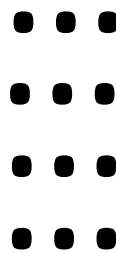
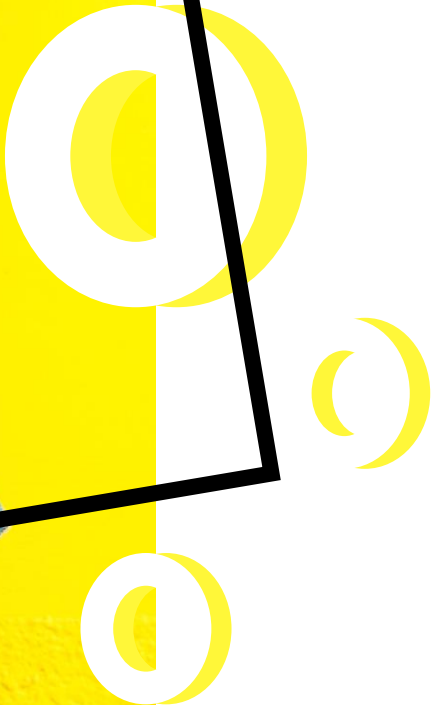




**GO**  **HOBBY**

STARTUP *Pitch Deck*

OCTUBRE-9-2023  
[www.GoHobby.co](http://www.GoHobby.co)

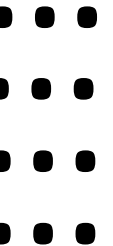




# TEMAS *Pitch*

A continuación, relacionamos los puntos a revisar en el Pitch:

- I. Generalidades: Objetivos, Misión, Visión.
- II. Problemática.
- III. Innovación.
- IV. Equipo.
- V. Potencial del Mercado.
- VI. Finanzas.
- VII. Diapositiva sorpresa
- VIII. Como lo hacemos.
- IX. Estrategias de Negocio

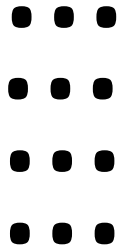




# I. Generalidades

## Misión

Ofrecer experiencias que contribuyan al bienestar de las personas a través del acceso a diversas formas de *entretenimiento y ocio de los aliados*, combatiendo el estrés y contribuyendo a su bienestar físico y mental.

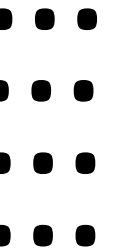


## Objetivo

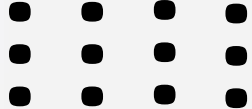
**GOHOBBY** tiene como objetivo fomentar el entretenimiento y el ocio saludable como una dimensión importante de la vida humana, proporciona acceso fácil y personalizado a diferentes opciones de entretenimiento y actividades por medio de una red de aliados integral.

## Visión

Ser la plataforma de entretenimiento de aliados líder de experiencias de entretenimiento a nivel global, con la oferta de *experiencias mas amplias* para los diferentes públicos.







## II. Problemática

Enfrentamos la falta **GOHOBBY.CO** aborda la problemática del aburrimiento, la monotonía y la subestimación del entretenimiento en la salud mental y física. Ofrecemos experiencias fácilmente accesibles que redefinen el ocio y proporcionan entretenimiento significativo

### *Aburrimiento*



En el mundo digital, la transformación tecnológica representa un desafío para muchas comunidades, generando desigualdades y excluyendo a voces menos escuchadas. **EN GOHOBBY.CO** abordamos este problema democratizando el acceso a oportunidades. No solo centralizamos el entretenimiento, sino que construimos puentes hacia la inclusión digital

### *Desigualdad Digital*



# III. Innovación



## MARKEPLACE.

### INNOVACIÓN INCREMENTAL CON IA

Su modelo escalable tiene como objetivo comenzar con servicios de terceros y evolucionar hacia la creación de un sistema completo de recomendaciones que centralice la creación de planes de entretenimiento y pasatiempos de las personas en una plataforma todo en uno.

## MARKEPLACE.

### INNOVACIÓN INCREMENTAL

Nuestro modelo escalable busca iniciar con servicios de terceros a llevarnos a la creación de "My hobby list" lista de entretenimiento con múltiples beneficios.

## EVENTOS.

### ALTO IMPACTO

Complementamos nuestra innovación con la creamos de eventos de gran audiencia Anual, gracias a nuestro conocimiento en el sector ofrecemos experiencias únicas.

## BIENESTAR.

### INTEGRAL

Gohobby se preocupa por la salud mental y física de sus usuarios; por lo tanto, hemos desarrollado un enfoque de actividades de entretenimiento basado en las dimensiones del ser. Hemos iniciado esto creando la primera "PRUEBA DE ENTRETENIMIENTO"

## EXPERIENCIAS.

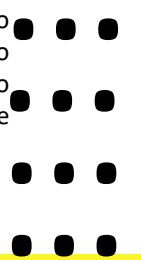
### 360

Nuestro objetivo es crear experiencias únicas para los aficionados a través de un modelo de oferta de servicios que comienza digitalmente y puede complementarse en persona. Además, promovemos modelos de oferta bajo la metodología King C - el modelo Bait and Hook (Señuelo y Gancho).

## INTELIGENCIA.

### DE NEGOCIOS

Identificamos las necesidades de entretenimiento en el mercado digital y las traducimos en ofertas de servicios de pasatiempos, dando prioridad a las necesidades identificadas. Evaluamos continuamente la experiencia del usuario y recopilamos comentarios de nuestra comunidad. Este proceso iterativo fortalece y perfecciona nuestro modelo de negocio, asegurando que siga siendo receptivo a las demandas en constante evolución.





# IV. Equipo

## RONALD A.

CHIEF EXECUTIVE OFFICER

Estudiante MBA, Profesional en Ingeniería Industrial con certificación en procesos de mejora y experiencia. (14 años de BPO y CX.)

## YESID H.

CHIEF TECHNOLOGY OFFICER

Estudiante de Maestría en Ciencia de Datos. Desarrollador Web Full Stack y Data Professional (+2 años de experiencia)

## DIEGO C

CHIEF FINANCIAL OFFICER

Contador Público con 7 años de experiencia en gestión administrativa y financiera, procesos contables, tramitación interinstitucional, asesorías e implementación de mejoras.

## ANDREA C.

CHIEF OPERATING SUPPORT

Profesional en Ingeniería Industrial con especialización el PMO (10 años de Experiencia en proyectos)

## ALEJANDRA O.

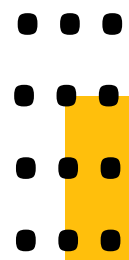
CHIEF OPERATING PEOPLE

Profesional en Administración de empresas con MBA en Talento Humano (15 años de Experiencia en CX)

## YULIAN C.

CHIEF PRODUCT OFFICER

- Profesional en Recreación
- 12 años de experiencia social.





# V. Mercado Potencial



Según un informe de la **Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE)**, el comercio electrónico en Colombia creció un 21% en 2020 en comparación con el año anterior, alcanzando un valor de 32,5 billones de pesos colombianos (unos 9.000 millones de dólares). Además, el número de transacciones en línea en Colombia creció un **38%**, ocupando actividades al aire libre el tercer lugar, entradas para eventos el 8 vo lugar y 14 la música.



<b>51,156 M</b> HABITANTES	BOG 7,9 M CUN 3,5 M ANT 6,9 M ATL 2,8 M VAL 4,6 M
<b>33,311 M</b> HABITANTES	BOG 15,3% CUN 6,9% ANT 13,4% ATL 5,4% VAL 8,9%
<b>26,341 M</b> HABITANTES	BOG 3,3 M CUN 1,4 M ANT 2,9 M ATL 1,1 M VAL 1,9 M
<b>2,190 M</b> HABITANTES	BOG 0,33 M CUN 0,1 M ANT 0,29 M ATL 0,1 M VAL 0,19 M

Figura 28. Proporción de personas de 18 años o más que compraron a través de internet por tipo de productos (bienes o servicios) Total Nacional 2021



Fuente: informe Camara de Comercio Electrónica Colombia 2022





# VI. Finanzas

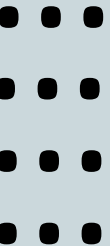


A continuación relacionamos el presupuesto para generar operaciones por un año en Gohobby.co:

TIPO	VALOR	PARTICIPACIÓN
HADWARE Y PERIFERICO	\$ 12.553.645	0,9%
SOFTWARE	\$ 106.387.315	7,8%
ADMINISTRATIVO	\$ 96.160.000	7,0%
TALENTO HUMANO	\$ 969.852.401	70,7%
MECADEO DIGITAL	\$ 83.045.733	6,1%
FORMACIÓN	\$ 26.000.000	1,9%
GESTIÓN	\$ 39.000.000	2,8%
BIENESTAR	\$ 39.000.000	2,8%
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$ 1.371.999.094</b>	<b>100%</b>

AÑO	FLUJOS DE EFECTIVO ANUAL		
	PAGOS	INGRESOS	FLUJOS
0			-\$ 1.400.000.000
1	\$ 1.265.710.336	\$ 1.773.913.363	\$ 508.203.027
2	\$ 1.392.281.369	\$ 1.951.304.699	\$ 559.023.330
3	\$ 1.531.509.506	\$ 2.146.435.169	\$ 614.925.663
4	\$ 1.684.660.457	\$ 2.361.078.686	\$ 676.418.229
5	\$ 1.853.126.502	\$ 2.597.186.554	\$ 744.060.052
6	\$ 2.038.439.153	\$ 2.856.905.210	\$ 818.466.057
7	\$ 2.242.283.068	\$ 3.142.595.731	\$ 900.312.663
8	\$ 2.466.511.375	\$ 3.456.855.304	\$ 990.343.929
9	\$ 2.713.162.512	\$ 3.802.540.834	\$ 1.089.378.322
10	\$ 2.984.478.763	\$ 4.182.794.918	\$ 1.198.316.154

Parametros	
<b>Flujos Constantes</b>	\$ 714.320.195
<b>Retorno en Años</b>	2
<b>Beneficio Esperado Mes</b>	\$ 300.000.000
<b>Beneficio Esperado Total</b>	\$ 3.000.000.000
<b>TIR</b>	39%
<b>Tasa</b>	5%
<b>VAN (fórmula VNA)</b>	\$ 3.909.707.731



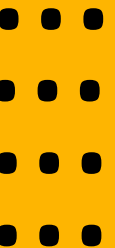


# VII. Diapositiva Sorpresa



*Apoyando nuestros procesos sociales y culturales*

*(Click en la imagen)*



# VIII. Como lo hacemos



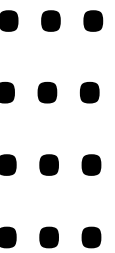
*Experiencias*



*Conectamos*



*Apasionados*





# IX. Estrategias de Negocio



## Marketplace

1. MARKEPLACE SERVICIOS
2. FREEMIUM
3. MARKEPLACE DE PRODUCTOS
4. DROPSHIPPING
5. SUSCRIPCIONES
6. PUBLICIDAD



## Bienestar

1. OFRECIMIENTO DE PLANES DE BIENESTAR PARA LOS EMPLEADOS A NIVEL ORGANIZACIONAL.



## Eventos

1. ALTO IMPACTO.
2. CATEGORIAS.



## Hits

1. ACOMPAÑAMIENTO OPERATIVO NUEVAS UNIDADES DE NEGOCIO.

# GO HOBBY



3156648498



EXPERIENCIA@GOHOBBY.CO



WWW.GOHOBBY.CO



GoHobby\_col



GoHobby / Comunidad: Gohobby  
Colombia: ¿Qué quieres hacer hoy?



GoHobby\_col



GoHobby-oz4ho

# GRACIAS