

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL		HOPEST			MENTOR SENIOR		Ingrith Rodríguez Gutiérrez		
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 2)	Semana 10
FUNDADORES (EQUIPO DE TRABAJO)	Definir para cada uno de los integrantes los roles y participación	Realización de documentos tales como estatutos o acuerdos necesarios para definir roles y participación	Equipo de emprendedores/mentora/ asesor gobierno corporativo	8 semanas	% avance documento	Un Documento de gobierno corporativo	Quedan unos roles de trabajo definidos para cada uno de los miembros del equipo. No hay un documento de gobierno corporativo elaborado	El equipo no cuenta con documento de gobierno corporativo ni similares	40 %
MODELO DE NEGOCIOS	Definir modelo de negocio. Tener claridad cual será la promesa de valor y el segmento de clientes.	Desarrollar proceso de experimentación con el fin de validar el dolor de clientes, usuarios y dueños de pensiones	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	8 semanas	% avance de modelo de negocio	Un Modelo de negocio	Se ha venido trabajando en la definición del modelo de negocio y queda pendiente definir algunos modelos de monetización adicionales para la empresa	El equipo no cuenta con modelo canvas desarrollado integralmente. Se cuenta con propuesta de valor identificada.	70 %
	Definición de promesa de valor y estrategia de acercamiento a dueños de pensiones	Realizar proceso de experimentación con el fin de profundizar en los dolores y trabajos de los dueños de pensiones, estudiantes (y padres de familia)	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	5 semanas	# de experimentos realizados # de validaciones con dueños de pensión, padres de familia de estudiantes que vivan en pensiones	3 experimentos realizados	La propuesta de valor está bastante avanzada, pero queda pendiente hacer una validación final con el equipo de trabajo y dejarla aprobada por todos.	Se conoce principalmente el problema debido a experiencia del equipo. Desconocimiento de # de pensiones.	70 %
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	Estrategia de venta y adquisición de clientes	Definición de estrategia de adquisición de clientes aplicada tanto para dueños de pensión como para estudiantes/padres de familia	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de estrategia comercial	Estrategia comercial			
DISEÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Revisión de logo y marca integral	Revisar la identidad corporativa desarrollada a la fecha y establecer branding e imagen (Marca, logo, brochure, landing page, u otro elemento visual)	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	8 semanas	% de avance documento de branding			El equipo ingresa con el desarrollo de marca	20 %
MARKETING Y COMUNICACIONES	Definir plan de marketing	Desarrollo de estrategia de marketing digital basado en estrategias de crecimiento organico y resaltando oportunidades de sistemas de referidos	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de desarrollo estrategia de marketing digital	Estrategia de Marketing digital basado en los principales canales		El equipo no cuenta con estrategia de marketing digital	30 %
	Definir de roles para activación de estudiantes y dueños de pensiones.	Definir mecanismos y lenguajes para comunicar con el fin de diferenciar la forma en que se habla con cada uno de los roles (estudiantes, padres de familia, dueños o administradores de pensiones)	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de estrategia de comunicaciones diferenciando entre roles	Estrategia de comunicaciones diseñada		El equipo no cuenta con una estrategia de comunicaciones desarrollada	20 %
	Establecer canales y estrategias de comunicación e interacción con usuarios para promover el coliving	Desarrollar plan de acción para el diseño e integración de estrategia coliving	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	10 semanas	% de interacciones con usuarios a través de redes sociales. Registro de información a través de landing page	Estrategia de Marketing digital basado en los principales canales		Landing page: Ya lo tienen estructurado y funcional. Estrategia de comunicación: 0 - Sin aplicar	50 %
TECNOLOGÍA	Prototipo funcional - desarrollo plataforma tecnológica	Validar con equipo de desarrollo el mockup desarrollado a la fecha y revisar viabilidad para el desarrollo de Plataforma tecnológica	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de avance de plataforma tecnológica	Una plataforma tecnológica desarrollada y apropiada		El equipo cuenta con landing page desarrollada y con estructura de lo que será la plataforma	
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Definir estructura financiera inicial	Definir estructura de costos y estrategia de planificación financiera	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	8 semanas	% de desarrollo de modelo financiero	Modelo financiero		El equipo no cuenta con modelo financiero establecido	45 %
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN	Desarrollo acuerdos comerciales y documentos de tipo legal necesarios para prestar servicios	LEGAL- Revisión de soportes legales necesarios para establecer los acuerdos comerciales y compromisos a través del uso de la plataforma.	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de documentos legales	Desarrollo de documentos necesarios para la prestación de servicios		El equipo no cuenta con documentos legales desarrollados	

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		