.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 22/03/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 22/03/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
22-03-2023 Evaluar el comportamiento y tendencias de consumo del cliente.

Avance:
22-03-2023 La presente asesoría se enfoca en el área de Gestión Estratégica Comercial, donde conjuntamente con la empresaria se realizan las siguientes actividades:

Se realizó el mapa de la empatía con el propósito de identificar el comportamiento y perfil del cliente de la empresa. Allí se evidencio otros tipos de clientes que no se habían tenido en cuenta por lo cual se apoyó en el proceso de segmentación de mercado.
Así mismo, se tocaron aspectos importantes en la estrategia de comercialización tales como diseño de la imagen corporativa y uniformidad de la misma en las distintas pizas publicitarias. Y se identificó la importancia de las redes sociales y el buen manejo. Esta asesoría se dará en otra fecha.

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: 10/07/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 10/07/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
10/07/2023 Asesorar la información contable

Avance:
10/07/2023 El orientador inició la sesión dando una introducción sobre la importancia del libro diario y la organización adecuada de los soportes contables en una empresa. Explicó que estos aspectos son fundamentales para llevar un registro preciso de las transacciones financieras y cumplir con las obligaciones legales y fiscales.
Explicación del libro diario:
Se procedió a explicar en detalle el concepto y la función del libro diario. Se destacó que el libro diario es un registro cronológico de todas las transacciones comerciales que ocurren en la empresa. Cada transacción se registra en orden secuencial y se incluyen los detalles relevantes, como la fecha, la descripción de la transacción, las cuentas afectadas y los montos

involucrados.
Importancia de los soportes contables:
El asesor enfatizó la importancia de contar con soportes contables adecuados y organizados para respaldar las transacciones registradas en el libro diario. Se explicó que los soportes contables pueden incluir facturas, recibos, comprobantes de pago, estados de cuenta bancarios, entre otros. Estos documentos son fundamentales para respaldar las operaciones y verificar la veracidad de los registros contables.
Organización de los soportes contables:
Se brindaron recomendaciones sobre la forma adecuada de organizar los soportes contables. Se destacó la importancia de mantener una clasificación adecuada de los documentos, ya sea por tipo de transacción, fecha o proveedor. Además, se mencionó la importancia de conservar los soportes contables de manera segura y accesible, preferiblemente en formato digital o físico, según corresponda.
Conclusiones:
En conclusión, la asesoría sobre el libro diario y la organización de los soportes contables proporcionada a la empresa Faraónica fue exitosa. Los representantes de la empresa mostraron interés y participaron activamente en la sesión, aclarando sus dudas y comprendiendo la importancia de mantener registros contables adecuados.
Se recomendó a la empresa Faraónica implementar las prácticas y recomendaciones discutidas en la asesoría, con el fin de mejorar su gestión contable y asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y legales.

3 Gestión de la Productividad Operacional

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

4 Gestión de calidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

5 Gestión de la innovación / Desarrollo y sofisticación de producto

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

6 Gestión Financiera y Contable

Fecha Programada: 09/09/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 09/09/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:

09/09/2023 Realizar una base financiera con el fin de evaluar punto de equilibrio e indicadores de gestión

Avance:

09/09/2023 ???????**Objetivo de la Asesoría:** Explicar cómo crear una base financiera sólida que permita a la empresa evaluar su punto de equilibrio y desarrollar indicadores de gestión para tomar decisiones informadas y mejorar su desempeño financiero.

Desarrollo de la Asesoría:

Se explico por qué es fundamental contar con una base financiera sólida, destacando su papel en la toma de decisiones y la gestión eficiente de los recursos.

Elementos de una Base Financiera:

Se explicaron los componentes esenciales de una base financiera, que incluyen estados financieros (estado de resultados, balance general y flujo de efectivo), registros contables y sistemas de información.

Punto de Equilibrio:

Se detalló qué es el punto de equilibrio y cómo se calcula.

Se enfatizó su importancia como herramienta para determinar cuántas unidades o ingresos se necesitan para cubrir los costos totales.

Indicadores de Gestión Financiera:

Se presentaron varios indicadores financieros clave, como el margen de contribución, el margen de utilidad neta, la rotación de activos y la liquidez.

Se explicó cómo calcular y utilizar estos indicadores para evaluar el desempeño financiero.

Registro y Análisis de Datos:

Se discutió la importancia de mantener registros financieros precisos y actualizados.

Se ofrecieron recomendaciones sobre herramientas y software para simplificar el proceso de registro y análisis de datos.

Planificación Financiera:

Se presentó la planificación financiera como una herramienta esencial para establecer metas y estrategias financieras.

Se mostró cómo utilizar la base financiera para crear proyecciones y escenarios.

Ejercicio Práctico:

Se realizó un ejercicio práctico para calcular el punto de equilibrio y algunos indicadores financieros utilizando datos de la empresa.

Conclusiones:

Se destacó la importancia de contar con una base financiera sólida para evaluar el punto de equilibrio y los indicadores de gestión financiera.

Se enfatizó que la toma de decisiones informadas se basa en una comprensión profunda de los datos financieros y en la capacidad de interpretarlos correctamente.

Se alentó a la empresa a implementar estas prácticas en su gestión financiera cotidiana.

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 16/05/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 16/05/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
16/05/2023 Revisión de las herramientas digitales de la empresa y explicación de estrategias encaminadas en el Marketing Digital

Avance:
16/05/2023 La empresaria no asistió a la asesoría que se tenia programada

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: 14/08/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 14/08/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:
14/08/2023 Realizar e implementar los indicadores de gestión del área de transformación digital la empresa. 07/07/2023 Realizar e implementar los indicadores de gestión de la empresa

Avance:
14/08/2023 En la presente asesoria se explican los indicadores de gestión del area de trasnformación digital que puede implementar la empresa.

1. Definir Objetivos Claros: Comienza por comprender los objetivos específicos de la transformación digital en Faraónica Boutique. Pueden ser mejorar la experiencia del cliente en línea, optimizar los procesos internos, aumentar la presencia en redes sociales, etc.

2. Identificar Áreas Clave de Transformación: Dentro del ámbito de la transformación digital, identifica las áreas clave que necesitan ser transformadas. Esto podría incluir la implementación de un sitio web de comercio electrónico, la automatización de procesos internos, la mejora de la presencia en redes sociales, etc.

3. Seleccionar Indicadores Relevantes: Elige indicadores que reflejen el progreso hacia los objetivos de transformación digital. Por ejemplo:

- **Tasa de Conversión en el Sitio Web:** Mide la proporción de visitantes del sitio web que realizan una compra.
- **Tiempo de Carga del Sitio Web:** Evalúa cuánto tiempo lleva cargar completamente el sitio, lo que afecta la experiencia del usuario.
- **Participación en Redes Sociales:** Analiza el crecimiento de seguidores y el nivel de interacción en las redes sociales.
- **Automatización de Procesos:** Mide el porcentaje de procesos internos automatizados, lo que puede mejorar la eficiencia.

4. Definir Metas y Referencias: Establece metas realistas para cada indicador, basadas en los objetivos de transformación digital. También determina valores de referencia que indiquen si el desempeño es positivo, negativo o neutral.

5. Establecer Fuentes de Datos: Identifica cómo se recopilarán los datos necesarios para calcular los indicadores. Esto podría involucrar herramientas de análisis web, sistemas de seguimiento de ventas, plataformas de redes sociales, entre otros.

6. Implementar Herramientas de Seguimiento: Si aún no están en su lugar, implementa las herramientas necesarias para rastrear y recopilar datos de manera precisa. Por ejemplo, instala Google Analytics en el sitio web para realizar un seguimiento detallado.

7. Monitorear y Analizar: Comienza a recopilar datos y monitorea el rendimiento de los indicadores de manera constante. Analiza los resultados para identificar tendencias y patrones.

8. Tomar Acciones Informadas: Si los indicadores muestran áreas de bajo rendimiento, toma medidas informadas para abordar los problemas. Esto podría implicar ajustes en la estrategia, mejoras en el sitio web o cambios en la estrategia de redes sociales.

9. Comunicar Interna y Externamente: Comunica los avances y resultados de la transformación digital tanto dentro de la empresa como a los clientes si es relevante. La transparencia ayuda a crear confianza y compromiso.

10. Evaluar y Ajustar Constantemente: La transformación digital es un proceso continuo. Evalúa regularmente los indicadores, ajusta las estrategias según sea necesario y busca oportunidades para mejorar constantemente.

07/07/2023 En la presente asesoria se dan las pautas para establecer los indicadores de gestón:

1. Definir los Objetivos Estratégicos: Antes de crear indicadores, es crucial comprender los objetivos estratégicos de la empresa. Estos pueden incluir aumentar las ventas, mejorar la satisfacción del cliente, optimizar la gestión de inventario, entre otros.

2. Identificar Áreas Clave: Identifica las áreas clave de la empresa que impactan directamente en los objetivos estratégicos. Estas áreas pueden incluir ventas, marketing, producción, finanzas, atención al cliente, etc.

3. Seleccionar Indicadores Relevantes: Selecciona indicadores que sean relevantes para cada una de las áreas identificadas. Estos indicadores deben ser medibles, cuantificables y tener un impacto directo en los objetivos estratégicos. Por ejemplo, en el área de ventas, podrías medir el número de ventas mensuales, el valor promedio de cada venta, la tasa de conversión de leads a clientes, etc.

4. Definir Metas y Establecer Referencias: Para cada indicador, establece metas específicas y realistas. Además, determina valores de referencia que indicarán si el desempeño es favorable, desfavorable o neutral. Por ejemplo, si el objetivo es aumentar las ventas en un 15% en el próximo trimestre, este sería tu objetivo y la referencia sería el desempeño actual.

5. Establecer Métodos de Recopilación de Datos: Determina cómo se recopilarán los datos necesarios para calcular los indicadores. Puede requerir implementar sistemas de seguimiento, software de análisis, encuestas a clientes, etc.

6. Monitorear y Medir: Comienza a recopilar datos de manera constante y registra el desempeño de los indicadores en un sistema centralizado. Esto permitirá un seguimiento continuo y una comprensión de cómo está funcionando la empresa.

7. Analizar Resultados: Regularmente, analiza los resultados de los indicadores. Compara el desempeño real con las metas establecidas y las referencias. Identifica tendencias, áreas de mejora y éxitos para tomar decisiones informadas.

8. Tomar Acciones Correctivas: Si encuentras desviaciones significativas entre el desempeño real y las metas, toma medidas correctivas. Ajusta tus estrategias y tácticas según sea necesario para mejorar el rendimiento.

9. Comunicar Interna y Externamente: Comunica los resultados de los indicadores tanto dentro de la organización como a los stakeholders relevantes. La transparencia y la comunicación clara son esenciales para el compromiso y la alineación.

10. Iterar y Mejorar: Los indicadores de gestión no son estáticos. Revísalos periódicamente y ajústalos según la evolución de la empresa y sus objetivos estratégicos.

La actividad ¨Realizar e implementar los indicadores de gestión del área de transformación digital la empresa¨se desarrollara en el mes de Agosto

11 Gestión de la propiedad intelectual

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

12 Índice de productividad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

13 Otro

Fecha Programada: 09/06/2023 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 09/06/2023 12:00:00 a. m.

