.

Informe consolidado de seguimiento

1 Gestión Estratégica Comercial

Fecha Programada: 2/07/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 2/07/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:

02-07-2025 Diseño e implementación de un plan comercial 02-06-2025 Estrategias de crecimiento y expansión 08-05-2025 Segmentación de mercado y perfil del cliente ideal 04-04-2025 Plan de acción y medición de indicadores de desempeño (KPI's) 17-03-2025 Diseño y planificación estratégica (objetivos SMART)

Avance:

02/07/2025 La asesoria estaba programada para el 3 de Julio, sin embargo la empresaria se le presento un inconveniente, por lo cual se adelanta la asesoria. Durante la sesión de asesoría se abordó el diseño e implementación de un plan comercial, con el objetivo de fortalecer las capacidades de gestión de mercado de la empresa Lousyd, la cual se dedica al diseño y comercialización de prendas de vestir de dotación para distintos sectores productivos. Este acompañamiento se enmarca en la necesidad de contar con una estructura comercial organizada, orientada a mejorar la prospección de clientes, la conversión de ventas y la fidelización de usuarios.

Se explicó que un plan comercial permite definir de manera clara las metas de ventas, los públicos objetivos, los canales de promoción y los mecanismos de seguimiento que requiere la empresa para crecer de forma sostenible. En ese sentido, se planteó una hoja de ruta que parte del análisis de la oferta actual, identificando los productos más representativos, las capacidades de producción, los sectores a los que se dirige (salud, industria, logística, educación, entre otros) y las características diferenciales que la empresa puede destacar frente a su competencia.

Se trabajó en la segmentación del mercado, con base en criterios como ubicación geográfica, tipo de cliente (empresarial o institucional), tamaño del cliente, frecuencia de compra y nivel de personalización requerido. A partir de esto, se propuso organizar la gestión comercial en tres líneas prioritarias: clientes actuales, clientes potenciales del mismo segmento y nuevos sectores por explorar. Esta organización permite enfocar los esfuerzos de manera estratégica y asignar recursos adecuados para cada tipo de cliente.

En cuanto a la estrategia de ventas, se definieron las acciones que la empresa puede implementar en el corto y mediano plazo, tales como visitas comerciales programadas,

participación en ferias empresariales, fortalecimiento de alianzas institucionales, uso de WhatsApp Business como canal de contacto formal, desarrollo de portafolios digitales y fortalecimiento de su presencia en redes sociales con enfoque corporativo. Se explicó también la importancia de contar con una política de precios coherente, una base de datos estructurada, un sistema de seguimiento a cotizaciones y clientes, y un calendario mensual de actividades comerciales.

Recomendaciones:
Se recomienda que el plan comercial esté articulado al plan financiero y al plan de producción, de manera que exista coherencia entre la demanda proyectada, la capacidad operativa y la rentabilidad esperada. Es importante definir metas mensuales o trimestrales de ventas, establecer indicadores de seguimiento como número de cotizaciones enviadas, tasa de cierre, número de visitas comerciales y porcentaje de recompra. Se sugirió, además, construir una presentación institucional que sirva como herramienta comercial para reuniones, licitaciones o convocatorias, así como mantener actualizado el catálogo de productos con precios, referencias, materiales y tiempos de entrega.

Conclusiones:
El diseño del plan comercial constituye un paso fundamental para el crecimiento sostenido de Lousyd, ya que permite estructurar la estrategia de ventas de forma profesional y proactiva. Su implementación ayudará a consolidar relaciones con clientes actuales, abrir nuevos mercados y aumentar la presencia de marca en sectores estratégicos. Se concluye que, con una gestión comercial disciplinada, un seguimiento adecuado a los indicadores y una propuesta de valor clara y diferenciada, la empresa puede posicionarse de manera sólida en el mercado regional y proyectarse a nivel nacional.

02/06/2025 OBJETIVO DE LA ASESORÍA: Brindar orientación a la empresa LOUSYD sobre estrategias de crecimiento y expansión sostenible en el sector de confección de dotación empresarial, así como herramientas clave para optimizar su operación y posicionamiento en nuevos mercados.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Durante la asesoría se revisó el modelo de negocio actual de LOUSYD, sus líneas de producto, canales de comercialización y su capacidad operativa. A partir de este diagnóstico, se propusieron estrategias y herramientas para escalar el negocio a nivel regional y nacional.

a) Estrategias de crecimiento y expansión

Se presentaron tres líneas estratégicas:

1. **Diversificación de clientes corporativos:**

    - Identificar y segmentar nuevos sectores económicos con alta demanda de dotación (clínicas, restaurantes, seguridad privada, logística).
    - Crear catálogos especializados por sector para personalizar propuestas y facilitar la decisión de compra.
2. **Alianzas estratégicas y licitaciones:**
    - Establecer convenios con entidades públicas o privadas a través de procesos de licitación y contratación directa.
    - Inscripción en plataformas como *SECOP II*, *Colombia Compra Eficiente* o bolsas regionales de empleo para visibilidad ante entidades estatales.
3. **Expansión geográfica por nodos logísticos o franquicias operativas:**
    - Estudiar ciudades cercanas o zonas industriales donde puedan establecer aliados, representantes o microcentros de producción/distribución.
    - Explorar modelos de comercialización tipo franquicia operativa o distribuidores autorizados con estandarización de marca.

b) Herramientas recomendadas

- **CRM Comercial (HubSpot, Zoho o Bitrix):** para hacer seguimiento de clientes corporativos, licitaciones y procesos de cotización.
- **ERP básico o software de producción (como Alegra o Siigo):** para integrar inventario, facturación, compras y órdenes.
- **LinkedIn y pauta B2B:** como canal de posicionamiento en el sector empresarial, atrayendo tomadores de decisión.
- **Diseño de portafolio digital y físico personalizado:** con versiones por industria, destacando experiencia, procesos, certificaciones y casos de éxito.
- **Estrategia de referidos corporativos:** ofrecer beneficios o descuentos por recomendación de nuevos clientes empresariales.

CONCLUSIONES

LOUSYD ha consolidado una operación sólida en el diseño y confección de prendas de dotación, con experiencia comprobada y una propuesta de valor basada en calidad, cumplimiento y personalización. No obstante, su crecimiento depende ahora de la apertura hacia nuevos mercados y sectores, así como de la implementación de herramientas digitales que profesionalicen su gestión comercial y operativa. La empresa está en condiciones de ampliar su alcance si estructura su propuesta para clientes corporativos de mayor escala y optimiza su visibilidad institucional.

RECOMENDACIONES

1. Diseñar un plan de expansión por sectores y regiones prioritarias, empezando por clientes actuales y referencias.

2. Digitalizar el portafolio comercial, alineado con las necesidades específicas de cada industria.
3. Postularse activamente a licitaciones locales, regionales y nacionales.
4. Implementar herramientas digitales que fortalezcan la trazabilidad comercial, la cotización ágil y el seguimiento postventa.
5. Participar en ferias empresariales y ruedas de negocio donde se conecten con compradores institucionales.

.

08-05-2025 **O**BJETO DE LA SESIÓN: brindar orientación sobre la segmentación de mercado y definición del perfil del cliente ideal, con el fin de enfocar las estrategias comerciales de Lousyd y mejorar la efectividad en la captación y fidelización de clientes.

TEMAS TRATADOS:

Segmentación de mercado:

Se explicó que segmentar el mercado consiste en dividir el mercado total en grupos más pequeños y homogéneos, con características similares, para atenderlos de forma más efectiva.

Se presentaron los principales criterios de segmentación:

Geográfica: empresas ubicadas en Ibagué y municipios cercanos.

Demográfica: empresas pequeñas, medianas y grandes con necesidades de dotación periódica.

Por sector económico: construcción, agroindustria, manufactura, logística, salud, etc.

Conductual: empresas que valoran la puntualidad en la entrega, la personalización de prendas y la calidad del servicio postventa.

Definición del cliente ideal (buyer persona):

Se abordó el concepto del cliente ideal como un perfil semi-ficticio que representa al tipo de cliente más valioso para la empresa.

Se propuso construir el perfil del cliente ideal con base en:

Tipo de empresa: pyme del sector construcción o agroindustrial.

Rol del comprador: gerente, jefe de compras o encargado de seguridad industrial.

Necesidades: adquirir dotación funcional, resistente, y con identidad corporativa (logo, colores).

Comportamientos: solicita cotizaciones periódicas, valora el cumplimiento, y busca relaciones comerciales estables.

Aplicación práctica:

Se recomendó a la empresa clasificar su base de datos de clientes actuales para identificar patrones.

Se propuso priorizar los segmentos con mayor frecuencia de compra, márgenes estables y posibilidad de alianzas a largo plazo.

ACUERDOS Y COMPROMISOS:

La empresa realizará un ejercicio interno de segmentación y caracterización de clientes actuales y potenciales.

OBSERVACIONES:

La empresaria mostró disposición para enfocar su estrategia comercial en segmentos específicos con mayor potencial.

Se recomendó evaluar también canales de adquisición (visitas directas, referidos, redes sociales) según el segmento definido.

04-04-2025 Objetivo: brindar acompañamiento técnico y estratégico en la estructuración de un Plan de Acción que permita organizar y optimizar los procesos productivos, comerciales y de control de calidad de LOUSYD, así como definir e implementar Indicadores de Desempeño (KPIs) que faciliten la medición objetiva de resultados, la toma de decisiones basada en datos y el mejoramiento continuo de la gestión empresarial.
Aspectos Desarrollados Durante la Asesoría:
1. Diagnóstico Inicial:
Se realizó una revisión de los procesos operativos, productivos y comerciales, identificando la necesidad de formalizar prácticas que permitan mayor control y trazabilidad en la producción, entregas y satisfacción del cliente.
2. Diseño del Plan de Acción:
Se propuso la siguiente estructura:
Fase Actividad Responsable Fecha Límite
1 Estandarización de procesos de confección Jefe de Producción [Fecha]
2 Actualización de fichas técnicas de productos Diseñador/Producción [Fecha]
3 Mejora de canales de comunicación con clientes Área Comercial [Fecha]
4 Implementación de control de calidad por lote Jefe de Producción [Fecha]
5 Seguimiento postventa y satisfacción cliente Área Comercial [Fecha]

3. Definición de Indicadores de Desempeño (KPIs):
Área KPI Fórmula / Criterio Frecuencia
Producción % de cumplimiento de tiempos de entrega (Órdenes entregadas a tiempo / Órdenes totales) x 100 Mensual
Calidad % de devoluciones por defectos (Número de devoluciones / Total productos entregados) x 100 Mensual
Comercial Tasa de conversión de cotizaciones (Órdenes confirmadas / Cotizaciones emitidas) x 100 Mensual
Satisfacción Cliente Índice de satisfacción postventa Encuesta NPS o escala 1-5 Trimestral
Logística % de entregas sin novedades (Órdenes entregadas sin reclamos / Órdenes totales) x 100 Mensual

4. Recomendaciones de Seguimiento:
- Implementar reuniones mensuales para revisión de KPIs.
- Desarrollar dashboards simples para visualizar la evolución de indicadores.
- Ajustar procesos según resultados obtenidos en cada periodo de medición.
- Fomentar una cultura de mejora continua basada en datos.

Conclusiones:
La asesoría permitió a LOUSYD contar con una guía clara para alinear sus procesos operativos con objetivos estratégicos medibles, facilitando la gestión eficiente de su producción y atención comercial. La implementación del plan de acción y la adopción de KPIs permitirán anticipar fallos, optimizar tiempos y fortalecer la calidad en la entrega final al cliente.
Compromisos:
- Implementar el Plan de Acción en los plazos establecidos.
- Incorporar la medición de los KPIs como parte de la gestión mensual.
- Documentar avances y retroalimentar con resultados en cada ciclo de análisis.

17-03-2025 Objetivo: brindar orientación a la empresa Lousyd en el diseño y planificación estratégica, con un enfoque en la formulación de objetivos bajo la metodología SMART. Esta metodología permitirá establecer metas claras y medibles que contribuyan al crecimiento y consolidación de la empresa en el sector de confección.

