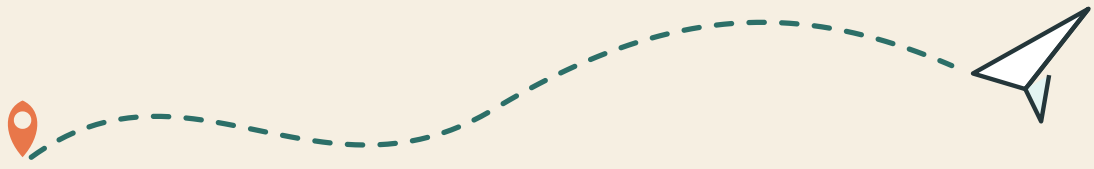
CONSULTORÍA DE EMPRENDIMIENTOS

ENFOQUE360°

GUÍA DESCARGABLE GRATUITA

Guía 360: 6 áreas que revisar en tu negocio

Lo que tu negocio te está diciendo (y cómo escucharlo)



Por Francisca Droguett Herrera
Ingeniera Comercial · Enfoque 360

Finanzas · Costos y precios · Procesos · Equipo · Clientes · Ventas

ANTES DE EMPEZAR

Hola, soy Francisca

Soy Ingeniera Comercial. Llevo 10 años trabajando en administración y 8 acompañando a emprendimientos que ya venden y quieren que su negocio rinda más.

En todo este tiempo he visto que los negocios casi nunca se frenan por falta de ganas o de talento. Se frenan porque hay cosas que nadie está mirando: un precio que no cubre lo que debería, un proceso que se traba, un cliente que no vuelve y no sabemos por qué.

Esta guía es para que tú misma o tú mismo puedas mirar esas cosas. No necesitas saber de finanzas ni tener un software especial. Solo necesitas una hora, tus números de los últimos tres meses y ganas de ser honesta o honesto con lo que encuentres.

UN REGALO PARA TI

Toma esta guía como un regalo. Después de años trabajando con emprendimientos, reuní aquí lo que más me ha servido mirar en cada negocio. Es para ti, que con mucho esfuerzo sigues tomando, todos los días, la decisión de ser dueña o dueño de tu negocio.

Francisca Droguett Herrera

En qué te va a servir esta guía

Una foto real de tu negocio
Cuánto vendes, cuánto te queda de verdad y dónde se te está yendo la plata o el tiempo.

El margen de lo que más vendes
Calculado con tus propios números, producto por producto.

De dónde vienen tus ventas
Qué canales funcionan y qué clientes te sostienen.

Seis acciones concretas
Una por área, para aplicar esta misma semana.

Tu mapa 360
Un resumen que te muestra en qué área está lo que más frena tus resultados, para que sepas por dónde empezar.

No es una guía para leer y guardar: es para llenarla.

Recorre las 6 áreas que reviso en cada negocio

ÁREA 1
Finanzas y rentabilidad

ÁREA 2
Costos, precios y margen

ÁREA 3
Producción y procesos

ÁREA 4
Equipo y organización

ÁREA 5
Clientes y comunicación

ÁREA 6
Ventas y crecimiento

Cada área tiene dos páginas: una para **entender** y otra para **revisar tu negocio**. En ellas vas a encontrar:

01
Entender el área
Por qué es tan importante, un concepto clave explicado en simple, cómo mirarla como dueña o dueño y los errores más frecuentes.

02
Qué revisar
Las preguntas clave y un ejercicio corto para hacer con tus propios datos.

03
Aplícalo esta semana
Una acción concreta que puedes hacer de inmediato.

04
Señales de alerta
Cinco frases. Marca las que sean ciertas en tu negocio hoy.

Al final, en **Tu mapa 360**, juntas tus alertas y ves dónde está lo que más te está frenando.

TEN A MANO

Tus ventas y gastos de los últimos 3 meses (aunque sea aproximado), tu lista de productos o servicios con sus precios y tus últimos 10 clientes. Imprime la guía o llénala en tu tablet.

1 Finanzas y rentabilidad

Por qué es tan importante

Los números son la forma en que tu negocio te habla. Cuando no los miras, el negocio sigue hablando igual, pero te enteras tarde: cuando no alcanza para pagarle a un proveedor, cuando llega un impuesto que no esperabas o cuando, después de un año de mucho trabajo, sientes que no avanzaste.

Mirar tus finanzas no es llevar una contabilidad perfecta. Es saber, con claridad, tres cosas: cuánto entra, cuánto sale y cuánto queda para ti y para el negocio. Con eso ya puedes tomar decisiones con fundamento, en vez de por intuición o por miedo.

UN CONCEPTO CLAVE

Ganancia no es lo mismo que plata en la cuenta

Puedes tener un mes con ganancia y aun así quedarte sin plata, por ejemplo si compraste mucho stock o si tus clientes te pagan después. Y al revés: tener plata en la cuenta no significa que el negocio esté ganando. La ganancia te dice si el negocio es rentable; el flujo de caja te dice si puedes pagar lo que viene. Necesitas mirar las dos.

Cómo mirarlo como dueña o dueño

1

Separa primero, analiza después

Mientras la plata del negocio y la tuya estén mezcladas, cualquier número que saques va a estar distorsionado.

2

Mira meses completos, no días

Un día bueno o malo no dice nada. Tres meses seguidos ya muestran una tendencia.

3

Distingue lo fijo de lo excepcional

Pregúntate qué gastos se repiten todos los meses. Eso te dice cuánto necesitas vender, como mínimo, para cubrirlos.

4

Ponte en la lista de gastos

Si tu sueldo no aparece, la ganancia que ves es engañosa: una parte es tu trabajo no pagado.

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Mirar solo las ventas y pensar que, si suben, todo va bien.
- ✕ Usar la plata de la caja para gastos personales “mientras tanto”.
- ✕ Revisar los números solo cuando aparece un problema.

ÁREA 1 DE 6 · MANOS A LA OBRA

1 Finanzas y rentabilidad

Qué revisar

- ¿Cuánto vendiste y cuánto gastaste en cada uno de los últimos 3 meses?
- ¿La plata del negocio y la tuya están separadas?
- ¿Te pagas un sueldo, o sacas plata cuando hay?
- ¿Tienes un colchón para cubrir un mes malo?

Ejercicio: Lo que realmente quedó Completa con tus últimos 3 meses.

Mes	Ventas	Gastos totales	Lo que quedó	¿Te pagaste sueldo?
Mes 1				
Mes 2				
Mes 3				

Si te costó llenar la tabla, ese es el primer hallazgo: hoy no tienes una foto clara de tus números.

APLÍCALO ESTA SEMANA

Separa las cuentas: abre una cuenta solo para el negocio o, como mínimo, anota cada ingreso y gasto en una planilla simple. Y define un monto fijo como sueldo para ti, aunque sea pequeño. Tu trabajo también es un costo.

SEÑALES DE ALERTA

Marca las que sean ciertas hoy

- [ ] No sé cuánto gané el mes pasado (no cuánto vendí: cuánto gané).
- [ ] Uso la misma cuenta para los gastos personales y los del negocio.
- [ ] No me pago un sueldo fijo; saco plata cuando hay.
- [ ] Si tengo un mes malo, no tengo con qué cubrir los gastos fijos.
- [ ] Me han sorprendido impuestos o pagos que no tenía considerados.

Alertas marcadas en esta área: ____ / 5

ÁREA 2 DE 6 · ENTENDER EL ÁREA

2 Costos, precios y margen

Por qué es tan importante

El precio es una de las decisiones más importantes de tu negocio y muchas veces la que se toma con menos información. Se copia a la competencia, se fija en “lo que la gente está dispuesta a pagar” o se mantiene igual durante años por miedo a perder clientes.

El problema es que el precio decide cuánto ganas en cada venta. Si está mal calculado, vender más no lo soluciona: solo multiplica el problema. Conocer tus costos no es para subir precios a ciegas; es para saber lo que estás haciendo y decidir con calma.

UN CONCEPTO CLAVE

El margen: lo que te queda de cada venta

Si vendes una torta en $20.000 y los ingredientes, la caja y la comisión del pago suman $9.000, el margen de esa torta es $11.000. Con esos $11.000 tienes que pagar el arriendo, la luz, tu tiempo y todo lo demás. Por eso dos productos con el mismo precio pueden ser muy distintos para tu negocio: lo que importa no es cuánto cobras, sino cuánto te queda.

Cómo mirarlo como dueña o dueño

1

Parte por lo que más vendes

No necesitas costear todo tu catálogo. Con tus 3 productos o servicios principales ya tienes una foto bastante real.

2

Cuenta todo lo que se va con cada venta

Insumos, envase, envío, comisiones, mermas. Los costos chicos son los que más se olvidan.

3

Ponle precio a tu tiempo

Pregúntate cuántas horas te toma cada producto y si el margen alcanza para pagar esas horas a un valor razonable.

4

Compara antes de decidir

Mira qué producto deja más margen y cuál menos. A veces el que más vendes no es el que más te conviene.

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Calcular el costo una vez y no volver a revisarlo, aunque los insumos suban.
- ✕ Bajar precios para vender más sin saber cuánto margen se pierde.
- ✕ Creer que la competencia sabe cuánto cobrar: tampoco conoce tus costos.

ÁREA 2 DE 6 · MANOS A LA OBRA

2 Costos, precios y margen

Qué revisar

- **Costos directos** de cada producto o servicio: materiales, insumos, envases, envío, comisión del medio de pago.
- **Costos fijos** del mes: arriendo, internet, apps, publicidad, contador, movilización.
- **Tu tiempo:** ¿cuántas horas te toma cada producto o servicio?

Ejercicio: El margen de lo que más vendes Elige tus 3 productos o servicios más vendidos.

Producto o servicio	Precio de venta	Costo directo	Margen ($)	Margen (%)

Margen ($) = precio − costo directo. Margen (%) = margen ÷ precio × 100. Ojo: este margen todavía tiene que pagar tus costos fijos y tu tiempo. Si es bajo, hay poco espacio para eso.

APLÍCALO ESTA SEMANA

Revisa cuánto te cobra tu medio de pago (transferencia, POS, link de pago) y si lo estás considerando en el precio. Es uno de los costos que más se olvidan.

SEÑALES DE ALERTA

Marca las que sean ciertas hoy

- [ ] Fijé mis precios mirando a la competencia o por intuición.
- [ ] No he subido precios en más de un año, aunque mis costos sí subieron.
- [ ] No sé cuál de mis productos o servicios me deja más margen.
- [ ] No incluyo mi tiempo en el precio.
- [ ] Vendo más que antes, pero no siento que gane más.

Alertas marcadas en esta área: ____ / 5

3 Producción y procesos

Por qué es tan importante

Un proceso es simplemente la forma en que se hacen las cosas en tu negocio: cómo se toma un pedido, cómo se produce, cómo se entrega. Todos los negocios tienen procesos, aunque no estén escritos. La pregunta es si funcionan a tu favor o en tu contra.

Cuando los procesos dependen de tu memoria, todo funciona mientras estás encima. Pero cada error, cada pedido olvidado y cada insumo que se acaba en el peor momento te cuesta plata, tiempo y la confianza de un cliente. Ordenar los procesos no es burocracia: es lo que te permite crecer sin que el negocio te pase por encima.

UN CONCEPTO CLAVE

El cuello de botella

En todo proceso hay un paso más lento o más complicado que el resto, y ese paso define cuánto puedes producir o atender. Puedes acelerar todo lo demás, pero si no tocas el cuello de botella, el negocio no avanza más rápido. Encontrarlo es la mitad del trabajo.

Cómo mirarlo como dueña o dueño

1

Recorre tu negocio como cliente

Desde que alguien pregunta hasta que recibe. Anota lo que de verdad pasa, no lo que debería pasar.

2

Busca dónde se acumulan las cosas

Pedidos esperando, mensajes sin responder, productos a medio terminar. Ahí suele estar el problema.

3

Pon atención a lo que se repite

Un error una vez es un descuido. Si se repite, es un proceso que no está claro.

4

Imagina una semana sin ti

Lo que se detendría si no estuvieras es lo que más necesita ordenarse.

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Pensar que trabajar más horas es la solución.
- ✕ Querer ordenar todo al mismo tiempo, en vez de partir por el paso que más traba.
- ✕ Invertir en máquinas o apps antes de entender bien el proceso.

