	PLAN ESTRATEGICO DE TRABAJO								
ÁREA CLAVE	ESTRATEGIAS - ACTIVIDADES	OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA Responde al POR QUÉ?	ACCIONES Responde al CÓMO	METAS Responde al QUÉ	INDICADOR (KPI que impacta)	PROGRAMACIÓN Responde al CUÁNDO	RESPONSABL E Responde al	RECURSOS REQUERIDOS	PRESUPUESTO CUÁNTO EN \$
Negocio y Comercial		aumento en las ventas la estrategia se orientará a los Hoteles, Hostales y Retaurantes para generar una relación	1. Crear BD con georeferenciacion de zonas: Mapeo de zonas y mapeo de clientes (9 de noviembre) 2. Crear proceso y flujo para toma de pedido y para despacho (3 de noviembre) 3. Estructurar proceso logistico para las entregas (3 de noviembre) 4. Para aumentar el trafico en el punto de venta se puede hacer volanteo (19 de octubre ya tener la persona que realice el volanteo) 5. Consecucion de persona para volanteo que sea de Gaira y conozca el Sector 6. La administradora del punto de venta se encargara de conseguir la persona para realizar entrevista (12 de octubre) 7. Crear Combos que mejoren la rentabilidad y el precio sea opaco para el cliente (12 de octubre)	Incrementar las ventas del PDV de Gaira en el 50% al finalizar Diciembre. Incrementar en 10 Clientes en el Rodadero institucionales que compren consistente mente mensual y llegar a 80 millones de COP	Ventas Clientes Hosteleria PDV Gaira	1. 9 Noviembre 2. 3 Noviembre 3. 3 Noviembre 4. 19 octubre 5. 19 octubre 6. 12 octubre	Ana Farina Perea	Presupuesto volanteo 30 x dia para dos personas. 1 semana 420 mil pesos Agente Comercial es el mismo para Santa Marta y Gaira con moto propia Telefono institucional: \$400.000	Volanteo: \$420.000 Salario del comercial \$2.000.000 Telefono institucional: \$400.000
Comercial	2. Profundizacion en los clientes institucionales actuales con aumento del tiket promedio incrementando los productos del portafolio en el segmento restaurantes	Entender de manera superior al cliente institucional según su actividad productiva, para poder ofrecerle un portafolio mas grande de productos	1Seleccionar de nuestra BD los clientes prospecto para estudio de su carta de comida (26 de octubre) 2. Escogencia de los productos lacteos especiales para aumentar el portafolio por ejemplo queso gruller, queso burrata. (26 octubre) 3. Estudiar si hay masa critica para la venta de esos productos (26 de octubre) 4. Mapeo de los proveedores de los productos nuevos (2 de noviembre) 5. Hacer costeo y pricing de los productos para que sean rentables (2 de noviembre)	Aumento en las ventas institucionales en los segmentos Reaurantes y Fabrica. Incrementar 3 productos nuevos en el portafolio que sean relevantes para el segmento. Meta \$100.000.000	Ventas Segmento Restaurantes	1. 26 octubre 2. 26 octubre 3. 26 octubre 4. 2 noviembre 5. 2 noviembre	Ana Farina Perea	Visitas Comerciales a cargo de Ana Farina, porque son clientes importantes que necesitan contacto con el dueño (relacionamiento)	Salrio del comercial 2 millones de COP
Comercial	Incremento del Canal tradicional "T&P" tiendas y panaderias en Santa Marta y Gaira para llegar al consumidor final (Hogares)	Aumentar la participacion del mercado de los hogares con ventas en las tiendas y panaderias con productos basicos del portafolio (Queso Costeño, suero, mozzarella)	1. Priorizar productos del portafolio que sean basicos y que se vendan e las tiendas de barrio y con presupuesto de venta (19 octubre) 2. Evaluar presentaciones y precios del producto puesto en la tienda/panaderia 19 de octubre 3. Establecer margenes atractivos para el tendero y panadero 19 d eoctubre 4. Mapeo por zonas 5. Hacer un estudio de los precios del producto en la tienda 19 de octubre 6. Crear incentivos atractivos para los tenderos con precio 7. Crear presupuesto de venta y punto de equilibrio del canal 20 de octubre 8. Contratar un Comercial para el canal T&P que tenga experiencia en la venta en tienda de barrio y debe traer los clientes	Incremento del 30% de ventas en el canal tradicional Aperturando 15 tiendas nuevas y 15 panaderias a Diciembre 2023. Meta: \$100.000.000 canal T&P	Ventas Canal T&P	1. 19 octubre 2. 19 octubre 3. 19 octubre 4. 19 octubre 5. 19 octubre 6. 19 octubre 7.20 octubre 8. 20 octubre	Ana Farina Perea	Contratar 1 agente comercial	Salrio del comercial \$2.000.000 Tiene que tener moto propia Rodamiento: \$250.000 Telefono de la empresa: \$400.000 Dotacion Uniforme: \$150.000
Negocio y	Estrategia de expansión hacia la Guajira (Riohacha, Palomino y Mendihuaca) en el segmento Hosteleria	Crecimiento del segmento Hosteleria en otras regiones diferentes a Santa Marta para ganar participacion de mercado ya que es un mercado atendido solo por un Jugador	1. Hacer un mapeo del mercado y crear el pipeline con los clientes potenciales. 2. Generar estrategia comercial 3. Crear perfil con las respectivas funciones para el cargo de comercial de Zona 4. Consecusion candidatos comercial para la zona 30 de octubre 5. Entrevistas al comercial 6. Capacitacion en el portafolio y tipo de cliente que se quiere aperturar 1 7. Hacer telemercadeo 8. Hacer presupuesto de muestras 9. Generar visita con muestras y portafolio en terreno 10. Crear ruta de entrega y logistica para los pedidos 11. Crear politicas de entrega y devoluciones entrega 1 semana y la spersonas revisen para hacer la devolucion insitu 12. Analizar punto de equilibrio de aperturar Guajira 13. Cotizar la ruta completa 14: Establecer la tabla de comisionista para el comercial	Incrementar el segmento Hosteleria en 5X llegando a ventas mensuales de 50 millones de COP en Diciembre de 2023 en la COP,para el Mercado de la Guajira	Ventas Segmento Hosteleria	1. 20 octubre 2. 20 octubre 3. 20 octubre 4. 20 octubre 5. 23-27 octubre 6. 1 noviembre 7. 1-3 noviembre 8.20 octubre 9. 6 noviembre 10. 6 nociembre 11. 26 octubre 12. 20 octubre 13. 12 octubre 14. 12 octubre	Ana Farina Perea	1 Comercial para la zona Consecucion transporte para la ruta de entrega (transporte con refrigeración)	Basico Comercial 1 SMLV Auxilio de Rodamiento 250.000 Comisiones: SS 40% Salario con Comisiones 3.000.000 Capital de trabajo \$16.070.000 Muestras \$500.000
Comercial	Incrementar margenes a traves del incremento en precios de productos en el canal Institucional	Actualmente el margen promedio de contribucion de los productos es de 12,69% este se considera muy bajo, dado que los distribuidores en la Industria tienen alrededor del 25 y 30% de margen bruto, por lo que se hace necesario mejorar margenes de rentabilidad	1. Revisar rentabilidades de cada uno de los SKU del portafolio 2. Revision de las negociaciones con cada proveedor 3. Establecimiento de politicas y negociaciones de compra con los proveedores 4. Revision de los precios de cada producto tanto en el canal Institucional, como en el canal traducional. 5. Establecer un porcentaje de rentabilidad minimo del 25% 6. Comparacion de precios con el mercado 7. Incrementar el margen de los productos con retabilidades inferiores al promedio y subirlos al 25% 8. Establecer fecha para el aumento de precios	Incrementar los margenes de rentabilidad al 25% Actualmente esta en el 16%	Margen de Contribucion	1.16 octubre 2. 16 octubre 3. 23 octubre 4. 16 octubre 5. 23 octubre 6. 23 octubre 7. 28 octubre 9. 1 noviembre	Ana Farina Perea	BD ventas x productos con su respectivo costo	\$ -