En la presente asesoría, se explicó detalladamente la metodología SMART, analizando cómo cada uno de sus elementos puede aplicarse a los objetivos estratégicos de Lousyd. Además, se revisó el contexto actual de la empresa, identificando sus principales fortalezas y oportunidades, lo que permitió definir estrategias alineadas con su misión y visión. También se establecieron indicadores clave de desempeño (KPIs) para monitorear el avance de los objetivos y se propuso un plan de acción para su implementación efectiva.

Como resultado de la sesión, se definieron cinco objetivos estratégicos clave. En primer lugar, se busca incrementar las ventas en un 20% en los próximos seis meses mediante la diversificación de canales de comercialización y la implementación de estrategias de

fidelización de clientes. Adicionalmente, se estableció el objetivo de optimizar la producción en un 15% en un período de cuatro meses, a través de la reducción de tiempos de confección y la optimización en el uso de materiales.

Otro de los objetivos definidos consiste en aumentar la presencia digital en un 30% en cinco meses, mediante la ejecución de estrategias de marketing digital y redes sociales que permitan mejorar la visibilidad de la marca. También se acordó implementar un sistema de control de calidad en los próximos tres meses, con el fin de reducir los errores de producción en un 10% y asegurar productos de mayor estándar. Finalmente, se estableció el objetivo de capacitar al equipo en nuevas técnicas de diseño y producción en un plazo de seis meses, con la intención de mejorar la calidad de los productos y diversificar el portafolio de la empresa.

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos definidos, se asignaron responsabilidades específicas a diferentes miembros del equipo, estableciendo plazos concretos para su ejecución. Entre los compromisos adquiridos se encuentran la definición de estrategias de ventas y fidelización, la optimización de procesos de producción, el desarrollo de estrategias digitales, la implementación del sistema de control de calidad y la organización de capacitaciones para el equipo.

Recomendaciones:

- Implementar un sistema de monitoreo y evaluación periódica de los objetivos estratégicos para asegurar el cumplimiento de las metas establecidas.
- Desarrollar estrategias de comunicación interna que permitan al equipo estar alineado con la visión y metas de la empresa.
- Utilizar herramientas digitales para el seguimiento de indicadores clave de desempeño (KPIs) y la toma de decisiones basada en datos.
- Fortalecer alianzas estratégicas con proveedores y distribuidores para optimizar la cadena de suministro y mejorar la competitividad.
- Evaluar nuevas oportunidades de mercado y expansión para diversificar las fuentes de ingreso y fortalecer el posicionamiento de la marca.

Se concluyó la sesión destacando la importancia de establecer objetivos estratégicos alineados con la visión de crecimiento de Lousyd, asegurando que sean específicos, medibles y alcanzables dentro de los plazos determinados. Como próximo paso, se programó una nueva sesión de seguimiento en el mes de abril para evaluar los avances y realizar ajustes en la estrategia si es necesario.

08-05-2025 La asesoria se realizara en mayo
02-06-2025 La asesoria se realizara en junio

03-07-2025 La asesoria se realizara en julio

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: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

7 Gestión Logística

Fecha Programada: Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 9/09/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 9/09/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:
09-09-2025 Publicidad digital y estrategias de marketing online. 10-08-2025 Evaluación de presencia digital y estrategia en redes sociales 02-10-2025 Diseño de un plan de marketing digital

Avance:
09-09-2025 Objetivo de la sesión: el propósito de la asesoría fue orientar a la empresa en el diseño de una estrategia de publicidad digital y marketing online, con el fin de fortalecer su posicionamiento de marca, incrementar la visibilidad en el mercado y captar nuevos clientes para sus prendas de dotación.

Desarrollo de los temas tratados

Durante la sesión se explicó que el marketing digital representa una herramienta clave para empresas de dotación que buscan diferenciarse en un mercado competitivo. Se resaltó la importancia de trabajar la publicidad digital en plataformas como Facebook, Instagram, Google Ads y LinkedIn, ya que estas permiten llegar de manera segmentada a empresas, instituciones y sectores que demandan uniformes personalizados. Asimismo, se discutió la necesidad de crear piezas publicitarias que resalten la calidad, durabilidad y cumplimiento en tiempos de entrega, atributos que generan confianza en los clientes corporativos.

En cuanto a estrategias de marketing online, se recomendó estructurar un calendario de contenidos para redes sociales que incluya publicaciones sobre experiencias de clientes, casos de éxito y tendencias en dotación empresarial. También se planteó la conveniencia de implementar tácticas de inbound marketing mediante la generación de contenidos digitales que atraigan clientes potenciales, complementadas con campañas de email marketing para fidelizar a los compradores actuales. Otro aspecto abordado fue la importancia de contar con una página web robusta y funcional, que incorpore catálogo actualizado, opción de cotización en línea y canales de atención inmediata.

Finalmente, se trabajó la necesidad de medir resultados a través de indicadores digitales que permitan evaluar el impacto de las campañas, como alcance, interacción, generación de contactos y conversión en ventas. Estos reportes deben revisarse de manera mensual para facilitar la toma de decisiones y el ajuste oportuno de las estrategias.

Recomendaciones

Se sugirió iniciar con campañas piloto en redes sociales para probar la efectividad de los mensajes y la segmentación de clientes, asignando un presupuesto mensual de publicidad digital que se ajuste a los objetivos de la empresa. También se recomendó capacitar al equipo en el manejo de herramientas digitales de bajo costo y fácil implementación, tales como Canva para diseño, Metricool para programación y Mailchimp para email marketing. Adicionalmente, se enfatizó en la conveniencia de incorporar un CRM sencillo que permita centralizar la información de clientes y realizar un seguimiento más eficiente de las oportunidades comerciales.

Conclusiones

La empresa LOUSYD comprendió la relevancia de implementar una estrategia digital estructurada y alineada con sus objetivos de crecimiento. Se acordó avanzar en la elaboración del Plan de Marketing Digital 2025, priorizando la ejecución de campañas en redes sociales y la op

10-08-2025 El objetivo de la asesoría fue orientar a la empresa en el diseño y evaluación de su presencia digital, así como en la construcción de una estrategia efectiva en redes sociales para potenciar su posicionamiento, alcance y conversión de clientes.

Durante la sesión, se explicó que el diseño de presencia digital inicia con la definición clara de la identidad de marca, incluyendo elementos como logo, paleta de colores, tipografía, estilo visual y tono comunicacional, asegurando coherencia en todos los canales digitales. Se resaltó la importancia de contar con una página web funcional y optimizada, así como con perfiles activos y completos en redes sociales relevantes para el público objetivo de la empresa.

En cuanto a la evaluación de la presencia digital, se presentó la metodología para realizar un diagnóstico inicial que incluya análisis de perfiles sociales, revisión de la experiencia de usuario en la página web, coherencia gráfica y de mensajes, interacción con la audiencia y posicionamiento en motores de búsqueda. Se recomendó el uso de herramientas como Google Analytics, Meta Business Suite y aplicaciones de auditoría de redes para medir indicadores clave como alcance, engagement, clics y conversiones.

Respecto a la estrategia en redes sociales, se propuso establecer objetivos específicos (aumentar visibilidad, generar ventas, fidelizar clientes), definir el público objetivo y seleccionar las plataformas más adecuadas para el negocio. Se recomendó crear un calendario de contenidos con publicaciones planificadas, incluyendo formatos variados como imágenes, videos, historias, transmisiones en vivo y publicaciones interactivas. Asimismo, se sugirió integrar campañas de pauta digital segmentada para ampliar el alcance y llegar a audiencias específicas.

Finalmente, se planteó la importancia del seguimiento y ajuste continuo de la estrategia, evaluando resultados mensuales para optimizar las acciones y asegurar el cumplimiento de los objetivos planteados.

Como compromisos, la empresa LOUSYD acordó realizar el diagnóstico completo de su presencia digital en un plazo máximo de 15 días, desarrollar un calendario editorial mensual para redes sociales e iniciar una campaña piloto de pauta digital en los próximos 30 días, con seguimiento de resultados por parte de la orientadora en la siguiente asesoría.

02-10-2025 La asesoria se va arealziar en octubre

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: