.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

2 Gestión de la Productividad Administrativa y laboral

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

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: 19/09/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 19/09/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:
16-09-2025 Planeación Financiera y Elaboración de Presupuestos 07-10-2025 Gestión de Costos y Estructura de Precios 11-11-2025 Análisis e Interpretación de Estados Financieros

Avance:
16-09-2025 Asesoria realizada en el mes de septiembre. 07-10-2025 Asesoria realizada en el mes de Octubre. 11-11-2025 Asesoria realizada en el mes de noviembre.

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 14/04/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 14/04/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:
14-04-2025 Estrategia de Contenidos y Social Media Marketing. 12-05-2025 Estrategia de Inteligencia Artificial y Automatización. 11-06-2025 Estrategia de Omnicanalidad y Experiencia del Cliente Digital. 15-07-2025 Estrategia de eCommerce 13-08-2025Estrategia de Marketing Digital y Publicidad Programática

Avance:
14-04-2025 objetivo: desarrollar una estrategia de contenidos y social media marketing que posicione a la empresa como referente en formación de belleza, genere leads cualificados y fortalezca la comunidad online, incrementando inscripciones y fidelización de alumnos.
Aspectos Desarrollados Durante la Asesoría:
1. Diagnóstico Inicial
- Revisión de canales activos (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube).
- Análisis de tono de comunicación, frecuencia de publicaciones y engagement actual.
- Identificación de audiencias claves: principiantes, técnicos en estética, profesionales independientes.
2. Definición de Públicos y Mensajes Clave
o Segmentación:
- Aficionados: contenidos básicos/tutoriales paso a paso.
- Profesionales: técnicas avanzadas, certificaciones y valor agregado.
o Tono de marca: cercano, didáctico y aspiracional.
3. Pilares de Contenido
- Educativo: mini-tutoriales, tips técnicos, “antes y después”.
- Inspiracional: casos de éxito de alumnos, portafolios de trabajos destacados.
- Promocional: lanzamiento de cursos, promociones y bundles formativos.
- Comunidad: Q&A en vivo, testimonios, retos (challenges) de belleza.
4. Plan de Acción y Calendario Editorial
o Frecuencia recomendada:

- Instagram/Facebook: 4 publicaciones semanales + 3 historias diarias.
- TikTok: 3 vídeos semanales (60s máximo).
- YouTube: 1 vídeo largo mensual (tutorial extendido).

o Formato de calendario: tema, formato (imagen, video, carrusel), copy, hashtags, CTA.

5. Tácticas de Crecimiento y Engagement

o Lives y Workshops Online: sesiones en vivo para resolver dudas y mostrar técnicas en tiempo real.

o Colaboraciones con Influencers Locales: micro-influencers del sector belleza para ampliar alcance.

o User Generated Content (UGC): incentivos para que los alumnos compartan sus prácticas etiquetando la marca.

6. Publicidad Pagada

o Facebook & Instagram Ads: campañas de generación de leads segmentadas por intereses (belleza, estética, emprendimiento), geolocalización y datos demográficos.

o TikTok For Business: anuncios In-Feed y Branded Hashtag Challenges para aumentar visibilidad.

o YouTube Ads: anuncios pre-roll promocionando masterclasses gratuitas.

7. Métricas y KPI's

- Alcance e impresiones por redes.
- Tasa de interacción (likes, comentarios, compartidos).
- Clics en enlace a página de inscripción.
- Número de leads generados y coste por lead.
- Tasa de conversión de leads a alumnos inscritos.

Conclusiones:

Se estableció una hoja de ruta clara para la creación y difusión de contenidos alineados al perfil de la audiencia objetivo, combinando formatos orgánicos con campañas pagadas para maximizar alcance y conversiones. La estrategia propuesta permitirá consolidar la reputación digital, generar un flujo constante de leads y fortalecer la comunidad de alumnos.

Compromisos:

- Implementar el calendario editorial y producir contenidos según los pilares definidos.

- Configurar y lanzar campañas de Ads en Facebook, Instagram y TikTok.
- Monitorear métricas y reportar resultados quincenalmente.

12-05-2025 Asesoria realizada en el mes de mayo.
11-06-2025 Asesoria realizada en el mes de junio.
15-07-2025 Asesoria realizada en el mes de julio.
13-08-2025 Asesoria realizada en el mes de agosto.

9 Gestión de la Sostenibilidad

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

10 Indicadores de Gestión

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

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: Fecha de ejecución:

Descripción:
Otro seguimiento a indicadores propuestos

Avance:

14 Concepto final

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

15 Cierre de asesoría

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance: