

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

- 1 Identifica de 4 a 9 procesos que impulsan tu negocio.
- 2 Asigna a cada persona responsabilidades específicas para cada proceso.
- 3 Haz una lista de Indicadores Clave de Desempeño (KPI, por sus siglas en inglés) para cada proceso (con el fin de hacerlo mejor, más rápido y más barato).

2 Persona responsable	1 Nombre del proceso	3 KPI mejor, más rápido y más barato

*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^{®*} (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;">Entorno</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;">Acciones <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;">Impulsos claves/Capacidades <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;">Iniciativas claves <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																																	
	Ganancia por X	KPI de promesa de marca	<p>Número crítico: equipo o BS</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #006400; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #90EE90; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #FFFF00; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #FF0000; margin-bottom: 2px;"></div> <p><i>Entre verde y rojo</i></p> </div>																														
	BHAG®	Promesas de marca	<p>Número crítico: procesos o P&L</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #006400; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #90EE90; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #FFFF00; margin-bottom: 2px;"></div> <div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #FF0000; margin-bottom: 2px;"></div> <p><i>Entre verde y rojo</i></p> </div>																														

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" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <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> <p style="text-align: center;">Pilares</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 70%; text-align: center;"><i>Prioridades trimestrales</i></td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><i>Quién</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>	Nro. de trimestre		Ingresos		Ganancia		Cap. bursátil		Margen bruto		Efectivo		Ventas de días en CXC		Ventas de días en inv.		Ingresos por empleado			<i>Prioridades trimestrales</i>	<i>Quién</i>	1			2			3			4			5			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Fecha límite:</td><td></td></tr> <tr><td>Objetivo medible/número crítico</td><td></td></tr> <tr><td colspan="2" style="height: 40px;"></td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;">Nombre del tema</td></tr> <tr><td colspan="2" style="height: 100px;"></td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;">Diseño del marcador</td></tr> <tr><td colspan="2" style="text-align: center;"><i>Describe y/o esboza tu diseño en este espacio</i></td></tr> </table>	Fecha límite:		Objetivo medible/número crítico				Nombre del tema				Diseño del marcador		<i>Describe y/o esboza tu diseño en este espacio</i>		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 70%; text-align: center;"><i>Tus KPI</i></td> <td style="width: 20%; text-align: center;"><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> <tr><td colspan="3" style="text-align: center;"><i>Tus propiedades trimestrales</i></td></tr> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 70%; text-align: center;"><i>Plazo</i></td> <td style="width: 20%;"></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 KPI</i>	<i>Meta</i>	1			2			3			<i>Tus propiedades trimestrales</i>				<i>Plazo</i>		1			2			3			4			5		
Nro. de trimestre																																																																																					
Ingresos																																																																																					
Ganancia																																																																																					
Cap. bursátil																																																																																					
Margen bruto																																																																																					
Efectivo																																																																																					
Ventas de días en CXC																																																																																					
Ventas de días en inv.																																																																																					
Ingresos por empleado																																																																																					
	<i>Prioridades trimestrales</i>	<i>Quién</i>																																																																																			
1																																																																																					
2																																																																																					
3																																																																																					
4																																																																																					
5																																																																																					
Fecha límite:																																																																																					
Objetivo medible/número crítico																																																																																					
Nombre del tema																																																																																					
Diseño del marcador																																																																																					
<i>Describe y/o esboza tu diseño en este espacio</i>																																																																																					
	<i>Tus KPI</i>	<i>Meta</i>																																																																																			
1																																																																																					
2																																																																																					
3																																																																																					
<i>Tus propiedades trimestrales</i>																																																																																					
	<i>Plazo</i>																																																																																				
1																																																																																					
2																																																																																					
3																																																																																					
4																																																																																					
5																																																																																					

<p>Número crítico: equipo o BS</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■ <i>Entre verde y rojo</i></p> <p><input type="checkbox"/> ■</p>	<p>Celebración</p>	<p>Número crítico: equipo o BS</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■ <i>Entre verde y rojo</i></p> <p><input type="checkbox"/> ■</p>
<p>Número crítico: proceso o P&L</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■ <i>Entre verde y rojo</i></p> <p><input type="checkbox"/> ■</p>	<p>Recompensa</p>	<p>Número crítico: proceso o P&L</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■</p> <p><input type="checkbox"/> ■ <i>Entre verde y rojo</i></p> <p><input type="checkbox"/> ■</p>

Tendencias

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

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

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.

Quién	Qué	Cuándo

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

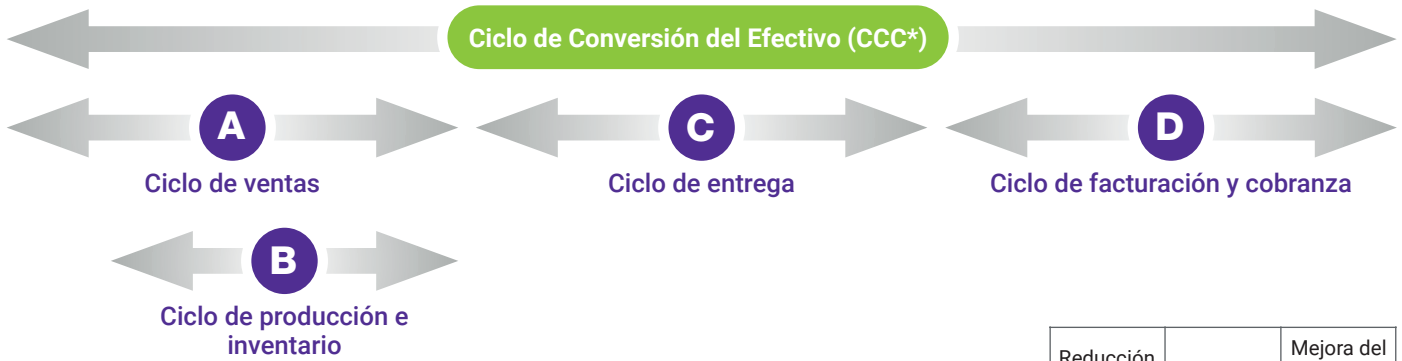
- Meta grande, descabellada y audaz a largo plazo (BHAG®) – se monitorea y se hace visible su progreso.
- Cliente(s) fundamentales – se describe su perfil en menos de 25 palabras.
- 3 Promesas de marca – con sus correspondientes KPI reportados semanalmente.
- Discurso de elevador – una respuesta persuasiva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

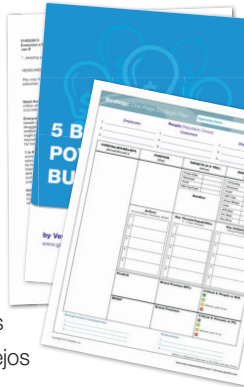
Tu Poder del Uno	Cambio que desearías hacer	Impacto anual en el flujo de efectivo (\$)	Impacto en BAlI (\$)
Incremento en precio %	%		
Incremento en volumen de ventas %	%		
Reducción en los costos de bienes vendidos (COGS*) %	%		
Reducción en gastos generales %	%		
Reducción del plazo promedio de cobro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

El impacto de tu Poder del Uno		
---------------------------------------	--	--

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

3 PRIORIDADES SUGERIDAS PARA EL CRECIMIENTO DE SU NEGOCIO

1. Suscríbese 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, 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

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 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

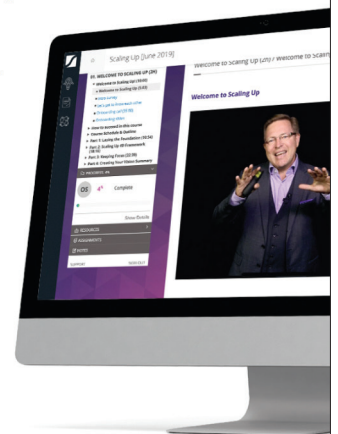
Transforme su organización en una máquina de **SCALING UP**

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

