

**PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS**

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

INDICADORES - KPIS				
Indicaciones:				
La toma de estos indicadores deben ser medidos en las semanas iniciadas. Estos indicadores son acumulativos, es decir entre semana y semana se van sumando, con el objetivo de medir al final la tasa de crecimiento de cada KPIS.				
KPIs TRANSVERSALES	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
	Nuevos Clientes	Unidades		
	Nuevos Usuarios	Unidades		
	Nuevas Ventas por producto o servicio			
	Nuevos Empleos directos	Unidades		
	Nuevos Empleos indirectos			
	Nuevas Cotizaciones	Unidades		
	Interes de compra	Unidades		
	Nuevas Alianzas realizadas	Unidades		