

SESIÓN ABRE LA CAJA NEGRA - DIAGNOSTICO

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL :	HOPEST	MENTOR SENIOR :	INGRITH RODRIGUEZ G
---	---------------	------------------------	---------------------

ÁREAS	INTERROGANTES	ESTADO ACTUAL <i>Explicar cómo se encuentra la iniciativa en cada subcomponente</i>	FORTALEZAS	DEBILIDADES	Evidencia de resultados (Indicadores claves de Línea base)
FUNDADORES	EXPERIENCIA Y CONOCIMIENTO	Tres integrantes con formación en ingeniería industrial que conocen de cerca la experiencia de búsqueda de pensión (propia y de terceros). Uno de los integrantes vivió durante el periodo de estudio universitario en varias pensiones.	Son un equipo muy unido donde a pesar de tener la misma formación académica tienen conocimientos y experiencias diferentes que se complementan muy bien. Cercanía con varios lugares y conocimiento del proceso de búsqueda de pensión	Al equipo le falta complementar con un integrante que tenga formación a nivel tecnológico que complemente el perfil.	
	CAPACIDAD DE GESTION	Participación en varios programas de emprendimiento. Capacidad de gestión y organización para acceder y responder a varios enfoques de forma simultánea	Capacidad de gestión para acceder a entidades, personas y demás interesados. Es un equipo creativo dispuesto a apropiarse de nuevas ideas.	La baja disponibilidad de tiempo debido a compromisos laborales de los miembros del equipo puede limitar las actividades de gestión.	
	FUNDADORES INVOLUCRADOS (TIEMPO DE DEDICACIÓN)	Dos de los integrantes del equipo trabajan bajo contrato de prestación de servicio, el otro integrante tiene otro emprendimiento	Equipo unido con ideas creativas para poner en marcha con el emprendimiento. Compromiso para la definición del modelo de negocio y la participación activa en los otros programas de emprendimiento	Tiempo limitado de algunos integrantes por compromiso laboral	
	PARTICIPACIÓN FUNDADORES (% ACCIONARIA)	El emprendimiento se encuentra en fase de ideación. Partes iguales		Al no tener un integrante con conocimientos asociados a la tecnología y que el producto es basado en el desarrollo tecnológico le implica inversiones constantes para el pago de dicho servicio.	
	INVERSIONES FUNDADORES	Principalmente de tiempo y gestión por parte de los integrantes	Con la participación en el programa 51Lab lograron la inversión de 5 millones de pesos destinada a la implementación de estrategias para definir el modelo de negocio, estrategias comerciales, landing page, etc	La inversión es limitada y se requiere del pago de la herramienta tecnológica ya sea para su desarrollo o para su administración y actualización- Los valores pueden ser altos	
	GOBIERNO CORPORATIVO	No tienen, equipo fase de ideación		El no contar con gobierno corporativo puede a mediano plazo generar inquietudes sobre la distribución de trabajo y de participación económica	
	PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS SIMILARES	51Labs	Han participado constantemente pasando las distintas fases de forma positiva.		
MODELO DE NEGOCIO (RENTABLE/ESCALABLE)	Conectar a estudiantes/padres de familia con pensiones estudiantiles con el fin de brindar las mejores opciones para tener las comodidades necesarias para los estudiantes que deben trasladarse de ciudad para continuar en su proceso de formación	Es un mercado poco explorado a través de herramientas digitales	Desconocimiento del dolor real de usuarios y de clientes. Mercado muy tradicional debido a la alta demanda y a procesos tradicionales para la búsqueda		

NEGOCIO Y COMERCIAL	PROBLEMA QUE RESUELVE	Dificultades en la búsqueda de pensiones para estudiantes universitarios que deben cambiar de ciudad para adelantar sus estudios	Para ciudades como Barranquilla la llegada de estudiantes es constante tanto para estudios de pregrado de otras ciudades o municipios de la región como también estudiantes de intercambio que vienen por un semestre completo	Las pensiones normalmente tienen una alta demanda solucionando de forma tradicional el proceso de búsqueda de inquilinos por lo cual es bajo su interés por el uso de herramientas tecnológicas. Los usuarios son los estudiantes y quienes pagan y definen el lugar o las condiciones para vivir son los padres de familia que son quienes pagan.	
	DIFERENCIACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	Se ofrece más allá de la búsqueda del lugar, se busca brindar experiencias complementarias para los estudiantes y la exploración en esta nueva ciudad	La experiencia coliving y la estrategia de alianza con universidades genera un valor agregado en el modelo de negocio diferenciándose de otras herramientas aplicadas en el sector de forma tradicional	El sector se caracteriza por un bajo uso de herramientas tecnológicas para dar solución al problema de la búsqueda	
	ESCALABILIDAD Y REPLICABILIDAD	La herramienta es escalable y replicable a otras ciudades que se caractericen por la llegada de universitarios	La herramienta tecnológica es replicable en otras ciudades que se caractericen por la llegada de estudiantes de otras ciudades	Aunque la herramienta tecnológica podría ser replicable, la experiencia coliving es limitada a la gestión del mismo equipo de trabajo.	
	MODELO DE INGRESOS (FIDELIZACIÓN Y RECOMPRA)	Principalmente bajo un esquema por comisión mensual, sin embargo esta por definir		Proceso de recompra limitado debido al acercamiento directo entre usuarios y dueños de pensión	
	ESTRATEGIA DIGITAL (MARKETING-VENTAS)	En desarrollo landing page			
MERCADO	CONOCIMIENTO DE LA INDUSTRIA	Se tiene conocimiento a nivel estadístico y de informes de mercado que permiten dimensionar la problemática actual en el país. Sin embargo, se desconoce la información precisa de las pensiones en la ciudad.	Conocen de forma básica parte de la información basado en la experiencia de uno de los integrantes del equipo y de compañeros. Acercamiento institucional con la Universidad	Limitada exploración de las soluciones tecnológicas y empaquetamiento de productos que tienen a nivel internacional. Limitado conocimiento del número de pensiones y lugares de pensiones en la ciudad. La búsqueda de información no se encuentra registrada sino se realiza a través de voz a voz o a través de información publicada en paredes cercanas a las universidades	
	MERCADO OBJETIVO DEFINIDO	No es muy claro, se cuenta solo con estadísticas públicas			
	TAMAÑO Y TENDENCIAS DE MERCADO				
	BARRERAS DE ENTRADA Y REGULACIÓN	Mercado tradicional		Desconfianza por parte de clientes en proceso de adquisición o acuerdo virtual por la baja credibilidad de la información que se publica virtualmente (fotos falsas o viejas que muestran un estado diferente)	
	MERCADO EN EL QUE OPERAN Y PLAN DE EXPANSIÓN	Es el mercado de hospedaje universitario. Tienen un plan de inversión para los fondos que ganaron en el programa de acompañamiento de 51 Lab.	Tienen unos recursos de US \$ 10.000 para invertir en un plan de inicio del negocio. Estos recursos pueden hacer la diferencia a la hora de poner en marcha la iniciativa	Son muy jóvenes y no tienen conocimiento profundo del negocio y lo están empezando a explorar. Deben centrarse en conocer muy bien su mercado y las posibilidades que se tienen	
	POTENCIALES ALIANZAS ESTRATEGICAS	No tienen alianzas ejecutadas. Están desarrollando una alianza con el área de internacionalización de la Universidad Simón Bolívar. Identificaron problemas y necesidades. Se está trabajando en una propuesta para el área de bienestar de la Universidad. Hay otra alianza con 51 Lab que les ha suministrado fondos y puede entregarles contactos que ayuden con el crecimiento del negocio.	Con universidades en los departamentos de internacionalización y posgrados para ofrecer los servicios a estudiantes visitantes, estancias de investigación, etc.	Deben desarrollar más el tema de alianzas con entes que les suministren potenciales clientes en ambas puntas.	

	COMPETIDORES LOCALES Y REGIONALES	Tienen algunos competidores identificados como Vico que está en Medellín y Bogotá. Este es un competidor directo. También pueden ser competencia Airbnb, Space Room, Uniplace. Las dos últimas son plataformas internacionales, pero no tienen operación en Colombia. Comparto apto también puede ser competidores, pero enfocada en apartamentos.	Tienen identificados el competidor local, pero que no tiene presencia en Barranquilla. Eso es bueno, porque el mercado está prácticamente virgen.	Hay que estudiarlos en detalle para entender diferencias.	
TECNOLOGÍA	NIVEL DE DESARROLLO DE PRODUCTO TECNOLÓGICO	El producto tecnológico está iniciando el desarrollo.	Tienen una definición de lo que se requiere como PMV	No se ha adelantado el desarrollo aún.	
	VALIDACIÓN ENTORNO SIMULADO O REAL	Han validado el problema y las necesidades por medio de entrevistas y encuestas.	Hicieron con estudiantes unas 30 entrevistas y con dueños de pensiones cerca de 30.	No se ha hecho una validación real del negocio o de un aplicativo tecnológico.	
	PRUEBAS MINIMAS DE FUNCIONALIDAD/FACTIBILIDAD	No se han hecho pruebas	No se han hecho pruebas	No se han hecho pruebas	
	USABILIDAD - FUNCIONALIDAD - INTERFAZ DE USUARIO - EXPERIENCIA DE USUARIO	No hay PMV aún	No hay PMV aún. Tienen un prototipado hecho en Figma que da una idea de cómo debe funcionar el aplicativo. Fue una actividad en 51 Lab.	No hay PMV aún	
	TITULARIDAD Y/PROPIEDAD INTELECTUAL	No hay avances en propiedad intelectual al momento	No hay avances en propiedad intelectual al momento	No hay avances en propiedad intelectual al momento	
FINANCIERO	HISTORIAL DE FINANCIACIÓN	Están participando en un programa de acompañamiento con 51 Lab y tienen la posibilidad de acceder a recursos con ellos.	Tienen una buena oportunidad de obtener los recursos en 51 Lab. Han trabajado durante unos 6 meses con el acompañamiento.	Hay que lograr los recursos y eso tomará unos meses aún	
	VENTAS Y MARGENES	No hay ventas aún	No hay ventas aún	No hay ventas aún	
	COSTOS OCULTOS	No hay una definición clara de costos o plan financiero	Tienen un análisis base de costos hecho por ellos y quieren ajustarlo con el experto de Collision	Se debe trabajar en ajustes con el asesor financiero para lograr su finalización	
	ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL	Hicieron una definición inicial de costos con sus conocimientos en ingeniería industrial. Es un primer acercamiento.	Tienen un punto de partida en estructura de costos.	Hay ajustarlo a la realidad del negocio.	
	TICKET PROMEDIO	No hay ventas aún	No hay ventas aún	No hay ventas aún	
DINÁMICA	En la sesión "Abre la Caja Negra", tres expertos guiarán a los miembros de la iniciativa a explorar detenidamente los componentes clave de su proyecto, como los fundadores, el modelo de negocios, la gestión comercial, la tecnología, entre otros. Mediante preguntas y análisis, se descompondrá cada componente, se identificarán fortalezas y áreas de mejora, y se generarán soluciones específicas. Esta dinámica facilitará la comprensión profunda de la iniciativa y permitirá planificar acciones concretas para optimizar su funcionamiento y lograr el éxito deseado.				
DURACIÓN	Las iniciativas empresariales de base tecnológica estarán citadas para 1 hora, el objetivo es realizar diagnóstico es proporcionar una visión general y un análisis inicial de los componentes clave de la iniciativa empresarial, incluyendo fundadores, modelo de negocio, gestión comercial, tecnología y otros aspectos. A través de preguntas y discusiones, se busca identificar oportunidades de mejora y generar ideas iniciales para optimizar la iniciativa en función de sus componentes fundamentales.				