



PROGRAMA DE MENTORÍA
Encino Nexus Group LLC

Módulo	Tema Central	Actividades Clave	Entregable al Cliente
Módulo 1	Diagnóstico y Gap Analysis	Revisión de Datos de Prueba: Análisis detallado de los <i>KPIs</i> (ventas, rotación, feedback) de la prueba de mercado. Entrevista de Contexto: Entender la percepción del cliente sobre por qué falló la prueba. Gap Analysis de Producto: Identificación de las diferencias entre el producto ofrecido y la demanda/regulación en Texas.	Informe de Fallos Críticos (Top 5): Documento que señala las 5 causas principales del bajo desempeño en la prueba de mercado (ej. Precio, <i>Packaging</i>, Logística, Regulación).



Módulo 2	Adecuación de Producto: Legal y Logística	Revisión de Etiquetas (Obligatorio): Análisis minucioso de la etiqueta (información nutricional, alérgenos, origen, idioma) contra las normativas de la FDA/USDA (o sector aplicable). Revisión de Empaque y Embalaje: Evaluación del material, diseño y resistencia del empaque para el consumidor final, y del embalaje para la cadena logística de EE. UU. Análisis de Costos Logísticos: Revisión del Incoterm utilizado y la cadena de suministro para identificar sobrecostos que afectan el precio final.	Plan de Adecuación Técnica (Texas): Lista de verificación de la FDA/USDA/TSBPA (según aplique) con las modificaciones requeridas en etiqueta y empaque, incluyendo cotizaciones preliminares.
---------------------	--	--	---



Módulo 3	Estrategia y Posicionamiento	Análisis de la Competencia (Texas): Identificación de los 3 principales competidores directos y 3 indirectos que afectaron la prueba de mercado. Propuesta de Valor (MVP): Definición de la Propuesta de Valor Mínima Viable (el nicho de mercado más probable). Estrategia de Precio vs. Canal: Revisión del precio final de venta (<i>shelf price</i>) y su impacto en el margen, ajustando el canal de distribución para el relanzamiento.	Matriz de Posicionamiento Competitivo: Documento que define el nuevo nicho, la propuesta de valor diferenciada y el precio de relanzamiento sugerido.
-------------	---------------------------------	--	---



Módulo 4	Roadmap de Relanzamiento	Desarrollo de un Timeline de Madurez: Definir los pasos concretos, plazos y recursos necesarios para completar las adecuaciones del Módulo 2. Búsqueda de Aliados Estratégicos: Conexión con proveedores (diseño de etiquetas, despachantes aduanales, certificadoras) si se requieren. Estrategia de Venta Low-Risk: Reemplazar el paquete de prueba de mercado por una estrategia de venta de bajo riesgo (ej. venta en línea acotada, <i>pop-up store</i>).	Plan de Acción (3 Meses): Documento final con tareas asignadas, fechas límite y recomendaciones específicas para el relanzamiento en Texas o la reorientación a un mercado alternativo.
-----------------	---------------------------------	---	--