Inicio
Recientes
Anclado
Mi trabajo
Actividades
Acelerador de ventas
Paneles
Clientes
Clientes
Contactos
Informes
Servicios
Cliente Potencial
Oportunidad
Documentación y material adjunto
Resultados
Documentación de v...
Actividades de clientes
Orientaciones y entr...
Ventas

Reunión de Seguimiento OFF : Guardado

Tarea · Tarea

Jaider Curielde Luque
Propietario

REGISTRO DE ACTIVIDADES | Relacionados

Asistencia de formulario

Datos de asesoría

Cliente / UP *	Barber Shop Doiber	Contacto *	Doiver Jose Moscote Garc
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
		Ayuda adicional *	Asistencia Gerencial
Sociedades BIC *	No	Economía campesina *	No
Economía popular *	Yes		

Fecha realización *	13/11/25	
	2:30 PM	
Tiempo	2 horas	
	2,00	

Notas

Antecedentes del cliente

Resumen de la sesión de asesoría *

Visita de seguimiento número 3 a la barbería de Doiber Moscote García, en el marco del programa de creación de empresa OFF del SENA. La visita se realizó el jueves 13 de noviembre de 2025, en horario de 2:30 p.m. a 4:30 p.m., en el local ubicado en el centro de Riohacha, La Guajira. El propósito fue revisar cómo han madurado las acciones implementadas desde la visita del 17 de octubre, especialmente en organización operativa, manejo financiero, uso de herramientas digitales y preparación para la ampliación del equipo de trabajo.

Durante la observación directa se confirmó que la barbería mantiene un flujo constante de usuarios, con picos marcados en horas de tarde y fin de semana. El ayudante continúa con funciones definidas por franja horaria (recepción, limpieza rápida entre servicios, apoyo logístico), lo que contribuye a que el puesto principal se mantenga ocupado en un alto porcentaje del tiempo sin desorden en la sala de espera. Los tiempos de espera siguen controlados con apoyo de la agenda por WhatsApp Business y mensajes de confirmación, y varios clientes ya se han acostumbrado a escribir antes de ir, lo que reduce la congestión espontánea en horas pico.

En el frente financiero, Doiber sostiene la separación de las finanzas del negocio frente a las personales. La cuenta bancaria empresarial está activa y el cierre diario se ha vuelto un hábito: se cuentan los ingresos, se registran las ventas por método de pago y se consolida la información de cada semana en la hoja de cálculo. Esto le ha permitido identificar qué servicios aportan más al margen y cuáles, aunque se venden mucho, dejan poca utilidad si se combinan con descuentos. A partir de estos registros, Doiber hizo ajustes menores en las tarifas de algunos servicios que estaban quedando muy justos, explicando al cliente el valor agregado en términos de tiempo, técnica y bioseguridad, sin afectar la percepción de buen servicio.

Sobre el punto de venta digital, la migración hacia una aplicación sencilla de punto de venta está en proceso. Doiber ya probó dos opciones y, durante la visita, se revisó una app que está usando en paralelo al registro manual. Allí comenzó a cargar los servicios, precios y medios de pago, y ya obtiene reportes básicos de ticket promedio y número de servicios por día. Aún no ha configurado por completo la ocupación por franja horaria ni la rentabilidad por servicio, pero el cambio de mentalidad es claro: entiende que estos datos le servirán para justificar, en el corto plazo, la contratación parcial de un segundo barbero en fines de semana, siempre que la tendencia de demanda se mantenga.

En marketing, se nota más disciplina en la presencia digital. Las publicaciones de “antes y después” se realizan con mayor regularidad, la lista de servicios con tarifas se ha actualizado y la ubicación del negocio aparece clara en las descripciones. La promoción de media semana (corte + perfilado de barba) se consolidó como una oferta estable que eleva el valor del ticket sin recurrir a descuentos excesivos. La ficha en Google Maps ya acumula más reseñas, varias de ellas con comentarios positivos sobre puntualidad, limpieza y trato. Doiber ha empezado a responder esos comentarios, lo que refuerza la imagen de cercanía y cuidado por el cliente. A nivel de pauta, se hicieron pruebas de anuncios geolocalizados en radios cercanos al centro, principalmente en horarios valle, con resultados modestos pero concretos en términos de mensajes recibidos y nuevos clientes.

En el área de servicio y experiencia del cliente, el protocolo de bioseguridad y limpieza entre cortes se ha mantenido: cambio de cuchillas, desinfección de herramientas, organización del puesto y del área de espera. El tablero con el menú de servicios y medios de pago sigue visible y en uso, lo que reduce malentendidos sobre precios y forma de pago. Varios clientes nuevos comentaron que llegaron referidos por otros o porque vieron el local ordenado y el listado de servicios desde la calle, lo cual indica que la presentación visual también está aportando a la captación.

En gestión comercial, el plan de fidelización “la 6ª al 50%” ya muestra resultados: durante la revisión de los registros se comprobó que varios clientes están cerca de completar su ciclo, y algunos ya han disfrutado del beneficio, reforzando su lealtad con el negocio. El esquema de referidos sigue vigente,