADO EN EL QUE OPERAN Y PLAN DE EXPANSIÓN	Mercado abierto a todo tipo de usuario y requerimiento. NO están operando aún.	Hay una gran posibilidad de lograr una gran expansión del negocio en periodo muy cortos , una vez lanzada la aplicación	No se tiene un plan de expansión definido	Se debe trabajar en el plan de expansión y los posibles escenarios que puedan ocurrir durante esta
	POTENCIALES ALIANZAS ESTRATEGICAS	Alto potencial con escuelas de formación. Allí se buscarán los proveedores. No hay alianzas aún desarrolladas	Un gran numero de prestadores de servicios en toda LATAM buscando clientes y un gran numero de usuarios buscando servicios día a día. Se pueden acceder a ellos por medio de alianzas con escuelas.	Hay potencial, pero no se ha conversado con ninguno aún	Se debe trabajar en la construcción de un plan de mercadeo y comunicación para dar a conocer la aplicación a nivel nacional e internacional. Ese es el paso a seguir.
	COMPETIDORES LOCALES Y REGIONALES	in drive, jelpit, TResuelve	Abren el camino para el uso de este tipo de aplicaciones	Posibles servicios similares y competencia	Se usaran las experiencias que han tenido este tipo de aplicaciones mejorando los aspectos en los cuales podrían haber mejoras y dando una promesa de valor adicional en la aplicación a hacerla mas afectiva y fácil de usar
TECNOLOGÍA	NIVEL DE DESARROLLO DE PRODUCTO TECNOLÓGICO	Diseños funcionales de la aplicación	Se tiene un diseño robusto basado en una arquitectura escalable,	Falta la creación del código	Se esta formando un equipo solido de programadores los cuales tiene habilidades específicas para poder llevar a cabo de aplicación
	VALIDACIÓN ENTORNO SIMULADO O REAL	No se han realizado aún las validaciones.	Se han realizado encuestas para encontrar las necesidades de los usuarios y prestadores de servicios, y así trazar la hoja de ruta de los servicios principales a conectar de la aplicación	No se ha podido realizar una validación ya que no se tiene hasta el momento un MVP	Se han estado realizando encuestas para validar la respuesta de las personas a la aplicación
	PRUEBAS MÍNIMAS DE FUNCIONALIDAD/FACTIBILIDAD	no	No hay aplicación aún	No hay aplicación aún	No hay aplicación aún
	USABILIDAD - FUNCIONALIDAD - INTERFAZ DE USUARIO - EXPERIENCIA DE USUARIO	Se cuenta con un boceto funcional de la aplicación elaborado bajo principios y conceptos diseño ux-ui	Se cuenta con una interfaz de fácil acceso, intuitiva y agradable usando conceptos de diseño UI_UX en la aplicación. Se espera poder registrar cuando está la aplicación montada	No hay aplicación aún para poder hacer un registro	Se espera contar con un PMV en los próximos meses, para luego evolucionarlo a un aplicativo que pueda ser comercializable.

	TITULARIDAD Y/PROPIEDAD INTELECTUAL	No hay un registro aún. La aplicación va a iniciar su desarrollo	Todo el código diseños y funcionalidad son producto del desarrollo y el diseño que se tiene hasta el momento	No contamos con registros de propiedad intelectual y diseños corporativos registrados	Se espera contar con un PMV en los próximos meses, para luego evolucionarlo a un aplicativo que pueda ser comercializable.
FINANCIERO	HISTORIAL DE FINANCIACIÓN	No contamos con un historial de financiación	Se puede estructurar desde cero para evitar inconvenientes o vicios en la financiación	Falta récord financiero o historial	Se arranca desde cero. Elaborar un plan financiero que permita alcanzar de forma eficiente los requerimientos y las proyecciones suficientes para la búsqueda de recursos de una manera efectiva
	VENTAS Y MARGENES	No hay ventas a la fecha y no hay definido un modelo de monetización específico	NA	No hay un plan comercial. Es necesario trabajar en ese plan cuanto antes	Se requiere de trabajo con el asesor comercial para poder desarrollar el plan de ventas
	COSTOS OCULTOS	No están identificados aún	NA	No hay claridad de los costos de los servicios a vender	Se inicia desde cero en la exploración del negocio y de los costos que implica
	ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL	No hay una definición de costos. Se tienen algunas cotizaciones de equipos y costo de personal; básico para la operación	Permite tener una idea de los costos mínimos de operación	No se tiene costos precisos	Elaborar en el plan financiero una matriz de costos mínimos e iniciales eficiente para conseguir fondos para el inicio de la operación
	TICKET PROMEDIO	No está completamente definido en este momento	NA	Hay que hacer un ejercicio de definición de pricing	Se inicia desde cero en la exploración del negocio
DINÁMICA	En la sesión "Abre la Caja Negra", tres expertos guiarán a los miembros de la iniciativa a explorar detenidamente los componentes clave de su proyecto, como los fundadores, el modelo de negocios, la gestión comercial, la tecnología, entre otros. Mediante preguntas y análisis, se descompondrá cada componente, se identificarán fortalezas y áreas de mejora, y se generarán soluciones específicas. Esta dinámica facilitará la comprensión profunda de la iniciativa y permitirá planificar acciones concretas para optimizar su funcionamiento y lograr el éxito deseado.				
DURACIÓN	Las iniciativas empresariales de base tecnológica estarán citadas para 1 hora, el objetivo es realizar diagnóstico y proporcionar una visión general y un análisis inicial de los componentes clave de la iniciativa empresarial, incluyendo fundadores, modelo de negocio, gestión comercial, tecnología y otros aspectos. A través de preguntas y discusiones, se busca identificar oportunidades de mejora y generar ideas iniciales para optimizar la iniciativa en función de sus componentes fundamentales.				