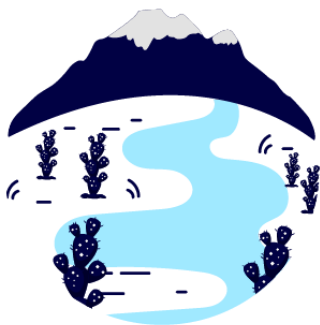




2020

GUÍA DE MENTORES

PROCESO DE ACCELERACIÓN



NEIVALLEY

ANDRÉS CHARRY

contacto@andrescharryrp.com

CONTENIDO

- | | | | |
|----|----------------------------------|----|-------------------------------------|
| 02 | Introducción | 05 | Etapa 1 - Modelo de Negocio |
| 03 | Nuestros Objetivos como Mentores | 08 | Etapa 2 - Desarrollo de la Solución |
| 04 | Metodología | 10 | Etapa 3 - Lanzamiento |
| 05 | Nuestro Proceso de Aceleración | 12 | Calendarización de Mentores |



“El delicado equilibrio de ser mentor de alguien no es crearlos a tu propia imagen, sino darles la oportunidad de crearse a sí mismos”

Steven Spielberg.

INTRODUCCIÓN

El Mentoring es una metodología y práctica destinada a desarrollar el potencial de las personas, basada en la transferencia de conocimientos y en el aprendizaje a través de la experiencia, todo ello dentro de un proceso estructurado en el que se establece una relación personal y de confianza entre un mentor/a que guía, estimula, desafía y alienta a otra según sus necesidades para maximizar el talento.

El mentoring asegura la transmisión, con precisión y eficacia, de todos los conocimientos prácticos y elementos, que forman la estructura organizacional y que son claves e importantes para el emprendedor. Por ello es una metodología que genera la certeza de que los aprendizajes son significativos tanto para los mentores como para los mentees, y que los mismos representarán fielmente los valores de todo el emprendimiento.

mentor y cada mentora son embajadores de la cultura de NeiValley, es quien transmite a través de su experiencia esa cultura a su mentee, quien le introduce en el mundo del emprendedor para facilitar su proceso de adaptación, encaje y desarrollo en la misma.

El Mentoring es un recurso de cambio y mejora para todos aquellos que participan, y especialmente para el propio emprendedor. Es una de las prácticas más potentes para favorecer el aprendizaje y el desarrollo del talento, dos de los recursos competitivos más importantes de cualquier empresa.

LOCALIZA

- Fortalezas
- Conocimientos
- Capacidades

ACTIVA

- Motivación
- Acción

FACILITA

- Desarrollo
- Habilidades

NUESTROS OBJETIVOS COMO MENTORES

- Acelerar el proceso de desarrollo personal y profesional de nuestros emprendedores, liberando todo su potencial para transformarlo en talento.
- Capitalizar el saber acumulado en nuestros emprendedores, favoreciendo la gestión del conocimiento, el aprendizaje organizativo, la innovación, la gestión del cambio y la transmisión y consolidación de la cultura corporativa.
- Fortalecer e incrementar el capital social de los emprendedores y emprendimientos a través de la creación y consolidación de vínculos, relaciones y alianzas entre las personas, convirtiéndolo en un aumento de las oportunidades de negocio y consolidando la marca personal y corporativa.
- Mejorar el clima organizacional.
- Desarrollar líderes para el futuro.
- Favorecer el desarrollo del talento, especialmente de alto potencial.
- Mejorar la gestión de los intangibles: ilusión, motivación, entusiasmo, compromiso, optimismo, esperanza, confianza, resistencia.
- Mejorar el desempeño, aumentar el rendimiento, la productividad y los resultados.
- Fomentar la cultura de la cooperación y colaboración.
- Generar implicación, personas comprometidas con la organización.
- Facilita los procesos de cambio organizacional, haciéndolos más efectivos, duraderos y sostenibles.

METODOLOGÍA

Para el Proceso de Aceleración, contaremos con 10 fases diseñadas específicamente para las necesidades del mercado, la capacidad de los mentores y los tiempos que tenemos para llevar a cabo cada una de las mismas.

Nuestro Proceso de Aceleración consta de 3 etapas de negocio, que a su vez se desarrollan en 10 fases. Cada fase estará compuesta por un mentor. El tiempo aproximado de duración de todo el Proceso de Incubación es de 3 meses, es decir 1 semana por fase. Se escogerán 2 micro-emprendimientos vía convocatoria. Éstas, deberán cumplir con los siguientes requisitos para poder ser parte de la convocatoria:

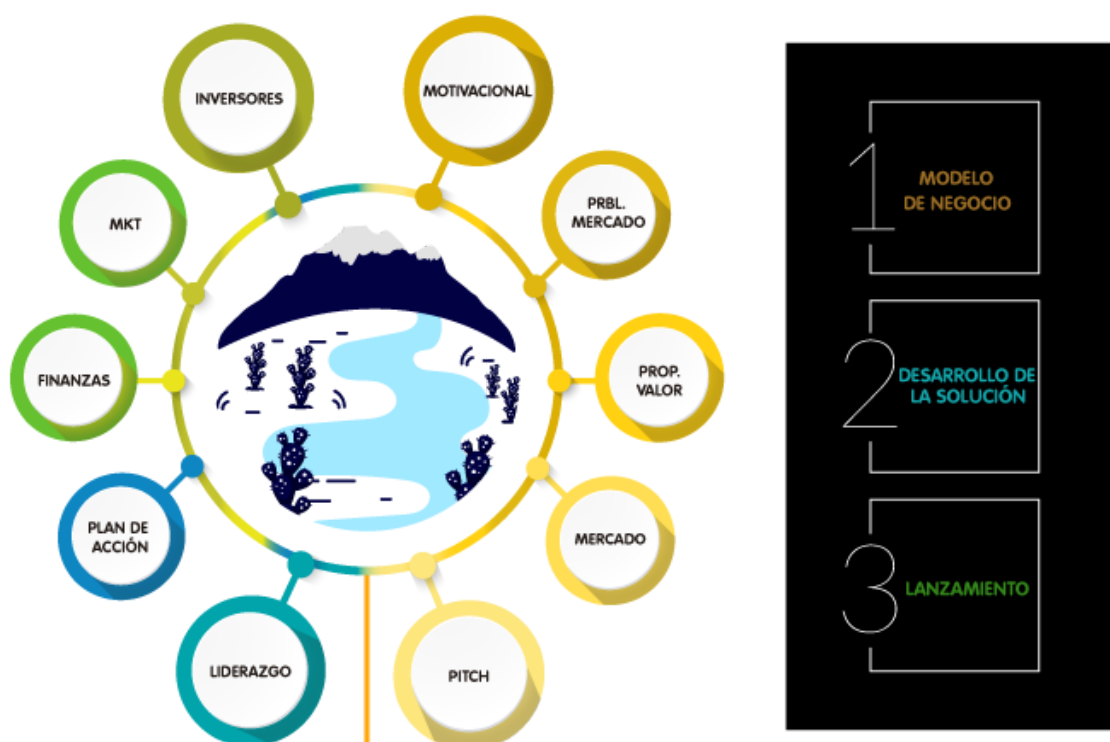
- Ser un emprendimiento Huilense.
- Brindar una solución a la población Huilense.
- Con capacidad para generar empleo.
- Que se haya re-imaginado durante la pandemia.
- Con potencial de crecimiento y escalable.
- Con vocación internacional.
- Emprendedores con dedicación plena en el proyecto. Registro de Cámara de Comercio.
- RUT.

Posterior a este 1er filtro, seleccionaremos a los emprendimientos previo análisis de los siguientes elementos:

- Líder y equipo de trabajo.
- Mercado.
- Negocio.
- Números financieros y contables.
- Legales.

Esto nos dará un panorama más claro para saber las necesidades de cada uno de los emprendimientos, saber con qué mentores se podrían desarrollar de mejor manera, y finalmente, hacer una estimación del capital necesitado.

NUESTRO PROCESO DE ACELERACIÓN



Etapa 1: Modelo de Negocio

En la primera etapa, nos centraremos en la correcta estructuración y reestructuración de los Modelo de Negocios de los emprendimientos. Esta etapa permitirá entender y definir con claridad, tanto a los mentores del Proceso de Aceleración como a los emprendimientos, que se va a ofrecer al mercado, cómo lo va a hacer, a quién se lo va a vender, cómo se lo va a vender y de qué forma va a generar ingresos.

Es una herramienta de análisis que permitirá saber quién es, cómo lo hace, a qué coste, con qué medios y qué fuentes de ingresos va a tener. Definir el modelo de negocio es saber cuál es su ADN, cómo está hecho, cómo se puede modificar, cómo pulir, cómo cambiar, cómo mejorar...

En esta etapa, se desprenden nuestras primeras 5 fases:

- Motivación
- Problema de Mercado
- Propuesta de Valor
- Mercado
- Pitch

Motivación

Saber liderar es una de las funciones principales de todos los CEO's, sin embargo, el liderazgo no debe estar arraigado al puesto, sino a la persona. En esta etapa, buscamos despertar, desarrollar y potenciar el valor de "líder" en todas las personas que forman parte del equipo.

Esta etapa es la más importante de todas, ya que conoceremos a fondo el why de los clasificados, sus motivaciones más fuertes y de esta manera sabremos cómo gestionar las demás partes del proceso. De igual forma, es importante conocer el entorno personal en el cual se desarrolla la persona. Con quién vive, cómo está conformada su estructura familiar, dónde vive, entre otros.

Objetivo: Conocer a fondo las principales motivaciones de la persona en su arista personal y profesional.

Problema de Mercado

Es fundamental conocer cuál es el problema al cual el emprendedor busca generar una solución. En esta fase es importante que tanto el emprendedor como el colaborador entiendan todo el entorno que rodea al problema que llevó a desarrollar su negocio.

En este punto, es fundamental que se desarrolle un PESTEL para tener un panorama más amplio del entorno macroeconómico en el cual se desarrolla la compañía, de igual manera para detectar los factores que están afectando a la empresa hoy y a futuro. También podrán utilizar un FODA, con el objetivo de desarrollar una estrategia de negocio que sea sólida a futuro.

Objetivo: Entender a cabalidad el entorno del problema que llevó a crear esa solución en particular.

Propuesta de Valor

La Propuesta de Valor son esos productos, servicios, beneficios y valores agregados, que brindan una oferta diferente dentro del mercado. Todo valor agregado debe ser percibido no solo por la empresa, sino más importante aún por el cliente. Por tal razón, se debe tener claro cuál es el beneficio percibido por el cliente con el fin de superar sus expectativas.

Para trabajar en la propuesta de valor se debe tener una caracterización del cliente, sus necesidades, motivaciones, descripción del producto y sus características, estándares de servicio, benchmarking, canal o canales de acceso al producto o servicio, sistema de promoción y comunicación y sistema de Postventa.

“La estrategia competitiva consiste en ser diferente. Significa elegir deliberadamente un conjunto diferente de actividades para brindar una mezcla única de valor” Michael Porter.

Objetivo: Definir la Propuesta de Valor del emprendimiento, logrando diferenciarse y posicionarse en el mercado.

Mercado

El mercado es el conjunto de factores que son importantes conocer para participar en él, evitando la pérdida de esfuerzos y recursos. Todo emprendedor debe realizar un estudio que le permita conocer el medio en el que se encontrará inmerso, las amenazas y oportunidades que se puedan presentar, de tal forma que se logre el cumplimiento de las metas y propósitos del emprendimiento.

En esta fase se estudiará el tamaño del mercado, tanto actual como potencial, teniendo en cuenta el Quién, Qué, Cuando, Donde, Cuanto y Por qué, para así definir el Mercado Meta. Igualmente, el contexto donde se hará la inmersión teniendo en cuenta economía, tendencias, normatividades, competencia, aliados e instituciones que puedan afectar el modelo de negocio.

Objetivo: Crear una estructura de negocio para enfrentarse al mercado, anticiparse a la evolución del mismo y tomar decisiones certeras.

Pitch

Una gran idea no cuesta nada, pero convertirla en un negocio exitoso no es barato. El éxito de tu emprendimiento está ligado a un excelente pitch, es precisamente eso lo que hará que la exposición de tu idea abra las puertas a alianzas estratégicas para conseguir fondos e inversionistas. Específicamente el pitch es la presentación de tu idea a un posible inversionista o aliado de negocio, para conseguir que invierta o se asocie.

Bulluck, Minnihan y Prabhu, grandes dueños de holding inversionistas afirman que los emprendedores deben entender todos los aspectos de su negocio y estar preparados a recibir críticas. Además, entregan estas 10 claves para hacer un pitch ganador:

1. Entiende a la perfección el mercado en el cual se insertará tu negocio.
2. Ten una estrategia definida (y comprobable) para conseguir nuevos clientes, y una estimación de cuánto costará hacerlo.
3. Ten una excelente idea para retener clientes.
4. Articula por qué necesitas el dinero de los inversionistas.
5. Presenta un plan sólido sobre cómo usarás el dinero.
6. Reúne a un equipo confiable y capacitado, y define cuáles serán los roles de cada uno.
7. Ten un enfoque sólido y específico para el negocio. Recuerda que menos es más.
8. Dirige la reunión como si fuera una conversación.
9. La actitud importa: Sé carismático a la vez que demuestras una fuerte ética de trabajo.
10. Demuestra flexibilidad y apertura al cambio. Construir una startup es un proceso fluido y dinámico.

Objetivo: Crear un pitch que genere atracción tanto conceptual como visualmente que permita “evangelizar” la solución, levantar capital y enfocado a concursos de emprendedores.

Etapas 2: Desarrollo de la Solución

En esta segunda etapa nos centraremos en dos aristas fundamentales para el desarrollo de la solución: la primera, la creación de un work flow capaz de soportar las exigencias del mercado al igual como la oferta y demanda de los consumidores. Es importante que nuestros emprendedores concreten de la mejor manera posible este paso para que su modelo esté preparado para las exigencias del mercado. La segunda arista, es la correcta estructuración del plan que priorice las iniciativas más importantes para cumplir con ciertos objetivos y metas, es decir, una guía que brinde un marco a la hora de adelantar el emprendimiento.

Este desarrollo es fundamental ya que al encontrarse en el medio del proceso, pasa a ser parte de la columna vertebral del emprendimiento. Por esta razón, los colaboradores deben entender e interpretar el panorama empresarial en el cual se desarrolla el emprendimiento, ya que de esa manera estarán más capacitados para crear estructuras de negocio dinámicas y capaces de enfrentar los cambios.

De esta etapa se desprenden 2 fases:

- Liderazgo
- Plan de Acción

Liderazgo

El liderazgo en el emprendimiento es imprescindible porque es lo que define, en gran medida, el correcto rumbo de la misma. Como el capitán del barco es el más importante de toda la tripulación, o el director de orquesta es el más importante de toda la orquesta, el papel del líder es fundamental en la empresa. Un buen líder debe contar con Visión, Empatía, Capacidad de Formar Equipos, Dinamismo, Fortaleza y Capacidad de Cambio.

El liderazgo no es plano, y dependiendo del contexto en donde se desarrolle puede determinar la clase de transformación social de la que es capaz. Tiene, por tanto, una función dentro de la organización, comunidad o sociedad que destaca por su relevancia e influencia.

Objetivo: Identificar el tipo de Liderazgo del emprendedor, y fomentar su desarrollo y crecimiento de cara a los nuevos retos a enfrentar.

Plan de Acción

Al ser la fase previa a la etapa final de Mercado, se inicia una estructuración de estrategias y operaciones a accionar. Teniendo en cuenta lo desarrollado en lo que se lleva en el proceso de Incubación. Planear las acciones futuras a desarrollar teniendo en cuenta recursos, tiempos, formas, objetivos medibles y acciones específicas para cada una de las actividades para el cumplimiento del modelo de negocio.

Para lograr con éxito un Plan de Acción se debe llevar un curso lógico de este, exactitud y claridad en su redacción, conocimiento, comprensión y compromiso de los actores y participación activa y dinámica.

Objetivo: Generar un Plan de Acción acorde a las etapas previas del Proceso de Incubación que sea capaz de responder a los retos previstos y enfocado a la optimización del capital.

Etapa 3: Lanzamiento

Finalmente, en esta tercera etapa nos centraremos en el estudio de mercado para conocer el contexto en el que se desarrollará el modelo de negocio. Esta etapa es fundamental para lograr el éxito. Al conocer productos o servicios similares, entender la población, la economía, la oferta y demanda, permitirá al emprendedor usar las estrategias adecuadas para su inmersión en el mercado. ¿Está creciendo o disminuyendo el mercado? ¿Están entrando productos nuevos al mercado? ¿Cómo afecta la tecnología a mi mercado?

De igual manera, una educación financiera es importante para que el emprendimiento tenga una correcta planificación financiera, conciencia de ahorro, las posibles fuentes de financiamiento, el manejo de créditos y demás elementos de la materia. El análisis financiero es parte integral en la planeación estratégica de un proyecto, ya que la empresa debe estar preparada cuando llegue capital inversor.

Por otro lado, el marketing es vital no solo para el éxito de una empresa, sino también para su existencia. Sin ella, la empresa no podría sobrevivir. En otras palabras: sin marketing no podríamos conocer al consumidor y, por consiguiente, lo que quiere o busca. El marketing es la conexión entre el consumidor y la empresa, a través de él sabemos qué, cómo, cuándo y dónde demanda el producto y/o servicio.

Por lo tanto, de esta etapa se desprenden 3 fases:

- Finanzas
- MKT
- Inversión

Finanzas

En esta fase se definirá el precio del producto o servicio del modelo de negocio utilizando el método de fijación de precio más adecuado. Deberá estar basado en los costos, en la capacidad económica del comprador y en la competencia.

De igual forma, educar al emprendedor en temas financieros para prepararlo en la toma de decisiones a la cual se enfrentará, dejando a un lado la intuición y posibles evaluaciones y proyecciones erróneas. Con esto, el emprendedor será capaz de comprender cómo funciona la economía y el mecanismo contable que tendrá su modelo de negocio. A su vez, dar a conocer al emprendedor las diferentes herramientas digitales que son de gran utilidad en temas financieros.

El conocimiento de las finanzas permitirá un mejor rendimiento del negocio. Permitirá al emprendedor entender la economía, tener una nueva perspectiva de su empresa, enriquecer su capacidad de negociación y conseguir un mayor manejo del ROI.

Objetivo: Preparar la estructura financiera del modelo de negocio para que haya una correcta utilización de los recursos.

MKT

Según American Marketing Association, el Marketing es “la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general”. Es por esto la importancia de buscar las mejores estrategias de promoción, comunicación y posicionamiento para lograr un verdadero impacto y alcance. Igualmente existe la necesidad de establecer canales eficaces que permitan conformar un vínculo bidireccional adecuado donde actualmente las redes sociales toman un lugar importante.

Por lo tanto, se debe entender el mercado y las necesidades y deseos de los clientes, diseñar una estrategia de MKT impulsada por el cliente, elaborar un programa de marketing integrado que proporciona un valor superior, establecer relaciones rentables y finalmente captar valor de los clientes.

Objetivo: Estructurar los canales y estrategias de promoción y comunicación que ofrezcan un valor único y vanguardista basado en la personalización.

CALENDARIZACIÓN DE MENTORES

AGOSTO				
Lunes 3 a Viernes 7				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Socialización de la Guía de Mentores, Solución de Dudas e Inscripción de Mentores				Charla IG Live con el Mentor de la Etapa de Propuesta de Valor
Lunes 10 a Viernes 14				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Socialización de la Guía de Mentores, Solución de Dudas e Inscripción de Mentores				Charla IG Live con el Mentor de la Etapa de Plan de Acción
Lunes 17 a Viernes 21				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Socialización de la Guía de Mentores, Solución de Dudas e Inscripción de Mentores			Cierre Inscripción Mentores	Charla IG Live con el Mentor de la Etapa de Finanzas

SEPTIEMBRE				
Miércoles 2 – Viernes 4				
Miércoles	Jueves		Viernes	
Presentación a Mentores de los Emprendimientos Ganadores				
Lunes 7 – Viernes 11				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Preparación de Plan de Trabajo con los Emprendimientos Ganadores				
Lunes 14 – Viernes 18				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Charla general del Mentor de Motivación para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Motivación para Emprendimientos Ganadores			
Lunes 21 – Viernes 25				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Charla general del Mentor de Problema de Mercado para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Problema de Mercado para Emprendimientos Ganadores			
Lunes 28 – Miércoles 30				
Lunes	Martes		Miércoles	
Charla general del Mentor de Propuesta de Valor para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Propuesta de Valor para Emprendimientos Ganadores			

OCTUBRE				
Jueves 1 – Viernes 2				
Jueves			Viernes	
Etapa de Propuesta de Valor para Emprendimientos Ganadores				
Lunes 5 – Viernes 9				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Charla general del Mentor de Mercado para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Mercado para Emprendimientos Ganadores			
Martes 13 – Viernes 16				
Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	
Charla general del Mentor de Pitch para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Pitch para Emprendimientos Ganadores			
Lunes 19 – Viernes 23				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Charla general del Mentor de Liderazgo para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Liderazgo para Emprendimientos Ganadores			
Lunes 26 – Viernes 30				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Charla general del Mentor de Plan de Acción para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de Plan de Acción para Emprendimientos Ganadores			

NOVIEMBRE				
Martes 3 – Viernes 6				
Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	
Charla general del Mentor de Finanzas para los	Etapa de Finanzas para Emprendimientos Ganadores			
Emprendimientos Inscritos				
Lunes 9 – Viernes 13				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Charla general del Mentor de MKT para los Emprendimientos Inscritos	Etapa de MKT para Emprendimientos Ganadores			
Lunes 23				
GRADUACIÓN				

Formulario de Postulación

<https://bit.ly/mentoresnv>