

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: 11/11/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 11/11/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:

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

Avance:

11/11/ 2025 Objetivo de la asesoría: el objetivo de la asesoría fue orientar a la empresa Academia Fórmate en la comprensión, análisis e interpretación de los estados financieros básicos —balance general, estado de resultados y flujo de efectivo— con el fin de fortalecer la toma de decisiones, evaluar el desempeño económico y organizar adecuadamente la información contable de la empresa. Esta guía busca apoyar la sostenibilidad del emprendimiento dedicado a la enseñanza de técnicas de belleza en hogares, especialmente manicure, pedicure, maquillaje y otros servicios formativos.

Desarrollo del tema trabajado: durante la sesión se revisaron los conceptos fundamentales de los estados financieros y su importancia para una empresa de formación en belleza que opera como persona natural. Se explicó la estructura del balance general, identificando los activos, pasivos y patrimonio, y cómo estos elementos reflejan los recursos, obligaciones y el valor real del negocio. También se analizó el estado de resultados, enfocándose en la correcta clasificación de ingresos provenientes de cursos y servicios, así como los costos y gastos operativos propios de la actividad educativa.

La asesoría incluyó la interpretación de indicadores básicos de gestión financiera como liquidez, rentabilidad y endeudamiento, permitiendo a la emprendedora comprender la salud financiera de su negocio y detectar oportunidades de mejora. Se brindaron ejemplos prácticos aplicados a la operación de la Academia Fórmate, como el análisis del comportamiento de la demanda de cursos, control de gastos, proyección de ingresos y seguimiento mensual de la utilidad. Finalmente, se resaltó la importancia de mantener un registro contable organizado para facilitar decisiones estratégicas y cumplir con las obligaciones tributarias.

Recomendaciones: se recomendó a la empresa llevar un control mensual de ingresos y gastos mediante herramientas digitales sencillas como hojas de cálculo o aplicaciones de administración financiera. También se sugirió solicitar a su contador informes periódicos que permitan evaluar tendencias y anticipar necesidades de capital. Se aconsejó revisar la estructura de costos de los cursos para asegurar una rentabilidad adecuada, así como definir precios basados en análisis financiero y no solo en competencia. Adicionalmente, se recomendó clasificar correctamente los gastos (materiales, transporte, publicidad, servicios) para obtener una lectura precisa del desempeño económico.

Conclusiones: la asesoría permitió que la Academia Fórmate comprendiera la importancia de interpretar los estados financieros como herramienta clave para el fortalecimiento de su actividad económica. Con una adecuada lectura de los indicadores y un registro contable organizado, la empresa podrá mejorar su planeación financiera, optimizar recursos y tomar decisiones informadas que impulsen su crecimiento. La implementación de las recomendaciones contribuirá a la sostenibilidad del negocio, permitiendo una visión clara de su rentabilidad y capacidad de expansión.

07-10-2025 Se llevó a cabo una sesión de asesoría enfocada en la gestión de costos y la estructuración de precios de venta.

Durante la jornada, se explicó a la empresaria la importancia de implementar un sistema de gestión de costos eficiente, que permita identificar y controlar los gastos directos e indirectos asociados a cada servicio ofrecido por la academia. Se abordaron conceptos clave como los costos fijos (arriendo, servicios públicos, sueldos administrativos), costos variables (materiales, insumos, productos de belleza y comisiones) y el margen de rentabilidad, destacando la necesidad de llevar un registro detallado que facilite la toma de decisiones financieras acertadas.

Asimismo, se profundizó en la estructura de precios, resaltando la importancia de establecer tarifas que cubran los costos totales, aseguren la rentabilidad y mantengan la competitividad en el mercado local. Se propuso el uso de herramientas prácticas como hojas de cálculo o software contables básicos que permitan calcular de manera precisa el costo por servicio y determinar el punto de equilibrio. También se enfatizó la necesidad de considerar el valor percibido por el cliente, la calidad del servicio y la diferenciación frente a la competencia al momento de definir los precios.

Se recomendó mantener actualizada la información contable y realizar revisiones periódicas de los precios de venta conforme a las variaciones de los costos de insumos y materiales. Además, se sugirió implementar estrategias de promoción y paquetes de servicios que permitan mejorar la rentabilidad sin afectar la percepción de valor del cliente.

Como conclusión, se resaltó que una gestión de costos adecuada y una estructura de precios bien definida son elementos fundamentales para la sostenibilidad y el fortalecimiento financiero de Academia Fórmate, permitiéndole proyectarse como una institución sólida, competitiva y en crecimiento dentro del sector de la belleza y la formación estética.

16-09-2025 El objetivo de la sesión fue orientar a la empresa en la importancia de la planeación estratégica y en la correcta elaboración de presupuestos, como herramientas fundamentales para fortalecer su gestión académica, administrativa y financiera.

Durante el desarrollo de la jornada se explicó que la planeación estratégica permite a la empresa proyectarse a mediano y largo plazo, estableciendo objetivos claros, metas alcanzables y acciones concretas que faciliten el crecimiento sostenido de la Academia. Se resaltó que este proceso no se limita únicamente a la definición de la misión, visión y valores institucionales, sino que implica la identificación del entorno, el análisis de fortalezas y debilidades internas, y la construcción de estrategias que permitan consolidar la propuesta de valor frente a estudiantes y aliados del sector de la belleza. Asimismo, se hizo énfasis en que contar con un plan estratégico bien estructurado brinda dirección, optimiza la toma de decisiones y facilita el seguimiento del desempeño organizacional.

En cuanto a la elaboración de presupuestos, se explicó que esta herramienta es esencial para garantizar un uso eficiente de los recursos y planificar de manera adecuada los ingresos y egresos de la empresa. Se destacó la importancia de proyectar los ingresos derivados de matrículas, cursos y capacitaciones, y de contrastarlos con los costos fijos y variables asociados a la operación, como salarios de instructores, insumos, equipos, material didáctico y gastos administrativos. Se recomendó que el presupuesto se construya de forma anual, con revisiones periódicas que permitan hacer ajustes de acuerdo con los resultados reales y las nuevas necesidades que surjan en el mercado.

Como recomendaciones, se sugirió a la Academia Fórmate iniciar la elaboración de un plan estratégico institucional para los próximos tres años, estableciendo objetivos relacionados con el aumento del número de estudiantes, la diversificación de la oferta académica y la consolidación de alianzas con entidades del sector. Igualmente, se aconsejó crear un presupuesto maestro que incluya proyecciones de ingresos, costos y gastos, además de implementar un sistema de control que facilite el seguimiento mensual a la ejecución presupuestal.

En conclusión, la sesión permitió a la Academia Fórmate comprender que tanto la planeación estratégica como la elaboración de presupuestos son herramientas complementarias que fortalecen la sostenibilidad y competitividad de la institución. La aplicación de estas metodologías permitirá orientar mejor los recursos, anticiparse a cambios del entorno y consolidar un crecimiento ordenado que contribuya al posicionamiento de la academia en el sector de la enseñanza en servicios de belleza.

07-10-2025 Asesoría realizada en el mes de Octubre. 11-11-2025 Asesoría realizada en el mes de noviembre.

Fecha Programada:

Fecha de ejecución:

Descripción:

Avance:

8 Gestión de la transformación digital

Fecha Programada: 13/08/2025 12:00:00 a. m. Fecha de ejecución: 13/08/2025 12:00:00 a. m.

Descripción:

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

Avance:

13-08--2025 el objetivo de la asesoría fue brindar orientación sobre el diseño e implementación de una estrategia de marketing digital y publicidad programática, con el fin de incrementar el posicionamiento de la marca, captar nuevos estudiantes para los programas de formación en belleza y optimizar la inversión publicitaria a través de medios digitales.

Durante la sesión, se presentó un plan integral que incluyó el diagnóstico de la presencia actual de FORMATE en entornos digitales, identificando oportunidades de mejora en la frecuencia de publicaciones, la calidad del contenido y el alcance orgánico. Se definió como público objetivo a mujeres y hombres entre 16 y 40 años, residentes en Ibagué y municipios cercanos, interesados en adquirir conocimientos en maquillaje, manicure, pedicure y demás técnicas estéticas.

En cuanto a marketing digital, se recomendó la creación de un calendario editorial con publicaciones semanales en redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok y YouTube; la producción de contenido de valor como tutoriales, demostraciones en vivo, testimonios de estudiantes y tips de belleza; la optimización de perfiles digitales con imágenes profesionales e información clara; así como el fortalecimiento del posicionamiento SEO local y la actualización de Google My Business para mejorar la visibilidad en búsquedas relacionadas.

En relación con la publicidad programática, se explicó que esta consiste en la compra automatizada de espacios publicitarios digitales mediante algoritmos y datos, lo que permite segmentar y personalizar los anuncios a audiencias específicas. Se resaltaron beneficios como la optimización de la inversión, el mayor alcance, la posibilidad de realizar remarketing y la medición precisa de resultados. Se propuso implementar campañas en Google Display Network, Facebook Ads y YouTube Ads, segmentadas por ubicación, intereses y comportamiento de navegación. Asimismo, se sugirió realizar una campaña piloto de 30 días

con presupuesto moderado, evaluando métricas como CTR, CPL y tasa de conversión para ajustar la estrategia.

Como compromisos, la empresa FORMATE se comprometió a elaborar en un plazo máximo de 15 días un plan de marketing digital mensual, así como a implementar una campaña piloto de publicidad programática segmentada geográficamente antes de 30 días. La orientadora realizará seguimiento a los avances y métricas obtenidas para optimizar las acciones en la próxima asesoría.

11-06-2025 **OBJETIVO DE LA ASESORÍA** Brindar orientación a la Academia Fórmate sobre el diseño e implementación de una estrategia de omnicanalidad enfocada en fortalecer la experiencia del cliente digital, con el fin de mejorar la captación, fidelización y seguimiento de sus estudiantes actuales y potenciales.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

Durante la asesoría se abordaron las diferencias entre multicanalidad y omnicanalidad, destacando la necesidad de integrar los canales digitales de la academia para ofrecer una experiencia fluida, coherente y personalizada en cada punto de contacto con el usuario.

a) **Diagnóstico inicial**

Se identificó que la Academia tiene presencia en redes sociales (Instagram, WhatsApp y Facebook), pero los canales operan de forma independiente, lo que puede generar pérdida de información, respuestas poco coordinadas y una experiencia fragmentada para el usuario.

b) **Diseño de una estrategia de omnicanalidad**

Se planteó estructurar una estrategia de omnicanalidad basada en los siguientes pasos:

1. **Centralización de la información del cliente:**

- Usar una herramienta como **CRM básico** (ej. HubSpot gratuito, Notion, Zoho CRM) para registrar datos de contacto, historial de consultas, cursos de interés y seguimiento.
- Todos los canales (WhatsApp, Instagram, correo electrónico, página web) deben alimentar esta base de datos para evitar duplicidad y ofrecer una atención continua.

2. **Unificación de canales de atención:**

- Implementar un sistema de **respuestas automatizadas en WhatsApp Business**, que permita segmentar las consultas (matrículas, pagos, horarios, información general).

- Configurar enlaces inteligentes entre redes sociales y WhatsApp (ej. botones en publicaciones e historias) para dirigir al usuario según su necesidad.

3. **Experiencia del cliente digital fluida y coherente:**

- Diseñar un **recorrido del usuario** desde que descubre la academia en redes sociales hasta su inscripción y permanencia en el curso.
- Usar herramientas como **Linktree** o una **landing page propia** para unificar todos los accesos: catálogo de cursos, formulario de inscripción, medios de pago, testimonios, etc.

4. **Personalización y fidelización:**

- Enviar mensajes personalizados según la etapa del cliente (interesada, inscrita, egresada).
- Crear una comunidad activa en redes con transmisiones, retos, encuestas, testimonios y promociones exclusivas para estudiantes.

CONCLUSIONES: La omnicanalidad representa una oportunidad clave para que la Academia Fórmate mejore la experiencia de sus clientas en el entorno digital, ofreciendo atención ágil, personalizada y sin fricciones, independientemente del canal que utilicen. La implementación de herramientas tecnológicas y la integración de procesos permitirá una comunicación más eficiente, mayor conversión de interesadas en alumnas, y una fidelización a largo plazo basada en la confianza y el acompañamiento constante.

RECOMENDACIONES

1. Implementar un CRM sencillo que permita visualizar la trazabilidad de cada estudiante y su estado en el embudo comercial.
2. Unificar canales digitales con automatizaciones básicas (respuestas rápidas, formularios, links integrados).
3. Crear una página o sección de acceso único para centralizar todos los servicios y enlaces de la academia.
4. Capacitar al equipo en atención omnicanal y seguimiento proactivo al cliente.
5. Evaluar indicadores de experiencia (tiempo de respuesta, satisfacción, tasa de conversión) para realizar ajustes periódicos.

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 Asesoría realizada en el mes de mayo.

11-06-2025 Asesoría realizada en el mes de junio.

15-07-2025 Asesoría realizada en el mes de julio.

13-08-2025 Asesoría 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: