

COLLISION EBT

La explosión de la innovación

REPORTE

MODELO DEL ACOMPAÑAMIENTO

Nombre de la
iniciativa: Helpyhub



Contenido

Modelo de acompañamiento (dos fases)

Estadio 0. Identificación del emprendimiento (visión/idea)

Fase 2. Dinámica de cambio ¿como se implemento (proceso) el modelo?

Mentoría de negocios

Diagnostico

Plan de trabajo y métricas focus

Workshops & masterclass

Asesorías de temáticas

Asesoría tecnológica

Fire pitch

Evaluación de hitos de acompañamiento

Estadio 1. Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento- el cambio) (ideación y descubrimiento de negocios)

Fase 3. Fortalecimiento empresarial

Mentoría empresarial

Espacios de conexión y relacionamiento

Juntas directivas

Workshops & masterclass

Evaluación de hitos de acompañamiento

Demo Day

Estadio. 2. Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento – el cambio) (Crecimiento)

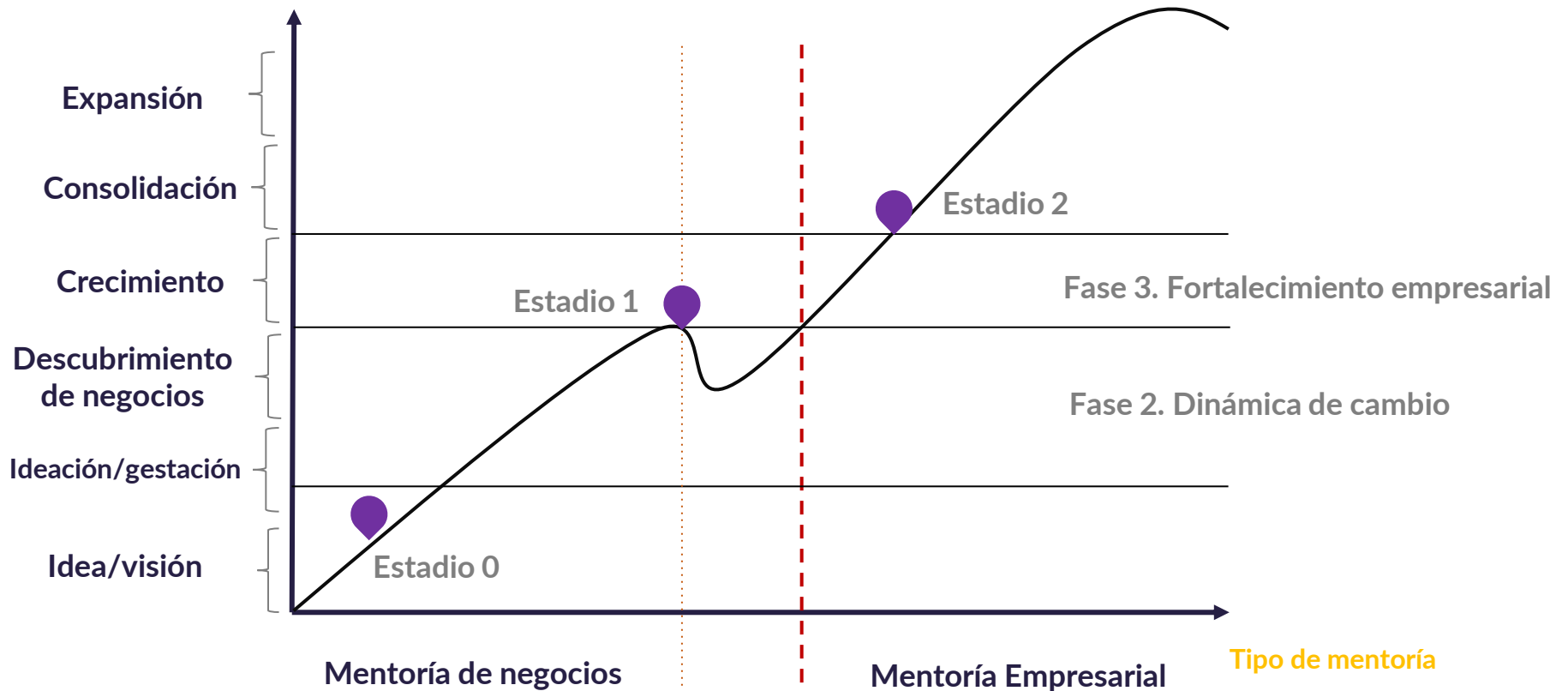
Hilo evolutivo del estado de madurez del emprendimiento (fase 2 y fase 3)

MODELO DE ACOMPAÑAMIENTO



Madurez del emprendimiento vs Fases del modelo de acompañamiento

Madurez del emprendimiento/fase de intervención



La madurez del emprendimiento tecnológico es un proceso gradual, dinámico y evolutivo que se refleja en diferentes momentos y estadios de creación, desarrollo y crecimiento que requieren estrategias, actividades y herramientas de intervención propios cada uno de ellos.

Fases



ESTADIO 0. *Identificación del emprendimiento
(visión/idea)*

Nombre de la iniciativa:

Helpyhub

Descripción/idea/visión de la iniciativa:

Nace con el objetivo de encontrar servicios confiables y que son muy cotidianos como cerrajería, plomería, entre otros. Es una app que busca conectar las dos puntas que son proveedores y clientes que requieren este tipo de servicios.

Componente tecnológico:

App que funciona en dispositivos móviles que conecta clientes y proveedores de servicios

Foco de impacto:

Personas con necesidades de servicios cotidianos como plomería, cerrajería, etc. Herramienta para obtener servicios confiables y garantizados.

Mentor Senior:



Juan Carlos Loaiza B.



José Manuel Pineda



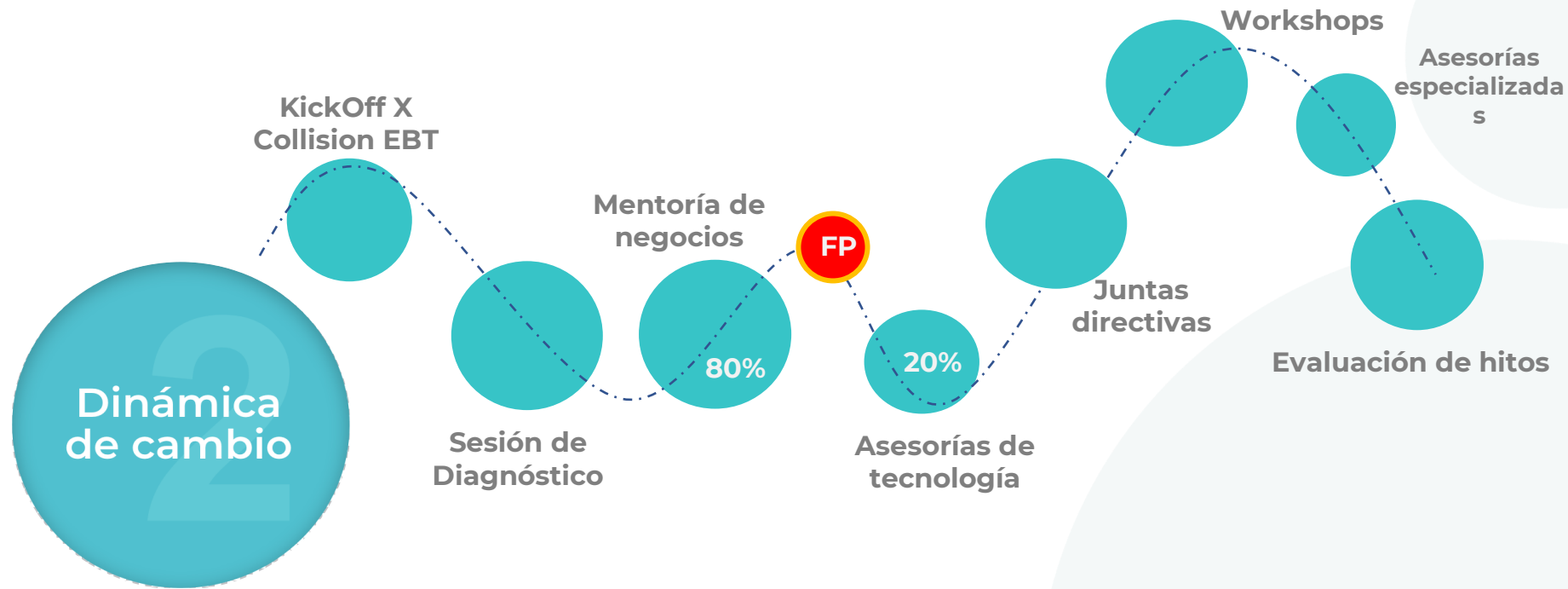
Natali Escudero Pérez



Regina Picón

FASE II. DINAMICA DE CAMBIO

Fase 2. Actividades



Acompañamiento técnico y a la medida en validación de modelo de negocio, sofisticación tecnológica, empaquetamiento de productos y habilidades empresariales.

CRONOGRAMA FASE 2

ACTIVIDAD	AGOSTO			SEPTIEMBRE				OCTUBRE		
	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
Sesión de inicio - KICK-OFF										
Sesión de Diagnóstico CAJA NEGRA										
Construcción PLAN DE TRABAJO										
Mentorías de Negocios							◆			◆
Validación y experimentos de mercado				🧪			🧪			🧪
Asesoría de tecnología										
WORKSHOPS TEMATICOS			W1		W2	W3		W4	W5	
Asesorías TEAMATICAS										
CAPSULAS DE CONOCIMIENTO										
FIRE PITCH										🔥
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Hilo conductor del acompañamiento

Semana 1 - Semana 8

Semana 11 - Semana 15

Abre la caja negra



Arma el plan de trabajo

CENTRADO EN LOS CLIENTES:BM

Explora y descubre → Diseña y co-crea



Pivotea

Valida y aprende

DESARROLLO DE PROTOTIPO FUNCIONAL



Construir MVP - Experimentos de validación



Testea y genera tracción



Go-to market/Lanzamiento



Empaquetamiento de producto/servicio

FASE II. DINÁMICA DE CAMBIO

Implementación Fase 2. Dinámica de cambio

Mentoría de negocios

- Abre la caja negra

- Plan de trabajo y métricas focus

- Diseño del modelo negocios

- Validación del modelo negocios

- Propuesta de valor /elemento de novedad

- Segmentación de clientes

- Monetización

- Fire pitch

Asesoría tecnológicas

Asesorías de temáticas

Workshops & masterclass

Estadio 1. Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento- el cambio) (ideación y descubrimiento de negocios)

Nota: En esta sección se debe relatar como se implementó el modelo de intervención, en términos del proceso, hitos y resultados del acompañamiento.

Link de evidencia (BITACORA)

Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

En esta etapa inicial del programa se hace el reconocimiento de la iniciativa y se lleva a cabo el diagnóstico de la misma. Para poder hacer el diagnóstico se utiliza el formato base entregado por Collision en el que se priorizan la descripción de la empresa, su modelo de negocio, el foco y mercado objetivo y se detalla el alcance del proyecto.

Resultado de la intervención

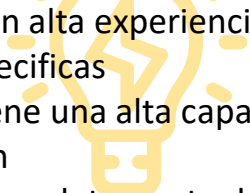
El diagnóstico permite el conocimiento de la iniciativa a profundidad. Es un equipo emprendedor liderado por José Manuel Pineda. Es el accionista mayoritario y ha invitado a un grupo de amigos para que se vinculen a la iniciativa y aporten trabajo para obtener acciones dentro del proyecto. Tiene un muy buen equipo de desarrollo con personas que han participado de proyecto web y app muy reconocidos como Rappi y MercadoLibre. También cuenta con un equipo comercial con experiencia en venta de intangibles y recorrido en el ámbito de los negocios. José Manuel no tiene experiencia en proyectos web y app y es necesario que la adquiera en el acompañamiento con Collision. Los recursos financieros con los que cuentan son propios y reducidos. Quieren explorar la posibilidad de una inversión de fuera del país.

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yaYsYzbrpl8mpu7Zf1GPX46AJ5t1_rIW/edit?usp=sharing&ouid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

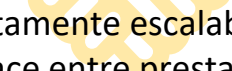
INICIATIVA

FUNDADORES



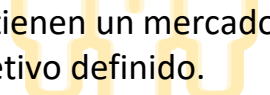
Equipo con alta experiencia en sus áreas específicas
El líder tiene una alta capacidad de gestión
No está completamente definido en este momento el gobierno corporativo
100 % de dedicación del líder y tiempo parcial de los demás

NEGOCIO Y COMERCIAL



Rentable y altamente escalable
Punto de enlace entre prestador de servicio y usuario para prestar un servicio
Cobro por conexión (lead) efectiva. Planes premium, inscripción, meta data
Estrategia basada en dar a conocer la herramienta y las ventajas de usarla para acceder a todo tipo de servicios.
No hay mayor conocimiento de la industria. Han venido aprendiendo a medida que desarrollan el proyecto.

MERCADO



No tienen un mercado objetivo definido.
Puede haber varios mercados a abordar.
Mercado abierto a todo tipo de usuario y requerimiento.
NO están operando aún.
No hay alianzas aún desarrolladas
Alto potencial con escuelas de formación.
Allí se buscarán los proveedores.

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1GWRn_T8vTTM4aqz5pl8ZjodAKluZnjh5/edit#gid=794983171

INICIATIVA

TECNOLOGÍA

Se cuenta con un boceto funcional de la aplicación elaborado bajo principios y conceptos diseño UX-UI

FINANCIERO

No contamos con un historial de financiación
No hay ventas a la fecha y no hay definido un modelo de monetización específico
No hay una definición de costos.

PROPIEDAD INTELECTUAL

No hay un registro aún. La aplicación va a iniciar su desarrollo

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yaYsYzbrpl8mpu7Zf1GPX46AJ5t1_rIW/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS									
NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL		Helphyhub			MENTOR SENIOR		Juan Carlos Loiza B		
FASE DE ACOMPAÑAMIENTO		II- DINAMICA DE CAMBIO							
ÁREAS	Estrategia (¿Qué?)	Acciones (¿Responden al Como?)	Responsable	Tiempo (Semana a semana) (¿Responde al cuándo?)	MÉTRICA FOCUS (Indicador que impacta)	METAS (¿Cuantificable y medible en el tiempo?)	RESULTADOS DE ACOMPAÑAMIENTO	LINEA BASE (semana 2)	Semana 10
FUNDADORES (EQUIPO DE TRABAJO)	Crear un equipo de trabajo robusto con personas que aporten habilidades para lograr el objetivo de la aplicación.	Buscar y reclutar talento humano especializado para lograr un equipo de trabajo sólido y fuerte y comprometido con la vision de HelphyHub	JOSE MANUEL PINEDA	sept-30	% porcentaje del equipo estructurado	Contar con un equipo estructurado	Se le prestará ayuda para la estructuración del equipo y que sea un equipo sólido	Empieza con un CEO, diseñador UX - UI, desarrollador, CTO (posible), 2comerciales	100 %
MODELO DE NEGOCIOS	Establecer el modelo de negocios base para la operación de HelphyHub	Redactar el modelo de negocios y establecer la guía de gobierno corporativo de HelphyHub. Desarrollo de un Canvas para el modelo de negocio	JOSE MANUEL PINEDA- Mentor	sept-30	% desarrollo de modelo Canvas	Contar con el Canvas estructurado	Trabajo en conjunto con el mentor para el desarrollo del	No tienen Canvas de modelo de negocio. Arrancan de cero	85 %
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	Establecer una estrategia comercial para la adquisición de clientes, prestadores de servicios y usuarios en la aplicación. Desarrollo del plan comercial.	Desarrollo del plan comercial con el asesor comercial. Establecer el plan de trabajo en base al modelo de negocios, gestionando una estrategia	JOSE MANUEL PINEDA NATALI ESCUDERO. Mentor y asesor comercial	oct-31	% de desarrollo del plan comercial	Contar con un plan comercial estructurado	Trabajo en conjunto con mentor y asesor comercial para el desarrollo del plan comercial	No hay un plan comercial. Arrancan de cero	65 %
DISÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Establecer el branding, imagen corporativa y diseños de la aplicación	Establecer y diseñar el branding, brandbook y diseños de la aplicación basándose en principios de arquitectura escalable y usando conceptos de diseño UX, con el fin de lograr un diseño fácil de usar y con mucha recordación de la marca en los usuarios, acorde a las tendencias actuales	JOSE MANUEL PINEDA DOUGLAS VARGAS - Asesor de Branding y mentor	oct-31	% de desarrollo del branding y del manual de marca	Contar con un branding definido, interfaces de usuario y manual de marca	Trabajo en conjunto con mentor y asesor de branding para el desarrollo de la marca y las interfaces graficas	Hay un desarrollo de marca inicial, pero puede ocurrir que el nombre de la marca cambie para lograr diferenciación de Jejeje	100 %
MARKETING Y COMUNICACIONES	Desarrollo del plan de marketing y comunicación. Dar a conocer la aplicación por medio de campañas de marketing dirigidas a prestadores de servicios y usuarios de la aplicación	Desarrollo del plan de marketing y comunicaciones en compañía del asesor temático. Establecer una estrategia de marketing para dar a conocer la aplicación, apoyados en redes sociales y el voz a voz para adquirir usuarios y prestadores de servicios.	JOSE MANUEL PINEDA NATALI ESCUDERO. Asesor de marketing y mentor	oct-31	% de desarrollo del plan de marketing y comunicaciones	Finalizar plan de marketing y comunicaciones	Trabajo en conjunto con mentor y asesor de marketing para el desarrollo de la marca y las interfaces graficas	Hay redes sociales y se han hecho publicaciones. Tienen Instagram y página web. No hay un plan de marketing como tal. Se requiere planificar la estrategia general y las acciones a realizar.	40 %
	Comunicar a las personas la existencia de la aplicación como herramienta para la búsqueda de servicios y clientes a través de la plataforma.	Comunicar por medio de la estrategia de marketing, siguiéndolos lineamientos del modelo de negocio, y a su vez comunicando a los posibles nuevos usuarios y prestadores de servicios la existencia y el uso de la aplicación para que llegue a la mayor cantidad de personas	NATALI ESCUDERO REGINA PICÓN. Asesor de marketing digital y mentor	oct-31	Cantidad de acciones de marketing realizadas	Desarrollo de la mayor cantidad de acciones de marketing para lograr posicionamiento del app y de sus servicios	Trabajo en conjunto con mentor y asesor de marketing para el desarrollo de la marca y las interfaces graficas	Hay redes sociales y se han hecho publicaciones. Tienen Instagram y página web. No hay un plan de marketing como tal. Se requiere planificar la estrategia general y las acciones a realizar.	40 %
TECNOLOGÍA	Desarrollar el código del PMV con base en los diseños y prototipos	Desarrollar el PMV para lograr las validaciones en el mercado real y poder definir el modelo 1.0 de la aplicación para comenzar la producción y operación de la aplicación	JOSE MANUEL PINEDA DOUGLAS VARGAS, ESTEBAN PACHECO. Audacia y mentor	oct-31	% de desarrollo del PMV	Desarrollo del PMV para validación con clientes reales	Trabajo en conjunto con mentor y Audacia para el desarrollo del PMV	Hay un prototipo funcional que sirve de base para la presentación del alcance de la aplicación a Audacia	40 %
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Establecer un plan financiero y realizar unas proyecciones financieras para la operación y puesta en marcha de la aplicación	Establecer el modelo financiero y de costos para el inicio de la operación así como establecer las proyecciones financieras de la aplicación teniendo como objetivo lograr el financiamiento o entrada de capital inicial o semilla para el inicio de la operación	JOSE MANUEL PINEDA. Asesor financiero y mentor	oct-31	% de desarrollo del plan financiero	Estructuración del plan financiero para la compañía	Trabajo en conjunto con mentor y asesor financiero para el desarrollo del plan financiero	No hay plan financiero y es necesario estructurar las proyecciones para la compañía	50 %
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN	Realizar la gestión necesaria para realizar el registro de la propiedad intelectual de la aplicación. Documentos de términos y condiciones, tratamiento de datos y contratos para clientes y proveedores. Apoyo en la creación de la empresa.	Realizar la creación de la empresa y razón social. Establecer la propiedad intelectual de la aplicación, definiendo su estructura legal. Documentos legales de protección de la compañía	JOSE MANUEL PINEDA. Asesor legal y mentor	oct-31	% de constitución de la empresa. % de desarrollo de los documentos de protección legal	Constitución de la empresa. Finalización de los documentos de protección de la empresa	Trabajo en conjunto con mentor y asesor legal para el desarrollo de la estructura legal de la empresa	No hay nada legal para la empresa	

Resultado de la intervención

Elaboración de un plan de trabajo para las próximas semanas de trabajo (hasta octubre). Se incluyen las labores que deben desarrollar los emprendedores, las tareas destinadas a trabajarse con cada asesor y el desarrollo del PMV que se llevará a cabo por el equipo de Audacia. También hay unas métricas definidas.



Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

El equipo llega a Collision sin un modelo de negocio claro y con la expectativa de poderlo desarrollar de la mano del mentor y de los asesores especializados. Tampoco hay modelos de monetización claros, aunque tienen algunas ideas sobre las que es necesario trabajar. Comparte de esta etapa se los lleva a desarrollar los siguientes documentos: lienzo de la propuesta de valor, DOFA, buyer persona, mapa de empatía. Estos documentos son herramientas claves que luego colaboran en la elaboración del canvas de modelo de negocio. También se inician los ejercicios de experimentación que son un insumo muy importante también para la creación del modelo de negocio.

Como resultado de la intervención, la empresa logra desarrollar de la mano del mentor y de los asesores especializados los siguientes documentos:

1. Experimentos de validación
2. Buyer persona
3. Mapa de empatía
4. DOFA

Con estos insumos y la data recopilada se estructura el modelo de negocio y queda consignado en un canvas que será el documento que guíe el desarrollo de la iniciativa.

Link de evidencia

https://drive.google.com/drive/folders/1okukhoPr4kH8V33OBC4_nPk7Y-JJiqBt?usp=drive_link

Pruebas de validación

Para la validación del negocio se desarrollan una serie de encuestas a potenciales usuarios del aplicativo. Hay dos tipos de encuestas, una para Helpers y otra para Hubers. La encuesta de Helpers se centró en una serie de preguntas clave para evaluar las dificultades actuales, las estrategias utilizadas y la disposición a utilizar una plataforma digital como Helpyhub. La encuesta de Hubers apunta al uso de la herramienta por personas naturales que buscan servicios incluidos dentro del aplicativo.

Basándonos en los resultados de la encuesta, existe una clara demanda de soluciones que aborden los desafíos en la búsqueda y selección de prestadores de servicios. Los usuarios valoran la confianza, la calidad y la eficiencia en este proceso. Helpyhub, como una plataforma digital que ofrece comodidad, facilidad de uso y acceso a prestadores de servicios, parece estar bien alineada con estas necesidades. Además, los encuestados están dispuestos a adoptar esta plataforma, lo que sugiere un potencial significativo para el éxito de Helpyhub en el mercado.

La encuesta de Helpers valida claramente la existencia de un problema significativo para los prestadores de servicios al buscar y adquirir nuevos clientes. Además, los resultados respaldan la idea de que una plataforma digital como Helpyhub podría ser una solución valiosa para abordar estos problemas. Los prestadores de servicios están interesados en esta solución y esperan obtener beneficios sustanciales de su uso

Link de evidencia

https://drive.google.com/drive/folders/1okukhoPr4kH8V33OBC4_nPk7Y-JJiqBt?usp=drive_link

Evolución del Modelo de negocios

La iniciativa llega sin modelo de negocio escrito y definido. Se trabaja en conjunto con el equipo para poder establecer ese modelo de negocio y que eso permita encontrar los diferentes modelos de monetización que pueden aplicarse a la iniciativa. Cada integrante del equipo tiene visiones propias del negocio de acuerdo con lo que les ha planteado José Manuel. En el acompañamiento se busca unificar esas ideas y lograr que todos estén alineados con un foco claro en el negocio a desarrollar.

Como parte del ejercicio de definición del modelo de negocio, se arranca por la construcción de los siguientes documentos: buyer persona, DOFA, mapas de empatía y lienzo de la propuesta de valor. Además, se toma toda la información recogida en los experimentos de validación, donde se obtienen importantes insights sobre cómo esperan los usuarios que sea el negocio y la herramienta tecnológica que lo apoye.

El resultado de la intervención es un canvas de modelo de negocio completamente estructurado, pero que puede irse revisando a medida que el acompañamiento vaya avanzando. Se define con claridad los públicos objetivos y se aterrizan los recursos y actividades claves. También se plantean unos modelos de monetización con lo que iniciará la operación Helpyhub, pero que pueden ser ajustados en el tiempo.

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DGf9wpDWJ0wF7q8x9GYFIEEX8loMxOZtS/edit?usp=drive_link

Modelo de negocios Final

MODELO DE NEGOCIO CANVAS DE HELPHYHUB				
SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONAMIENTO CON CUENTES	SEGMENTOS DE CUENTES
PRESTADORES DE SERVICIOS INVERSIONISTAS	DESARROLLO APP SOPORTE MARKETING VERIFICACION DE PRESTADORES DE SERVICIO	USUARIOS RAPIDEZ EN ENCONTRAR UNA SOLUCION TODO DESDE UN DISPOSITIVO MOVIL CONFIABILIDAD DEL SERVICIO	REDES SOCIALES CALIFICACION DE PRESTADORES RESEÑAS SOPORTE USUARIOS	USUARIOS CLIENTES SIN CONOCIMIENTOS CLIENTES SIN TIEMPO BUSCAN SOLUCION RAPIDA
	SEGURIDAD DE LA PLATAFORMA RECLUTAR RECURSO HUMANO DEFINIR ALIANZA PARA CONSECUION DE PROVEDORES DEFINIR MODELO DE MONETIZACION	SEGURIDAD EN EL SERVICIO	SOPORTE PRESTADORES	BUSCAN CALIDAD BUSCAN CONFIANZA
	RECURSOS CLAVE	PRESTADOR DE SERVICIO ACCESO A CUENTES BAJO COSTO DE ADQUISICION DE CUENTES	CANALES	PRESTADORES DE SERVICIOS BUSCAR CUENTES
	PLATAFORMA TECH PRESTADORES DE SERVICIOS CALIFICADOS PRESTADORES DE SERVICIOS VERIFICADOS RECURSOS FINANCIAROS PARA EVOLUCION DEL PROYECTO	FIDELIZACION FLEXIBILIDAD EN TIEMPO	MENSAJERIA INSTANTANEA CORREO ELECTRONICO PAGINA WEB	AUMENTAR INGRESOS MANEJAR SU TIEMPO PRACTICO
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESOS	
INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA NOMINA DE PERSONAL/RECURSO HUMANO FREELANCE COSTO OPERATIVO, ARRIENDOS, SERVICIOS, PAPALERIA, MARKETING, PUBLICIDAD, EVENTOS PASARELA DE PAGOS			COBRÓ DE CARGO FIJO POR CADA CONECCION EXITOSA COBRÓ MENSUAL POR USUARIO PREMIUM COBRÓ MENSUAL POR PRESTADOR DE SERVICIO PREMIUM COBRÓ MENSUAL POR AFILIACION DE PERSONA JURIDICA VENTA DE METRICAS A EMPRESAS DE PRODUCTOS	

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1DGf9wpDWJ0wF7q8x9GYFIEEX8loMxOZtS/edit?usp=drive_link

Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

En esta primera etapa del acompañamiento se logra la definición del alcance del PMV que se le solicitará a Audacia. Esto se hace a través de un maquetamiento que desarrollo el equipo de Helpyhub en cabeza de la persona de diseño y experiencia de usuario que tienen en el equipo. Se le entregó a Audacia el maquetamiento y ellos definen el desarrollo que se puede lograr como PMV.

De todas maneras, el equipo de Helpyhub está realizando su desarrollo propio que debe estar listo para el mes de abril de 2024 con app completa y hecha para iOS y para Android.

El PMV entregado por Collision va a ser utilizado en presentaciones y como medio inicial para captar sus públicos objetivos.

Resultado de la intervención

Como resultado de la intervención, la empresa logra contar con el desarrollo del PMV construido por Audacia. Este PMV es un elemento fundamental para apoyar la labor comercial del equipo y para abrir nuevas oportunidades con clientes y potenciales aliados.

En cuanto al desarrollo propio, el mentor les ayuda a revisar la usabilidad de lo planteado en la maqueta y se hacen algunos ajustes que se consideran válidos y que pueden mejorar UX . UI.



Resultado de la intervención

Comercial

Trabajo en conjunto con mentor y asesor comercial para el desarrollo del plan comercial

Gobierno Corporativo

Se les presta ayuda para la estructuración del equipo y que sea un equipo sólido

Financiero

Trabajo en conjunto con el mentor para el desarrollo del modelo de negocio
Estructuración del plan financiero para la compañía

Branding

Contar con un branding definido, interfaces de usuario y manual de marca

Marketing

Desarrollo de la mayor cantidad de acciones de marketing para lograr posicionamiento de la app y de sus servicios

Propiedad Intelectual

Constitución de la empresa.
Finalización de los documentos de protección de la empresa

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yaYsYzbrpl8mpu7Zf1GPX46AJ5t1_rIW/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

ESTADIO 1. *Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento- el cambio) (ideación y descubrimiento de negocios)*

En esta etapa se trabajó especialmente en la construcción del modelo de negocios a partir de tareas particulares que se desarrollaron en compañía del mentor y de los asesores especializados. Esas tareas son:

1. Expermientos de validación
2. DOFA
3. Buyer persona
4. Mapa de empatía
5. Lienzo propuesta de valor

Esas herramientas dan origen al modelo de negocio que también permite la definición de unos modelos de monetización que serán la base de los ingresos en la primera etapa del negocio. También se trabaja en conjunto con el equipo de Audacia en el desarrollo del PMV que será entregado en la siguiente etapa del proceso de acompañamiento.

Esta etapa ha sido muy importante para el equipo, pues les ha permitido lograr cohesión entre ellos y un buen ritmo de trabajo conjunto. Durante esta fase también se llevaron importantes actividades comerciales que les han dado la oportunidad de consolidar alianzas con Acopi, Sena y Universidad Sergio Arboleda.

Describir el estado de madurez no 1 que ha logrado el emprendimiento en términos del proceso, hitos, resultados, logros de acompañamiento

ESTADIO 1. Métricas focus

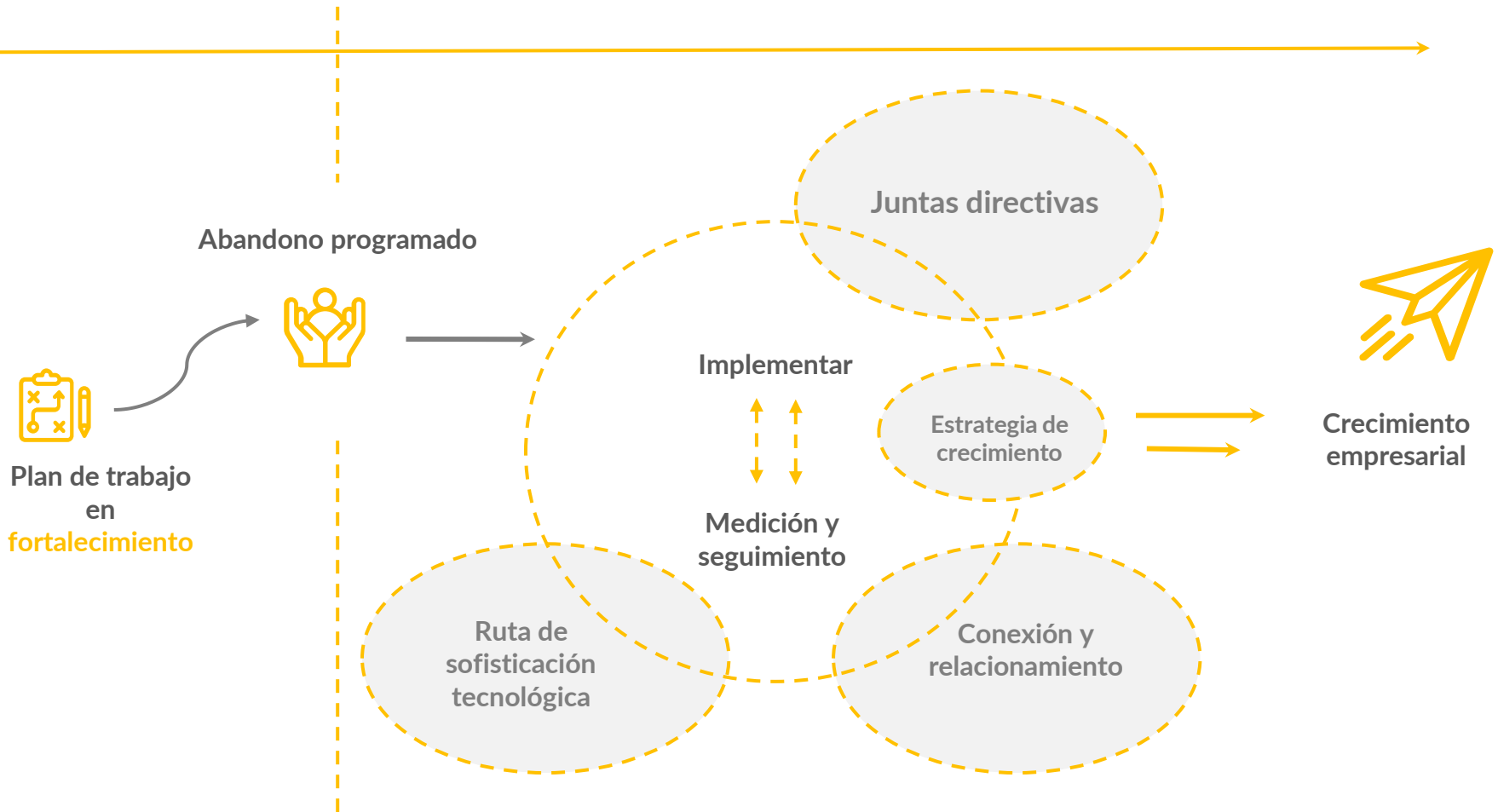
Cuadro de métricas focus

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Nuevos Clientes	Número de nuevos clientes	0	132
Nuevos Usuarios	Número de nuevos usuarios	0	0
Nuevas Ventas por producto o servicio	Número de ventas	0	0
Nuevos Empleos directos	Nuevos empleos creados	5	8
Nuevos Empleos indirectos	Nuevos empleos creados	0	0
Nuevas Cotizaciones	Número de cotizaciones	0	0
Interes de compra	Número de leads	0	0
Nuevas Alianzas realizadas	Número de alianzas	0	3

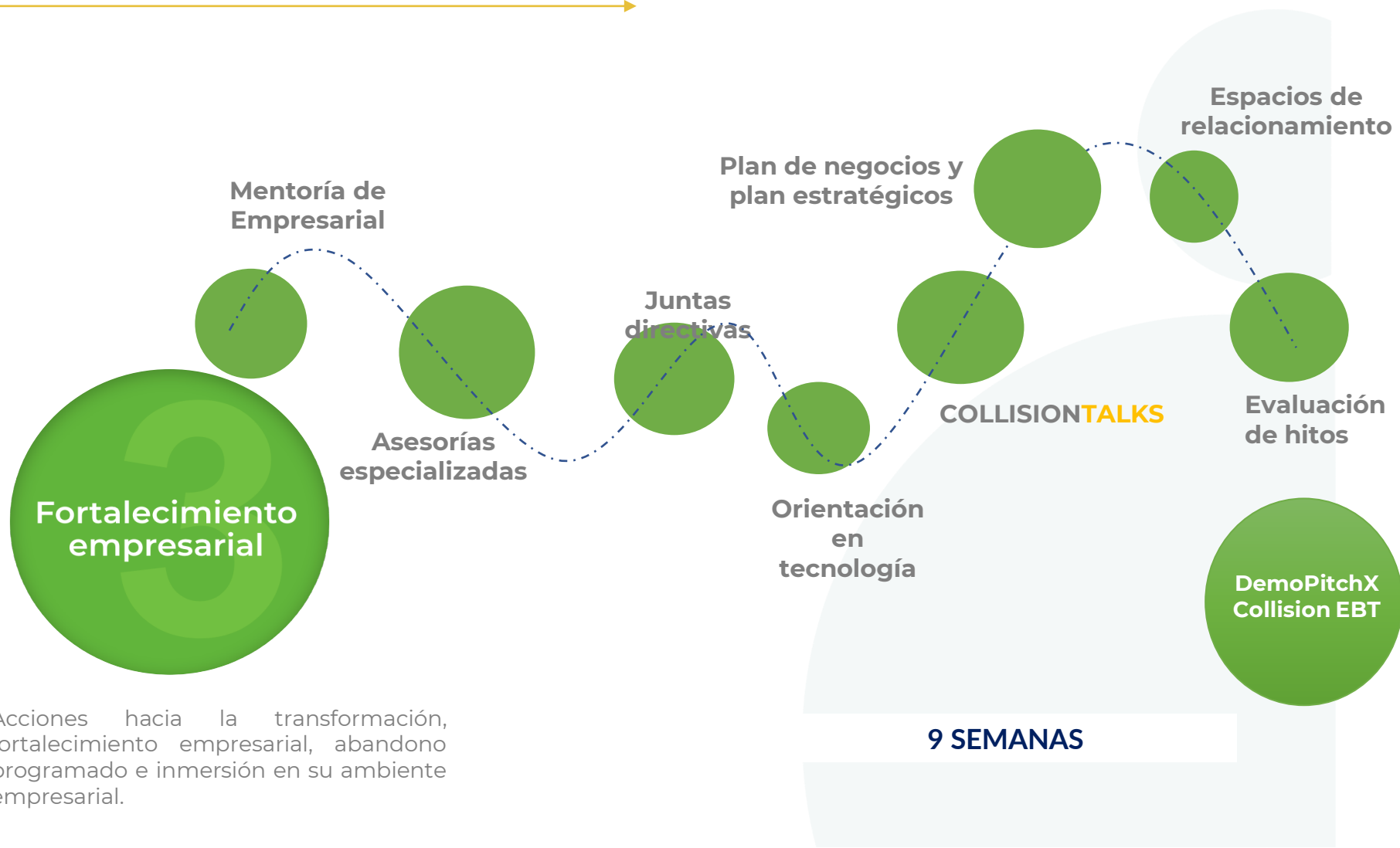
Estas son algunas métricas de base que se han tomado en cuenta para ver el crecimiento y desarrollo del negocio. Gracias a las alianzas que se han logrado con entidades como la Sergio Arboleda y Acopi se han logrado más de 100 registros de personas que quieren ser Helpers. Eso también ha originado que se extiendan las categorías en las que se van a clasificar los helpers. Las alianzas apuntan a ser un mecanismo importante para lograr poblar la aplicación. La actividad de cara a los Hubers aún no se inicia hasta que no se cuente con el PMV.

FASE III. FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL

Estrategia de trabajo: Fase III Fortalecimiento empresarial



Fase 3. Actividades



Acciones hacia la transformación, fortalecimiento empresarial, abandono programado e inmersión en su ambiente empresarial.

CRONOGRAMA FASE 3

ACTIVIDAD	OCTUBRE	NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4	SEM 1	SEM 2	SEM 3	SEM 4
Mentorías de Negocios					♦		♦		
Asesorías ESPECIALIZADA									
Orientación Técnicas	SESIONES DE ORIENTACIÓN TECNICA (OFFICE HOURS)								
WORKSHOPS TEMATICOS	w1		w2		w3		w4		
Espacios de CON	Conexión empresarial y networking								
JUNTAS DIRECTIVAS	JD1			JD2			JD3		
Kit de protección tecnológica (PI)									
Plan de negocios - Plan estratégico									
DEMO DAY									
	1	2	3	4	5	6	7	8	

Contenido

Fase 3. Fortalecimiento empresarial

- Mentoría empresarial
- Espacios de conexión y relacionamiento
- Juntas directivas
- Workshops & masterclass
- Evaluación de hitos de acompañamiento
- Métricas focus
- Demo Day

Estadio. 2. Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento – el cambio) (Crecimiento)

Nota: En esta sección se debe relatar como se implementó el modelo de intervención, en términos del proceso, hitos y resultados del acompañamiento.

ESTADIO 2. *Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento – el cambio) (Crecimiento)*

En esta etapa se da todo el proceso de aceleración del emprendimiento y se desarrollan las primeras actividades comerciales. Comparte de esas actividades se alcanza el cierre de las alianzas con Universidad del Norte, Acopi, Sena y Universidad Sergio Arboleda. Esas alianzas también generar pre-registros en la plataforma con un total de más de 100 inscritos.

Se puede también visualizar una oportunidad de inversión con el inicio de conversaciones con el representante de los inversores.

En las actividades de esta etapa se destacan el desarrollo de:

1. Plan de Negocios
2. Plan Financiero
3. Plan de marketing y comunicaciones
4. Plan comercial

También se plantean nuevos modelos de monetización basados en esquemas de promoción y publicidad en el aplicativo y surge una opción interesante con la base de datos que se pueda recopilar y que puede ser un activo importante para otros negocios.

Describir el estado de madurez no 2 que ha logrado el emprendimiento en términos del proceso, hitos, resultados, logros de acompañamiento

ESTADIO 2. Métricas focus

Cuadro de métricas focus

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Nuevos Clientes	Número de nuevos clientes	0	132
Nuevos Usuarios	Número de nuevos usuarios	0	0
Nuevas Ventas por producto o servicio	Número de ventas	0	0
Nuevos Empleos directos	Nuevos empleos creados	5	8
Nuevos Empleos indirectos	Nuevos empleos creados	0	0
Nuevas Cotizaciones	Número de cotizaciones	0	0
Interes de compra	Número de leads	0	0
Nuevas Alianzas realizadas	Número de alianzas	0	3

Las métricas se mantienen hasta el final del acompañamiento. Estas métricas validan el alcance inicial del negocio y permiten observar el interés que hay de parte de helpers de vincularse con la iniciativa. En cuanto a las demás métricas hay un avance importante en el desarrollo de todas las actividades planteadas en el plan de trabajo. Estas métricas se pueden ver en el slide final de esta presentación.

Hilo evolutivo del estado de madurez del emprendimiento (E0-E1-E2)

Hilo evolutivo del estado de madurez del emprendimiento (fase 2 y fase 3)

Estadio 0. Identificación del emprendimiento (visión/idea)

Estadio 1. Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento- el cambio) (ideación y descubrimiento de negocios)

Estadio. 2. Hitos y resultados de la fase (transformación del emprendimiento – el cambio) (Crecimiento)

Métricas focus finales (fase 2 y fase 3) – (Cuantitativos y cualitativos)

Nota: esta sección es para resumir y relatar el proceso de intervención desde su estadio 0. pasando por el estadio 1. y finalizando con el estadio 2.

Esta es una de las iniciativas que más avances alcanza dentro del proceso de acompañamiento, generando tracción en uno de sus mercados objetivos y empezando a posicionarse con miras al lanzamiento del aplicativo en 2024. La iniciativa se va como más de 130 personas pre-registradas para operar como helpers, han vinculado 4 personas más al equipo de trabajo y se vislumbra una posible inversión de US \$ 500.000 ´de fondos árabes.

En cuanto a las actividades desarrolladas, tuvieron un muy buen desempeño y lograron captar la atención de aliados estratégicos claves para el desarrollo del negocio. Consolidaron un plan de negocios y un plan financiero. Cuentan con un plan de marketing y comunicaciones que ya han empezado a ejecutar y quedan con una estructura bastante sólida para poder evolucionar como negocio.

Su líder ha logrado experiencia y los colaboradores están bastante comprometidos con el emprendimiento. De las iniciativas que más posibilidades de éxito tiene, está se puede destacar como la primera y más fuerte, gracias al empuje que le han impreso los miembros del equipo.

Describir la transformación y cambio que ha logrado el emprendimiento en términos del proceso, hitos, resultados, logros de acompañamiento desde el estadio 0, 1 y 2.

Métricas focus FINALES

METRICA FOCUS (Indicador que impacta)	METAS ¿Cuantificable y medible en el tiempo?	RESULTADOS DE ACOMPAÑAMIENTO	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
% porcentaje del equipo estructurado	Contar con un equipo estructurado	Se deja definido el equipo base con el que se puede iniciar la operación	Ya tienen el equipo estructurado y trabajando. Falta conseguir una persona que se encargue de lo operativo en el área de mercadeo.	100 %
% desarrollo de modelo Canvas	Contar con el Canvas estructurado	El modelo de negocio está listo y ajustado	Ya se estructuró el modelo de negocio con un Canvas. El paso siguiente es avanzar en los nuevos modelos de monetización que ha venido descubriendo el emprendimiento.	100 %
% de desarrollo del plan comercial y la estrategia comercial	Contar con un plan comercial estructurado	Se cuenta con un plan comercial desarrollado en compañía del asesor comercial y el mentor	Se ha venido trabajando con el asesor comercial en varias actividades comerciales. Pitch, contactos comerciales, consecución de clientes, entre otros. Falta terminar el plan comercial.	100 %
% de desarrollo del branding y del manual de marca	Contar con un branding definido, interfaces de usuario y manual de marca	El branding está definido y se espera contar con el manual de marca	Tienen un gran avance en la marca que está 100 % aprobada. A partir de la marca se han diseñado las interfaces gráficas y tienen un Figma con todas las funcionalidades. Cuentan con manual de marca completo	70 %
% de desarrollo del plan de marketing y comunicaciones	Finalizar plan de marketing y comunicaciones	El plan de marketing y comunicaciones queda entregado y finalizado	Hay redes sociales y se han hecho publicaciones. Tienen Instagram y página web. No hay un plan de marketing finalizado.	100 %
Cantidad de acciones de marketing realizadas	Han estado participando en diferentes eventos y actividades para hacer presencia de marca. También están subiendo contenido a las redes sociales.	Se han desarrollado algunas actividades de promoción en Instagram. También presencia en algunas ferias como Acopi y eventos universitarios	Hay redes sociales y se han hecho publicaciones. Tienen Instagram y página web. No hay un plan de marketing como tal. Se requiere planificar la estrategia general y las acciones a realizar.	80 %
% de desarrollo del PMV	Desarrollo del PMV para validación con clientes reales	Audacia hace entrega del PMV. Se inicia etapa de pruebas	Hay un prototipo funcional que sirve de base para la presentación del alcance de la aplicación a Audacia. Audacia ya está trabajando en el PMV.	100 %
% de desarrollo del plan financiero	Estructuración del plan financiero para la compañía	El plan financiero se consolida y queda entregado	Han avanzado con una primera versión de la estructura de costos. Falta incluir la proyección de ventas en el cuadro del plan financiero	100 %
% de constitución de la empresa. % de desarrollo de los documentos de protección legal	Constitución de la empresa. Finalización de los documentos de protección de la empresa	La empresa queda constituida y los documentos de protección empresarial están en desarrollo	Ya tiene el acta de constitución de la empresa y está en el proceso de registrarla en la Cámara de Comercio.	60 %

Cuadro de métricas focus

Las métricas del proceso nos muestran que cerca del 80 % de las actividades se cumplieron en un 100 % y el resto son actividades que tienen que avanzar en el tiempo. Se cuenta con un equipo muy estructurado, con plan comercial y de marketing, con una empresa lista para su registro y con un PMV que apoyará la comercialización inicial. La disposición del equipo fue muy buena y se puede observar en los resultados.



El conocimiento
es de todos

Minciencias



COLLISION_{EBT}

La explosión de la innovación