Descripción:

09/06/2023 Explicar la forma de hacer un plan de mercadeo

Avance:

09/06/2023 Desarrollo de la asesoría:
El orientador inició la reunión socializando el programa Mi Pyme se transforma del SENA y se resaltando la importancia de contar con un plan de mercado sólido para el éxito de FARAONICA. Se destacó que un plan de mercado bien diseñado puede ayudar a identificar el público objetivo, establecer estrategias de promoción efectivas y alcanzar los objetivos de ventas.
Análisis del mercado:
Se sugirió realizar un análisis detallado del mercado de productos eróticos para parejas. Esto incluye:
a. Identificación del público objetivo: Definir claramente el segmento de mercado al que se desea dirigir los productos. Esto puede incluir parejas jóvenes, parejas casadas, parejas LGBT, etc.
b. Investigación de la competencia: Analizar a los competidores en el mercado y comprender su propuesta de valor, estrategias de precios, canales de distribución y estrategias de marketing. Esto ayudará a identificar oportunidades y diferenciarse en el mercado.
c. Identificación de tendencias y demanda: Investigar las últimas tendencias en productos eróticos, así como las necesidades y deseos de las parejas en cuanto a experiencias íntimas. Esto permitirá adaptar la oferta de productos de FARAONICA a las demandas del mercado.
Definición de objetivos y estrategias:
Se recomendó establecer objetivos claros y alcanzables para el plan de mercado. Estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado (SMART). Algunos ejemplos de objetivos podrían ser:
a. Aumentar las ventas de productos eróticos para parejas en un 20% en los próximos 6 meses.
b. Expandir la presencia de FARAONICA en nuevas tiendas minoristas o canales en línea.
c. Mejorar el reconocimiento de la marca FARAONICA entre el público objetivo en un 30% en el próximo año.
Estrategias de marketing:
Se sugirieron algunas estrategias de marketing que FARAONICA podría implementar:
a. Desarrollo de una identidad de marca distintiva: Crear una identidad de marca atractiva y única que resuene con el público objetivo. Esto incluye un nombre memorable, un logotipo distintivo y una voz de marca consistente en todos los materiales de marketing.
b. Creación de contenido relevante: Generar contenido educativo y entretenido relacionado con la intimidad de las parejas. Esto puede ser en forma de artículos, videos, blogs o podcasts. El contenido debe ser informativo, útil y atractivo para el público objetivo.
c. Estrategia de redes sociales: Utilizar las redes sociales para promover los productos y crear

una comunidad en línea. Esto incluye compartir contenido relevante, organizar concursos, colaborar con influencers y responder a las consultas y comentarios de los seguidores.
d. Eventos y colaboraciones: Participar en eventos relacionados con la intimidad de las parejas, como ferias, exposiciones o talleres. Además, buscar colaboraciones con influencers o expertos en el tema para promocionar los productos y generar mayor visibilidad.
Presupuesto y seguimiento:
Se recomendó asignar un presupuesto adecuado para las actividades de marketing y establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el éxito del plan de mercado. Estos KPIs pueden incluir el aumento en las ventas, el aumento en el tráfico del sitio web, el número de seguidores en redes sociales y la tasa de conversión.
Ejemplo de plan de mercado:
a. Objetivo: Aumentar las ventas de productos eróticos para parejas en un 15% en los próximos 12 meses.
b. Estrategias:
i. Desarrollar una identidad de marca atractiva y audaz.
ii. Crear contenido educativo y entretenido en el blog y redes sociales.
iii. Organizar eventos y colaboraciones con expertos en el tema.
c. Acciones específicas:
i. Diseñar un nuevo logotipo y actualizar el empaque de los productos.
ii. Publicar al menos dos artículos educativos por mes en el blog.
iii. Organizar un evento temático para parejas en el mes de San Valentín.
d. Presupuesto asignado: $X para el año.
e. Indicadores clave de rendimiento: Aumento del 15% en las ventas, aumento del 20% en el tráfico del sitio web y aumento del 30% en los seguidores de redes sociales.
Compromiso
Participar en el programa Mi Pyme se transforma e implementar el plan de mercadeo

16/04/2023 En la asesoría de hoy se tenía programado desarrollar un plan de mercadeo, sin embargo, la emprendedora no puede asistir a la asesoría. Se reprogramará la asesoría para el próximo 16 de mayo, tal como se tiene estipulado en el cronograma de asesorías de puesta en marcha de fortalecimiento.

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: