

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL		HelpyHub			MENTOR SENIOR		Juan Carlos Loaza B		
FASE DE ACOMPAÑAMIENTO				II- DINAMICA DE CAMBIO					
ÁREAS	Estrategia ¿Qué?	Acciones ¿Responden al Como?	Responsable	Tiempo (Semana a semana) ¿Responde al cuando?	METRICA FOCUS (Indicador que impacta)	METAS ¿Cuantificable y medible en el tiempo?	RESULTADOS DE ACOMPAÑAMIENTO	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
FUNDADORES (EQUIPO DE TRABAJO)	Crear un equipo de trabajo robusto con personas que aporten habilidades para lograr el objetivo de la aplicación.	Buscar y reclutar talento humano especializado para lograr un equipo de trabajo sólido y fuerte y comprometido con la visión de HelpyHub	JOSE MANUEL PINEDA	octubre 30	% porcentaje del equipo estructurado	Contar con un equipo estructurado	Se deja definido el equipo base con el que se puede iniciar la operación	Ya tienen el equipo estructurado y trabajando. Falta conseguir una persona que se encargue de lo operativo en el área de mercado.	100 %
MODELO DE NEGOCIOS	Establecer el modelo de negocios base para la operación de HelpyHub	Redactar el modelo de negocios y establecer la guía de gobierno corporativo de HelpyHub. Desarrollo de un Canvas para el modelo de negocio	JOSE MANUEL PINEDA - Mentor	Final del proceso de acompañamiento	% desarrollo de modelo Canvas	Contar con el Canvas estructurado	El modelo de negocio está listo y ajustado	Ya se estructuró el modelo de negocio con un Canvas. El paso siguiente es avanzar en los nuevos modelos de monetización que ha venido descubriendo el asesor	100 %
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	Establecer una estrategia comercial para la adquisición de clientes, prestadores de servicios y usuarios en la aplicación. Desarrollo del plan comercial.	Desarrollo del plan comercial con el asesor comercial. Establecer el plan de trabajo en base al modelo de negocios, gestionando una estrategia	JOSE MANUEL PINEDA NATALI ESCUDERO. Mentor y asesor comercial	Final del proceso de acompañamiento	% de desarrollo del plan comercial y la estrategia comercial	Contar con un plan comercial estructurado	Se cuenta con un plan comercial desarrollado en compañía del asesor comercial y el mentor	Se ha venido trabajando con el asesor comercial en varias actividades comerciales. Pitch, contactos comerciales, consecución de clientes, entre otros. Falta comenzar el plano comercial	100 %
DISEÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Establecer el branding, imagen corporativa y diseños de la aplicación	Establecer y diseñar el branding, brandbook y diseños de la aplicación basándose en principios de arquitectura escalable y usando conceptos de diseño UHUX, con el fin de lograr un diseño fácil de usar y con mucha recordación de la marca en los usuarios, acorde a las tendencias actuales	JOSE MANUEL PINEDA DOUGLAS VARGAS - Asesor de Branding y mentor	octubre 30	% de desarrollo del branding y del manual de marca	Contar con un branding definido, interfaces de usuario y manual de marca	El branding está definido y se espera contar con el manual de marca	Tienen un gran avance en la marca que está 100 % aprobada. A parti de la marca se han diseñado las interfaces gráficas y tienen un Figma con todas las funcionalidades. Cuentan con manual de marca completo	70 %
MARKETING Y COMUNICACIONES	Desarrollo del plan de marketing y comunicación. Dar a conocer la aplicación por medio de campañas de marketing dirigidas a prestadores de servicios y usuarios de la aplicación	Desarrollo del plan de marketing y comunicaciones en compañía del asesor temático. Establecer una estrategia de marketing para dar a conocer la aplicación, apoyados en redes sociales y el voz a voz para adquirir usuarios y prestadores de servicios	JOSE MANUEL PINEDA NATALI ESCUDERO. Asesor de marketing y mentor	Final del proceso de acompañamiento	% de desarrollo del plan de marketing y comunicaciones	Finalizar plan de marketing y comunicaciones	El pan de marketing y comunicaciones queda entregado y finalizado	Hay redes sociales y se han hecho publicaciones. Tienen Instagram y página web. No hay un plan de marketing finalizado.	100 %
MARKETING Y COMUNICACIONES	Comunicar a las personas la existencia de la aplicación como herramienta para la búsqueda de servicios y clientes a través de la plataforma.	Comunicar por medio de la estrategia de marketing, siguiendo los lineamientos del modelo de negocio, y a su vez comunicando a los posibles nuevos usuarios y prestadores de servicios la existencia y el uso de la aplicación para que llegue a la mayor cantidad de personas	NATALI ESCUDERO REGINA PICON. Asesor de marketing digital y mentor	Final del proceso de acompañamiento	Cantidad de acciones de marketing realizadas	Han estado participando en diferentes eventos y actividades para hacer presencia de marca. También están subiendo contenido a las redes sociales.	Se han desarrollado algunas actividades de promoción en Instagram. También presencia en algunas ferias como Acopi y eventos universitarios	Hay redes sociales y se han hecho publicaciones. Tienen Instagram y página web. No hay un plan de marketing com. tal. Se requiere planificar la estrategia general y las acciones a realizar.	80 %
TECNOLOGÍA	Desarrollar el código del PMV con base en los diseños y prototipos	Desarrollar el PMV para lograr las validaciones en el mercado real y poder definir el modelo 1.0 de la aplicación para comenzar la producción y operación de la aplicación	JOSE MANUEL PINEDA DOUGLAS VARGAS, ESTEBAN PACHECO. Audacia y mentor	Final del proceso de acompañamiento	% de desarrollo del PMV	Desarrollo del PMV para validación con clientes reales	Audacia hace entrega del PMV. Se inicia etapa de pruebas	Hay un prototipo funcional que sirve de base para la presentación del alcance de la aplicación a Audacia. Audacia ya está trabajando en el PMV.	100 %
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Establecer un plan financiero y realizar unas proyecciones financieras para la operación y puesta en marcha de la aplicación	Establecer el modelo financiero y de costos para el inicio de la operación así como establecer las proyecciones financieras de la aplicación teniendo como objetivo lograr el financiamiento o entrada de capital inicial o semilla para el inicio de la operación	JOSE MANUEL PINEDA. Asesor financiero y mentor	Final del proceso de acompañamiento	% de desarrollo del plan financiero	Estructuración del plan financiero para la compañía	El plan financiero se consolida y queda entregado	Han avanzado con una primera versión de la estructura de costos. Falta incluir la proyección de ventas en el cuadro del plan financiero	100 %
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCION	Realizar la gestión necesaria para realizar el registro de la propiedad intelectual de la aplicación. Documentos de términos y condiciones, tratamiento de datos y contratos para clientes y proveedores. <i>Mostrar en la operación de la empresa.</i>	Realizar la creación de la empresa y razón social. Establecer la propiedad intelectual de la aplicación, definiendo su estructura legal. Documentos legales de protección de la compañía	JOSE MANUEL PINEDA. Asesor legal y mentor	Final del proceso de acompañamiento	% de constitución de la empresa. % de desarrollo de los documentos de protección legal	Constitución de la empresa. Finalización de los documentos de protección de la empresa	La empresa queda constituida y los documentos de protección empresarial están en desarrollo	Ya tiene el acta de constitución de la empresa y está en el proceso de registrarla en la Cámara de Comercio.	60 %

INDICADORES - KPIS				
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.				
Indicaciones:				
	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	LINEA BASE (semana 14)	Semana 18
KPIs TRANSVERSALES	Nuevos Clientes	Número de nuevos clientes	0	132
	Nuevos Usuarios	Número de nuevos usuarios	0	0
	Nuevas Ventas por producto o servicio	Número de ventas	0	0
	Nuevos Empleos directos	Nuevos empleos creados	5	8
	Nuevos Empleos indirectos	Nuevos empleos creados	0	0
	Nuevas Cotizaciones	Número de cotizaciones	0	0
	Interes de compra	Número de leads	0	0
	Nuevas Alianzas realizadas	Número de alianzas	0	3