

PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS

NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL		INSPIRA			MENTOR SENIOR		INGRITH RODRIGUEZ G		
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)	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	Documento corporativo en el que se define la estructura de la empresa y funciones	75%	100%
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. Definición de modelo de negocio. 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.	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 ajusta de manera progresiva el modelo de negocio en la medida en que se identifican hallazgos relevantes. Definición del Business Model Canvas de la empresa	85%	100%
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	Definición de plan de marketing. Se establece la importancia de establecer mecanismos de comunicación enfocados a promover el crecimiento del estado del medio ambiente	Definición de estrategia de adquisición de clientes a partir de la construcción de plan comercial	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesores	10 semanas	% de desarrollo del plan comercial	Presentación comercial, embudo de ventas, herramienta comercial e identificación	Participación en una feria comercial donde se logran ventas. Alianza con una fundación para participar en espacios comerciales.	60%	100%
DISERÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Establecer posibilidad de cambios de branding para tener un mayor acercamiento desde otros segmentos de clientes	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	Se realiza ajuste de la identidad corporativa. Se entrega nuevo logo y plantilla de presentación comercial	80%	100%
MARKETING Y COMUNICACIONES	Definición de plan de marketing. Se establece la importancia de establecer mecanismos de comunicación enfocados a promover el crecimiento del estado 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 emprendedoras/mentora/ asesores	12 semanas	% de desarrollo estrategia de marketing digital y comunicaciones	Estrategia de comunicaciones y principales canales	Se realiza la definición y entrega del Plan de Marketing basado en los principales canales identificados. Se entrega parrilla de contenido inicial.	70%	100%
TECNOLOGÍA	Prototipo funcional - desarrollo plataforma tecnológica	Validar con equipo de desarrollo el mockup para construcción de prototipo tecnológico	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesores	12 semanas	% de avance de prototipo tecnológico	un prototipo tecnológico apropiado	Se entrega plataforma tecnológica funcional tipo marketplace	85%	100%
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Definir estructura financiera inicial	Definir estructura de costos y estrategia de planificación financiera	Equipo de emprendedoras/mentora/ asesores	10 semanas	% de desarrollo de modelo financiero	Modelo financiero	Se entrega estructura financiera y formato base necesario para comprender estructura financiera de la iniciativa	75%	100%
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 emprendedoras/mentora/ asesores	12 semanas	% de documentos legales	Desarrollo de documentos necesarios para la venta de productos B2B			

INDICADORES - KPIS				
Indicaciones:		La toma de estos indicadores se deben ser medidores 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	8	9
	Nuevos Usuarios	Unidades		
	Nuevas Ventas por producto o servicio	Ventas	\$400.000	\$425.000
	Nuevos Empleos directos	Unidades	0	1
	Nuevos Empleos indirectos	Unidades	0	1
	Nuevas Cotizaciones	Unidades	0	2
	Interes de compra	Unidades	0	1
Nuevas Alianzas realizadas	Unidades	0	1	