Solo lectura: estado de este registro: Completado

Reunión de Seguimiento : Guardado

Tarea · Tarea

Jaider Curielde Luque
Propietario

REGISTRO DE ACTIVIDADES | Relacionados

Cliente / UP *	ZURIELYS MADELEIN	Contacto *	ZURIELYS MADELEIN ALVAREZ LAF
Tipo de contacto *	En la empresa (cara a cara)	Tipo de sesión *	Seguimiento
Canal de atención *	Presencial	Programa *	Emprendimiento
Área de asesoría *	Administración de Empresas	Asesoría para *	Puesta en Marcha OFF
Sociedades BIC *	No	Ayuda adicional *	Asistencia Gerencial
Economía popular *	Yes	Economía campesina *	No

Fecha realización *	16/10/25
	2:00 PM
Tiempo	2 horas
2,00	

Notas

Antecedentes del cliente

Resumen de la sesión de asesoría *

Visité el punto de venta el jueves 16 de octubre de 2025 y confirmé un avance sostenido respecto a la última visita: el local ya opera a capacidad casi plena, con vitrinas terminadas, estanterías por tallas y colores, caja fluida y un probador funcional que agiliza la decisión de compra; el letrero y la iluminación cálida mejoran la visibilidad y el tiempo de permanencia. La apertura en pequeño se convirtió en una inauguración práctica: hubo flujo constante de clientes de la zona, mayor intención de compra en horarios de tarde y validación clara de las líneas con mejor tracción; se confirmó la alta acogida de los conjuntos para pareja y familia, y se ajustó el surtido para cubrir tallas grandes, cerrando pedidos a proveedores con especificaciones más finas por curva de tallas. En producto, las tres líneas —dama, caballero e infantil— quedaron consolidadas con variaciones de tela acordes al clima local y el esquema de "combos" (pijama con pantuflas o antifaz) ya se incorporó a la mesa de ventas elevando el valor por compra sin complejizar la operación; además, se documentaron guías de cuidados y una política de cambios breve que se entrega en empaque y se comparte por chat, lo que disminuyó dudas y retrabajos. En marketing digital, el calendario de publicaciones se cumple con piezas mejor iluminadas, descripciones claras y precios visibles; las historias de "detrás de cámaras" y las encuestas rápidas siguen activas, mientras que una pauta de bajo costo y dos menciones de cuentas locales generaron visitas al local y más mensajes directos; recomiendo formalizar estas alianzas barriales con intercambios puntuales (rifas, cupones y contenidos en coproducción) para sostener el alcance a bajo costo. En gestión de clientes, la base de contactos ya está segmentada por interés (infantil, mujer, hombre), se utilizan respuestas tipo para consultas frecuentes y existe una agenda de seguimiento a quienes preguntaron pero no compraron; el mensaje posventa corto está funcionando y comenzó a activar referidos, por lo que conviene institucionalizar un programa simple "trae a un amigo" con beneficio doble y un registro básico para medir conversiones. En inventarios, la evolución es notoria: cada referencia tiene nombre y color, se etiquetan unidades, se registra entrada y salida en hoja de cálculo y se realiza conteo diario con punto de reorden para lo más vendido; la bodega quedó zonificada con cajas marcadas, lo que acelera reposición y reduce quiebres; recomiendo ahora aplicar una rotación ABC mensual para decidir profundidad de stock por familia y definir mínimos y máximos por talla. En marca, ya hay identidad cerrada con tipografía y colores consistentes en etiquetas, bolsas y tarjetas; el empaque transmite mayor valor percibido y facilita que el cliente recuerde la marca cuando comparte reseñas; sugiero añadir un código QR que lleve a guía de tallas, cambios y catálogo en línea para acortar el camino a recompra. En caja y control financiero, el cierre diario —cuaderno y archivo digital— está permitiendo ver qué modelos dejan mejor margen y en qué franjas horarias se vende más; como siguiente paso, acordamos construir fichas de costo por referencia (materiales, mano de obra, empaque y tiempo de proceso) y fijar un margen bruto objetivo por familia para sustentar ajustes de precio sin improvisación; también se separarán gastos operativos de compras de mercancía y se registrará el método de pago en cada venta para proyectar flujo de caja. En conjunto, el negocio pasó de "montaje y prueba" a "operación con método": con el surtido de tallas grandes ya reforzado, los combos integrados a la propuesta comercial, la base de clientes segmentada y el control diario de inventario y caja, la tienda está lista para escalar de forma ordenada; los riesgos principales —dependencia de pocos proveedores clave y quiebres puntuales en colores de alta salida— se mitigan con un tercer proveedor alterno, un calendario de reposición quincenal y la aplicación disciplinada del análisis ABC.

Información solicitada o áreas de necesidad

Plan de acción