

COLLISION EBT

La explosión de la innovación

REPORTE

MODELO DEL ACOMPAÑAMIENTO

Nombre de la
iniciativa: Dr. Flight



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)

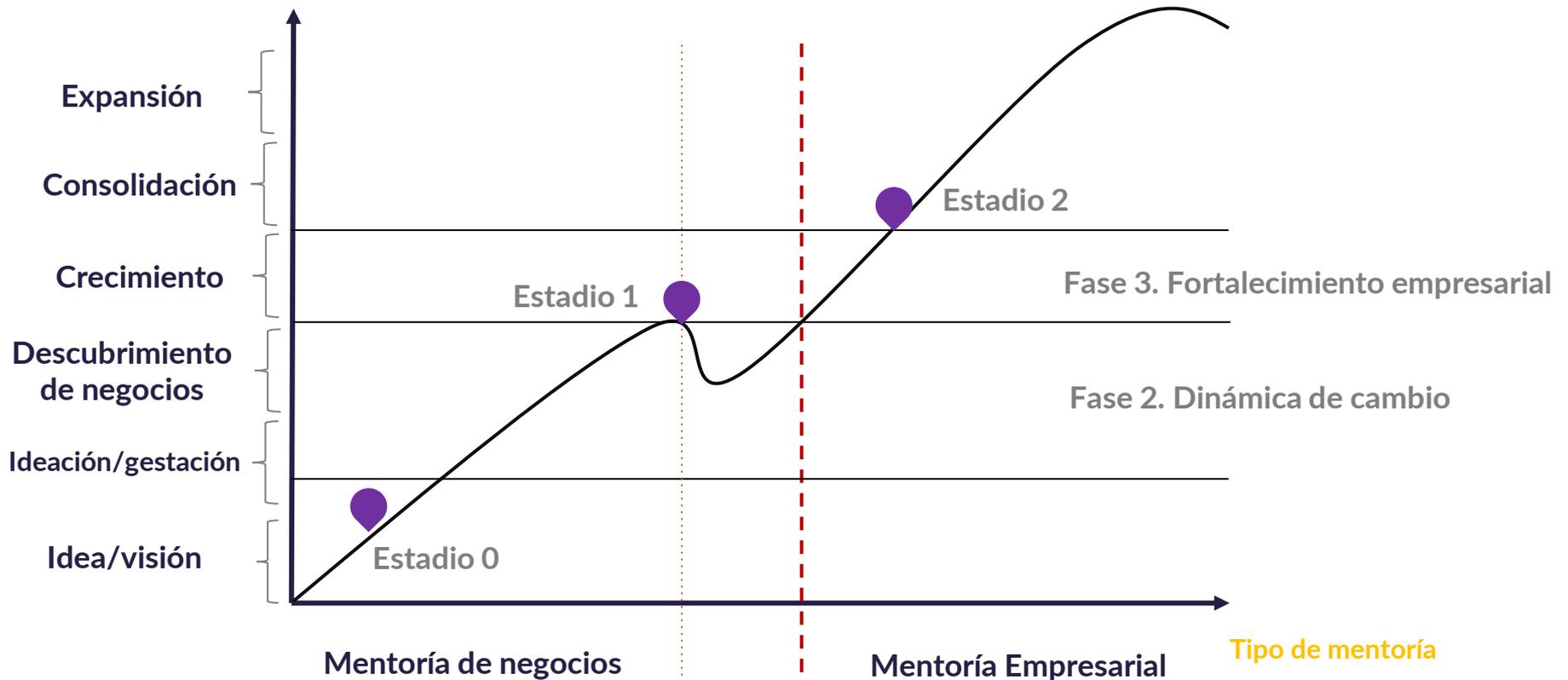
Hilo evolutivo del estado de madurez del emprendimiento (fase 2 y fase 3)

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:

Dr. Flight

Descripción/idea/visión de la iniciativa:

Es una compañía enfocada en turismo médico. Busca prestar servicios de salud en la ciudad de Barranquilla para personas del extranjero. Tienen foco inicial en la Florida donde piensan atraer pacientes que quieran hacerse procedimientos médicos en Colombia.

Componente tecnológico:

Plataforma web que permitirá conectar los dos públicos objetivos: por un lado, el sector médico (inicialmente Barranquilla) y por el otro, pacientes en USA con necesidades de tratamientos médicos

Foco de impacto:

Pacientes en el extranjero que quieren realizarse procedimientos médicos en la ciudad de Barranquilla por las tarifas diferenciales que se tienen frente al mercado de salud en el resto del mundo.

Mentor Senior:



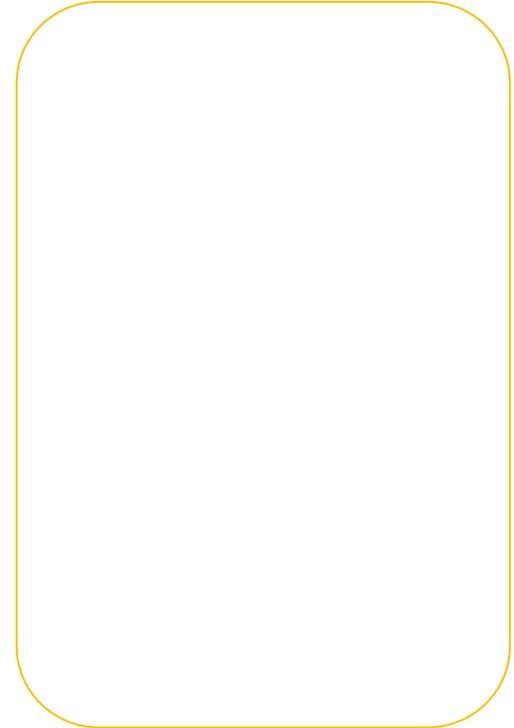
Juan Carlos Loaiza B.



Pedro Vergara

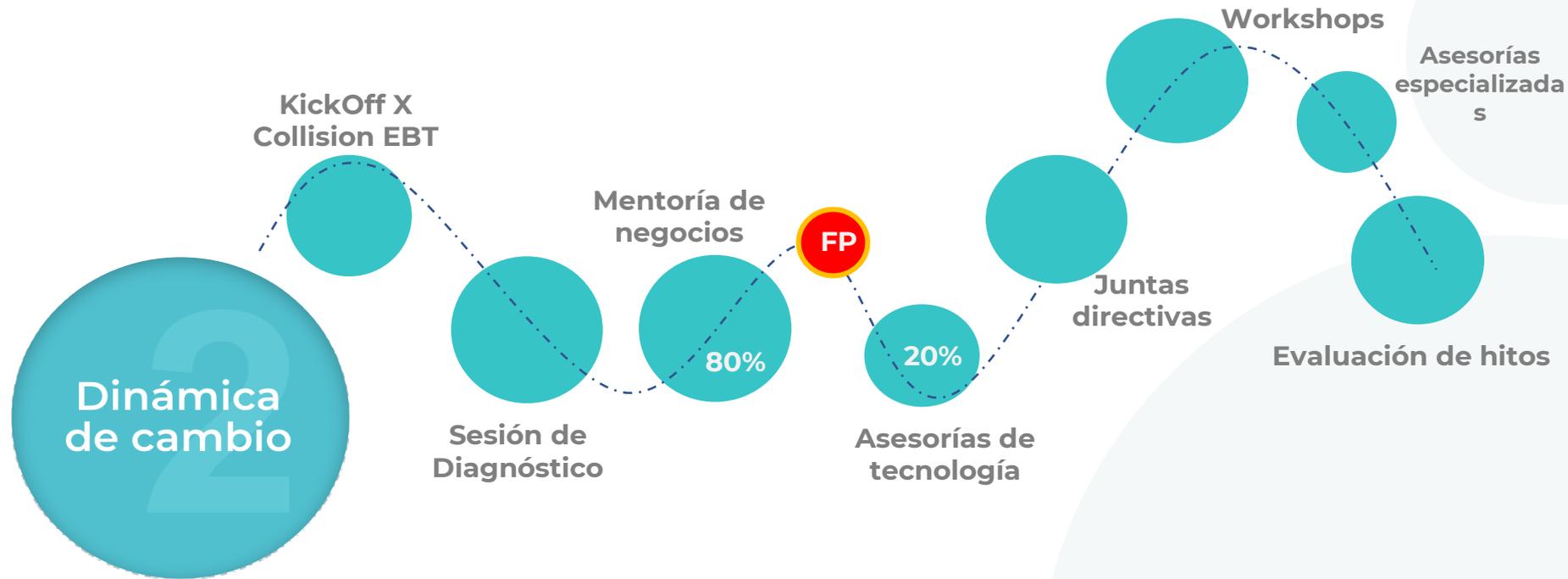


John Natera



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

Como resultado de esta etapa se puede comprender el alcance del proyecto: El equipo tiene dos integrantes de base: uno es Pedro Vergara, que es el líder del proyecto, el otro es John Natera, desarrollador de software y mano derecha de Pedro. Tienen como objetivo desarrollar un aplicativo que permita conectar dos puntas: por un lado, el sector médico (inicialmente Barranquilla) y por el otro, pacientes en USA con necesidades de tratamientos médicos El modelo de negocio estará basado en una comisión de intermediación por traer negocios a los médicos e instituciones médicas afiliadas.

