

COLLISION EBT

La explosión de la innovación

REPORTE

MODELO DEL ACOMPAÑAMIENTO

Nombre de la iniciativa:
Hopets
Nuevo nombre: Rumi



Rumi

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)

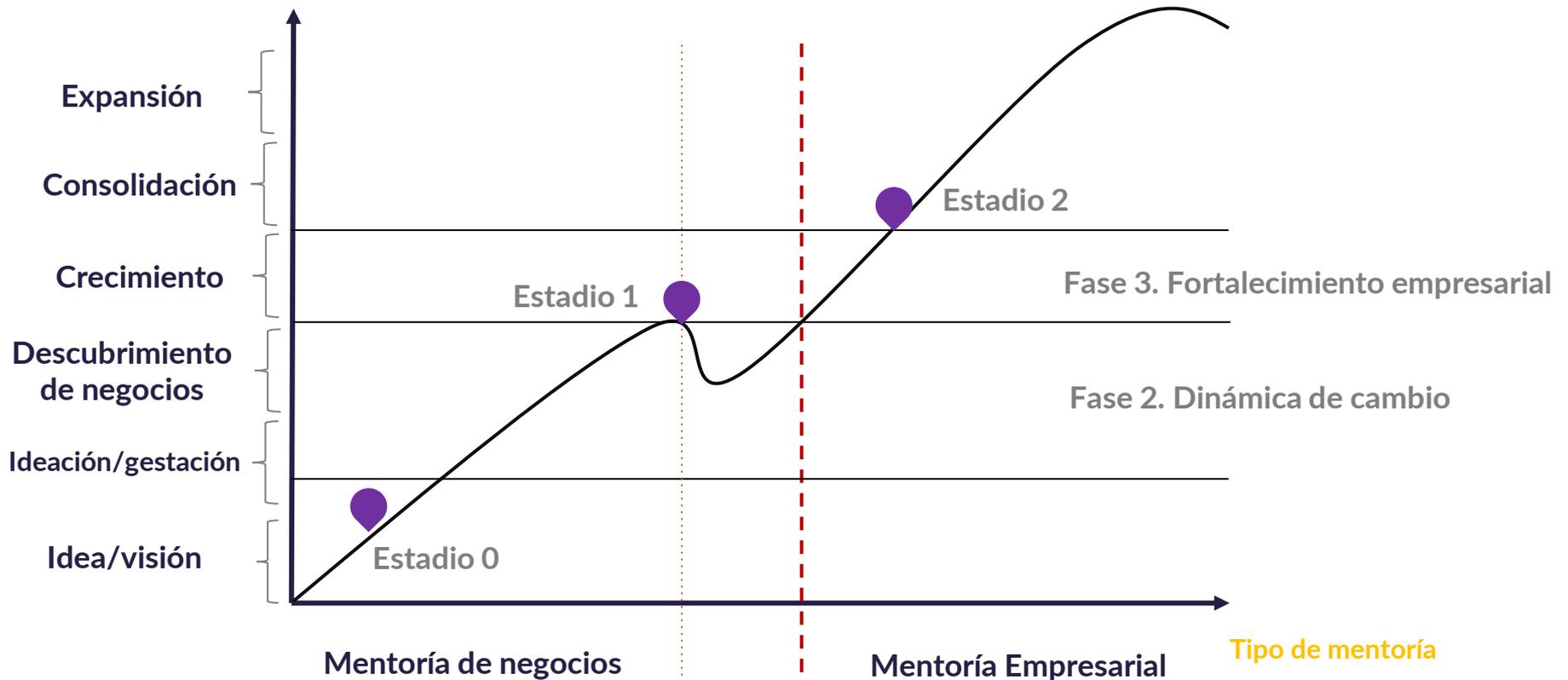
Hilo evolutivo del estado de madurez del emprendimiento (fase 2 y fase 3)

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 propicios cada uno ellos.

Fases



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

Nombre de la iniciativa:

Nombre de la iniciativa: Hopest
Nuevo nombre: Rumi

Descripción/idea/visión de la iniciativa:

Plataforma que conecta a los dueños o administradores de pensiones universitarias con estudiantes universitarios que se encuentran en búsqueda de un lugar adecuado para vivir. Hopest ofrece experiencias únicas para la gestión de alojamiento estudiantil y con actividades que promueven el coliving estudiantil.

Componente tecnológico:

Plataforma tecnológica que conecte a dueños o administradores de pensiones estudiantiles con los padres de familia o estudiantes en búsqueda de un lugar para vivir.

Foco de impacto:

Industria 5.0. Estudiantes y padres de familia.
Dueños y administradores de pensiones

Mentor Senior:



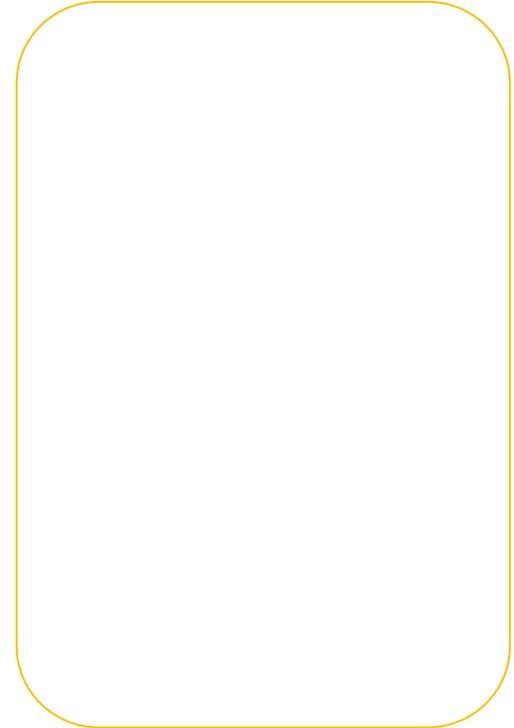
Juan Carlos Loaiza B.



Marcela Ospino

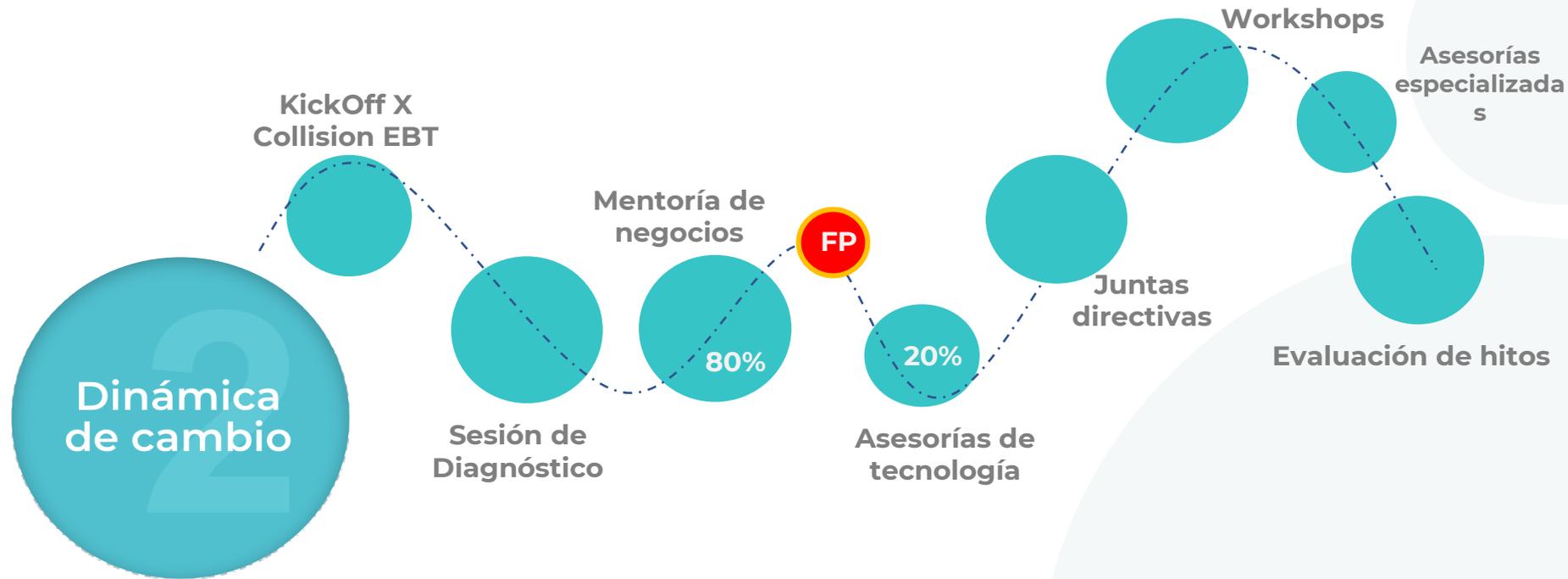


Brando Martínez



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

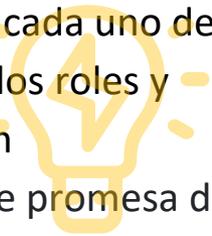
Es una empresa naciente que se enfoca en conectar las necesidades de hospedaje de las personas que llegan a las ciudades a estudiar y la oferta de pensiones en las que pueden hospedarse estos estudiantes. Se espera poder desarrollar el negocio por medio de una herramienta tecnológica que facilite la conexión entre ambas puntas y que haga de Rumi un intermediario comercial que saque un beneficio de unir la necesidad con la oferta.

Link de evidencia

https://drive.google.com/drive/folders/1ODLrfutaNOUcULrnE7xE3P2XysyEl8Tr?usp=drive_link

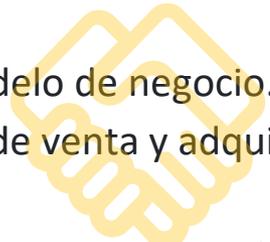
INICIATIVA

FUNDADORES



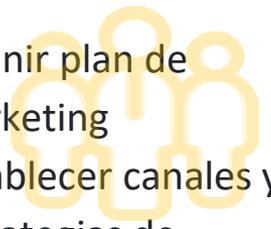
Definir para cada uno de los integrantes los roles y participación
Definición de promesa de valor y estrategia de acercamiento a dueños de pensiones

NEGOCIO Y COMERCIAL



Definir modelo de negocio.
Estrategia de venta y adquisición de clientes.
Definir roles para activación de estudiantes y dueños de pensiones.

MERCADO



Definir plan de marketing
Establecer canales y estrategias de comunicación e interacción con usuarios para promover el coliving
Revisión de logo y marca integral

Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/16TBX9KEkw54NpK7DeIEu9afgpaA7SKNI/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>

INICIATIVA

TECNOLOGÍA

Prototipo funcional
Desarrollo plataforma
tecnológica
PMV

FINANCIERO

Definir estructura financiera inicial
Elaboración plan financiero

PROPIEDAD INTELECTUAL

Desarrollo acuerdos
comerciales y
documentos de tipo legal
necesarios para prestar
servicios

Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/16TBX9KEkw54NpK7DeIEu9afgpaA7SKNI/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS									
NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL		HOPEST			MENTOR SENIOR		Ingrith Rodriguez Gutiérrez		
FASE DE ACOMPAÑAMIENTO		II- DINAMICA DE CAMBIO							
ÁREAS	Estrategia ¿Qué?	Acciones ¿Responden al Cómo?	Responsable	Tiempo (Semana a semana) ¿Responde al cuánto?	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)	Definir para cada uno de los integrantes los roles y participación	Realización de documentos tales como estatutos o acuerdos necesarios para definir roles y participación	Equipo de emprendedores/mentora/ asesor gobierno corporativo	8 semanas	% avance documento	Un Documento de gobierno corporativo	Se dan unos roles de trabajo definidos para cada uno de los miembros del equipo. No hay un documento de gobierno corporativo elaborado	El equipo no cuenta con documento de gobierno corporativo ni similares	40 %
MODELO DE NEGOCIOS	Definir modelo de negocio. Tener claridad cual será la promesa de valor y el segmento de clientes.	Desarrollar proceso de experimentación con el fin de validar el dolor de clientes, usuarios y dueños de pensiones	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	8 semanas	% avance de modelo de negocio	Un Modelo de negocio	Se ha venido trabajando en la de definición del modelo de negocio y queda pendiente definir algunos modelos de emprendedores adecuados para la promesa.	El equipo no cuenta con modelo canvas desarrollado integralmente. Se cuenta con propuesta de valor identificada.	70 %
	Definición de promesa de valor y estrategia de acercamiento a dueños de pensiones	Realizar proceso de experimentación con el fin de profundizar en los dolores y trabajos de los dueños de pensiones, estudiantes y padres de familia)	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	5 semanas	# de experimentos realizados # de validaciones con dueños de pensión, padres de familia de estudiantes que viven en pensiones y estudiantes	3 experimentos realizados	La propuesta de valor está bastante avanzada, pero queda pendiente hacer una validación final con el equipo de trabajo y darla aprobada por todos.	Se conoce principalmente el problema debido a experiencia del equipo. Reconocimiento de # de pensiones.	70 %
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	Estrategia de venta y adquisición de clientes	Definición de estrategia de adquisición de clientes aplicada tanto para dueños de pensión como para estudiantes y padres de familia	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de estrategia comercial	Estrategia comercial	En comercial finalización		
DISÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Revisión de logo y marca integral	Revisar la identidad corporativa desarrollada a la fecha y establecer branding e imagen (Marca, logo, brochure, landing page, u otro elemento visual)	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	8 semanas	% de avance documento de branding	Contar con un manual de marca	Branding de la iniciativa incluido el manual de marca	El equipo ingresa con el desarrollo de marca	30 %
MARKETING Y COMUNICACIONES	Definir plan de marketing	Desarrollo de estrategia de marketing digital basado en estrategias de crecimiento orgánico y resaltando oportunidades de sistemas de referidos	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de desarrollo estrategia de marketing	Estrategia de Marketing digital basado en los principales canales	Plan de marketing completo	El equipo no cuenta con estrategia de marketing digital	30 %
	Definir de roles para activación de estudiantes y dueños de pensiones.	Definir mecanismos y lenguajes para comunicar con el fin de diferenciar la forma en que se habla con cada uno de los roles (estudiantes, padres de familia, dueños o administradores de pensiones)	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de estrategia de comunicaciones diferenciando entre roles	Estrategia de comunicaciones diseñada	Plan de comunicaciones definida	El equipo no cuenta con una estrategia de comunicaciones desarrollada	30 %
	Establecer canales y estrategias de comunicación e interacción con usuarios para promover el coliving	Desarrollar plan de acción para el diseño e integración de estrategia coliving	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de interacciones con usuarios a través de redes sociales. Registro de informados a través de landing page	Estrategia de Marketing digital basado en los principales canales	Implementación de estrategias de marketing para captación de usuarios.	landing page: Ya lo tienen estructurado y funcional. Estrategia de comunicación: D. Sin iniciar	50 %
TECNOLOGÍA	Prototipo funcional - desarrollo plataforma tecnológica	Validar con equipo de desarrollo el mockup desarrollado a la fecha y revisar viabilidad para el desarrollo de Plataforma tecnológica	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de avance de plataforma tecnológica	Una plataforma tecnológica desarrollada y apropiada	ONLY entregados por Audacia	El equipo cuenta con landing page desarrollada y con estructura de lo que será la plataforma	
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Definir estructura financiera inicial	Definir estructura de costos y estrategia de planificación financiera	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	8 semanas	% de desarrollo de modelo financiero	Modelo financiero	Plan financiero estructurada y entregado	El equipo no cuenta con modelo financiero establecido	45 %
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN	Desarrollar acuerdos comerciales y documentos de tipo legal necesarios para prestar servicios	LEGAL: Revisión de soportes legales necesarios para establecer los acuerdos comerciales y compromisos a través del uso de la plataforma	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de documentos legales	Desarrollo de documentos necesarios para la prestación de servicios	documentos de protección finalizados y entregados	El equipo no cuenta con documentos legales desarrollados	

