

# COLLISION EBT

*La explosión de la innovación*

# REPORTE

## MODELO DEL ACOMPAÑAMIENTO

Nombre de la iniciativa:  
Transformación de la  
oportunidad en el  
diagnóstico molecular  
Nuevo nombre: GenoLife



# 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)*

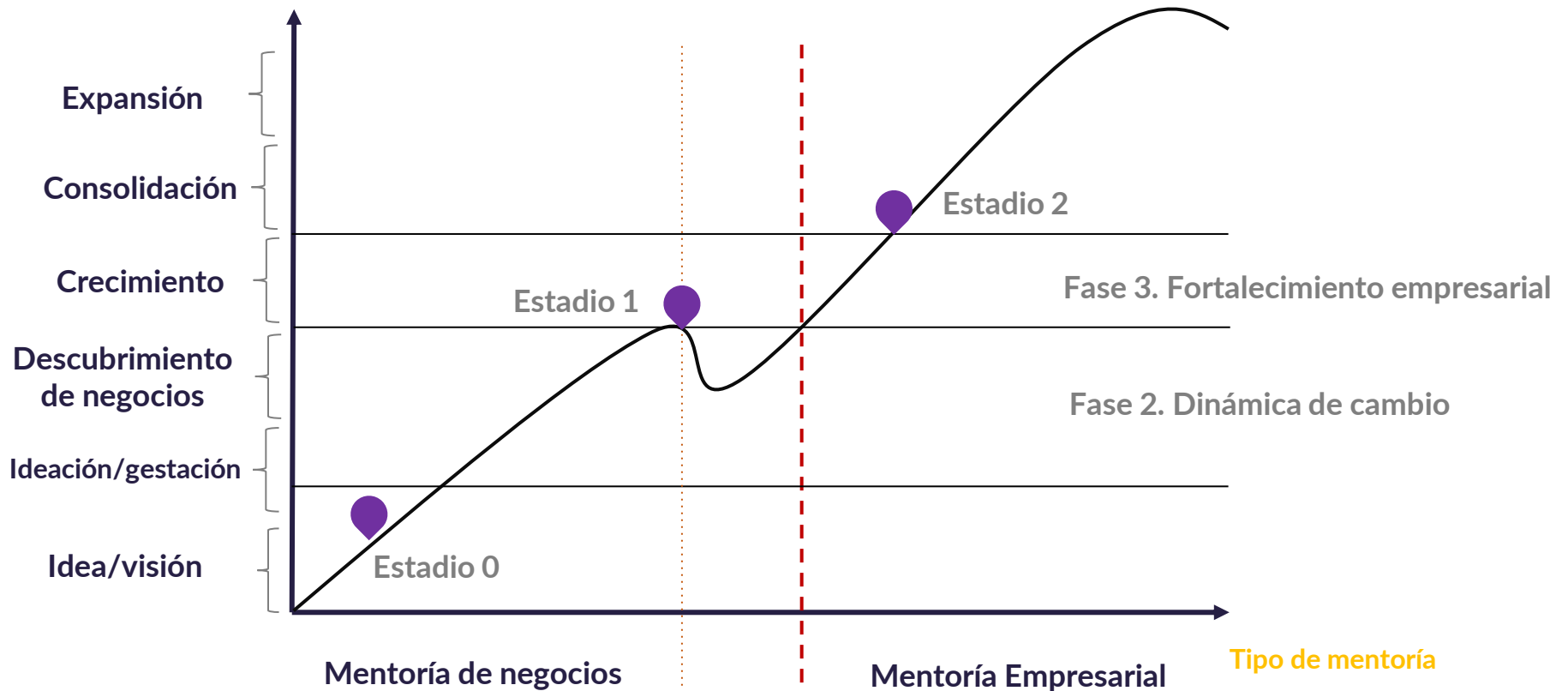
*Hilo evolutivo del estado de madurez del emprendimiento (fase 2 y fase 3)*

# 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:*

Transformación de la oportunidad en el diagnóstico molecular  
Nuevo nombre: GenoLife

*Descripción/idea/visión de la iniciativa:*

Tecnología molecular con tecnología LAM que baja costos y permite movilidad para las pruebas. Está en estado de laboratorio. Tienen dos vertientes: 1. Métodos diagnósticos innovadores. Pruebas rápidas y económicas de diagnóstico de diferentes enfermedades infecciosas 2. Diagnóstico molecular avanzado. Pruebas genómicas y genéticas como enfermedades como cáncer, crónicas no transmisibles, infecciosas.

*Componente tecnológico:*

Dispositivo móvil para poder procesar las muestras

*Foco de impacto:*

Sector salud (pública o privada), laboratorios clínicos, vigilancia viral, productores de alimentos, servicios portuarios, entre otros.

*Mentor Senior:*



Juan Carlos Loaiza B.





Antonio José Acosta Hoyos



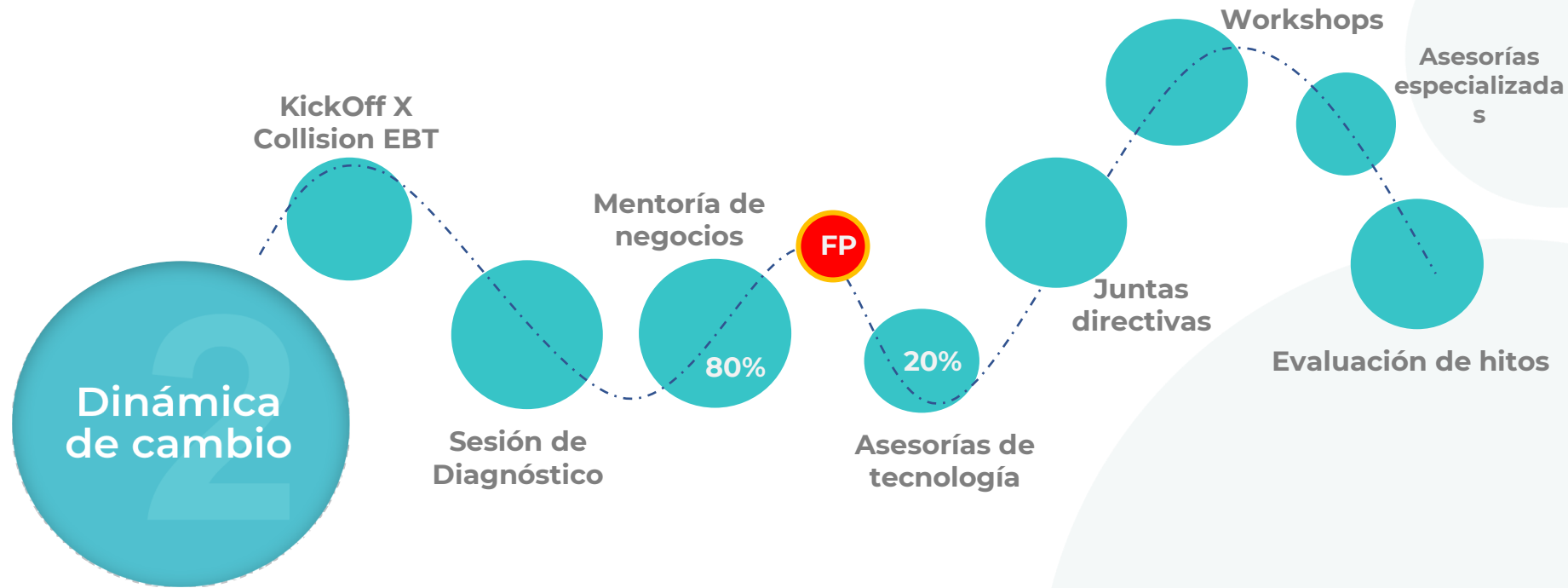
Lisandro Pacheco Lugo



Ibeth Karina Luna Rodríguez





## ***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 identificar la estructura del emprendimiento. Se trata de un negocio ya validado y que ha como proyecto ha funcionado al interior de la Universidad Simón Bolívar, pero sin generar lucro. Ahora, los científicos a cargo quieren convertir el proyecto en una actividad comercial que tenga una figura societaria que puede ser una spinoff de la universidad. El negocio está validado pues en la pandemia se desarrollaron más de 80 mil pruebas con este método y Antonio y Lisandro estuvieron al frente del proyecto. Se realizó con total éxito para el distrito de Barranquilla y de ahí nace la oportunidad. La universidad está a la expectativa del planeamiento de los científicos.

### Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OeJwaEyCEzXsr8QUUJ-3CxRWN5p-yjCY/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>

## INICIATIVA

### FUNDADORES

Tienen una basta experiencia en este tipo de procesos. Cerca de 20 años.

Han hecho procesos de investigación profunda en el desarrollo de este tipo de procesos. Han desarrollado un proceso fuerte de investigación para implementar las dos tecnologías.

Existe una estructura organizacional (jerarquica) con la descripción de los perfiles de cargo.

### NEGOCIO Y COMERCIAL

Es un modelo completamente escalable y replicable que permite un crecimiento bueno del negocio

Oportunidad del Diagnóstico Molecular. Qué tan rápido podemos lograr que se entreguen los resultados de un diagnóstico.

Alta capacidad investigativa y de innovación en el diagnóstico molecular

El modelo de ingresos está fundamentado en la venta de las pruebas diagnósticas

### MERCADO

Se cuenta con conocimiento profundo sobre el desarrollo de pruebas diagnósticas. No hay un estudio de mercado que permita determinar el tamaño del mercado que se puede abordar. Han hecho 80 mil pruebas que se trabajaron en convenio con el distrito de Barranquilla.

### Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OeJwaEyCEzXsr8QUUJ-3CxRWN5p-yjCY/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>



## INICIATIVA

### TECNOLOGÍA

Publicación de técnica LAM. Hay producto probado, funcional y que es viable como negocio  
Laboratorio Clínico funcional desde 2020 en diagnóstico de SARS-Co-V 2  
La prueba de Covid está completamente validada por el INS

### FINANCIERO

Financiación externa durante la pandemia: Minciencias, donaciones.  
Técnicamente no ha habido ventas del producto, aunque se han realizado cerca de 80 mil pruebas  
Hay un estudio financiero del producto y se han establecido los costos que tiene

### PROPIEDAD INTELECTUAL

No está claro si se puede hacer un registro de la propiedad intelectual

### Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OeJwaEyCEzXsr8QUUJ-3CxRWN5p-yjCY/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>

| PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS                 |                                                                                                                                                |                                                                                                              |                                                                          |                                               |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                               |                                                                            |                                                   |
|--------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL     |                                                                                                                                                | Transformación de la oportunidad en el diagnóstico molecular                                                 |                                                                          |                                               |                                                                                                                                                                         | MENTOR SENIOR                                                                                                                        |                                                                                                                                                               |                                                                            |                                                   |
| FASE DE ACOMPAÑAMIENTO                           |                                                                                                                                                | II- DINAMICA DE CAMBIO                                                                                       |                                                                          |                                               |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                               |                                                                            |                                                   |
| ÁREAS                                            | Estrategia (Obj.)                                                                                                                              | Acciones (Responsable Como?)                                                                                 | Responsable                                                              | Tiempo (Semana a semana) (Responde al cuando) | 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 los derechos, responsabilidades y roles básicos de cada miembro del equipo, definición de la figura jurídica para operar el negocio. | * Desarrollar el modelo de participación de los miembros del equipo así como de la universidad Simón Bolívar | Beth Luna/Lisandro Pacheco/Antonio Acosta - Mentor                       | 30 sept                                       | * % de desarrollo de Preliminar del acta de constitución, estatutos, forma jurídica del modelo de negocio.<br>* % de desarrollo Checklist de requisitos de constitución | * Contar con acta de constitución<br>* Contar con Cámara de Comercio<br>* Contar con una figura jurídica para desarrollar el negocio | Trabajo en compañía del mentor y del asesor jurídico para el desarrollo de los documentos que pueden crear la figura jurídica que esté al frente del negocio. | Arrancan de cero el desarrollo de la figura jurídica                       | 6 % de desarrollo de la figura jurídica           |
| MODELO DE NEGOCIOS                               | * Desarrollar una herramienta de gestión estratégica para el modelo de negocio que permita analizarlo de forma dinámica y visual.              | * Desarrollar el Canvas                                                                                      | Beth Luna/Lisandro Pacheco/Antonio Acosta - Mentor                       | 15 oct                                        | * 100% Canvas desarrollado                                                                                                                                              | * Canvas terminado                                                                                                                   | Trabajo en compañía del mentor para la estructuración del Canvas del modelo de negocio                                                                        | No hay modelo de negocio                                                   | 0 % de desarrollo del Canvas de modelo de negocio |
| NEGOCIO Y GESTIÓN COMERCIAL                      | * Establecer el marco contractual y comercial como guía de las actividades comerciales del modelo de negocio.                                  | * Desarrollar el plan comercial                                                                              | Beth Luna/Lisandro Pacheco/Antonio Acosta - Mentor y asesor comercial    | 30 oct                                        | * 80% del Plan de negocios (proyección)<br>* Definir un responsable a cargo de Gerencia Comercial                                                                       | * Definir un gerente comercial<br>* Definir listado de potenciales clientes y socios estratégicos. Definir proyección de ventas      | Trabajo con el asesor comercial para el desarrollo del plan comercial                                                                                         | No hay ventas y por consiguiente no hay un plan comercial                  | 25 % de estructuración de la proyección comercial |
| DISEÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO                    | * Crear nombre de la marca, identidad corporativa y arquitectura de la marca.                                                                  | * Desarrollar nombre de la marca, identidad corporativa y arquitectura de la marca.                          | Beth Luna - Asesor de branding y mentor                                  | 15 oct                                        | % de desarrollo aprobado para la marca                                                                                                                                  | * Definir la tipología de la marca                                                                                                   | Trabajo con el asesor de branding y con el mentor para el desarrollo de la marca                                                                              | Hay que avanzar desde definir el nombre del negocio                        | 0 % de estructuración de la marca                 |
| MARKETING Y COMUNICACIONES                       | * Establecer los canales y herramientas para comunicar los mensajes necesarios al nicho objetivo (usuarios, clientes y aliados estratégicos).  | * Desarrollar el plan de marketing y comunicaciones                                                          | Beth Luna/Lisandro Pacheco/Antonio Acosta - Asesor de marketing - Mentor | 15 oct                                        | % de avance en la estrategia de comunicación y marketing, incluyendo branding, publicidad, redes sociales, etc.                                                         | * Definir el plan de marketing                                                                                                       | Trabajo con el asesor de marketing y con el mentor                                                                                                            | Hay que definir un plan de marketing para la iniciativa.                   | 25 %                                              |
| TECNOLOGÍA                                       | Desarrollo de la portabilidad del dispositivo.                                                                                                 | * Consolidar el prototipo tecnológico de la prueba de manera portable (POC y su modelo de producción)        | Beth Luna/Lisandro Pacheco/Antonio Acosta - Audacia - Mentor             | 10 oct                                        | * % de desarrollo del prototipo tecnológico de la prueba (POC)                                                                                                          | * % de desarrollo del prototipo tecnológico funcional y validado                                                                     | Trabajo en conjunto con Audacia para el desarrollo del PMV                                                                                                    | Se ha diseñado un prototipo y eso es lo que le vamos a compartir a Audacia | 25 %                                              |
| PLANIFICACIÓN FINANCIERA                         | * Determinar las necesidades y medidas financieras de la empresa por tipo, cantidad y tiempo                                                   | * Elaborar y proyectar el Plan Financiero Ticket                                                             | Beth Luna/Lisandro Pacheco/Antonio Acosta - Asesor Financiero y Mentor   | 30 oct                                        | * % de desarrollo del plan financiero y los objetivos financieros                                                                                                       | * Desarrollo del plan financiero                                                                                                     | Trabajo en conjunto con el asesor financiero para el desarrollo del plan                                                                                      | No hay plan financiero                                                     | 25 %                                              |
| PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN | * Determinar los mecanismos de protección a la propiedad intelectual. Política de tratamiento de datos. Términos y condiciones del servicio    | * Elaborar los documentos de protección jurídica del negocio y un modelo de gobernanza                       | Beth Luna - Asesor jurídico y Mentor                                     | 30 oct                                        | * % de avance en el desarrollo de los documentos de protección del negocio                                                                                              | * Desarrollo de la política estratégica de Propiedad Intelectual / Industrial. Contar con los documentos de protección del negocio.  | Trabajo en conjunto con el asesor jurídico y el mentor                                                                                                        | No hay ningún documento de la empresa                                      | 25 %                                              |
|                                                  |                                                                                                                                                |                                                                                                              |                                                                          |                                               |                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                               |                                                                            | 25 %                                              |

## 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?

La iniciativa llega con un proyecto validado, pero con la necesidad de estructurar su modelo de negocio. Los miembros del equipo, que son científicos, están llegando a un nuevo mundo y es el empresarial. Lo abordan con pocos conocimientos y menos experiencia, pero con la necesidad de desarrollar un emprendimiento con un producto validado y de mucho interés para cierto sector de la salud y el mundo general. Como mentor los apoyo en el desarrollo de las primeras actividades que implican la definición de su buyer persona, DOFA de la organización, mapa de empatía y los experimentos de validación. Logran recoger importante información con la que nos damos a la tarea de construir el canvas de modelo de negocio.

### Resultado de la intervención

El resultado es el desarrollo de un canvas de modelo de negocio bien estructurado y que es pieza fundamental de la propuesta de spinoff que piensan presentar a la universidad en los próximos meses. Lograr definir un modelo de monetización con el que podrán dar inicio al negocio. También identifican potenciales compradores y los recursos y actividades claves que deben llevar a cabo para poder abordar el proyecto. El canvas queda listo para ser anexado a la propuesta de spinoff.

### Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1C2uD9NfWvOu9af5I-nDzvOYKKTedWeLS/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>

### Pruebas de validación

Los experimentos de validación se desarrollan a partir de una encuesta que se envía a más de 100 personas.

Logran recoger 21 respuestas de donde se desprende que hay un interés real en el proyecto de parte de los públicos objetivos.

La mayor parte de los encuestados son miembros del sector salud y van desde profesores y biólogos, hasta directivos en organizaciones farmacéuticas.

El seguimiento a la encuesta permite la validación final del proyecto con respuestas de personas que están vinculadas al gremio de la salud y que entienden la importancia de lograr que los resultados de las pruebas diagnósticas pasen de días a horas. Esta es una de las principales promesas de valor del proyecto conectada con la movilidad de las pruebas.

Lo aprendido:

En general, las personas encuestadas (19), la mayoría trabajan en el sector salud (15), coinciden en que se necesitan mejorar el Dgx con pruebas más rápidas y con acceso a la comunidad y que tenga el apoyo de un equipo científico.

Son aceptadas y necesarias pruebas moleculares rápidas, sin embargo, nos llama la atención pruebas de Ag que no se han considerado y pueden incluirse.

Debemos tener en cuenta la oferta para dengue y covid existente y empezar a buscar alternativas de desarrollo que no se encuentran

### Link de evidencia

[https://drive.google.com/drive/folders/1Xdqa9hsCU1VZUnvJbiipHbFIrdFNs7\\_0?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1Xdqa9hsCU1VZUnvJbiipHbFIrdFNs7_0?usp=drive_link)

### Evolución del Modelo de negocios

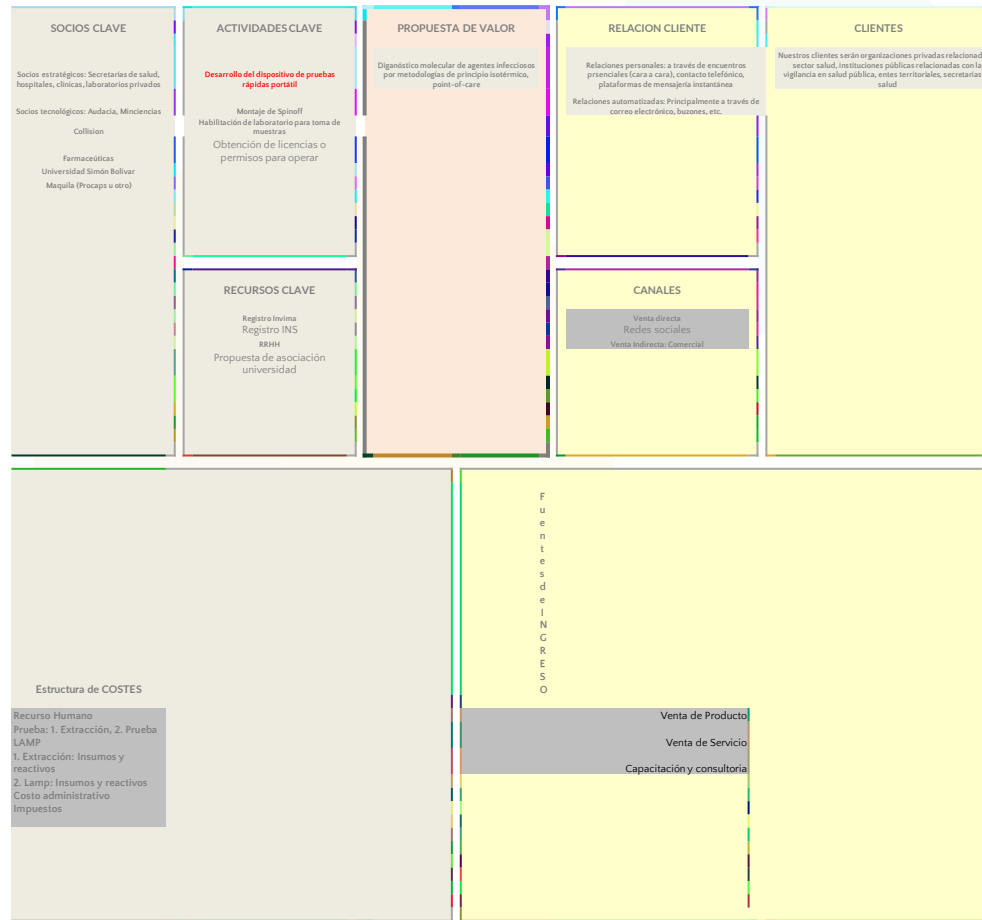
El modelo de negocio inicia con la producción y comercialización de pruebas diagnósticas con tecnología LAM, que es una tecnología que reduce costos y optimiza el tiempo de entrega de los resultados. El proyecto ya fue desarrollado para el distrito de Barranquilla en la pandemia y fue muy exitoso con más de 80 pruebas realizadas y con un alto grado de exactitud. No existía un canvas de modelo de negocio y el equipo tampoco tenía el conocimiento para poderlo desarrollar.

#### Link de evidencia

Antes de entrar a desarrollar el canvas, nos concentramos en la realización de los experimentos de validación que nos dan importante información sobre cómo debería funcionar el emprendimiento ya fuera de la pandemia. Hay insights importantes entregados por los encuestados que permiten direccionar mejor el negocio. También se desarrollan la propuesta de valor, el DOFA, buyer persona y mapas de empatía. Con toda esta información se pasa a la elaboración del modelo de negocio.

El canvas de modelo de negocio se trabaja en conjunto con dos de los miembros del equipo que son Lisandro y Antonio. Se requiere que haya consenso entre ellos sobre el direccionamiento que piensa darle al emprendimiento. Se determina el modelo de monetización posible, las actividades y recursos claves y los canales a utilizar como principales elementos de canvas. También se incluye la propuesta de acuerdo a lo definido en el lienzo correspondiente. Hay un modelo de negocio conciliado y acordado entre los socios.

Modelo de negocios Final



Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1C2uD9NfWvOu9af5I-nDzvOYKKTedWeLS/edit?usp=sharing&oid=112119400813106391615&rtpof=true&sd=true>

### Descripción de la Intervención ¿Qué? ¿Cómo?

Los miembros del equipo llegan con una propuesta del desarrollo tecnológico que están buscando y se trata de un dispositivo móvil que permita la realización de pruebas. Este dispositivo tiene un fin social muy importante pues tendría como objetivo poder llevar estas pruebas diagnósticas a poblaciones vulnerables que tienen poco acceso o nulo a pruebas diagnósticas. El dispositivo lo diseñaron en compañía con otro científico investigador y tienen un plano graficado de cómo debería ser y su funcionamiento. Esta información se le entrega al equipo de Audacia para su validación y correspondiente definición del alcance del PMV.

### Resultado de la intervención

Como resultado principal está el desarrollo integral del dispositivo solicitado. Audacia pudo construir en su totalidad un prototipo que permite darle movilidad a las pruebas diagnósticas y no estar supeditadas a que deben realizarse en un ambiente controlado de un laboratorio.



## Resultado de la intervención

### **Comercial**

Canvas de modelo de negocio finalizado  
Trabajo con el asesor comercial para el desarrollo del plan comercial  
Definir un gerente comercial  
Definir listado de potenciales clientes y socios estratégicos

### **Gobierno Corporativo**

- Contar con acta de constitución
- Contar con Cámara de Comercio
- Contar con una figura jurídica para desarrollar el negocio

### **Financiero**

Desarrollo del plan financiero

### **Branding**

Trabajo con el asesor de branding y con el mentor para el desarrollo de la marca

### **Marketing**

Definir el plan de marketing

### **Propiedad Intelectual**

Trabajo en conjunto con Audacia para el desarrollo del PMV  
Desarrollo de la política estratégica de Propiedad intelectual / Industrial.  
Contar con los documentos de protección del negocio.

## Link de evidencia

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1OeJwaEyCEzXsr8QUUJ-3CxRWN5p-yjCY/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)*

Esta etapa del acompañamiento ha sido vital para que los científicos, miembros del equipo, puedan comprender cómo funciona el entorno empresarial y cuál debe ser el camino a tomar para poder desarrollar su idea de negocio.

La etapa les ha permitido definir entre otras cosas:

1. Propuesta de valor
2. Modelos de monetización
3. DOFA
4. Buyer persona
5. Mapa de empatía

Y el resultado de todo esto fue la definición de su modelo de negocio. Esta parte no fue tarea fácil, pues los científicos se encuentran alejados del ambiente empresarial y todo es nuevo para ellos. Hicieron el esfuerzo y lograron tener la estructura básica para poder poner en marcha su negocio. También pudieron definir el alcance del PMV que se le solicitó a Audacia y que se debe entregar en la siguiente etapa del acompañamiento. Los socios del negocio se muestran agradecidos por el apoyo dado y el conocimiento que han recibido de su mentor.

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

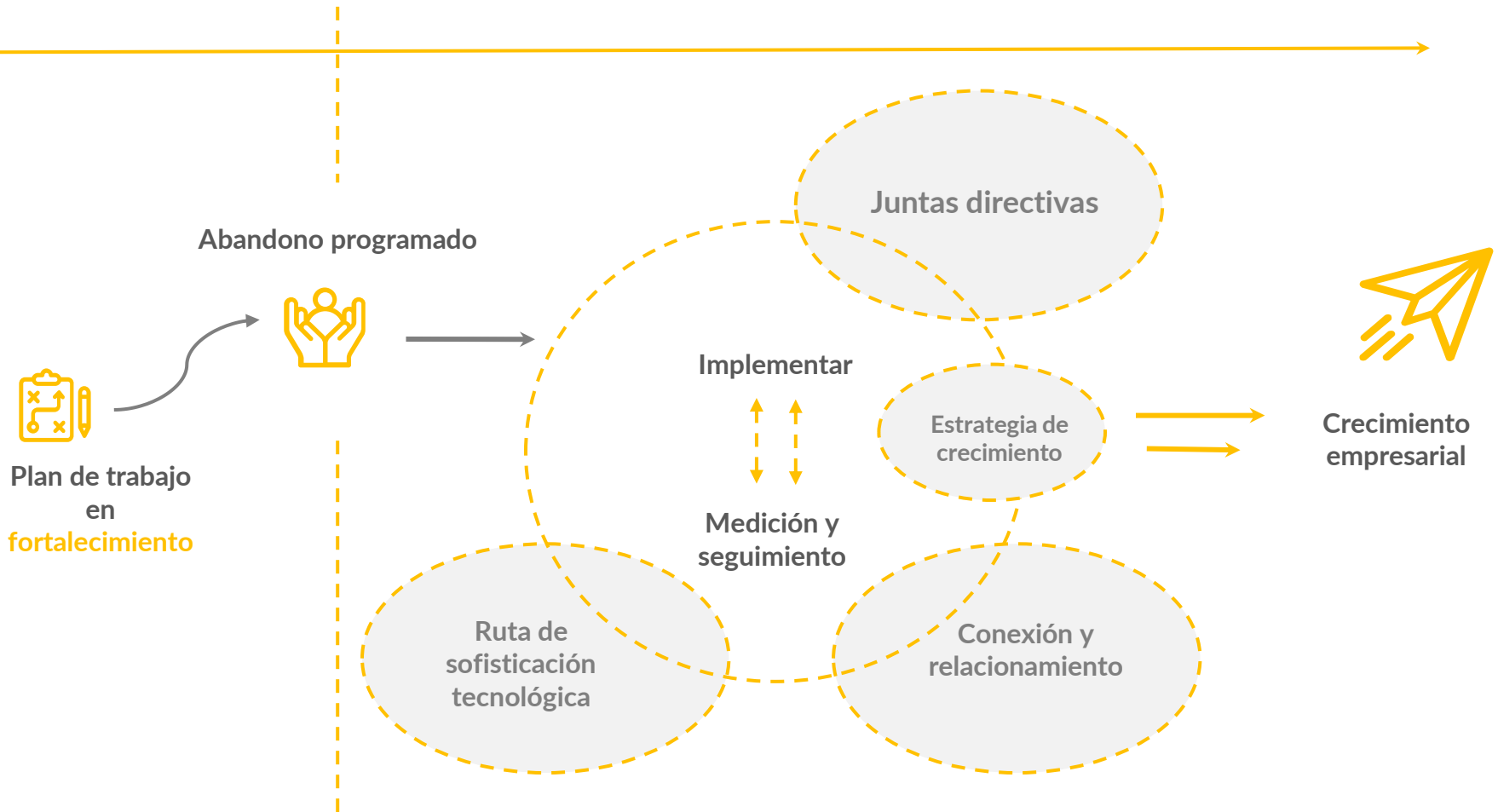
Cuadro de métricas focus

| INDICADOR                             | UNIDAD DE MEDIDA | LINEA BASE (semana 14) | Semana 18 |
|---------------------------------------|------------------|------------------------|-----------|
| Nuevos Clientes                       | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevos Usuarios                       | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevas Ventas por producto o servicio |                  | ND                     | ND        |
| Nuevos Empleos directos               | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevos Empleos indirectos             |                  | ND                     | ND        |
| Nuevas Cotizaciones                   | Unidades         | ND                     | ND        |
| Interes de compra                     | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevas Alianzas realizadas            | Unidades         | ND                     | ND        |

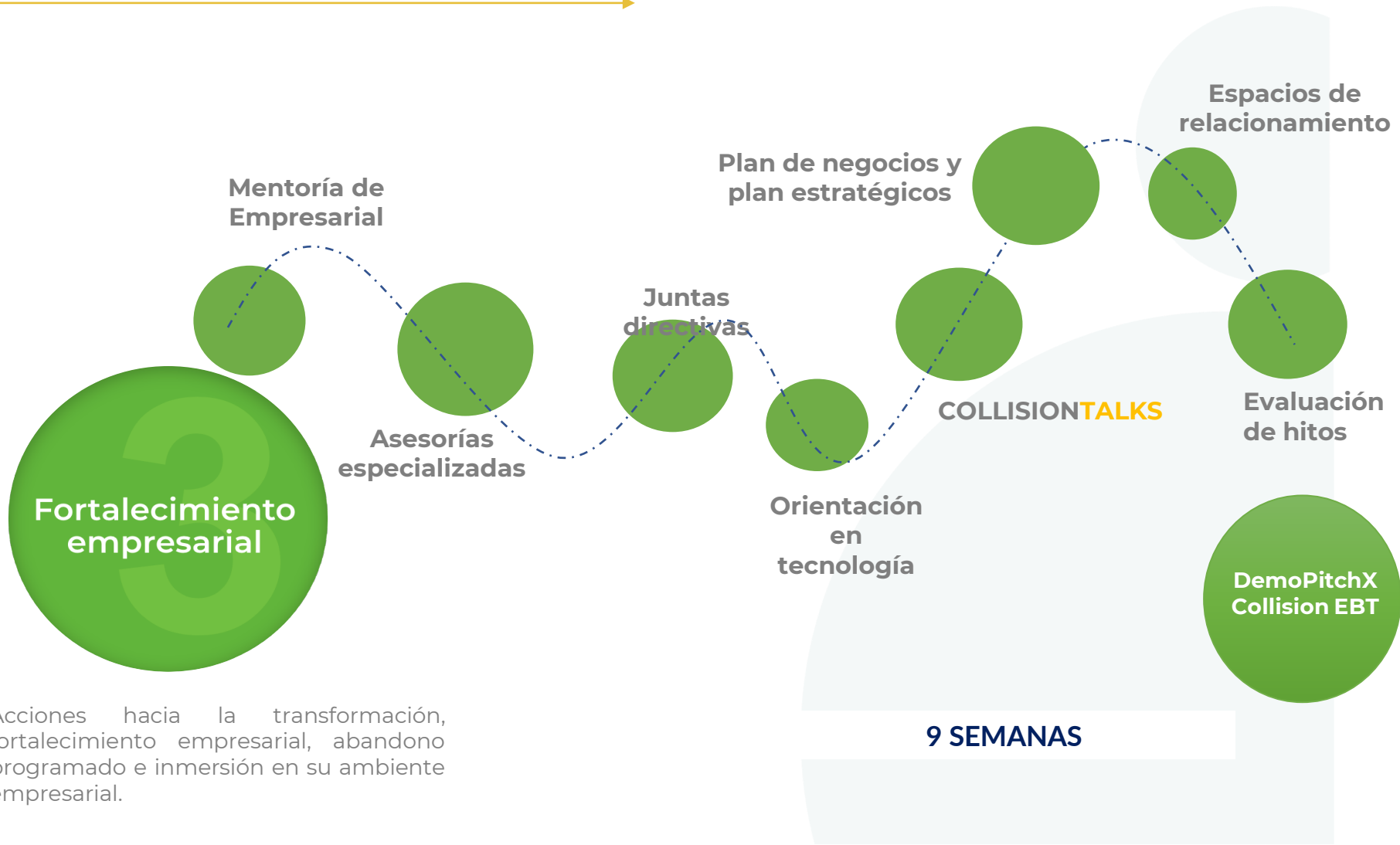
No hay métricas con respecto a la iniciativa, puesto que en esta etapa nos concentramos en lograr que el equipo de trabajo pudiera entender cómo funciona el ámbito empresarial al que se van a enfrentar y en darles las herramientas básicas para que puedan iniciar con la estructuración de su proyecto. El tener formación científica les dificulta de alguna manera contar con una visión empresarial, pero gracias a las asesorías recibidas, el equipo ahora cuenta con el conocimiento básico para poder estructurar su negocio y presentarlo a la Universidad.

# ***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 fase de fortalecimiento ha estado muy enfocada en la definición de la figura societaria con la que se quiere constituir la empresa. Se han realizado varias reuniones con Fredy Sánchez, que es el asesor de propiedad intelectual y que ha venido orientado este proceso que como tiene como conclusión que la figura a utilizar será la de spinoff. Esa figura permitirá que la Universidad y el equipo de científicos se unan en una sociedad en la que cada quien aportara: los científicos su conocimiento y la Universidad los recursos físicos y monetarios para la evolución del negocio. Se le ayudará al equipo de emprendedores en la estructuración de la oferta que deben presentar a la Universidad para que la figura de spinoff sea aprobada por el comité de propiedad intelectual.

Por otro lado, se ha aprovechado esta segunda etapa del acompañamiento para desarrollar diversas actividades como son: desarrollo del plan de negocios y el plan financiero, elaboración del plan de marketing y comunicaciones, desarrollo y entrega del PMV por parte de Audacia, desarrollo de la marca por el asesor de branding y construcción del plan comercial.

Los anteriores documentos son el sustento de la estructura de la nueva empresa y de cómo debe funcionar el negocio una vez se cree la figura societaria.

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                       | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevos Usuarios                       | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevas Ventas por producto o servicio |                  | ND                     | ND        |
| Nuevos Empleos directos               | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevos Empleos indirectos             |                  | ND                     | ND        |
| Nuevas Cotizaciones                   | Unidades         | ND                     | ND        |
| Interes de compra                     | Unidades         | ND                     | ND        |
| Nuevas Alianzas realizadas            | Unidades         | ND                     | ND        |

Para esta etapa estas métricas tampoco sufren variaciones, puesto que el foco es la generación de la propuesta hacia la universidad y en consolidar la estructura general de la empresa con todas las herramientas que entrega el programa. Las métricas que han variado sustancialmente son las del acompañamiento como tal que pueden verse en el último slide de esta presentación. .

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

# Contenido

## *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.

En general el programa Collision ha sido una oportunidad muy importante para que tres científicos que tienen un conocimiento muy alto de las nuevas tecnologías para pruebas diagnósticas reciben al asesoría y capacitación necesarias para desarrollar un modelo de negocio que garantice la creación de una empresa y su sostenibilidad en el tiempo. Los emprendedores terminen el programa con herramientas como plan de negocios, plan financiero, plan de marketing y comunicaciones, marca y manual de marca, plan comercial y un modelo de negocio claro y definido. También se les ha prestado especial apoyo en la estructuración de la propuesta que tienen que desarrollar para ser presentada al comité de propiedad intelectual y que tengan una buena posibilidad de éxito.

El equipo de GenoLife está listo para desarrollar su idea empresarial y han venido fortaleciendo y alimentando el proyecto con nuevas ideas y posibles alternativas de monetización. Se van con un producto consolidado y con un valor agregado y es el dispositivo para toma y procesamiento de pruebas diagnósticas que permite hacerlas en terreno y no limitados al ambiente de un laboratorio.

El equipo se muestra muy agradecido con todo el apoyo prestado y reconocen haber tenido una evolución muy importante en los últimos 5 meses. Queda pendiente presentar su propuesta al comité de la Universidad y consolidar su spinoff.

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<br>¿Cuantificable y medible en el tiempo?)                                                                                                                               | RESULTADOS DE ACOMPAÑAMIENTO                                                                                                                                  | LINEA BASE (semana 14)                                                                                                              | Semana 18                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| * Contar con una figura jurídica para desarrollar el negocio                                                                                                                   | Trabajo en compañía del mentor y del asesor jurídico para el desarrollo de los documentos que pueden crear la figura jurídica que esté al frente del negocio. | Arrancan de cero el desarrollo de la figura jurídica                                                                                | Presentación de la propuesta al comité de propiedad intelectual |
| * Canvas terminado                                                                                                                                                             | Trabajo en compañía del mentor para la estructuración del Canvas del modelo de negocio                                                                        | Parte de una estructura elaborada y que está pendiente de ser ajustada y aprobada                                                   | 100 % de desarrollo del modelo de negocio                       |
| * Definir un gerente comercial<br>* Contar con un plan comercial definido<br>* Definir listado de potenciales clientes y socios estratégicos -<br>Definir proyección de ventas | Trabajo con el asesor comercial para el desarrollo del plan comercial                                                                                         | El asesor comercial ha desarrollado en 50 % la estructura del plan comercial                                                        | 100 % del plan comercial                                        |
| * Definir la tipología de la marca                                                                                                                                             | Trabajo con el asesor de branding y con el mentor para el desarrollo de la marca                                                                              | Tienen un nombre escogido que es Genolife y tienen una imagen previa del logo. Hay que terminar el desarrollo de la marca           | 100 % del manual de marca                                       |
| * Definir el plan de marketing                                                                                                                                                 | Trabajo con el asesor de marketing y con el mentor                                                                                                            | El plan de marketing se ha venido desarrollando con el asesor y debe quedar finalizado y entregado antes de que termine el programa | 100 % de desarrollo del plan de marketing                       |
|                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                               |                                                                                                                                     |                                                                 |
| * % de desarrollo del prototipo tecnológico funcional y validado                                                                                                               | Trabajo en conjunto con Audacia para el desarrollo del PMV                                                                                                    | Se ha diseñado un prototipo y eso es lo que le vamos a compartir a Audacia                                                          | 100 % del prototipo desarrollado                                |
| * Desarrollo del plan financiero                                                                                                                                               | Trabajo en conjunto con el asesor financiero para el desarrollo del plan                                                                                      | hay dos modelos financieros que se encuentran en proceso de validación                                                              | 100 % del modelo financiero desarrollado                        |
| * Desarrollo de la política estratégica de Propiedad intelectual / Industrial. Contar con los documentos de protección del negocio.                                            | Trabajo en conjunto con el asesor jurídico y el mentor                                                                                                        | Se está trabajando en la figura societaria para la constitución de la empresa                                                       | 100 % de estructuración de la figura societaria                 |

En esta tabla de tareas a desarrollar se puede ver el desarrollo que ha tenido el proyecto durante los últimos 5 meses con un muy alto porcentaje de tareas cumplidas y con un pendiente que queda por cumplir: presentación de la propuesta ante el comité de propiedad intelectual. La evolución ha sido muy importante y los emprendedores cuentan con toda la estructura que les permitirá en el corto plazo poder poner a andar su negocio.



El conocimiento  
es de todos

Minciencias



# COLLISION<sub>EBT</sub>

*La explosión de la innovación*