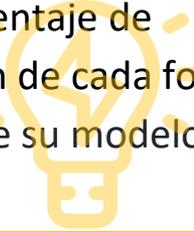
Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sBxUBxN-CR1ImQFKzEuD_77mPw6_wH-c/edit?usp=drive_link&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

INICIATIVA

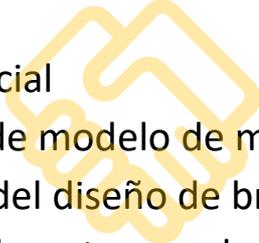
FUNDADORES

Definir porcentaje de participación de cada founder
Definición de su modelo de negocio



NEGOCIO Y COMERCIAL

Plan comercial
Definición de modelo de monetización
Validación del diseño de branding que tiene actualmente con el asesor de branding



MERCADO

Definir estrategia de marketing.
Desarrollo plan de marketing y comunicaciones.
Landing page básica con enlace de contacto whatsapp



Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sBxUBxN-CR1ImQFKzEuD_77mPw6_wH-c/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

INICIATIVA

TECNOLOGÍA

Iniciar pruebas locales con página web actual.
Definición de PMV con Audacia.

FINANCIERO

Desarrollo del plan financiero.
Definir responsabilidades tributarias

PROPIEDAD INTELECTUAL

Definir mecanismos de protección para código fuente de página web, branding.
Desarrollo de política de tratamiento de datos, términos y condiciones del servicio, contratos clientes y proveedores.

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sBxUBxN-CR1ImQFKzEuD_77mPw6_wH-c/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS									
NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL			Dr. Flight			MENTOR SENIOR		Juan Carlos Loiza B	
FASE DE ACOMPAÑAMIENTO		II- DINAMICA DE CAMBIO							
ÁREAS	Estrategia (¿Qué?)	Acciones (¿Responderé al cómo?)	Responsable	Tiempo (Semana a semana) (¿Responderé al cuándo?)	METRIC 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 porcentaje de participación de cada founder	Comparar Equity vs Stock options vs alternativas de compensación, escoger una y asignar un porcentaje para Jhon.	Pedro, Jhon, Mentor.	30 sept	# de socios conseguidos	Conseguir un socio tecnológico por lo menos	Se aconseja Pedro la necesidad de conseguir un socio tecnológico que se encargue de guiar esa área y de guiar a Jhon Habana.	Tiene un empleado que puede llegar a atender participación, Pensar en un modelo de vesting.	60 %
MODELO DE NEGOCIOS	Definición de su modelo de negocio	Evaluar riesgos y beneficios de ser intermediario para la agencia de turismo vs ofrecer la compra de tickets y vuelos directamente. Desarrollo de Canvas.	Pedro, Jhon, Mentor.	30 sept	% desarrollo modelo de negocio	Contar con un Canvas completamente elaborado	Pedro menciona que cuenta con un Canvas elaborado inicialmente. El paso siguiente es la revisión y validación de ese Canvas.	Arranca con un Canvas base y se validará con el mentor.	85 %
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	Plan comercial	1. Definir nuestros requerimientos 2. Evaluar opciones 3. Construir el plan comercial del emprendimiento	Pedro, Mentor, Asesor comercial	30 oct	% desarrollo plan comercial	Contar con un plan comercial elaborado para los próximos 12 meses de operación.	Se contacta al emprendedor con el asesor comercial que le ayudará en la definición de su plan comercial	Arranca con un cliente potencial que es una cliente para la rinoplastia	20 %
DISEÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Validación del diseño de branding que tiene actualmente con el asesor de branding	Asesoría directa para finalizar desarrollo de marca y elaboración de manual de marca	Isa Pabón, Valentina Rodríguez, Pedro Jhon, Asesor de branding y mentor	30 oct	% desarrollo final de la marca trabajada en conjunto con el asesor	Contar con un branding total y con el manual de marca	Se revisa el branding actual y se hace primeras recomendaciones. Se remite al asesor de branding para ajustes definitivos.	Arranca con un branding inicial hecho por su equipo de trabajo	100 %
MARKETING Y COMUNICACIONES	Definir estrategia de marketing. Desarrollo plan de marketing y comunicaciones.	Objetivos, público, metas, resultados, tiempo. Asesoría directa con marketing y comunicaciones.	Isa Pabón, Valentina Rodríguez, Pedro Vergara, Asesor de marketing	30 oct	% desarrollo plan de marketing y comunicaciones	Contar con un plan de marketing y comunicaciones para los próximos 12 meses	Se hace un diagnóstico inicial del estado del marketing y se detecta una ventaja grande en cuanto a marca personal de Pedro.	Marca personal de Pedro potente	45 %
	landing page básica con enlace de contacto whatsapp	Definir Creación en BENTO.ME, LINKTREE, otra página de enlaces o directamente whatsapp	Isa Pabón, Valentina Rodríguez, Pedro Vergara	20 sept	% de usuarios o seguidores conseguidos	Definir opción a escoger viernes 8, página creada sept 15	Se define el montaje de una estrategia marca personal para poder empezar a probar la atracción de clientes a Dr. Flight.	Marca personal de Pedro potente	85 %
TECNOLOGÍA	Iniciar pruebas locales con página web. Definición de PMV con Audacia	Desarrollo de PMV de la mano con el equipo de Audacia para poder validar el negocio. Adaptar interfaz gráfica a código, detección de bugs y errores.	Pedro, Jhon, Mentor, Audacia	15 oct	% de PMV desarrollado	Contar con PMV para lograr hacer pruebas de validación	Definición del PMV para presentarlo a Audacia.	Hay una definición previa de PMV que se ajusta con el Mentor.	85 %
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Desarrollo del plan financiero. Definir responsabilidades tributarias	Trabajo con el asesor financiero para el desarrollo del Plan. Revisar normatividad y reunión con mentor collision	Pedro, Jairo, Mentor y asesor financiero	30 oct	% de desarrollo plan financiero	Contar con un plan financiero desarrollado y con claridad en los elementos tributarios.	Se hará acompañamiento de mentor y asesor financiero para el montaje del correspondiente plan.	Arranca en ceros. No hay planeación financiera	70 %
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN	Definir mecanismos de protección para código fuente de página web, branding. Desarrollo de política de tratamiento de datos, términos y condiciones del servicio, contratos clientes y proveedores	Revisar normatividad y reunión con mentor collision, Asesor legal	Pedro, Jhon, Jairo, Valentina, Isa, Asesor legal.	30 oct	% de documentos legales elaborados	Contar con documentos legales de protección del emprendimiento	acompañamiento de parte del mentor y del asesor legal en la elaboración de los documentos.	Arranca en ceros. No hay nada legal	70 %

Resultado de la intervención

Como resultado de esta etapa se deja planteado un plan de trabajo con todas las necesidades específicas expresadas por el equipo emprendedor y con unos objetivos claros. El plan de trabajo permitirá que la iniciativa tome su rumbo y se oriente adecuadamente para obtener las metas propuestas. Como tareas principales está la definición del PMV y aquellas metas que apuntan al desarrollo comercial del emprendimiento.



Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

Pedro ya ha elaborado un canvas de modelo negocio en un acompañamiento anterior realizado con la Universidad del Norte. Ese canvas está bastante aterrizado a la realidad del inicio del proceso, pero ahora que está avanzado requiere de algunos ajustes porque dentro de Colliision el emprendedor logra la definición de su buyer persona, mercado objetivo, DOFA y propuesta de valor. Con esos elementos se trabaja en el ajuste del modelo de negocio para dejarlo aprobado y listo. Se trabaja también en los modelos de monetización que quedan definidos en esta etapa.

Resultado de la intervención

Se desarrollan los ajustes sobre el modelo de negocio de acuerdo con la información obtenida en la elaboración del buyer persona, mercado objetivo, DOFA y propuesta de valor. Esos insumos permiten entender con mejor claridad el modelo de negocio y ajustarlo a las necesidades que tiene la iniciativa con miras a iniciar operaciones. Por otro lado, se desarrollan los ejercicios de validación que también entregan información muy valiosa con respecto al emprendimiento.

Link de evidencia

https://drive.google.com/drive/folders/1S1gptXn5dNFYU4n3qG0PW2BPvvl8Lg0V?usp=drive_link

Pruebas de validación

Para la validación del negocio se desarrollan una serie de encuestas a potenciales usuarios del aplicativo. Se segmentan en dos públicos: integrantes del sector de la salud en diferentes especialidades y potenciales pacientes interesados en algún procedimiento médico. Se consultan unos 16 médicos por medio de encuestas y alrededor de 47 potenciales pacientes.

A los médicos se les interroga sobre el interés en recibir pacientes del extranjero y si estarían dispuestos a pagar por una herramienta que les trajera leads calificados, entre otras preguntas realizadas. A los pacientes se les interroga sobre si estarían interesados en viajar fuera de sus países para poderse someter a tratamientos médicos y si confiarían en la calidad profesional de los médicos colombianos, entre otras preguntas.

Las respuestas de los médicos demuestran que si hay un claro interés en una herramienta tecnológica que aporte en la consecución de leads calificados. Más del 80 % contestó que estaría dispuesto a pagar por una herramienta de este tipo. Por el lado de los pacientes, la validación también fue positiva. Hay confianza en los profesionales de la salud en Colombia y estarían dispuestos a realizarse procedimientos en nuestro país. Los ejercicios de validación terminan validando a Dr. Flight.

Link de evidencia

https://drive.google.com/drive/folders/1S1gptXn5dNFYU4n3qG0PW2BPvvl8Lg0V?usp=drive_link

Evolución del Modelo de negocios

El modelo de negocio apunta a contar con una herramienta tecnológica que permita la intermediación entre médicos e instituciones médicas con potenciales pacientes que están interesados en realizarse procedimientos médicos en Colombia. No se tiene muy claro el modelo de monetización y los recursos claves para poder evolucionar con el negocio. Esas definiciones terminan desarrollándose en esta etapa del proceso de acompañamiento.

Se trabaja en la definición de buyer persona, mercado objetivo, DOFA, propuesta de valor. Estas herramientas dan una clara orientación al modelo de negocio y permiten al emprendedor entender cuál debe ser el foco de su negocio y cómo puede desarrollarlo. Los ejercicios de validación también se convierten en un importante insumo para ajustar su modelo de negocio, pues presentan las perspectivas de sus dos públicos objetivos con insights que antes no se conocían.

Como resultado final del proceso se logra desarrollar un canvas de modelo de negocio muy ajustado a la realidad de la iniciativa. Ese canvas es la línea de base para poder dar una buena evolución al negocio y permite también que se puedan definir modelos de monetización como una comisión por la intermediación comercial y una posible comisión o ingreso directo por venta de servicios turísticos a los pacientes. Se estudian algunos otros posibles modelos de monetización como cobro por publicidad.

Link de evidencia

[https://drive.google.com/file/d/1q1NU3lqmF78RaDSk2fd7tB5gQ0rPE3Ue/view?usp=drive link](https://drive.google.com/file/d/1q1NU3lqmF78RaDSk2fd7tB5gQ0rPE3Ue/view?usp=drive_link)

Modelo de negocios Final

Business Model Canvas



Link de evidencia

https://drive.google.com/file/d/1q1NU3lqmF78RaDSk2fd7tB5gQ0rPE3Ue/view?usp=drive_link

Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

Pedro ya ha elaborado una página web de la mano de John Nates, su desarrollador. Esa página está hecha a mano y eso genera que su administración sea un poco dispendiosa. Se hacen varias recomendaciones importantes en cuanto a la plataforma que ya tienen: 1. Debería ser una plataforma basada en un CMS ya existente. 2. Se requiere un socio o aliado tecnológico que apoye a Pedro y John en la toma de decisiones con respecto a la tecnología. 3. Se le recomienda incluir un socio tecnológico. 4. Audacia les va a desarrollar una plataforma de teleconferencias para poder desarrollar procesos de telemedicina. 5. Esa plataforma se debe integrar con el sistema actual. 6. El sistema actual debería contar con un sistema de búsqueda detallado que oriente al paciente para encontrar el profesional indicado.

Resultado de la intervención

Como resultado de la intervención se definen varios puntos importantes:

1. Continuarán aprovechando la plataforma actual para los primeros meses de operación.
2. Le integrarán el sistema que les entrega Audacia para poder realizar actividades de teleconsulta.
3. Están en la búsqueda de un socio tecnológico.
4. John y Pedro deben por lo menos contar con un asesor que los guíe en la toma de decisiones sobre tecnología.
5. Van a iniciar un proceso de testeo de la plataforma a nivel comercial para ver qué tan funcional y es cómo la reciben sus clientes potenciales.



Resultado de la intervención

Comercial

Contar con un plan comercial elaborado para los próximos 12 meses de operación.
Contar con PMV para lograr hacer pruebas de validación

Gobierno Corporativo

Conseguir un socio tecnológico por lo menos
Pensar en un modelo de vesting para John Nates

Financiero

Contar con un canvas de modelo de negocio completamente elaborado
Contar con un plan financiero desarrollado y con claridad en los elementos tributarios.

Branding

Contar con un branding total y con el manual de marca

Marketing

Contar con un plan de marketing y comunicaciones para los próximos 12 meses
Estrategia de marca personal

Propiedad Intelectual

Contar con documentos legales de protección del emprendimiento.

Link de evidencia

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1sBxUBxN-CR1ImQFKzEuD_77mPw6_wH-c/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 el desarrollo del PMV y la validación del negocio a partir de la utilización de las herramientas necesarias para lograr cumplir el objetivo. El equipo también se concentró en la definición de su modelo de negocio a partir de los siguientes insumos:

1. Ejercicios de validación
2. Propuesta de valor
3. DOFA
4. Buyer persona

El modelo de negocio queda ajustado y validado. Se definen los modelos de monetización principales que apuntan a comisión por intermediación y a participación en la venta de planes turísticos. Hay algunos otros modelos de monetización, pero se dejan para una fase 2 en la evolución del emprendimiento.

En cuanto al PMV se define con Audacia el alcance del mismo que corresponde a un sistema privado de teleconferencias que pueden usar para desarrollar las teleconsultas entre pacientes y médicos.

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

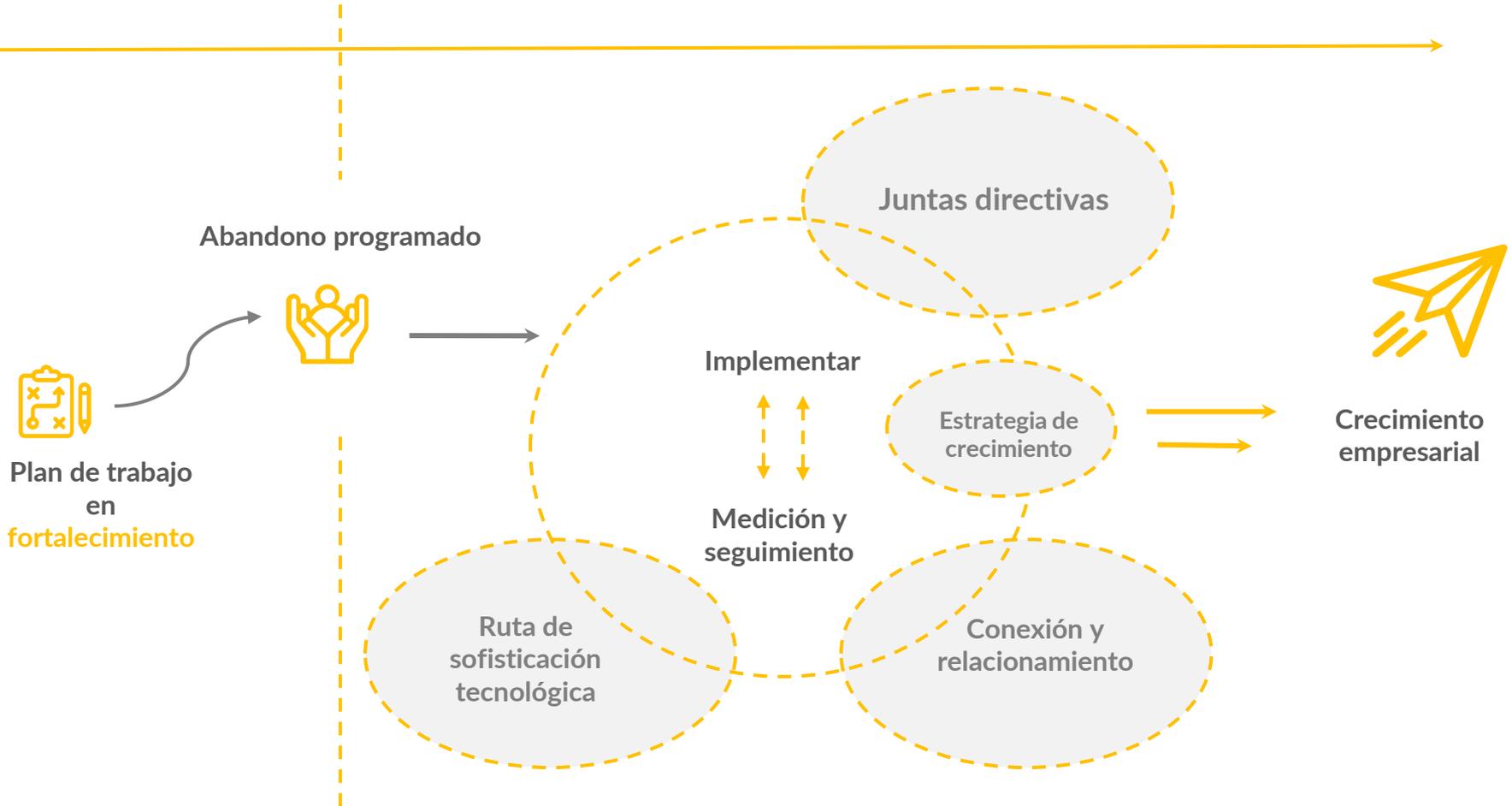
Cuadro de métricas focus

UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Número de nuevos clientes	5	20
Número de nuevos usuarios	1	1
Número de nuevas ventas	0	0
Número de nuevos empleos	3	3
Número de nuevos empleos	0	0
Número de nuevas cotizaciones	0	0
Leads interesados	0	0
Número de nuevas alianzas	0	2

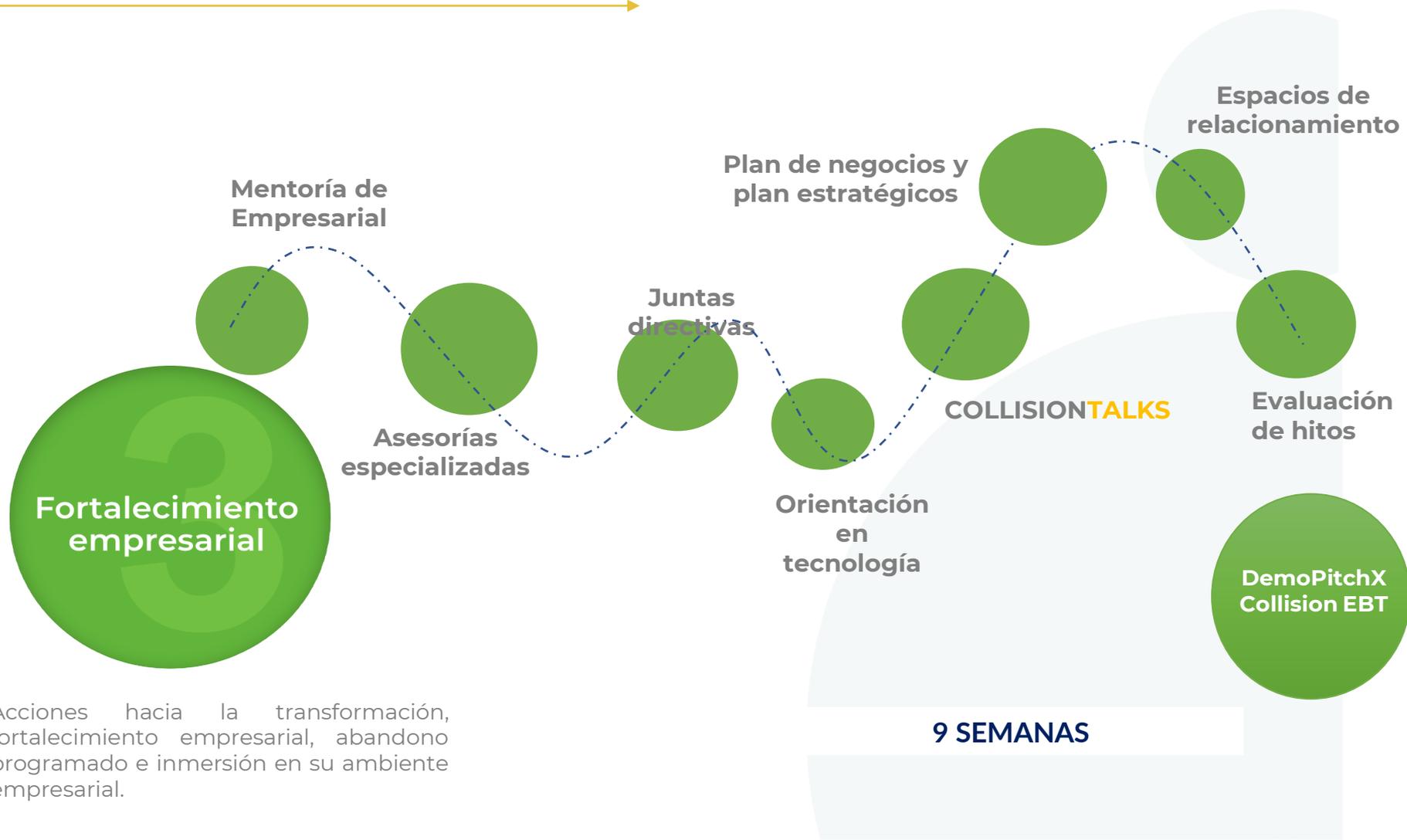
Las métricas dejan ver una evolución interesante de la iniciativa en las primeras semanas del acompañamiento. Se le pide a Pedro que trabaje en dos frentes especialmente: consecución de médicos e instituciones médicas que se quieran afiliar al sistema y pacientes en el extranjero que muestren interés en realizarse procedimientos en Colombia. También se le pide busque alianzas con gremios y entidades del sector médico que puedan apoyar el proceso de la empresa.

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 busca que Pedro y su equipo puedan salir y desarrollar pruebas de concepto de sus actividades comerciales. Se implementa una prueba apoyada en publicidad que permite descubrir algunas falencias para la conversión y se trabaja en el ajuste del sitio web para realizar una segunda prueba.

En cuanto al PMV, Audacia presenta el sistema de teleconferencias y lo entregan para que el equipo pueda integrarlo con la plataforma existente de Dr, Flight.

Se desarrollan los siguientes documentos que son la base de la evolución del negocio:

1. Plan financiero
2. Plan estratégico
3. Plan comercial
4. Plan de marketing y comunicaciones

La iniciativa queda estructurada para avanzar en su estrategia comercial. Cuentan con un pitch desarrollado en compañía del asesor especializado. Se abren nuevos horizontes para el emprendimiento pues Pedro logra despertar interés en unos posibles inversionistas que cuentan con una estructura comercial muy sólida y que lo pueden apalancar en el desarrollo comercial del negocio. También le ofrecen asesoría financiera para el manejo del emprendimiento.

ESTADIO 2. Métricas focus

Cuadro de métricas focus

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Nuevos Clientes	Número de nuevos clientes	5	20
Nuevos Usuarios	Número de nuevos usuarios	1	1
Nuevas Ventas por producto o servicio	Número de nuevas ventas	0	0
Nuevos Empleos directos	Número de nuevos empleos	3	3
Nuevos Empleos indirectos	Número de nuevos empleos	0	0
Nuevas Cotizaciones	Número de nuevas cotizaciones	0	0
Interes de compra	Leads interesados	0	0
Nuevas Alianzas realizadas	Número de nuevas alianzas	0	2

Las métricas muestran un avance importante de la iniciativa gracias al desarrollo de un test comercial y de potenciales alianzas que están en proceso. El negocio puede tomar un nuevo rumbo con la posible entrada de dos nuevos socios. Pedro participa en un congreso en Medellín del cluster de salud. Logra despertar el interés del director del cluster quién quiere trabajar en conjunto con Dr. Flight.

*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.

Pedro llega a Collision con una idea que ha sido validada en un proceso corto de acompañamiento desarrollado con la Universidad del Norte. En ese proceso de acompañamiento le ofrecen unos recursos como premio a la buena iniciativa. Al recibir Collision la iniciativa se inicia un proceso de aceleración que parte de la definición final del modelo de negocio y del establecimiento de los modelos de monetización que no eran muy claros. Esto se logra en la primera etapa en la que se desarrollan DOFA, propuesta de valor y ejercicios de validación que dan como resultado la construcción final del canvas de modelo de negocio.

En la etapa de fortalecimiento se realizan pruebas de concepto de la herramienta y se detectan problemas en la conversión que entran a solucionarse. Esta etapa es clave pues también se recibe el PMV de Audacia que se integra con la plataforma que ya tenía Dr. Flight.

En esta etapa se terminan las siguientes actividades:

1. Plan de negocios
2. Plan financiero
3. Plan de marketing y comunicaciones
4. Manual de marca
5. Plan comercial

Como resultado de todo el proceso la iniciativa queda estructurada y lista para desarrollar su actividad comercial. Hay una evolución muy importante desde el ingreso al programa a lo que es actualmente Dr. Flight con alianzas muy avanzadas y con posibles socios interesados en el negocio.

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

METAS <small>¿Cuantificable y medible en el tiempo?</small>	RESULTADOS DE ACOMPAÑAMIENTO	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
Definición de posibles inversionistas y su entrada a la empresa	Queda definida la estructura de la compañía y siguen en la búsqueda de un posible socio tecnológico	Se define que Jhon Nates no entrará como socio de la compañía. Hay dos oportunidades de posibles inversionistas. Se está conversando con ambas partes para definir entrada de potenciales socios.	80 %
Contar con un Canvas completamente elaborado	Queda listo el modelo de negocio	El Canvas de modelo de negocio ya está listo, pero se están evaluando algunos otros modelos de monetización que podrían ser viables para generar nuevos ingresos.	100 %
Contar con un plan comercial elaborado para los próximos 12 meses de operación.	Cuentan con un plan comercial y de negocios	Se ha avanzado, pero muy poco en el plan comercial con la iniciativa	100 %
Contar con un branding total y con el manual de marca	Se revisa el branding actual y se hace primeras recomendaciones. Se remite al asesor de branding para ajustes definitivos.	El branding queda aprobado para el emprendimiento.	100 %
Contar con un plan de marketing y comunicaciones para los próximos 12 meses	Plan de marketing y comunicaciones entregado	Se viene trabajando con la asesora de marketing y comunicaciones en la elaboración del plan a ejecutar durante los próximos 12 meses. Ya se cuenta con una parrilla de contenidos elaborada con el equipo del emprendimiento y La asesora.	100 %
Contar con landing listo	El landing está operativo y con los ajustes hechos	Están trabajando en ajustes del landing page y finalizando para poder hacer una nueva prueba comercial	90 %
Contar con PMV para lograr hacer pruebas de validación	Audacia hace entrega del PMV que es un sistema de teleconferencias privado	Audacia está en desarrollo del PMV. La entrega debe ser antes de la finalización del programa de acompañamiento.	100 %
Contar con un plan financiero desarrollado y con claridad en los elementos tributarios.	Plan financiero entregado	Está avanzado el desarrollo del plan financiero, pero se requiere una última asesoría para aclarar algunas dudas y dejar aprobado el plan como tal	100 %
Contar con documentos legales de protección del emprendimiento.	Documentos en proceso	Arranca en ceros. No hay nada legal	50 %

Las métricas finales permiten observar cómo cerca del 90 % de las actividades planteadas en el plan de trabajo se llevaron a feliz término y quedaron al 100 %. Hay algunas otras que están en proceso y que deben ser trabajadas por el emprendedor. En general el desempeño de la iniciativa fue muy positivo y fueron receptivos a las recomendaciones que se les entregaron durante el programa. Quedan con una buena estructura para iniciar su operación.



El conocimiento
es de todos

Minciencias



COLLISION_{EBT}

La explosión de la innovación

