

# SCALING UP GROWTH TOOLS™

HERRAMIENTAS DE UNA PÁGINA PARA ESCALAR TU NEGOCIO

- **EQUIPO:** Plan Personal de Una Página (OPPP)  
**EQUIPO:** Tabla de Responsabilidades por Función (FACE)  
**EQUIPO:** Tabla de Responsabilidades por Proceso (PACE)
- **ESTRATEGIA:** Formulario de Fortalezas, Debilidades y Tendencias (SWT)  
**ESTRATEGIA:** 7 Estratos  
**ESTRATEGIA:** Plan Estratégico de Una Página  
**ESTRATEGIA:** Resumen de Visión
- **EJECUCIÓN:** Quién, Qué, Cuándo (WWW)  
**EJECUCIÓN:** Rockefeller Habits Checklist™  
(Lista de verificación de Los Hábitos de Rockefeller)
- **EFFECTIVO:** Estrategias de Aceleración de Efectivo (CASH)  
**EFFECTIVO:** El Poder del Uno

EQUIPO

ESTRATEGIA

EJECUCIÓN

EFFECTIVO

# El Marco de las 4 Decisiones de Scaling Up

## para conseguir resultados confiables

Es un método comprobado de crecimiento empresarial que ha sido utilizado por miles de empresas en evolución para conseguir **RESULTADOS CONFIABLES**.

### 1 Propulsores (con aceleradores)

Coaching – asesores, consultores y coaches  
Aprendizaje – Formación Continua de Negocios (CBE\*)  
Tecnología – Sistema de Responsabilidades por Gestión

### 2 Demandas (balance)

Equipo (reputación) – empleados, clientes, accionistas  
Proceso (productividad) – producir/comprar, vender, registro contable

### 3 Disciplinas (rutinas)

Prioridades – lo principal  
Datos/indicadores – cualitativa/cuantitativa  
Ritmo de reuniones – diario, semanal, mensual, trimestral, anual

### 4 Decisiones (preguntas correctas)

Equipo – felicidad/responsabilidad  
Estrategia – ingresos/crecimiento  
Ejecución – ganancia/tiempo  
Efectivo – oxígeno/opciones

## ! Resultados

**2x Flujo de efectivo • 3x Rentabilidad • 10x Valor • ¡Más tiempo!**

\*por sus siglas en inglés

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

		Relaciones	Logros	Hábitos	Patrimonio (\$)
FÉ	10-25 años (aspiraciones)				
FAMILIA	1 año (actividades)				
AMIGOS		Empezar	Empezar	Empezar	Empezar
SALUD	90 días (acciones)	Detener	Detener	Detener	Detener
FINANZAS					

\*por sus siglas en inglés

- 1 Nombra la persona responsable de cada función.
- 2 Hazte las cuatro preguntas que se encuentran al final de esta página en relación con el (los) nombre(s) que has escrito para cada función.
- 3 Haz una lista de Indicadores Clave de Rendimiento (KPI, por sus siglas en inglés) para cada función.
- 4 Asigna el nombre de una persona a cada elemento de tu estado de resultados (P&L\*), balance general (BS\*) y estado de flujo de efectivo, y desarrolla indicadores meta para cada función.

Funciones	1 Persona responsable	3 Indicador de referencia (KPI)	4 Indicador meta (elementos del BS o P&L)
Presidente ejecutivo			
Marketing			
I&D/Innovación			
Ventas			
Operaciones			
Tesorero			
Director de control financiero			
Director de control financiero			
Recursos Humanos			
Desarrollo de talento/Aprendizaje			
Servicio al cliente			
Líderes de las unidades de negocio			
• _____			
• _____			
• _____			
• _____			

2 Identifica 1. Más de una persona en una misma función; 2. Una persona en más de una función; 3. Funciones sin ninguna persona responsable; 4. ¿Lo contratarías de nuevo con entusiasmo?

\*por sus siglas en inglés



## Tendencias

¿Cuáles son los cambios más significativos en tecnología, distribución, innovación de productos, mercados, consumidores y tendencias sociales alrededor del mundo que podrían impactar tu industria y tu organización?

## Fortalezas/Competencias fundamentales

¿Cuáles son las fortalezas inherentes a la organización que han sido la fuente de tu éxito?

## Debilidades

¿Cuáles son las debilidades inherentes a la organización que probablemente no van a cambiar?

*\*por sus siglas en inglés*

**Palabras que el consumidor relaciona con tu empresa (presencia mental o *mindshare*):**

**Entorno y promesa de marca:**

Quién/Dónde (clientes principales)	Qué (productos y servicios)	Promesas de marca	KPI

**Garantía de promesa de marca (mecanismo catalítico):**

**Estrategia de una frase (idea clave para hacer dinero):**

**Actividades diferenciadoras (3-5 cómo):**

**Factor X (10x-100x ventaja subyacente):**

**Ganancia por X (motor económico):**

**BHAG<sup>®\*</sup> (meta de 10 a 25 años):**

\*BHAG es una marca registrada de Jim Collins y Jerry Porras.

## Equipo (propulsores de reputación)

*Empleados*

*Clientes*

*Accionistas*

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

Valores/Creencias fundamentales (Debo/No debo)	Propósito (Para qué)	Objetivos (3-5 años) (Dónde)	Metas (1 año) (Qué)																														
		<table border="1"> <tr><td>Fecha futura</td><td></td></tr> <tr><td>Ingresos</td><td></td></tr> <tr><td>Ganancia</td><td></td></tr> <tr><td>Cap. bursátil/ Efectivo</td><td></td></tr> </table> <p style="text-align: center;"><b>Entorno</b></p>	Fecha futura		Ingresos		Ganancia		Cap. bursátil/ Efectivo		<table border="1"> <tr><td>Año</td><td></td></tr> <tr><td>Ingresos</td><td></td></tr> <tr><td>Ganancia</td><td></td></tr> <tr><td>Cap. bursátil</td><td></td></tr> <tr><td>Margen bruto</td><td></td></tr> <tr><td>Efectivo</td><td></td></tr> <tr><td>Ventas de días en CXC</td><td></td></tr> <tr><td>Ventas de días en inv.</td><td></td></tr> <tr><td>Ingresos por empleado</td><td></td></tr> </table>	Año		Ingresos		Ganancia		Cap. bursátil		Margen bruto		Efectivo		Ventas de días en CXC		Ventas de días en inv.		Ingresos por empleado					
Fecha futura																																	
Ingresos																																	
Ganancia																																	
Cap. bursátil/ Efectivo																																	
Año																																	
Ingresos																																	
Ganancia																																	
Cap. bursátil																																	
Margen bruto																																	
Efectivo																																	
Ventas de días en CXC																																	
Ventas de días en inv.																																	
Ingresos por empleado																																	
	<p style="text-align: center;"><b>Acciones</b> <i>Para vivir los valores, los propósitos, BHAG®</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p style="text-align: center;"><b>Impulsos claves/Capacidades</b> <i>Prioridades de 3 a 5 años</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		4		5		<p style="text-align: center;"><b>Iniciativas claves</b> <i>Prioridades de 1 año</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td></tr> </table>	1		2		3		4		5	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
1																																	
2																																	
3																																	
4																																	
5																																	
	<b>Ganancia por X</b>	<b>KPI de promesa de marca</b>	<p><b>Número crítico: equipo o BS</b></p> 																														
	<b>BHAG®</b>	<b>Promesas de marca</b>	<p><b>Número crítico: procesos o P&amp;L</b></p> 																														

**Fortalezas/Competencias fundamentales:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

**Debilidades:**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

\*por sus siglas en inglés \*\*BHAG es una marca registrada de Jim Collins y Jerry Porras.

Tu nombre:

Fecha:

**Proceso** (propulsores de productividad)

*Producir/Comprar*

*Vender*

*Registro contable*

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. _____ | 1. _____ | 1. _____ |
| 2. _____ | 2. _____ | 2. _____ |
| 3. _____ | 3. _____ | 3. _____ |

ACCIONES (TRIM.) (Cómo)		TEMA (TRIM./ANNUAL)	TU RESPONSABILIDAD (Quién/Cuándo)																																		
<table border="1"> <tr><td>Nro. de trimestre</td><td></td></tr> <tr><td>Ingresos</td><td></td></tr> <tr><td>Ganancia</td><td></td></tr> <tr><td>Cap. bursátil</td><td></td></tr> <tr><td>Margen bruto</td><td></td></tr> <tr><td>Efectivo</td><td></td></tr> <tr><td>Ventas de días en CXC</td><td></td></tr> <tr><td>Ventas de días en inv.</td><td></td></tr> <tr><td>Ingresos por empleado</td><td></td></tr> </table>		Nro. de trimestre		Ingresos		Ganancia		Cap. bursátil		Margen bruto		Efectivo		Ventas de días en CXC		Ventas de días en inv.		Ingresos por empleado		<p>Fecha límite: _____</p> <p>Objetivo medible/número crítico</p> <hr/> <p><b>Nombre del tema</b></p>  <p><b>Diseño del marcador</b></p> <p>Describe y/o esboza tu diseño en este espacio</p>	<table border="1"> <tr> <td></td> <td><i>Tus KPI</i></td> <td><i>Meta</i></td> </tr> <tr><td>1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td></tr> </table>			<i>Tus KPI</i>	<i>Meta</i>	1			2			3					
Nro. de trimestre																																					
Ingresos																																					
Ganancia																																					
Cap. bursátil																																					
Margen bruto																																					
Efectivo																																					
Ventas de días en CXC																																					
Ventas de días en inv.																																					
Ingresos por empleado																																					
	<i>Tus KPI</i>	<i>Meta</i>																																			
1																																					
2																																					
3																																					
<p><b>Pilares</b></p> <p><i>Prioridades trimestrales</i>      <i>Quién</i></p> <table border="1"> <tr><td>1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td><td></td></tr> </table>		1			2			3			4			5				<table border="1"> <tr> <td></td> <td><i>Tus propiedades trimestrales</i></td> <td><i>Plazo</i></td> </tr> <tr><td>1</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>2</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>4</td><td></td><td></td></tr> <tr><td>5</td><td></td><td></td></tr> </table>			<i>Tus propiedades trimestrales</i>	<i>Plazo</i>	1			2			3			4			5		
1																																					
2																																					
3																																					
4																																					
5																																					
	<i>Tus propiedades trimestrales</i>	<i>Plazo</i>																																			
1																																					
2																																					
3																																					
4																																					
5																																					

<p><b>Número crítico: equipo o BS</b></p> <p>■ Verde ■ Verde claro ■ Amarillo Entre verde y rojo ■ Rojo</p>	<p><b>Celebración</b></p>	<p><b>Número crítico: equipo o BS</b></p> <p>■ Verde ■ Verde claro ■ Amarillo Entre verde y rojo ■ Rojo</p>
<p><b>Número crítico: proceso o P&amp;L</b></p> <p>■ Verde ■ Verde claro ■ Amarillo Entre verde y rojo ■ Rojo</p>	<p><b>Recompensa</b></p>	<p><b>Número crítico: proceso o P&amp;L</b></p> <p>■ Verde ■ Verde claro ■ Amarillo Entre verde y rojo ■ Rojo</p>

**Tendencias**

- |          |          |
|----------|----------|
| 1. _____ | 4. _____ |
| 2. _____ | 5. _____ |
| 3. _____ | 6. _____ |

<b>VALORES FUNDAMENTALES</b>	<b>PROPÓSITO</b>	<b>PROMESAS DE MARCA</b>
	<div style="border: 1px solid #ccc; border-radius: 10px; padding: 10px; display: inline-block;"> <b>BHAG®</b> </div>	
<b>PRIORIDADES</b>		<b>ESTRATÉGICAS</b>
<b>3-5 años</b>	<b>1 año</b>	<b>Trimestre</b>

Tu nombre: \_\_\_\_\_

Tus KPI		Meta	Tus prioridades trimestrales		Plazo
1			1		
2			2		
3			3		
			4		
			5		

**Número crítico: equipo o BS**

*entre verde y rojo*

**Número crítico: procesos o P&L**

*entre verde y rojo*

\*BHAG es una marca registrada de Jim Collins y Jerry Porras.



## 1. El equipo ejecutivo está saludable y alineado.

- Los miembros del equipo comprenden las diferencias, prioridades y estilos de vida de cada uno.
- El equipo se reúne frecuentemente (de preferencia, una vez a la semana) para analizar puntos estratégicos.
- El equipo participa en formación continua de negocios (se recomienda de forma mensual).
- El equipo es capaz de entablar debates constructivos y todos los miembros del equipo se sienten cómodos participando en éstos.

## 2. Todos están alineados con la prioridad número uno que debe cumplirse este trimestre para hacer que la compañía avance.

- Se identifica el número crítico para impulsar la compañía este trimestre.
- Se identifican y ordenan de 3 a 5 prioridades (pilares) que sostienen el número crítico para el trimestre.
- Se les notifica el tema y la celebración o recompensa del trimestre a todos los empleados que le dan vida e impulso al número crítico.
- Se anuncia el tema y la celebración o recompensa del trimestre en toda la compañía y los empleados están informados del progreso cada semana.

## 3. Se establece un ritmo de comunicación determinado y la información se transmite a lo largo de la organización con exactitud y rapidez.

- Todos los empleados participan en una reunión diaria que dura menos de 15 minutos.
- Todos los equipos tienen una reunión semanal.
- Los directores ejecutivos y gerentes de nivel medio se reúnen un día para aprender, resolver grandes problemas y compartir entre ellos el ADN de la organización una vez al mes.
- Trimestral y anualmente, los directores ejecutivos y los gerentes de nivel medio se reúnen fuera de la oficina a trabajar en las 4 Decisiones.

## 4. Cada división de la organización tiene una persona responsable de garantizar el cumplimiento de las metas.

- La Tabla de Responsabilidades por Función (FACe) está completa (las personas correctas haciendo las cosas correctas de la manera correcta).
- Los estados financieros tienen una persona responsable por cada elemento.
- Cada uno de los 4 a 9 procesos de Tabla de Responsabilidades por Proceso (PACe) tiene una persona responsable de llevarlos a cabo.
- Para cada impulso o capacidad clave de 3 a 5 años, hay un experto correspondiente en la junta de asesores en tal caso de no exista experticia interna.

## 5. Se reciben constantemente las sugerencias de los empleados para identificar obstáculos y oportunidades.

- Todos los directores ejecutivos, y gerentes de medio nivel, tienen una conversación bajo la dinámica de Empezar/Seguir/Parar con al menos un empleado semanalmente.
- Las nuevas percepciones provenientes de conversaciones con empleados se comparten en la reunión semanal del equipo ejecutivo.
- Se recibe semanalmente la colaboración de los empleados en relación con los obstáculos y oportunidades que se le presentan a la organización.
- El equipo de gerentes de medio nivel es responsable de cerrar el ciclo en todos los obstáculos y oportunidades.

## 6. El reporte y análisis de los comentarios de los clientes son tan frecuentes y precisos como los datos financieros.

- Todos los directores ejecutivos, y gerentes de medio nivel, tienen una conversación que incluye las 4 Preguntas (4Q) con al menos un cliente final cada semana.
- Las nuevas percepciones provenientes de conversaciones con clientes se comparten en la reunión semanal del equipo ejecutivo.
- Todos los empleados se encargan de recoger datos del cliente.
- El equipo de gerentes de medio nivel es responsable de cerrar el ciclo luego de recabar los comentarios y sugerencias de los clientes.

## 7. Los valores fundamentales y el propósito están "vivos" dentro de la organización.

- Todos los empleados descubren los valores fundamentales de la organización, describen clara y fluidamente el propósito, y conocen ambos elementos ampliamente.
- Todos los directores ejecutivos y gerentes de medio nivel hacen referencia a los valores fundamentales y al propósito de la organización cuando elogian o reprenden a los empleados.
- Los procesos y actividades de Recursos Humanos se alinean con los valores fundamentales y el propósito de la organización (contratación, orientación, valoración, reconocimiento, etc.)
- Se identifican e implementan acciones en cada trimestre para fortalecer los valores fundamentales y el propósito dentro de la organización.

## 8. Los empleados pueden explicar con claridad y exactitud los componentes claves del plan estratégico de la organización

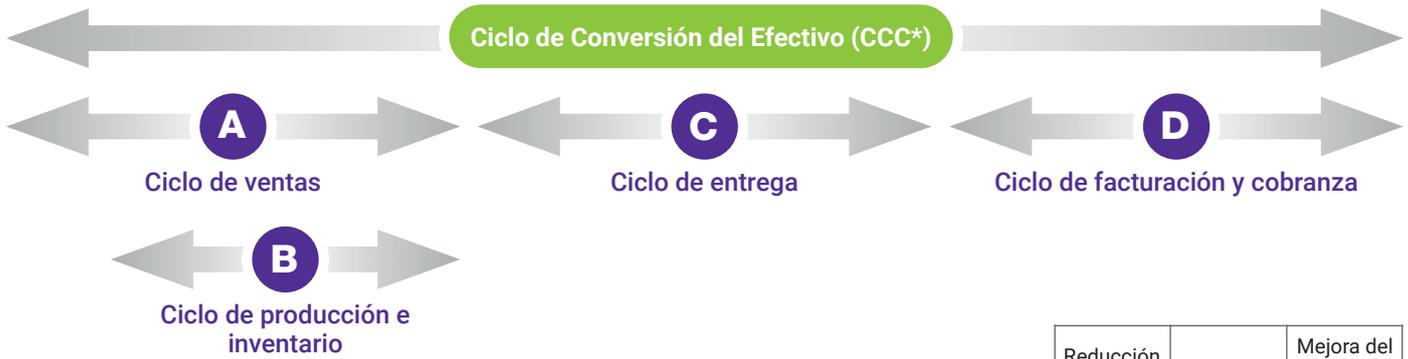
- Meta grande, descabellada y audaz a largo plazo (BHAG®) – se monitorea y se hace visible su progreso.
- Cliente(s) fundamentales – se describe su perfil en menos de 25 palabras.
- 3 Promesas de marca – con sus correspondientes KPI reportados semanalmente.
- Discurso de elevador – una respuesta persuasiva y convincente a la pregunta "¿Qué hace tu compañía?"

## 9. Todos los empleados pueden responder cuantitativamente si han tenido un buen día o una buena semana (Columna 7 del Plan Estratégico de Una Página).

- Se reportan 1 o 2 Indicadores Claves de Desempeño (KPI) semanalmente por cada puesto de trabajo o empleado.
- Cada empleado tiene un número crítico que se alinea con el número crítico trimestral de la compañía.
- Cada persona o equipo tiene de 3 a 5 prioridades o pilares trimestrales que se alinean con los de la compañía.
- Todos los directores ejecutivos y gerentes de medio nivel tienen un coach (o colega) que los hace responsables de sus cambios de comportamiento y desempeño.

## 10. Los planes y el desempeño de la compañía son visibles para todos.

- Existe una "sala de resolución" para reuniones semanales (física o virtual).
- Los valores fundamentales, el propósito y las prioridades están publicadas en toda la compañía.
- Existen marcadores que muestran el progreso actual de los KPI y los números críticos.
- Hay un sistema establecido para monitorear y gestionar la cadena de prioridades y KPI.



Reducción del tiempo del ciclo	Eliminación de errores	Mejora del modelo de negocio y P&L
--------------------------------	------------------------	------------------------------------

**A** Formas de mejorar tu ciclo de ventas

1			
2			
3			
4			
5			

**B** Formas de mejorar tu ciclo de producción e inventario

1			
2			
3			
4			
5			

**C** Formas de mejorar tu ciclo de facturación y cobranza

1			
2			
3			
4			
5			

**D** Ways to improve your Billing & Payment Cycle

1			
2			
3			
4			
5			

Tu Poder del Uno	Flujo Neto de Efectivo (\$)	BAlI (\$)
Posición actual de tu compañía		

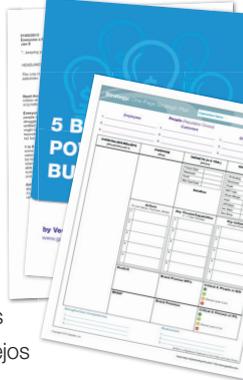
Tu Poder del Uno	Cambio que desearías hacer	Impacto anual en el flujo de efectivo (\$)	Impacto en BAlI (\$)
Incremento en precio %	%		
Incremento en volumen de ventas %	%		
Reducción en los costos de bienes vendidos (COGS*) %	%		
Reducción en gastos generales %	%		
Reducción del plazo promedio de cobro	día(s)		
Reducción del plazo promedio de inventario	día(s)		
Incremento del plazo promedio de pago	día(s)		

<b>El impacto de tu Poder del Uno</b>		
---------------------------------------	--	--

Tu Poder del Uno	Flujo Neto de Efectivo (\$)	BAlI (\$)
Posición <b>ajustada</b> de tu compañía		

### 3 PRIORIDADES SUGERIDAS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO

1. Suscríbase a las **"Weekly Insights" (Reflexiones semanales)** de Verne Harnish para recibir las más recientes ideas, herramientas y técnicas para hacer crecer su negocio.
2. Descargue las copias del **Plan Estratégico en una Página** y otras herramientas de una página.
3. Entre a [scalingup.com](http://scalingup.com), y lea los artículos del **"Growth Guy"** que le ofrecen consejos prácticos sobre juntas consultivas, reuniones diarias para el personal de ventas y otros 75 temas más.



Ingrese en **www.ScalingUp.com**

**EQUIPO** **ESTRATEGIA** **EJECUCIÓN** **EFFECTIVO**

### SCALING UP COACHES

Nuestros coaches utilizan las herramientas de **Scaling Up (Hábitos de Rockefeller 2.0)** para ayudar a los equipos de liderazgo a que alineen sus decisiones y acciones con base en las mejores prácticas comprobadas y de acuerdo con las categorías de **People, Strategy, Execution and Cash**, based on proven best practices.

*"¡Recordsforce ha estado aprendiendo con Gazelles por un año y medio y nos encanta! Esta experiencia ha marcado una diferencia maravillosa para mí como presidente ejecutivo y me ha permitido tener una metodología real para manejar mi negocio."*

— Bill Becker, presidente ejecutivo

#### **EQUIPO**

Conviértase en un imán de jugadores de primera, amplíe la asignación de responsabilidades e impulse el desempeño de su equipo.

#### **EJECUCIÓN**

Dirija su organización hacia una ejecución perfecta y afinada de sus procesos con el fin de manejarla sin drama.

#### **ESTRATEGIA**

Alinee sus valores, sea honesto sobre su análisis FODA (SWOT, por sus siglas en inglés) y desarrolle una estrategia para ser implementada de 3 a 5 años con el fin de catapultar el crecimiento de su empresa.

#### **EFFECTIVO**

Optimice el flujo de efectivo para impulsar el crecimiento de su empresa y refuerce el ciclo de sus ventas para mantener en buen volumen las reservas de efectivo.

¡PERMÍTANOS PONERLO EN CONTACTO CON SU **COACH** CERTIFICADO DE SCALING UP!

Para comenzar, envíenos un correo electrónico a: [coaching@ScalingUp.com](mailto:coaching@ScalingUp.com)

**SCALING UP**  
A GAZELLES COMPANY

### SCALING UP SCOREBOARD

La herramienta oficial para implementar Scaling Up.

#### Haga crecer tu negocio dos veces más rápido:

Las compañías que utilizan este software normalmente ven un **doble incremento del número de prioridades completadas** después de 12 meses.



Lleve a cabo reuniones diarias y semanales.



Lleve el control de su Plan Estratégico de una Página y sus otras herramientas de crecimiento.



Comunique las prioridades con el resto del equipo y monitoriza el progreso de los KPI.



Emplee El Poder del Uno y las estrategias de aceleración de efectivo.

Solicite una demostración del software en [scalingup.com/software](http://scalingup.com/software) o llame al **888.315.4049**.

### IMPULSE LA CULTURA ENTREGUE CONOCIMIENTO OBTENGA RESULTADOS



- Programa de capacitación efectivo y económico
- Aumente el capital humano de su equipo
- Premie a sus empleados por leer libros relevantes

Quando cada integrante de un equipo de trabajo aprende y crece, toda la compañía lo hace también.

Para más información, visita [betterbookclub.com](http://betterbookclub.com)

### Transforme su organización en una máquina de **SCALING UP**

Forme parte de la siguiente clase en línea en la que participarán **75 líderes seleccionados** quienes, dentro de 3 meses, remodelarán las operaciones de su compañía con la guía de Verne Harnish y los coaches de Scaling Up.

Únase a la próxima clase en

**scaleupu.com**

**ScaleUpU**  
powered by Growth Institute



**NOTAS:**

**NOTAS:**

**NOTAS:**

**NOTAS:**

**SCALING UP**  
A GAZELLES COMPANY