ÁREA 3 DE 6 · MANOS A LA OBRA

3 Producción y procesos

Qué revisar

- Recorre un pedido completo, desde que el cliente pregunta hasta que recibe lo que compró. ¿Cuántos pasos tiene?
- ¿En qué paso se traba o se cometen más errores?
- ¿Qué pasos dependen solo de ti?
- ¿Sabes qué insumos o stock tienes hoy, sin ir a mirar?

Ejercicio: El camino de un pedido Anota cada paso, de la primera consulta a la entrega.

Paso	Cuánto tiempo toma	¿Solo yo puedo hacerlo?	¿Se traba o hay errores?
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

APLÍCALO ESTA SEMANA

Escribe el paso a paso de la tarea que más repites, como una lista de chequeo. Al escribirlo vas a encontrar al menos un paso que se puede juntar con otro, simplificar o eliminar.

SEÑALES DE ALERTA

Marca las que sean ciertas hoy

- [ ] Me he quedado sin insumos o stock en un momento clave.
- [ ] Se repiten errores en los pedidos (direcciones, cantidades, fechas).
- [ ] Si me enfermo una semana, el negocio se detiene.
- [ ] No sé cuánto tiempo me toma hacer cada producto o servicio.
- [ ] Trabajo cada vez más horas y no siento que avance.

Alertas marcadas en esta área: _____ / 5

4 Equipo y organización

Por qué es tan importante

Muchos negocios llegan a un punto en que crecen las ventas, pero también el cansancio. La dueña o el dueño hace de todo: produce, vende, responde mensajes, paga cuentas, publica en redes. Funciona un tiempo, hasta que deja de funcionar.

La organización es lo que permite que el negocio no dependa solo de tu energía. No se trata de tener un gran equipo, sino de que esté claro quién hace qué, cómo se hace y en qué se te va el tiempo. Así puedes dedicar parte de tu semana a pensar el negocio y no solo a sostenerlo.

UN CONCEPTO CLAVE

Trabajar en el negocio y trabajar sobre el negocio

Trabajar en el negocio es producir, atender y despachar: el día a día. Trabajar sobre el negocio es revisar números, mejorar procesos, planificar y pensar cómo crecer. Si todo tu tiempo se va en lo primero, nadie está haciendo lo segundo. Y lo segundo es lo que hace que el negocio mejore.

Cómo mirarlo como dueña o dueño

1

Registra tu semana real

No la que crees que tienes. La mayoría se sorprende de cuánto tiempo se va en tareas que no generan ingresos.

2

Separa lo que solo tú puedes hacer

De lo que haces por costumbre. Lo segundo es lo primero que se puede delegar o simplificar.

3

Revisa si las expectativas están claras

Si alguien te ayuda: ¿sabe exactamente qué se espera y cómo saber si lo hizo bien?

4

Reserva tiempo para pensar el negocio

Un momento fijo a la semana, aunque sea una hora. Si no está en tu agenda, no va a pasar.

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Delegar sin explicar y luego volver a hacerlo tú porque “salió mal”.
- ✕ Pensar que pedir ayuda es un lujo para más adelante.
- ✕ Confundir estar ocupada u ocupado con avanzar.

4 Equipo y organización

Qué revisar

- ¿Está claro quién hace cada cosa, y qué se espera de cada persona?
- ¿Cuánto de tu semana se va en tareas que generan ingresos y cuánto en apagar incendios?
- ¿Tienes metas escritas para este año?

Ejercicio: ¿En qué se va tu semana? Durante una semana, anota cada día cuántas horas dedicas a cada tipo de tarea.

Tipo de tarea	Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Total
Vender (responder, cotizar, cerrar)							
Producir o atender							
Administrar (pagos, cuentas, papeleo)							
Apagar incendios (imprevistos, errores)							

APLÍCALO ESTA SEMANA

Elige una sola tarea para delegar o automatizar. Por ejemplo: respuestas rápidas en WhatsApp Business para las preguntas que más te hacen, o una agenda en línea para que los clientes reserven sin ir y venir de mensajes.

SEÑALES DE ALERTA

Marca las que sean ciertas hoy

- [ ] Hago todo yo, incluso cosas que otra persona podría hacer.
- [ ] Quienes me ayudan no tienen claro qué se espera de ellos.
- [ ] No tengo horarios; el negocio se come todo mi tiempo.
- [ ] Tomo las decisiones importantes sobre la marcha, sin planificar.
- [ ] No tengo metas escritas para este año.

Alertas marcadas en esta área: _____ / 5

5 Clientes y comunicación

Por qué es tan importante

Tus clientes son la razón por la que tu negocio existe, pero muchas veces sabemos poco de ellos: quiénes son, por qué nos compran, por qué algunos vuelven y otros no. Sin esa información comunicamos a ciegas: publicamos lo que creemos que funciona y esperamos que alguien responda.

Conocer a tus clientes te permite hablarle a la persona correcta, con las palabras correctas y en el lugar correcto. Y cuidar a los que ya tienes suele ser la forma más rápida y barata de vender más.

UN CONCEPTO CLAVE

La recompra

Un cliente que vuelve a comprar vale mucho más que uno que compra una sola vez: ya confía en ti, no tienes que convencerlo desde cero y además te recomienda. Si tus clientes compran una vez y no vuelven, el negocio tiene que salir a buscar gente nueva todo el tiempo, y eso cansa y cuesta.

Cómo mirarlo como dueña o dueño

1

Mira quién te compra de verdad

No a quién te gustaría venderle. Tus últimos clientes dicen más que cualquier suposición.

2

Pregunta

Una conversación corta con un cliente te da más información que muchas horas imaginando lo que piensa.

3

Mírate con ojos de desconocido

Revisa tu Instagram o tu página: ¿se entiende qué vendes, para quién y por qué elegirte?

4

Piensa en lo que pasa después de la venta

¿Hay algún motivo o recordatorio para que el cliente vuelva?

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Querer venderle a todo el mundo y terminar sin hablarle a nadie.
- ✕ Hablar solo del producto y no de lo que el cliente gana con él.
- ✕ Olvidarse del cliente apenas paga.

5 Clientes y comunicación

Qué revisar

- ¿Quién es el cliente que más te compra? (No el que te gustaría tener: el que de verdad compra.)
- ¿Cuántos de tus clientes vuelven a comprar?
- ¿Por qué te eligen? ¿Se lo has preguntado?
- Si alguien entra por primera vez a tu Instagram o tu página, ¿entiende en 5 segundos qué vendes y para quién?

Ejercicio: Tus últimos 10 clientes

#	¿Primera vez o repite?	¿Cómo llegó?	¿Qué compró?
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

APLÍCALO ESTA SEMANA

Escríbeles a 3 clientes y pregúntales por qué te eligieron y qué mejorarían. Usa sus propias palabras en tus publicaciones y en tu bio: nadie describe mejor tu valor que quien ya te compró.

SEÑALES DE ALERTA

Marca las que sean ciertas hoy

- [ ] No tengo una lista de mis clientes con sus datos de contacto.
- [ ] No sé cuántos de mis clientes vuelven a comprar.
- [ ] Mi perfil o mi página no dicen claramente qué vendo y para quién.
- [ ] Publico cuando me acuerdo, sin un plan.
- [ ] Respondo tarde los mensajes y he perdido ventas por eso.

Alertas marcadas en esta área: _____ / 5

6 Ventas y crecimiento

Por qué es tan importante

Vender no debería depender de la suerte. Cuando las ventas llegan sin que sepas bien de dónde, también se pueden ir sin que sepas por qué. Y es muy difícil mejorar algo que no se entiende.

Tener claridad sobre tus ventas te permite repetir lo que funciona, dejar lo que no y decidir hacia dónde crecer: más clientes, clientes que compren más, nuevos productos o nuevos canales. Crecer con un plan es muy distinto a crecer apagando incendios.

UN CONCEPTO CLAVE

La conversión

De todas las personas que te preguntan, solo una parte termina comprando: eso es la conversión. Si de cada 10 consultas compran 2, tu conversión es de 20%. Es un número poderoso, porque muchas veces no necesitas más seguidores ni más consultas: necesitas que compre una parte más grande de quienes ya están interesados.

Cómo mirarlo como dueña o dueño

1

Anota de dónde viene cada venta

Durante un mes. Así sabrás qué canal te sostiene y cuál solo te quita tiempo.

2

Cuenta las consultas, no solo las ventas

Comparar ambas te muestra en qué momento se pierden los clientes.

3

Ponle un número a tu meta

“Vender más” no se puede medir; “vender $X este mes”, sí.

4

Revisa tus temporadas

Mira los meses buenos y malos del último año. Si hay un patrón, puedes prepararte en vez de sorprenderte.

ERRORES FRECUENTES

- ✕ Pensar que la única forma de vender más es conseguir más seguidores.
- ✕ No hacer seguimiento por miedo a “molestar”.
- ✕ Cambiar de estrategia cada semana sin medir qué pasó con la anterior.

ÁREA 6 DE 6 · MANOS A LA OBRA

6 Ventas y crecimiento

Qué revisar

- ¿De qué canales vienen tus ventas: Instagram, WhatsApp, ferias, recomendaciones, tienda?
- De cada 10 personas que te preguntan, ¿cuántas compran?
- ¿Tienes una meta de ventas mensual y la revisas?
- ¿Haces seguimiento a quienes preguntaron y no compraron?

Ejercicio: ¿De dónde vienen tus ventas? Usa el último mes.

Canal	N° de ventas	Monto vendido	% del total
Instagram			
WhatsApp			
Recomendaciones			
Ferias o tienda física			
Otro:			

Si un solo canal tiene más del 70% de tus ventas, tu negocio depende demasiado de él.

APLÍCALO ESTA SEMANA

Define una meta de ventas para el próximo mes y anótala donde la veas. Después, escríbeles a las personas que te consultaron en el último mes y no compraron: un mensaje amable de seguimiento suele recuperar ventas que dabas por perdidas.

SEÑALES DE ALERTA

Marca las que sean ciertas hoy

- [ ] No tengo una meta de ventas mensual.
- [ ] La mayoría de mis ventas viene de un solo canal.
- [ ] No hago seguimiento a quienes preguntan y no compran.
- [ ] Tengo meses muy buenos y muy malos sin saber por qué.
- [ ] Quiero crecer, pero no sé por dónde empezar.

Alertas marcadas en esta área: _____ / 5

RESUMEN

Tu mapa 360

Anota cuántas señales de alerta marcaste en cada área y pinta el color que corresponde.

ÁREA	ALERTAS	ESTADO
1. Finanzas y rentabilidad	_____ / 5	○ ○ ○
2. Costos, precios y margen	_____ / 5	○ ○ ○
3. Producción y procesos	_____ / 5	○ ○ ○
4. Equipo y organización	_____ / 5	○ ○ ○
5. Clientes y comunicación	_____ / 5	○ ○ ○
6. Ventas y crecimiento	_____ / 5	○ ○ ○

0 a 1 alertas
Esa área está bien encaminada. Mantenla.

2 a 3 alertas
Ahí hay algo que vale la pena ordenar pronto.

4 a 5 alertas
Esa área probablemente está frenando tus resultados.

Las áreas están conectadas

Un precio mal calculado se nota en las finanzas; un proceso desordenado se nota en el cansancio del equipo; un mensaje poco claro se nota en las ventas. Por eso conviene mirar el negocio completo, no solo el área que más duele.

¿Y ahora qué?

Si marcaste varias áreas en amarillo o rojo, no significa que lo estés haciendo mal.

Significa que tu negocio creció y hoy necesita otra mirada. Eso es lo que hago en Enfoque 360: analizo tu negocio a fondo, detecto qué está frenando tus resultados y te acompaño a implementar los cambios.

1
Diagnóstico
Revisamos las 6 áreas con tus números reales.

2
Plan de acción
Definimos qué cambiar primero y cómo.

3
Implementación
Te acompaño a hacer los cambios, no solo a planearlos.

4
Resultados medidos
Vemos con números qué mejoró.

Tu negocio ya funciona.
Hagamos que rinda más.

GRATIS · 3 MINUTOS

Haz el Diagnóstico 360

12 preguntas sobre las 6 áreas. Al terminar ves tu resultado.

Encuéntralo en mi web: link en la bio de @enfoque360_cl

GRATIS · 20 MINUTOS

Agenda una llamada

Escanea el código y elige el horario que te acomode.

WHATSAPP +56 9 7967 5661
INSTAGRAM @enfoque360_cl

CONSULTORÍA DE EMPRENDIMIENTOS
ENFOQUE360°