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 plan de trabajo elaborado a partir del diagnóstico nos permite desarrollar las actividades relacionadas con la mentoría. Estas actividades estarán enfocadas en elaborar el plan de negocios que se acomode a las necesidades de la compañía. Para cumplir con este objetivo debemos estructurar el modelo de negocio para que la compañía se convierta en una realidad. Por otro lado, es necesario trabajar en el producto mínimo viable.

Resultado de la intervención

Como resultado de esta etapa se desarrolla un canvas que cuenta con el modelo de negocio estructurado. Además, se entrega a Audacia el alcance relacionado con el producto mínimo viable. Al mismo tiempo se desarrolla la actividad de validación por medio de los experimentos de validación. Esta actividad nos permite entender cómo es recibido el modelo de negocios por potenciales usuarios. Los resultados son muy interesantes y positivos.

Link de evidencia

https://drive.google.com/drive/folders/1uCsu-DkAuXF59hMLmBqcVWo02KZOw6By?usp=drive_link

Pruebas de validación

Se desarrollaron experimentos de validación basados en encuestas y entrevistas realizadas a los públicos objetivo. Se busco validar lo siguiente: Ocupación de pensiones
 Incertidumbre de los estudiantes
 Brechas entre lo prometido y lo obtenido
 Preocupaciones de las pensiones
 Preocupaciones de los padres de familia

Los ejercicios de validación tuvieron resultados importantes como:
 Ocupación: Las pensiones en promedio están al menos en un 70% de su ocupación semestral.
 Incertidumbre: El 89% de los encuestados tiene incertidumbre del lugar para vivir durante su etapa de estudios.
 Brechas: El 62% de los estudiantes manifiesta que sí existe una brecha entre lo prometido y lo ofrecido.

Algunos otros resultados:
 Preocupación de las pensiones: el 100% de los encuestados se preocupa por la calidad de estudiantes que ingresan
 Preocupación padres: Que el 90 % mínimo de los encuestados manifieste que se preocupa por la calidad de la pensión.
 Todos los resultados validan la necesidad de una aplicación como Rumi que apoye el proceso de consecución y hospedaje.

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1K0AjHcR6LVVpM_eT0o3QF7PGBY9K5mXO/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

Evolución del Modelo de negocios

El modelo de negocio viene definido desde un proceso de acompañamiento realizado con la aceleradora five1Lab.

El modelo apunta a conectar estudiantes y padres de familia con dueños y administradores de pensiones. Satisfacer la necesidad de alojamiento de los estudiantes y lograr el 100 % de ocupación para las pensiones.

En Collision la empresa entra en el proceso de definición de los modelos de monetización y en la elaboración de un canvas de modelo de negocio que detalle las diferentes aristas que conforman el negocio. Este canvas permite entender que se cobrará un 10 % de comisión sobre los alquileres, pero que este valor se aumentará al valor del arriendo propuesta por la pensión.

Finalmente, el canvas permite la definición de aliados claves, recursos, actividades, modelo de ingresos, costos asociados y canales de contacto con los clientes. Se definen dos tipos de clientes:

1. Estudiantes y padres de familia.
2. Dueños y administradores de pensiones.

Rumi queda con su modelo de negocio completamente definido.

Link de evidencia

https://drive.google.com/file/d/13sbZb4DgU2CvkV6-Bwp27xhKTpubxr2O/view?usp=drive_link

Modelo de negocios Final

<p>Socios clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Universidades e instituciones académicas. • Conjuntos residenciales • Aseguradoras 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y actualización de la plataforma tecnológica. • Adquisición y mantenimiento de la base de datos de pensiones y propiedades. • Marketing y promoción para atraer estudiantes y dueños de pensiones. • Gestión de reservas y pagos. • Desarrollo de contenidos interactivos. 	<p>Propuestas de valor </p> <p>C: Eficiencia y rentabilidad</p> <p>R: Facilidad, visibilidad y ocupación</p> <p>R: Variedad y conexión directa</p>	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Interacción en línea a través de la plataforma • Retroalimentación constante • Servicio ágil y de calidad. 	<p>Segmentos de clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudiantes universitarios • Propietarios de espacios
<p>Estructura de costos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y mantenimiento de la plataforma tecnológica. • Gastos de marketing y publicidad. • Personal y recursos para soporte al cliente. • Costos administrativos y legales. • Adquisición de conocimiento • Impuestos, tarifas y costos de legalización 		<p>Fuente de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"> • Comisión por reserva • Publicidad y patrocinios • Servicios adicionales: Tarifa de servicio por asesoramiento académico, orientación profesional, eventos exclusivos, entre otros. 		

Link de evidencia

https://drive.google.com/file/d/13sbZb4DgU2CvkV6-Bwp27xhKTpubxr2O/view?usp=drive_link

Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

El equipo logró que el proceso de acompañamiento de Five1Lab les ayude a financiar la planeación del alcance del aplicativo que quieren desarrollar. Se logró obtener asesoría especializada para el desarrollo de una maqueta de interfaces que les permitiera entender cómo sería la estructura del aplicativo. En esta etapa del acompañamiento en Collision se les apoyo con ajustes y presiones a ese modelo que ya había desarrollado y que en términos generales cumplía con las expectativas generales.

Resultado de la intervención

La maqueta de interfaces ajustada se entrega a Audacia para que inicien el desarrollo del PMV. Se le da acompañamiento al equipo en las definiciones que se deben hacer con Audacia y en el proceso de desarrollo del PMV por parte de Audacia. El PMV fue entregado en la fase 3 del programa. Rumi tiene en pruebas el aplicativo entregado y lo está probando con clientes y usuarios. Es un PMV bastante completo.



Resultado de la intervención

Comercial

Canvas de modelo de negocio final.
Definición de segmentos de clientes
Plan comercial finalizado

Gobierno Corporativo

Documento de gobierno corporativo elaborado
Tienen definidos los roles de cada uno de los socios

Financiero

Plan financiero estructurado y entregado

Branding

Branding de la iniciativa incluido el manual de marca

Marketing

Plan de marketing completo
Plan de comunicaciones definido
Implementación de estrategias de marketing para captación de usuarios en proceso

Propiedad Intelectual

Desarrollo de documentos necesarios para la prestación de servicios

Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/16TBX9KEkw54NpK7DeIEu9afgpaA7SKNI/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)*

El trabajo se concentró en ajustar el modelo de negocio y lograr las definiciones correspondientes para que el canvas quedará finalizado. También se logró la definición de las siguientes actividades:

1. DOFA
2. Propuesta de valor
3. Ejercicios de validación
4. Mapas de empatía para clientes y usuarios

De los resultados más importantes de esta etapa está por destacar los ejercicios de validación con las encuestas y entrevistas que se llevaron a cabo y que permitieron entender que hay un real interés sobre la iniciativa de los dos públicos objetivos.

También se logró construir la primera versión de pitch que se presentó ante jurados evaluadores.

Esta fue una etapa de nivelación de la iniciativa y se aprovechó para iniciar el proceso de aceleración con miras a la fase 3 del proceso.

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

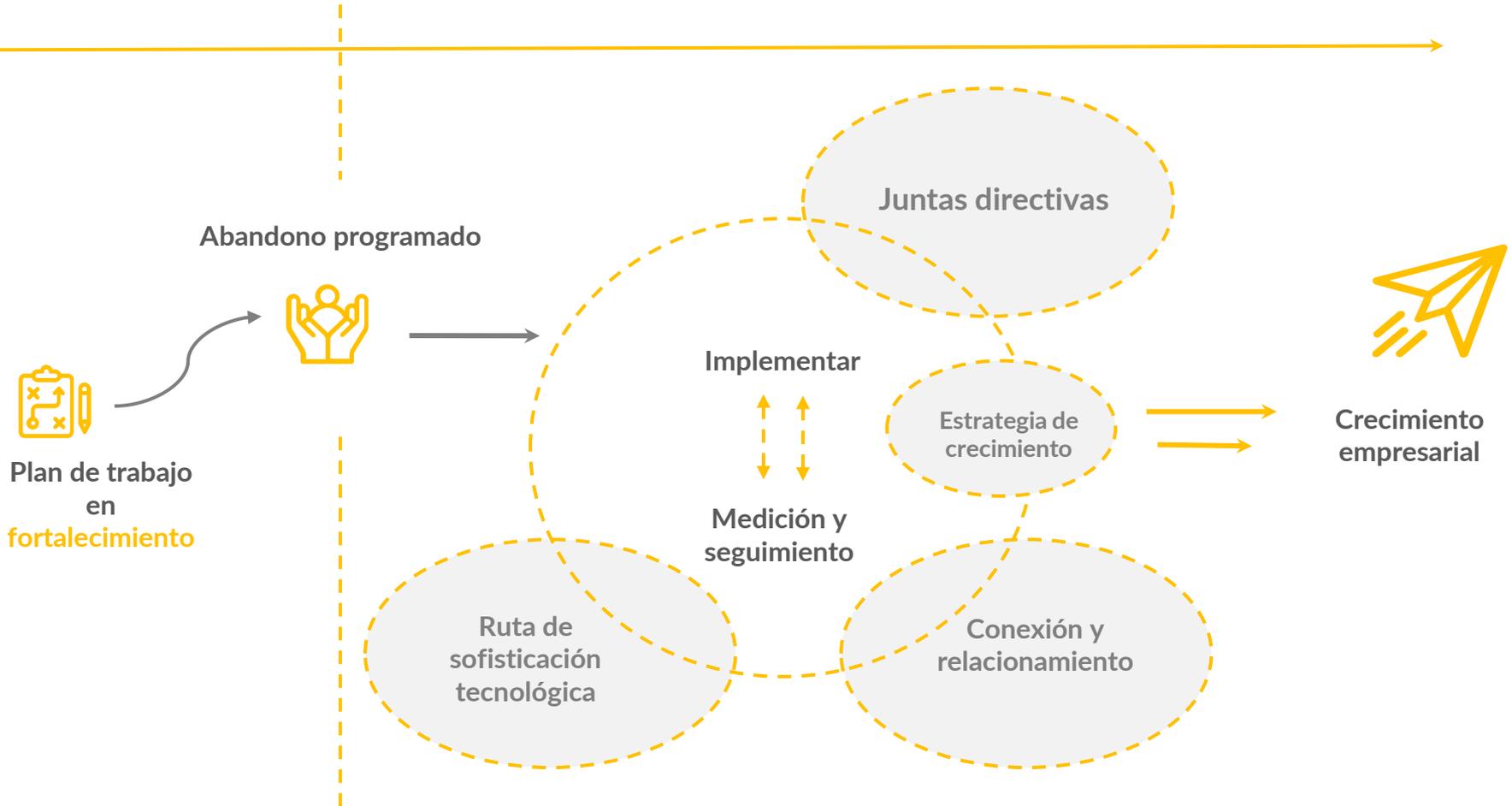
Cuadro de métricas focus

INDICADORES - KPIS				
Indicaciones:	La toma de estos indicadores deben ser medidos en las semanas iniciadas,. Estos indicadores son acumulativos, es decir entre semana y semana se van sumando, con el objetivo de medir al final la tasa de crecimiento de cada KPIS.			
KPIS TRANSVERSALES	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
	Nuevos Clientes	Número de nuevos clientes registrados	0	107
	Nuevos Usuarios	Número de nuevos usuarios	0	6
	Nuevas Ventas por producto o servicio	ND	ND	ND
	Nuevos Empleos directos	Número de empleos creados	ND	3
	Nuevos Empleos indirectos	Número de empleados creados	ND	ND
	Nuevas Cotizaciones	Unidades	ND	ND
	Interes de compra	Unidades	0	107
	Nuevas Alianzas realizadas	Unidades	0	1

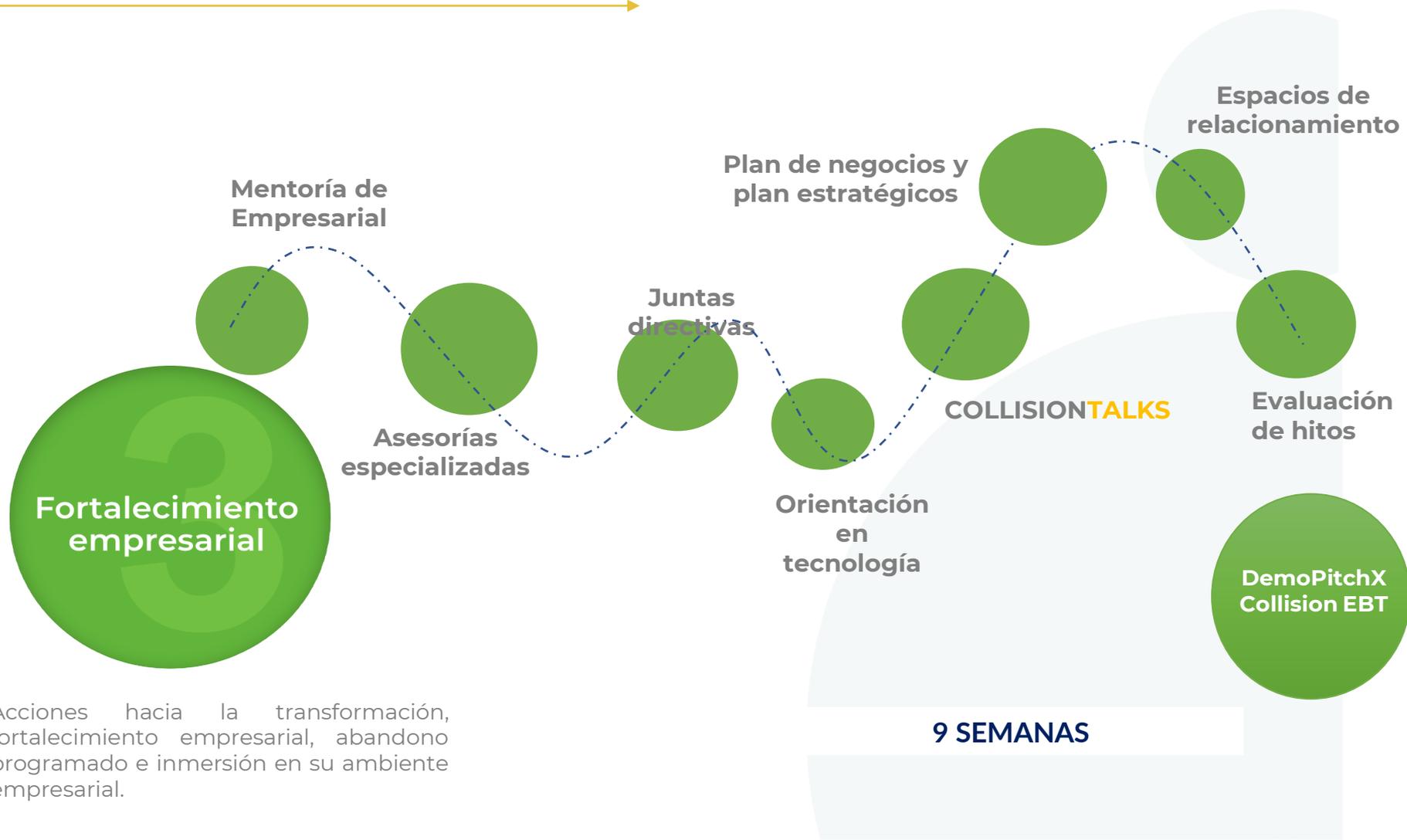
Las métricas nos permiten entender que hay interés en el desarrollo de la iniciativa y que hay pensiones que quieren vincularse como clientes de Rumi. Han hecho un proceso de validación que les ha permitido recolectar información de más de 100 pensiones con un alto grado de interés de vinculación. También del lado de padres y estudiantes se observa interés en utilizar el servicio como mecanismo de garantía sobre la pensión que se contrata.

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)*

La etapa de fortalecimiento permitió consolidar el emprendimiento a partir de actividades desarrolladas por los emprendedores y con el cierre de las principales actividades planteadas en el plan de trabajo de esa etapa, así:

1. Canvas de modelo de negocio final. Definición de segmentos de clientes
2. Ejercicios de validación finalizados y resultados tabulados
3. Plan comercial finalizado
4. Branding de la iniciativa incluido el manual de marca
5. Plan de marketing completo
6. Plan de comunicaciones definido
7. PMV entregado por Audacia
8. Plan financiero estructurado y entregado

Todas estas tareas quedan al 100 % en la etapa de fortalecimiento. Además, el equipo de Rumi ha salido a a ver visitas en campo para lograr recaudar la info de 107 pensiones que pueden vincularse a la iniciativa.

El equipo de Rumi también ha empezado con la ejecución de US \$ 10.000 entregado por Five1Lab y con la asesoría de Collision, buscando que sean invertidos de la mejor manera posible y que garanticen la puesta en marcha del negocio y su crecimiento a futuro.

ESTADIO 2. Métricas focus

Cuadro de métricas focus

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Nuevos Clientes	Número de nuevos clientes registrados	0	107
Nuevos Usuarios	Número de nuevos usuarios	0	6
Nuevas Ventas por producto o servicio	ND	ND	ND
Nuevos Empleos directos	Número de empleos creados	ND	3
Nuevos Empleos indirectos	Número de empleos creados	ND	ND
Nuevas Cotizaciones	Unidades	ND	ND
Interes de compra	Unidades	0	107
Nuevas Alianzas realizadas	Unidades	0	1

Las métricas nos permiten entender que hay interés en el desarrollo de la iniciativa y que hay pensiones que quieren vincularse como clientes de Rumi. Han hecho un proceso de validación que les ha permitido recolectar información de 107 pensiones con un alto grado de interés de vinculación. Han empleado 3 personas para recolección de información y cuentan con 1 alianza con una universidad y hay 2 más en proceso de negociación.

*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.

Los resultados consolidados en la fase 3 del acompañamiento son también los resultados finales de todo el programa:

1. Canvas de modelo de negocio final. Definición de segmentos de clientes
2. Ejercicios de validación finalizados y resultados tabulados
3. Plan comercial finalizado
4. Branding de la iniciativa incluido el manual de marca
5. Plan de marketing completo
6. Plan de comunicaciones definido
7. PMV entregado por Audacia
8. Plan financiero estructurado y entregado

Todas estas tareas quedan al 100 % en la etapa de fortalecimiento. El equipo ha consolidado su estructura empresarial y ha empezado a emplear personal para recolección de la información de las pensiones. Están ad portas del lanzamiento oficial de su negocio, que debe llevarse a cabo en enero de 2024, y el inicio de operación en forma. Se encuentran en todo el proceso de alistamiento.

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

Cuadro de métricas focus

METAS (¿Cuantificable y medible en el tiempo?)	RESULTADOS DE ACOMPANAMIENTO	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Contar con un documento de gobierno corporativo ajustado a las necesidades del emprendimiento	Documento de gobierno corporativo elaborado	Tienen definidos los roles de cada uno de los socios como primer avance	100%
Un Modelo de negocio	Canvas de modelo de negocio final. Definición de segmentos de clientes	Hay un avance grande en la definición. Debe terminar de ajustarse y quedar aprobado	100%
3 experimentos realizados	Ejercicios finalizados y resultados tabulados	Hay un avance importante en la definición. Terminar y aprobar.	100%
Estrategia comercial	Plan comercial finalizado	Tienen el protocolo de las visitas comerciales, pero falta la definición final de la estrategia y plan comercial.	100%
Manual de marca	Branding de la iniciativa incluido el manual de marca	Se define el desarrollo de una nueva marca y se cuenta en este momento con el nombre de la marca que es Rumi. Queda pendiente el desarrollo de la visual de la marca.	100%
Estrategia de Marketing digital basado en los principales canales	Plan de marketing complejo	Se han desarrollado el mapa de herramienta y se entrega la plantilla de contenido con la definición de temáticas. Está pendiente para el final del programa la entrega del plan de marketing como tal.	100%
Estrategia de comunicaciones diseñada	Plan de comunicaciones definido	Se ha hecho una definición de los roles y de los tonos de comunicación. Se debe elaborar un documento con esta información y que quede como la estrategia de comunicación	100%
Estrategia de Marketing digital basado en los principales canales	Implementación de estrategias de marketing para captación de usuarios	Landing page: Estrategia de comunicación: 0 - Sin aplicar	85%
Una plataforma tecnológica desarrollada y apropiada	PMV entregado por Audiencia	Se recibe el PMV para pruebas con usuarios y clientes	100%
Modelo financiero	Plan financiero estructurado y entregado	Ya se tienen los costos definidos. Falta definir la proyección de ventas y aplicarla en un modelo financiero.	100%
Desarrollo de documentos necesarios para la prestación de servicios	Documentos de protección finalizados y entregados	El equipo no cuenta con documentos legales desarrollados	50%

Las métricas finales nos permiten observar una cantidad muy importante de tareas finalizadas, por encima del 80 %, y algunas tareas que están en proceso como parte del proceso de evolución del negocio. Es un equipo comprometido con su avance y están trabajando con recursos obtenidos en otros programas de acompañamiento. Quedan con un PMV que les permitirá avanzar en la vinculación de pensiones y usuarios.



El conocimiento
es de todos

Minciencias



COLLISION_{EBT}

La explosión de la innovación

