.

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: 14/05/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 14/05/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:
12-05-2025 Estrategia de Inteligencia Artificial y Automatización. 14-04-2025 Estrategia de Contenidos y Social Media Marketing. 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:
14/05/2025 La asesoría estaba inicialmente programada para el día 12 de mayo. Sin embargo, debido a un inconveniente presentado por la empresaria, la sesión fue reprogramada y se llevó a cabo el día de hoy 14 de mayo.
OBJETO DE LA SESIÓN: Orientar a la empresa sobre el uso de estrategias y herramientas de inteligencia artificial y automatización para mejorar sus procesos de enseñanza, captación de estudiantes y gestión administrativa.
TEMAS TRATADOS:
Importancia de la IA y automatización en el sector educativo:
Se explicó cómo estas tecnologías pueden facilitar la personalización del aprendizaje, mejorar la comunicación con estudiantes y aumentar la eficiencia operativa.
Se enfatizó que el uso inteligente de herramientas digitales puede ayudar a diferenciarse de

otras academias tradicionales y atraer estudiantes jóvenes acostumbrados a la tecnología.
Estrategias sugeridas:
Automatización del proceso de inscripción y atención al cliente:
Se recomendó el uso de WhatsApp Business con respuestas automáticas para atender consultas frecuentes y canalizar inscripciones.
Se propuso usar formularios de Google o Typeform automatizados para capturar datos de interesados y agendar clases.
Personalización del aprendizaje mediante IA:
Se sugirió incorporar plataformas educativas como Google Classroom, Moodle o Edmodo para organizar materiales, tareas y evaluaciones.
Se explicó cómo herramientas con IA, como ChatGPT, pueden ser usadas por las estudiantes para resolver dudas, practicar redacción o preparar exámenes teóricos.
Creación de contenidos con IA:
Se presentaron herramientas como Canva con IA, RunwayML o Pictory para crear presentaciones, tutoriales o videos promocionales de forma rápida y profesional.
Se explicó el uso de narradores virtuales (text-to-speech) para generar videos educativos con voz, sin necesidad de grabaciones en estudio.
Automatización del seguimiento y fidelización:
Se recomendó implementar correos automáticos (email marketing) usando plataformas como Mailchimp o Brevo (antes Sendinblue), para enviar recordatorios, promociones y certificados.
Se sugirió usar tablas de seguimiento en Google Sheets conectadas con alertas automáticas, para llevar control de pagos, asistencias y progreso de cada estudiante.
Ética y responsabilidad en el uso de IA:
Se hizo énfasis en la importancia de usar la IA como apoyo, no como sustituto de la labor pedagógica.
Se recomendó informar a las estudiantes cuando se estén usando contenidos o herramientas generadas con inteligencia artificial.
ACUERDOS Y COMPROMISOS:
La academia explorará el uso de WhatsApp Business con respuestas automáticas y formularios digitales para organizar su proceso de inscripción.
Se realizará un primer piloto de automatización de seguimiento a estudiantes en un grupo actual.
OBSERVACIONES:
La representante de la academia mostró interés en incorporar gradualmente herramientas digitales, priorizando las más fáciles de usar.
Se identificó una oportunidad para mejorar la producción de contenido promocional usando IA como apoyo creativo.

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: