

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL		INSPIRA			MENTOR SENIOR		INGRITH RODRÍGUEZ G		
FASE DE ACOMPAÑAMIENTO		II- DINÁMICA 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	LÍNEA BASE (semana 2)	Semana 10
FUNDADORES (EQUIPO DE TRABAJO)	Definir para cada una de las integrantes los roles y tipo de participación	Realización de documentos tales como estatutos o acuerdos necesarios para definir roles y participación	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesor gobierno corporativo	8 semanas	% avance documento	Estructura de la empresa y roles	Se hace revisión con el equipo de roles, perfiles y responsabilidades	10%	75%
MODELO DE NEGOCIOS	Definir modelo de negocio. Establecer relación entre la promesa de valor y relación del segmento de clientes con procesos de conservación hacia el medio ambiente. Promoción de cultura hacia la protección del medio ambiente.	Desarrollar proceso de experimentación con el fin de validar el dolor de clientes y el interés por promover una cultura hacia el cuidado del medio ambiente	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesores	11 semanas	% avance de modelo de negocio	Business Model Canvas	Se identifican las características más relevantes necesarias para el modelo de negocio	20%	70%
NEGOCIO Y GESTIÓN COMERCIAL	Establecer una estrategia comercial para la adquisición de clientes y tipos de relaciones con clientes a través del enfoque de generación de una cultura hacia la protección del medio ambiente.	Definición de estrategia de adquisición de clientes a partir de la construcción de plan comercial	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesores	12 semanas	% de desarrollo del plan comercial	Presentación comercial, embudo de ventas, herramienta comercial e identificación	Identificar los requerimientos necesarios para poder establecer la estrategia comercial	10%	45%
DISEÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Revisar logo e identidad corporativa. Establecer posibilidad de cambios de branding para tener un mayor acercamiento desde otros canales digitales en internet. Se destaca la importancia de establecer mecanismos de comunicación enfocados a promover el compromiso del cuidado del medio ambiente.	Revisar branding desarrollado a la fecha, establecer posibles cambios frente a Marca, logo, brochure, landing page , u otro elemento visual	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesores	10 semanas	% de avance documento de branding y manuales	Contar con un branding y manual de marca	El equipo cuenta con una identidad gráfica sin embargo se sugiere revisar uso de nombre y posibles opciones gráficas funcionales para los productos que ofrecen	20%	40%
MARKETING Y COMUNICACIONES	Definición de plan de marketing. Se destaca la importancia de establecer mecanismos de comunicación enfocados a promover el compromiso del cuidado del medio ambiente.	Desarrollo de estrategia de marketing digital basado en estrategias de crecimiento orgánico. Priorizar desarrollo de estrategias de cultura hacia la protección del medio ambiente y la comunicación enfocada a la transmisión de experiencias y	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de desarrollo estrategia de marketing digital	Estrategia de comunicaciones y Marketing digital basado en los principales canales	El equipo cuenta con canales de reciente apertura, se cuenta con pocas publicaciones por lo cual se establecerán los requerimientos necesarios para la estrategia de marketing digital	10%	50%
TECNOLOGÍA	Prototipo funcional - desarrollo plataforma tecnológica	Validar con equipo de desarrollo el mockup para construcción de prototipo tecnológico	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de avance de prototipo tecnológico	Prototipo tecnológico apropiado	El equipo no cuenta con herramienta tecnológica desarrollada, por lo cual se trabaja en la identificación de los requerimientos necesarios para la construcción de un Marketolace.	0%	20%
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	Identificar la estructura base financiera iniciando por la estructura de costos. Se realiza el cálculo de fabricación y precio de productos.	5%	35%
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN	Desarrollo de documentos de tipo legal necesarios para la venta de productos en caso de ser necesarios.	Revisión de soportes legales necesarios para establecer los acuerdos comerciales especialmente para ventas B2B.	Equipo de emprendedores/mentora/ asesores	12 semanas	% de documentos legales	Desarrollo de documentos necesarios para la venta de productos B2B			