

**PLAN DE TRABAJO Y MÉTRICAS FOCUS**

<b>NOMBRE DE LA INICIATIVA/PROYECTO EMPRESARIAL</b>	<b>Otro vivero de la 43</b>	<b>MENTOR SENIOR</b>	Mauricio Medina Cruz
---	-----------------------------	----------------------	----------------------

FASE DE ACOMPAÑAMIENTO	II- DINAMICA DE CAMBIO							
------------------------	------------------------	--	--	--	--	--	--	--

ÁREAS	Estrategia ¿Cuál?	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)	Samuel Garcia Juan Sebastian Garcia Gustavo Adolfo Garcia Andres Morejon								
MODELO DE NEGOCIOS	¿Ser una empresa ya constituida con tracción de venta en punto físico y una industria traccional como lo es la comercialización de plantas y productos complementarios, se plantea realizar una revisión completa de las diferentes	Se solicita que planteara de forma clara y simple las diferentes verticales que se quieren para el negocio y que alternativas de desarrollo tiene para cada una de ellas con el propósito de identificar con mayor claridad el modelo de negocio integrado	Gustavo Garcia	1 Semana	Venta en pesos	Llevar el negocio a venta de 10 Millones mes	Definición clara del modelo, propuesta oferta ganadora con diferenciales plenamente expuestos y estructuración		
NEGOCIO Y GESTION COMERCIAL	estructura comercial para cada una de las unidades de negocio, estructurar una oferta comercial que incluya una propuesta de valor diferencial, con total entendimiento de mercado y sistema de monetización adecuado y simple	de la mano de la asesoría a cargo, complementando la reestructuración con la asesoría financiera y contable, de tal forma que se puedan realizar propuestas competitivas o experimentos en punto venta físico y virtual que generen información de valor	Equipo	2 Semanas	3 Ofertas	Catálogos y sistema de cotización ordenado y rápido	Se dió gran apoyo en el análisis de sus intereses y proyectos para la construcción de un modelo de negocio ordenado y con diferenciales claros que permitan roles definidos y la ejecución de un plan estratégico congruente		
DISEÑO Y BRANDING TECNOLÓGICO	Refinar de cero la marca con el enfoque adecuado y de forma funcional para los diferentes frentes del negocio, buscando que la diferente exposición fortalezca el reconocimiento y así mismo impulse a su vez el mercado (principalmente digital)	Se presenta el modelo de negocio al asesor de diseño, reparto en branding para que junto al equipo se planteen una nueva propuesta de marca e imagen que permita ser tan versátil como se necesita para abarcar el mercado de las 3 unidades de negocios.	Equipo	3 Semanas					
MARKETING Y COMUNICACIONES	Identificar para cada una de las unidades de negocio el público objetivo y construir un perfil (buyer persona) que sea el punto de partida para determinar los canales y tipo de comunicación que se quiere desarrollar en el discurso comercial, así como el contenido en redes y exposición en medios digitales	El equipo debe presentar información clara y concisa sobre cada uno de los objetivos planteados para desarrollar con cada uno de los públicos objetivo, que debe ser la base de la construcción del tono, mensaje y plan de marketing digital	Samuel Garcia	3 Semanas					
	Estructuración de los CGOs de venta, ofertas comerciales y plan comercial para impulso comercial de unidades de negocio punto de venta físico y lanzamiento de las dos nuevas unidades	Con los diferentes experimentos que el equipo a realizado se justase contenido de valor para la construcción ordenada del plan comercial de la mano del asesor	Equipo	4 Semanas					
TECNOLOGÍA	Se plantea crear un landing page que sirva de toma de pedidos y muy comercial todas la ventajas competitivas que ofrece la empresa así como facilitar la exposición y contacto con los potenciales clientes	Se presenta el modelo de negocio al asesor de diseño, reparto en branding para que junto al equipo se planteen una nueva propuesta de marca e imagen que permita ser tan versátil como se necesita para abarcar el mercado de las 3 unidades de negocios.	Juan Sebastian Garcia	1 Mes y medio	Sistema virtual para captura de leads	Landing page funcional	Se apoyo en la búsqueda de opciones para salir el mercado rápidamente en la unidad de negocio de venta virtual, se plantearon algunas opciones gratuitas para buscar la validación de la oferta		
PLANIFICACIÓN FINANCIERA	Para cada una de las tres unidades de negocios se sugiere realizar un flujo de caja ordenado y proyecciones financieras, así como análisis de costos puros que se evidencia no han sido considerados	Se hace el levantamiento de la información de las unidades vivero tienda física y posible comercialización en línea, queda pendiente recibir información de valor a los diferentes productos y servicios a ofrecer	Andres Morejon	3 Semanas			acompañamiento en la organización de la información financiera, contable de tal forma que los flujos fueren los mas apropiados a la información real y les permitan tener un panorama		
PROPIEDAD INTELECTUAL Y MECANISMOS DE PROTECCIÓN	Verificar la disponibilidad de marca e identificar el proceso para registro de marca y posible revisión de mecanismos para protección de algunos proyectos de innovación	Después de obtener el resultado de la asesoría de branding, se debe iniciar la revisión de la posible marca y viabilidad para registro	Andres Morejon	4 Semanas					