

6 PASOS

para construir una Empresa Sólida, y no un Auto-Empleo.

ACTION COACH

ACTION COACH

DOMINIO

El primer paso para consolidar y hacer crecer cualquier negocio es asegurarnos de que podemos entregar nuestro producto o servicio de una manera rentable, productiva, y con conocimiento suficiente para tomar grandes decisiones...



Vamos a conocer sobre el Programa de los 6 Pasos y a verdaderamente comprender el por qué todos los dueños de negocios, incluyéndote a ti, deben de seguir este sistema paso a paso...

Todo comienza con la definición de "Negocio" de **ActionCOACH**... todo comienza con el sueño de las personas que desearon independizarse y tener algo más que un trabajo...

En **ActionCOACH** vemos los negocios de la siguiente manera...

Una Empresa, Comercial, Rentable, que Funciona, sin Ti...

Estoy seguro de que esto es diferente a lo que la mayoría de la gente piensa y predica, pero tienes que saber que la razón por la que iniciaste tu negocio fue libertad, libertad financiera, libertad de elegir lo que tu querías y libertad de tiempo, solo para nombrar algunas...

Para ver esto desde el lado opuesto, tienes que comprender lo siguiente...

La Mayoría de los Negocios No Funcionan, el dueño lo hace, tú lo haces...

De hecho, saca al dueño del negocio y en la mayoría de los casos el negocio muere.

Pero, vamos a ir desde el principio...



DOMINIO

¿Es viable el negocio?

La primera etapa de crecimiento de cualquier negocio es asegurar que podemos entregar:

- Rentablemente
- Productivamente
- Con Conocimiento. (Suficiente Información del negocio que nos permita grandes y trascendentales decisiones)

Los dueños de negocios son muy buenos haciendo lo que saben hacer, pero nadie les ha enseñado la Gestión Administrativa de un negocio, por lo que lo hacen intuitiva y empíricamente.

Ellos son primordialmente técnicos por lo que no conocen de negocios y lo operan incorrectamente. Son auto-empleados, no empresarios. Obtienen satisfacción de su sudor, no del uso de su mente, por lo que repiten sus errores todos los días.

Los Contadores son muy buenos para contar la historia de tus finanzas. Pero difícilmente le pueden enseñar al dueño a planear el futuro y los fundamentos del manejo del negocio, es decir...

ACTION COACH

GESTIÓN EMPRESARIAL. Porque los negocios que si funcionan, tienen orientación sistemática independientemente de los conocimientos del dueño para producir resultados.

Se necesitan indicadores que midan que tan bien se están manejando los recursos de la empresa y esto es tiempo y dinero. El negocio debe ser una entidad aparte de su propietario sostenido por propósito común, proceso eficaz y eficiente y gente entrenada, auto-disciplinada.

PREGÚNTATE...

- ¿Sabes cómo interpretar la hoja de Balance?
- ¿Entiendes lo que te están indicando los números del Origen y Aplicación de Recursos?
- ¿Puedes detectar los SIGNOS VITALES de tu empresa, conociendo los coeficientes y tasas que se deducen de tus Estados Financieros?

Sin una **visión compartida** con el equipo, una **foto clara del futuro**, no hay a donde ir sino a una **rutina de auto-empleo.**

1

DOMINIO del DINERO

No solo es indispensable conocer tus cifras históricas (consecuencias) también es importante **conocer los números que crearán tu futuro** (causas)
Para entender este rubro, lo subdividiremos en las **4 Áreas de Dinero** más importantes del negocio.

ACTION COACH

1.1 **DOMINIO** del **PUNTO** de **EQUILIBRIO**

Conoce cuántas Ventas en monto y unidades o clientes, necesitas generar diariamente para cubrir los gastos y alcanzar tus metas de utilidades. Es Indispensable conocer tu Margen Bruto o Contribución Marginal y dividir tus Costos en Fijos y Variables.

DOMINIO del **MARGEN** 1.2

- **Desarrolla un Plan** para alcanzar el número que estas buscando.
- Conoce el **Margen Bruto** (o Contribución Marginal) por producto y desecha los de baja contribución o aumenta los precios.
- Conoce bien tus **Costos Fijos y Variables**.

La **Utilidad** es una CONSECUENCIA de los 5 Pasos. Es un Producto, por lo que hay que trabajar en la Materia Prima.

Empieza de Abajo Hacia arriba. ¿Cuánto quieres ganar?

Pero antes de empezar cualquier actividad de Marketing, debes conocer y DOMINAR el MARGEN / VENTAS

1.3 **DOMINIO** de la **INFORMACION** y **REPORTES**

Los “Signos Vitales” de la empresa son los Indicadores Clave de Desempeño que hay que conocer diaria y semanalmente que se consolidan al fin de mes y te permiten tomar decisiones para corregir el rumbo y alcanzar el futuro buscado.

Primero, es necesario mediante una encuesta u otra forma, establecer:

- Monto Promedio de Venta
- Margen sobre Ventas

Mídelo durante una, dos o tres semanas o establécelo inmediatamente mediante la información de un periodo previo. Estos datos los deberás continuar reportandosemanalmente. Deberás asignar a una persona,o pedírselos directamente al Contador



Posteriormente, podremos Probar en el Marketing, cuáles elementos están funcionando y cuáles no. Lleva un registro de las ventas hecha. Escribe el Monto y # de artículos que se llevan. O en su defecto, si puedes, determina cuántas veces ha comprado cada cliente en los últimos doce meses y así definirás el # de transacciones por cliente.

DOMINIO del **MARGEN** 1.2

Tú puedes predecir tus utilidades en el futuro midiendo y pronosticando los Indicadores Clave de Desempeño.

Cuando se implementan estrategias para aumentar las ventas y utilidades (o beneficios), primero hay que conocer como estamos mediante **CIFRAS** que se puedan comparar después de **PROBAR y MEDIR.**

Implementa una estrategia al mismo tiempo y MIDE sus resultados en 1 a 2 semanas. Luego decide si puedes implementar varias estrategias simultáneamente y **SEGUIR MIDIENDO resultados.**

¿Verdaderamente conoces todo lo que NO SABES de tu negocio?

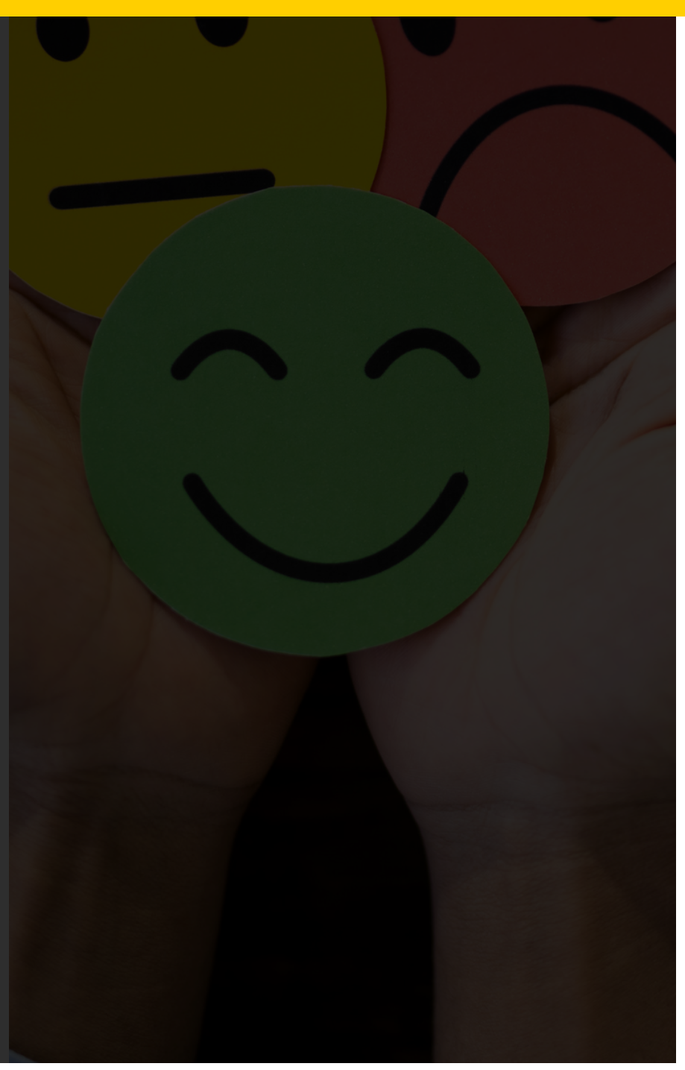
Usa una bolsa más grande para cliente y se la das cuando entre, por ejemplo. Pon más mercancía de mayor margen en los anaqueles. Etc. Pequeños cambios multiplicadores, suman **RESULTADOS MASIVOS.**



Los negocios no son Ciencia sofisticada. No se trata de enviar un hombre a la Luna. Es SIMPLE y SISTEMÁTICO.

ACTION COACH

2 DOMINIO de la ENTREGA



Consistencia es más importante que ideas brillantes. Es inútil tratar de llenar la bañera si el tapón no está puesto, por lo que inmediatamente debes parar la fuga en tu cadena de suministro.

Se trata de asegurar de poder entregar los productos y servicios que los **CLIENTES QUIEREN**.

CONSISTENTEMENTE: La calidad apropiada en el momento oportuno con el margen adecuado.

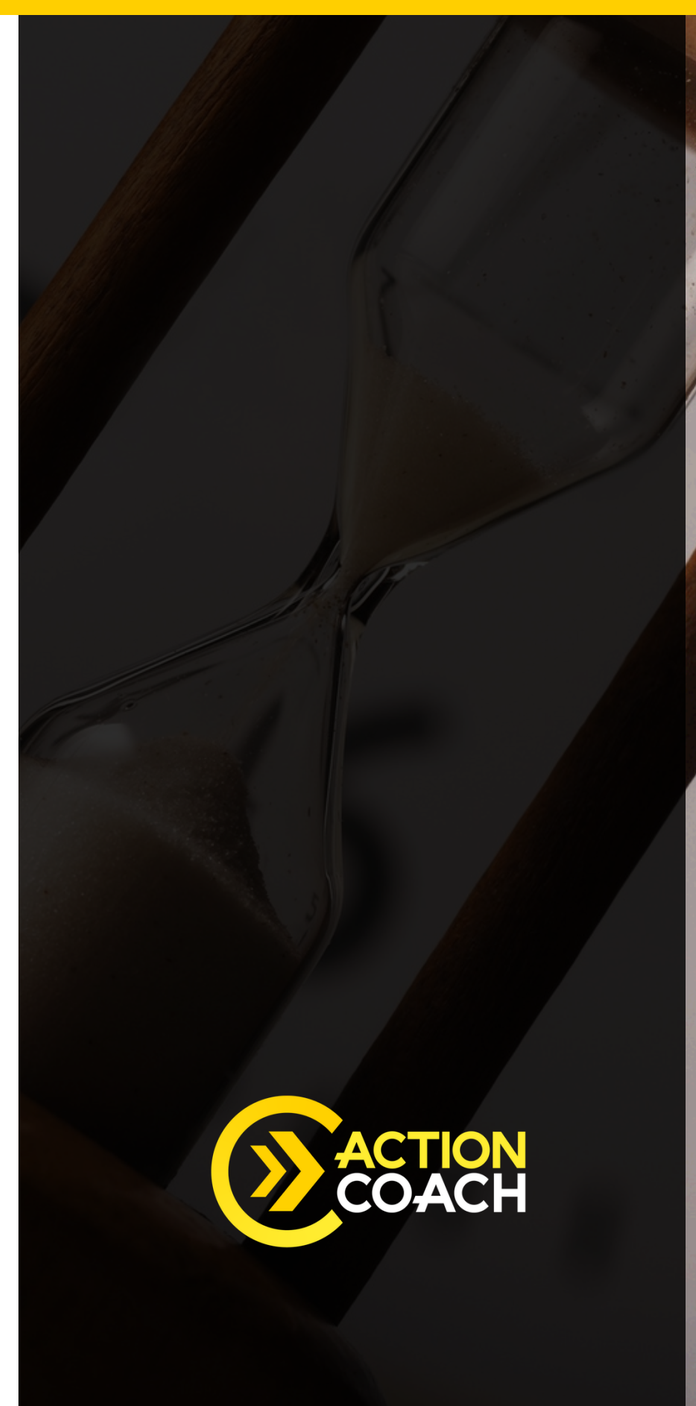
Es necesario **PLANEAR** para que los productos y servicios sean suficientes para servir a **TODOS** los clientes lo que quieren, **CUÁNDO** lo quieren y **CÓMO** lo quieren.

Escribe las 5 quejas más comunes de los clientes y las ideas para resolverlas de tal manera que puedas hacer que los clientes regresen.

3 DOMINIO del TIEMPO

Mi productividad y la productividad de mi gente, determinará mi éxito y rentabilidad.

No hay suficiente tiempo durante el día, para hacer lo que se requiere hacer. Para que el negocio pueda crecer, el dueño debe buscar de 5 a 10 horas de su ocupadísima semana para poder poner orden y organización a su vida. El siguiente **ejercicio** aplica:



3.1 Anota **cuántas horas a la semana trabajas** de Lunes a Domingo.

3.2 Escribe una lista de TAREAS a realizar.

3.3 Retrabaja ambas tablas durante 2 semanas, hasta que se igualen los tiempos.

3.4 Escoge 2 o 3 tareas a DELEGAR. Discute con tu Coach cómo y cuándo lo vas a hacer. Si no hay a quién, empieza el proceso de definición y selección del nuevo personal.

Utiliza para lo anterior, el formato del Estudio Rápido del Tiempo de la carpeta SISTEMAS PyM de tu Manual de Bienvenida.

DOMINIO del DESTINO

4

Tener claridad hacia dónde estoy yendo y a dónde estoy enviando el negocio, es vital para el éxito.

OBJETIVOS: (Son Permanentes)

VISIÓN: Inspirar e Involucrar. Tu luz de GUÍA (Amplia y Difusa)

MISIÓN: El CÓMO alcanzar la Visión

- En que negocio estamos
- Quién es nuestro equipo
- Quiénes son nuestros clientes
- Qué nos hace únicos

VALORES: Es la manifestación de la Cultura:

- 3 Valores Importantes para el CLIENTE
- 3 Valores Importantes para el EQUIPO
- 3 Valores Importantes para el éxito del NEGOCIO

METAS: Un punto en el tiempo o espacio (un marcador <milestone>)

En Resumen... DOMINIO

Yo debo usar mi disciplina interna para mantenerme ENFOCADO y alcanzar LOGROS por mí mismo. Si no puedo solo, la alternativa es contratar un Coach para que con sus herramientas y disciplina, me enseñe a mantenerme con una mente concentrada y enfocada a RESULTADOS.



Es muy recomendable leer los ***"7 Hábitos de las Personas Altamente Efectivas"*** de Stephen Covey, e instalar mentalmente sus recomendaciones.
Sigue al menos las siguientes sugerencias:

Empieza al final de cada día, escribiendo las actividades del día siguiente. Esta disciplina permite que el cerebro se concentre mejor en hacer las tareas del día siguiente.

2 Del ejercicio tabulado en DOMINIO del TIEMPO, SISTEMATIZA alguna actividad o DELEGA para que te liberes al menos 5 horas semanales que te permitan trabajar PARA el negocio en orden, organización, planeación, crecimiento, etc. en vez de estar EN el campo de batalla diario.

Es el momento de preguntar si el dueño quiere ser propietario de un NEGOCIO o se conforma con ser simplemente AUTO-EMPLEADO y conservar su propio trabajo.

Recuerda, **un NEGOCIO es una Empresa Comercial Rentable que funciona SIN TI.** Busca a alguien que analice TIEMPOS y MOVIMIENTOS de TODA la organización si no lo puedes hacer tu mismo. Elimina cosas repetitivas y sin sentido.

¿Por qué construirse un trabajo, cuando puedes crear un VERDADERO negocio que crece independientemente del dueño?

Si el propietario debe trabajar EN el negocio, es porque este NO FUNCIONA.

Esto no quiere decir que se debe de abandonar el negocio y dejarlo al azar. Pero el propietario debe tener la libertad de decidir si en un día cualquiera quiere o no, ir a su trabajo. Esa alternativa y la libertad que conlleva es de lo que se trata de ser un propietario de negocio, no un auto-empleado.

ENTONCES, PREGÚNTATE

- ¿Estoy muy involucrado en mi negocio?
- ¿Puedes levantar el teléfono desde tu casa, llamar a la empresa, y decirle al primero que conteste "Chicos, ustedes encárguense de todos los asuntos, porque yo me voy por 3 meses" ?
- ¿Tienes un negocio o el negocio te tiene a TI?

NADIE puede vender un trabajo. Siempre hay alguien dispuesto a comprar un NEGOCIO. Termina de construirlo, para que puedas dedicarle el tiempo a otras cosas creativas PARA el negocio.

ACTION COACH

ACTION COACH

MARKETING

Una vez que estas funcionando a tu utilidad básica, es el momento de encontrar tu Característica Única de VENTAS y formar tu maquinaria de Mercadotecnia y Ventas...



PASO

2

MARKETING

No Competir por Precio

LA FÓRMULA DE LOS 5 CAMINOS PARA SUPER-UTILIDADES

Una vez que estas funcionando a tu utilidad básica, es el momento de **encontrar tu Característica Única de VENTAS** y formar tu maquinaria de Mercadotecnia y Ventas.

El **chasis de los 5 Caminos a Súper-Utilidades** es la fórmula en la que se pueden construir TODOS los negocios. Mediante diferentes estrategias de mercadotecnia y venta, se generará mayor flujo, pero hay que medir todos los cambios, sobre una base del tiempo.

La mayoría de los dueños de negocios trabajan en las consecuencias o resultados del chasis, que son clientes y ventas. Se debe trabajar metódicamente en las causas, que son las áreas que transforman el negocio generando mayores utilidades.

Obtener **más Prospectos** y mejorar la **Tasa de Conversión**, es lo que se debe hacer para lograr más **CLIENTES**.

El **# de Transacciones** es otro de los 5 Caminos del Chasis. No quieres el peor o el mejor cliente si no un **PROMEDIO** de cuántas veces te compra el mismo cliente en una semana o en un mes. Si esto no es posible medirlo, prueba con el # de artículos que se llevan en una bolsa. Recuerda las papas fritas de McDonalds. Muchísimos dueños nunca se molestan en tener una base de datos de sus clientes anteriores. Se le puede pedir a un cliente satisfecho que compre una y otra vez. ¡Que regrese durante toda una vida!

El **Monto Promedio de Venta** es posiblemente el más fácil de conocer. Son las ventas totales dividido por el # de ventas a un mismo cliente en promedio. Por lo tanto:

Clientes X # de Transacciones X Monto Promedio de Venta = Ventas

Es decir, las ventas es una consecuencia de 3 variables que se pueden afectar para variar positivamente el resultado.

Pero, debemos establecer las siguientes prioridades a atacar para un avance efectivo:

a. Monto Promedio de Venta
b. Tasa de Conversión
c. # de Transacciones
d. Generación de Prospectos

Este último es el más oneroso (lucrativo) y requiere de un buen sistema de Probar y Medir. Por lo que empieza subiendo tus precios en forma educada, e implementa tu CARACTERÍSTICA UNICA de VENTA y GARANTÍA que te diferenciarán de lo que hay en el mercado. Las necesidades de mercadotecnia requieren transmitir qué es lo ÚNICO sobre TU producto o servicio y porque alguien debe comprarte HOY!

Como, por **ejemplo**:

"Te garantizamos que lograremos sacarte una sonrisa al final del FUNERAL"

LAS REGLAS DE LA MERCADOTECNIA

Marketing es un proceso en el que se deben seguir reglas muy simples.

REGLAS del Coach sobre MERCADOTECNIA

1 Marketing es una Inversión cuando se está Probando y Midiendo.

Si no estas enfocado a crear FLUJO de EFECTIVO en caja, desperdicias el tiempo del negocio. PyM, todo lo que haces, de lo contrario desconoces lo que haces y la mercadotecnia se vuelve un gasto, porque no lo recuperas.

2 Utiliza más tiempo generando INGRESOS que reduciendo o manteniendo bajos los costos.

Dedícale por lo menos un par de horas diarias a la generación abundante de ingresos, en vez de permanentemente concentrarte en la reducción limitada de costos.

3 Asigna 50% de tu inversión en recursos a Distribución y el otro 50% en Mercadotecnia y Ventas.

Dedicarle el 50% de tu inversión en tiempo y esfuerzo a la DISTRIBUCION Y ENTREGA, y el otro 50% a VENTAS Y MERCADOTECNIA. (Atraer Prospectos) Entiéndase este concepto como el alistar sistemáticamente productos y servicios para que estén disponibles y listos para el MERCADO.

ACTION COACH

4 Prueba y Mide todo mediante Indicadores Claves de Desempeño.

Ya entraremos posteriormente en la interacción de estos dos conceptos.

5 Comprar tus clientes es una INVERSIÓN, por lo que define tu presupuesto de Marketing en términos del indicador denominado COSTO de ADQUISICIÓN.

Campañas de publicidad, folletos, especificaciones impresas, hojas de datos de materiales, demostraciones, ofertas y descuentos, comisiones del Equipo de Ventas y todas las estrategias para buscar nuevos clientes es COSTOSO. El monto total de lo invertido sobre un periodo, dividido sobre el # de clientes en el mismo periodo, es el COSTO de ADQUISICION. Comprar CONTINUAMENTE es la parte más costosa de la empresa.

6 NUNCA perseguir sutilmente una rebanada del mercado. Buscar una proporción mayor de la billetera del cliente.

Esto quiere decir, así de simple, que, teniendo una BASE de DATOS de la CLIENTELA, ¿Qué más le puedes seguir vendiendo? Ya te conocen, demostraron que les gustas porque ya te han comprado, ya saben que puedes y que es lo que no puedes hacer por ellos. Lo ÚNICO que debes hacer, es buscar una manera RENTABLE de pedirles que regresen y vuelvan a comprar.

7 Estamos en el Negocio de las UTILIDADES (Beneficios).

Los dueños de los negocios definen su empresa por el Monto de las Ventas totales. Como por ejemplo una florería o un despacho de contadores. Si ves tu negocio bajo otro punto de vista que no sea el producto o servicio que vendes, y lo ves desde el ángulo de la Mercadotecnia, de repente te das cuenta de que tú estás en el negocio de GENERACION de UTILIDADES (Beneficios). Es tan simple como gastar menos de lo que se genera.

8 Establece tus prácticas mediante un enfoque de largo plazo y conoce muy bien el Valor en el Tiempo de un Cliente.

Compras clientes con marketing y ventas con la expectativa de que gasten más contigo de lo que tú pagaste por encontrarlos a ellos. Esto lo haces reduciendo el COSTO de ADQUISICIÓN o extendiendo el tiempo en que aquellos gastan más contigo, haciéndolos volver una y otra vez. Debes de apreciar lo importante que es la RELACIÓN con el cliente, asegurando de que todo está correcto para que puedas mantenerlo tanto tiempo como sea posible.

9 Siempre trata de disminuir tu COSTO de ADQUISICIÓN y aumentar el VALOR en el TIEMPO de todos los clientes (puntería).

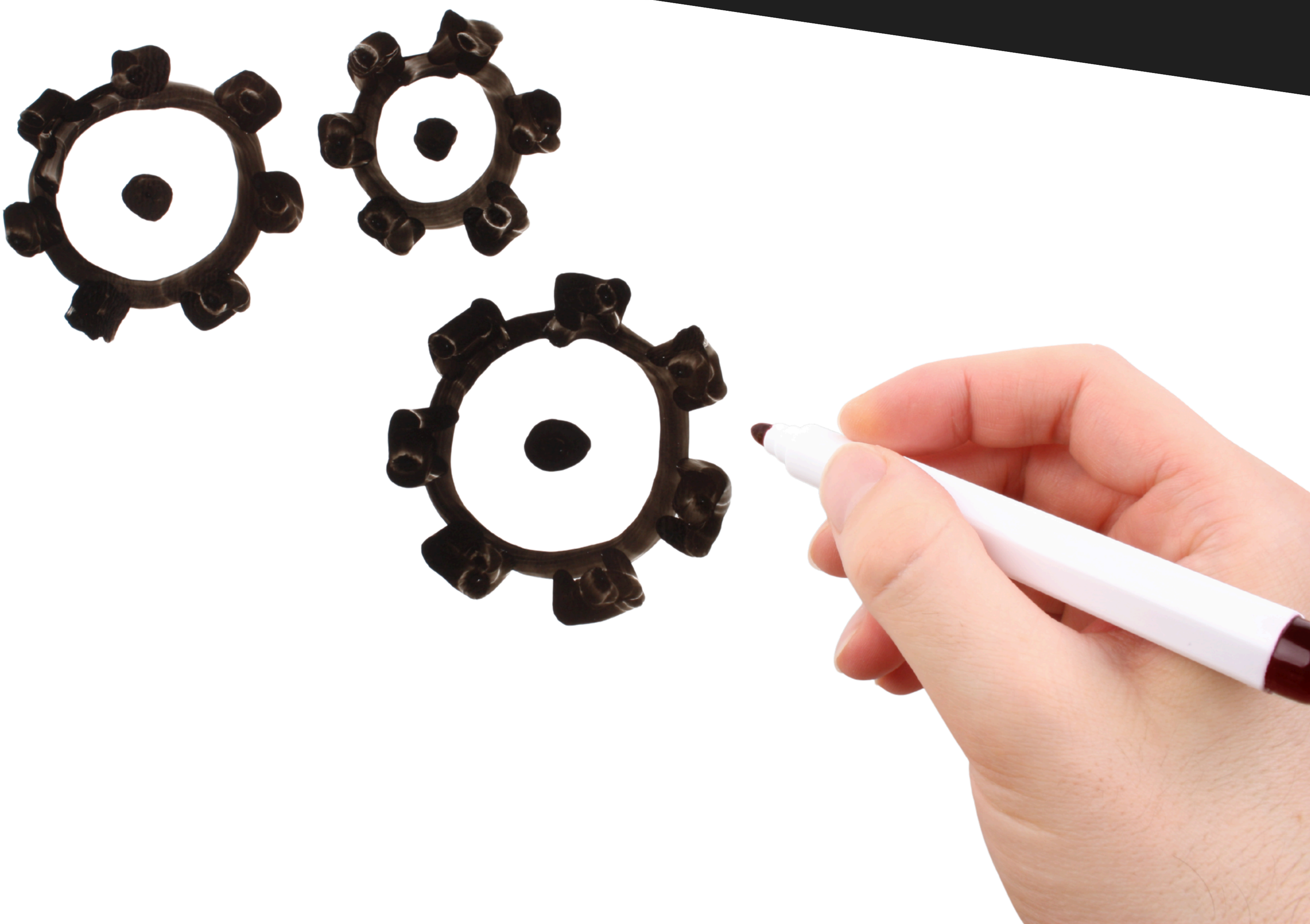
Si compras clientes por un costo menor al que ellos gastan en tu negocio, tienes una campaña de mercadotecnia de presupuesto ilimitado.

¿Cuánto gastaría tu cliente de por vida?
¿Cuántos referidos te enviaría?

ACTION COACH

SISTEMAS

Ahora que tienes excelente flujo de caja y utilidades, es el momento de poner a andar los sistemas para que manejen el trabajo adicional.



PASO

3

SISTEMAS

El nombre del juego a este nivel es eficiencia. Debes lograr más con menos. Aquí es donde le prestamos atención a los SISTEMAS.

Los sistemas no están diseñados para remplazar a las personas, están diseñados para que las personas obtengan excelentes resultados haciendo su trabajo. Un buen negocio en este punto pasa de depender de las personas a depender de los sistemas.
Queremos hacer que los Sistemas manejen al Negocio y las personas manejen los Sistemas.

Es importante que los sistemas estén implementados ANTES de nuevas contrataciones aunque el equipo actual –si es que tienes uno- esté abrumados por la carga de trabajo. Durante los próximos 4 meses veremos en detalle los 9 pasos para sistematizar tu negocio

3.1 Enunciado de VISIÓN

3.2 Enunciado de MISIÓN

3.3 Enunciado de CULTURA

3.4 Metas SMART

3.5 Tabla Organizacional

3.6 Contratos de Posición

3.7 KPI´s (Indicadores Claves de Desempeño)

3.8 Cómo Sistematizar

3.8 Sistemas de Manejo

ACTION COACH

3.1 Enunciado de VISIÓN

Preparar la visión de nuestro negocio es el primer paso de SISTEMAS.

Quizás ya tienes un enunciado de tu visión, ahora pregúntate ¿cuál es, clara y concisamente? Establécela, una meta a 100 años donde este muy grande en el futuro, no a corto plazo si no una meta masiva.

Si vas a crear tu visión o quieres mejorarla, pregúntate: ¿Cuál es mi futuro preferido? Y haz el siguiente ejercicio:

- Dibujar en las creencias, la misión, y el medio ambiente de la organización.
- Describe lo que deseas ver en el futuro.
- Sé específico para cada organización.
- Sé positivo y estimulante.
- No asumas que el sistema tendrá el mismo marco como lo hace hoy.
- Sé abierto a dramáticas modificaciones a las actuales organizaciones, la metodología, técnicas de enseñanza, instalaciones, etc.

Ahora crea tu enunciado de la visión. Un **ActionCOACH** puede orientarte y darte las herramientas necesarias para crear tu enunciado de la visión

3.2 Enunciado de VISIÓN

La misión explica cómo vamos a lograr nuestra visión, especifica el propósito de la empresa, así como la filosofía y los valores que la guían.
Una misión que es genuina creará entusiasmo y emoción en la organización, en los miembros del equipo o los directores. Para crear el enunciado de tu misión trabaja en las siguientes declaraciones:

- Tu declaración de misión debe estar orientada al futuro y mostrar tu organización, ya que será, como si existiera.
- Tu declaración de misión debe centrarse en un objetivo común.
- Tu declaración de misión debe ser específica a la organización, y no genéricas.
- Tu declaración de misión debe ser una breve declaración, a no más de una o dos frases.

Aquí hay un ejemplo de declaración de la misión: “Al ofrecer una educación de calidad, le damos una autonomía de las personas a ser cariñosos, competentes, ciudadanos responsables que valoran la educación como un proceso de toda la vida.”

Un **ActionCOACH** puede orientarte y darte las herramientas necesarias para crear tu enunciado de la misión.

3.3 Enunciado de la CULTURA

La cultura es el paso en donde pones las reglas del juego, como tú, dueño del negocio quieres que tu equipo se comporte para poder obtener el éxito. Definidos y escritos por ti para dar un mejor entendimiento a los miembros del equipo, así como a futuros integrantes. Si no te permites llegar a un entendimiento de lo que su cultura es, los mismos integrantes del equipo se comportaran como ellos decidan. Por lo general existen 12 puntos de cultura que debe de cubrir las siguientes 4 aéreas
principales:

- 3 puntos importantes para los dueños.
- 3 puntos importantes para el éxito de la empresa.
- 3 puntos importantes para el equipo.
- 3 puntos importantes para los clientes.

Conocer los 14 puntos de cultura de ActionCOACH te darán una referencia más clara de cómo crear los tuyos, uno de nuestros ActionCOACHes te dará las herramientas para crear tu cultura.

3.4 Metas SMART

¿Cómo queremos que nuestra compañía se vea cuando esté terminada? Las metas generales
son una ayuda para concentrarse en las cosas pequeñas que son las importantes para poder cumplir la meta final, la mejor manera para cumplir la meta final es separándola semanal y mensualmente. Estas son las metas para concentrarnos cada semana en nuestras juntas.

Y estas metas deben ser SMART:

- **eSpecífica:** Las metas deben usar términos específicos más que términos abstractos.

Ejemplo:
Inapropiado: Los empleados tendrán empoderamiento.
Apropiado: Los empleados estarán autorizados para tomar decisiones.

- **Medible**: Los enunciados de una meta deben incluir alguna metodología para que, de forma objetiva, podamos medir su cumplimiento.

Ejemplo:
Inapropiado: Los clientes estarán encantados
con nuestro servicio.
Apropiado: Recibiremos al menos 12 testimonios de nuestros cliente expresando alguna reacción positiva relacionada con nuestro servicio.

- **Alcanzable**: La fijación de una meta debe ser retadora, pero realista.

Ejemplo:
Inapropiado: Todos los clientes comprarán otro producto en un término de 3 días a partir de la compra inicial.
Apropiado: 95% de nuestros clientes compraran otro de nuestros productos en un plazo de 90 días a partir de la compra inicial

- **Resultados**: El establecimiento de una meta debe identificar los resultados que estás buscando.

Ejemplo:
Inapropiado: Esperamos un incremento de nuestros ingresos brutos.
Apropiado: Esperamos un crecimiento de 20% en nuestros ingresos brutos.

- **Tiempo Definido**: El establecimiento de una meta debe definir un periodo de tiempo.

Ejemplo:
Inapropiado: Reducir el número de accidentes a cinco.
Apropiado: Reducir el número de accidentes a cinco durante el primer trimestre.

3.5 Tabla Organizacional

Al lograr tener la gente adecuada, en el lugar adecuado, con el plan adecuado, tu negocio dependiente de la gente se traslada a uno dependiendo de los sistemas.

Desarrolla tu organigrama por funciones. Define las posiciones del negocio, aunque no se vayan a ocupar por el momento. Coloca en cada posición una descripción de las cosas que se deben hacer, aunque por el momento una persona tenga que ocupar varias funciones simultáneamente.

- Arranca el organigrama por la cabeza de la organización. Coloca en un recuadro en la parte superior central de la hoja, el nombre que le quieres asignar a la posición jerárquica más alta de la organización (Presidente, Director, Gerente General, etc.)
- Al siguiente nivel, escribe todas las posiciones que algún día requerirán ser incluidas en tu negocio. Pinta un cuadro alrededor de cada función y únelos por medio de una línea recta con el recuadro de la cabeza de la organización.
- El tercer nivel será formado por los nombres de aquellas posiciones que se reportan al segundo nivel. Igualmente, traza un cuadro alrededor de cada función y conecta cada puesto con el supervisor inmediato, mediante una línea recta.
- Continua de esta manera hasta que tengas toda la organización claramente delineada.

Al tener dibujado un diagrama claro de cuáles posiciones se requieren en tu negocio, eventualmente podrás decidir quién es el mejor que puede ejercer cada función. Por supuesto, si en esta fotografía no hay alguien disponible que pueda cubrir a cabalidad las actividades de la función porque todos los demás están muy ocupados, entonces podrás empezar a buscar y seleccionar un candidato adecuado que sea contratado para llenar la función y efectuar las tareas que no se están haciendo.

3.6 Contratos de Posición

Conseguir la gente apropiada para el lugar apropiado, empieza con el correcto conocimiento de cuáles son estos lugares.
Contratos Posicionales deben ser establecidos claramente para que la persona que ocupa la función conozca muy bien, los Objetivos de la empresa, las metas y responsabilidades del puesto y cuáles cuentas debe rendir como
resultado de las tareas del puesto. (Indicadores Claves de Desempeño)
Si una persona tiene claro qué es lo que se supone debe hacer lo hará mejor. Cada persona ha sido empleada por una razón y tiene un papel individual importante que desempeñar.
Debe, este individuo, conocer dicha razón y la parte en que esté contribuyendo con sus resultados, a que el negocio alcance sus Objetivos y Metas.
El Contrato Posicional tiene que establecer cuando una persona que efectúa un trabajo específico sepa que está sobresaliendo, se desempeña en forma satisfactoria o cuánto necesita mejorar. Así mismo, debe de establecer las tareas a desarrollar, los estándares a seguir y las metas a alcanzar. Los Contratos de Posición les da a la gente una clara fotografía del papel a desempeñar y los
indicadores claves, les ayuda a lograr más. La descripción de puestos debe ser de todas las posiciones incluidas las que no existen. Algunas personas podrían estar efectuando más de una posición simultáneamente, así que su contrato posicional puede tener 2 o mas descripciones de puestos. Es fundamental definir los papeles y que es lo que hay que hacerse para alcanzar las metas.

3.7 KPI's (Indicadores Claves de Desempeño)

La conexión entre el trabajo y las recompensas, son las metas. Para considerar promociones y aumentos de sueldos y salarios, debe de haber un SISTEMA justo y consistente. En ausencia de los Indicadores Claves de Desempeño (KPI por sus siglas en inglés), el dinero de recompensas mal manejadas, será un excelente desmotivador.
Los KPI son mediciones que normalmente usarías para juzgar si un trabajo está bien realizado.

Son cosas centrales a la tarea:
puedes medir al vendedor por medio del # de personas a las que vendes diariamente, tomando en cuenta la cuota que se le ha establecido. Igualmente, se puede medir la retroalimentación de los clientes, las devoluciones, las mermas de producción, etc. Para cada posición debe de haber un KPI. De lo contrario no podrás administrar lo que no mides por lo que tienes que establecer un KPI para cada persona en la organización.
Para la compañía en general tienes los Estados Financieros (Balance, Estado de Resultados y Estado de Origen y Aplicación de Recursos) y los 5 caminos para poder medir la respuesta a
la mercadotecnia.

Con cada persona del equipo, se debe establecer una meta o cuota y encadenarla a su recompensa y bono periódico. Los miembros individuales del equipo tendrán como en un juego, un marcador positivo que les permitirá
esforzarse. Agrega también un elemento de competencia en sus rutinas diarias y asegúrate de que cada individuo aspire a alcanzar sus metas. Esto tendrá efectos motivadores en la operación y también en los miembros del
equipo.

Seleccionar la gente adecuada en las posiciones que mejor se pueden desempeñar, con los planes adecuados al puesto, ofrece la enorme ventaja que aleja la dependencia del negocio del dueño mismo.

3.8 Cómo Sistematizar

Como los propietarios de negocios, rara vez le explican exactamente como hacer el trabajo a sus trabajadores, los colocan en una desventaja de desempeño desde el principio.
Esto se evita escribiendo manuales, o con videos o fotografías para explicar con detalle el CÓMO debe HACERLE.

La razón para tener un MANUAL que puede ser perfeccionado periódicamente, es porque eventualmente la gente se cambia de posición o de trabajo. Especialmente si un individuo lleva muchos años en el puesto y se hacen casi “indispensables”, te dejaría en un predicamento al abandonar el puesto sin dejar ningún registro.
Escribir cada manual es como una auditoria operacional en cada posición. Simplemente escribe lo que el empleado debe de hacer desde la mañana hasta la tarde, desde que entran a trabajar hasta que se retiran.
Considera cada día y también el mes completo porque habría tareas que se efectúan con poca frecuencia

Al agrupar todos los CÓMO debe HACERLE en un MANUAL de POLÍTICAS y PROCEDIMIENTOS para el negocio, aseguraras de que todo funcione eficientemente cada vez, todas las veces y será el SISTEMA el que sea la llave del desarrollo de un negocio exitoso.

Después del organigrama, las descripciones de puestos con sus respectivos Indicadores Claves de Desempeño, clarificando el QUE debe hacerse en cada trabajo y lo que se puede medir de sus resultados, es vital que todos entiendan el CÓMO debe hacerse cada asignación, Esto se efectúa utilizando el apalancamiento del FLUJO de la INFORMACIÓN. A continuación, escribe una lista de todas las actividades rutinarias y clasifícalas en periodos de tiempo sucesivos. Siempre deja alguna manera para que alguien maneje las excepciones. Esto son las tareas repetitivas que se efectuarán en el negocio cada mes, trimestre y durante todo el año.

El siguiente paso es unir mediante una línea recta con una flecha en la dirección en que viajan los documentos o la información, cada actividad dentro de un departamento, describiendo la ruta que sigue la tarea,
desarrollando mediante este esquema, un diagrama de flujo de proceso de todas las funciones y tareas.

Empieza con el primer punto de contacto que es el cliente y sigue la ruta para llenar sus necesidades. Los pedidos pueden ser telefónicos o de mostrador así que son 2 funciones separadas.

Una vez que este completada la lista de tareas rutinarias que cada miembro
del equipo desempeña, la siguiente tarea es documentar CÓMO deben hacerlo.

Debemos asegurarnos ahora, que sea la mejor manera de hacerlo. Este cuestionamiento lo puedes repetir varias veces. Piensa en tu búsqueda de mejorar, como un círculo que no tiene principio ni fin. Simplemente te mantiene cada vez mejor. Los japoneses lo denominan KAISEN que básicamente es una mejora continua sin fin.

Acá es donde los KPI destacan por su importancia relativa. Prueba una sola tarea al mismo tiempo y mídela. Compara lo que se está haciendo con lo que se pretendía. ¿Son los Indicadores obtenidos los que se esperaban lograr? ¿Se alcanzan todos oportunamente, o
solo algunos? ¿Cuáles son las razones de las desviaciones? ¿Se pueden introducir algunos pasos intermedios para corregirlas? siempre con el fin de lograr que el sistema sea mejor y más fácil.

Durante el proceso de mejora, es importante involucrar a todo el equipo solicitándoles retroalimentación mediante las **siguientes herramientas:**

- Lista de las 10 actividades en el trabajo que más tiempo le consumen.
- Lista de las 10 actividades laborales que más estrés o disgusto le causan.
- Lista de las 10 tareas que estén más relacionadas con la productividad de su puesto.
- Lista de las 10 tareas del sistema que le causan la mayor sensación de deleite, satisfacción o felicidad.

¿Puedes adaptar, modificar, corregir o incluir algo nuevo usando las listas anteriores?

ACTION COACH

Posteriormente, les pides a los miembros del equipo que piensen en los cuellos de botella que ellos han identificado en el proceso. Que escriban los 3 que ellos creen que mas afectan los resultados de la empresa o que causen los mas importantes problemas a los clientes. Trabaja con ellos en eliminarlos uno por uno y notarás el orgullo y sentido de propósito que esto genera. Los clientes, pronto lo van a detectar.

Algunos puntos que ahora debes considerar en tu manual:

- Empieza con una descripción de todas las tareas relacionadas al Diagrama de Flujo de Proceso.
- Usa encabezados concisos y puntos cortos
- • Empieza con una tarea regular que sea la primera, o la más importante.
- Describe cada acción que se requiere manejar, o completa cada función y escribe brevemente lo que se necesita hacer.
- Menciona lo que se desea obtener y lo que sucede a continuación.
- No olvides poner la contingencia de ¿Que pasa si algo sale mal o surge otra acción alternativa?
- Si es posible, usa videos, audio o fotos

3.9 Sistemas de Manejo

Ahora ¿Cómo manejas todo esto? Desarrollando los Sistemas de Administración. ¿Qué juntas tienes? ¿Por qué reportes de Indicadores de Desempeño Claves pasas? ¿Cómo haces el entrenamiento? Etc, etc... Todos estos aspectos de administración del negocio son vitales. El manejo de la estructura, reportes, todas esas cosas en las diferentes áreas desde finanzas hasta operaciones ¿Qué es lo que tienes que hacer para manejar tu negocio?

Recuerda, nuestro objetivo sistematizando un negocio, es hacer el trabajo una vez y así ser capaz de entrenar personas en un tercio, mitad o décima parte del tiempo para darle a las personas la posibilidad de ir y hacer el trabajo. Hacemos el trabajo una vez, dividimos las tareas y multiplicamos el resultado final. Es por eso, que se llama Apalancamiento y por eso los sistemas son la clave del apalancamiento.

Y la tecnología con el uso adecuado es una necesidad que acelera los sistemas y procedimientos administrativos y operativos.

Tienes que darle una mirada, una vez más, a todos los sistemas y procedimientos ya creados. Piensa en todas las áreas donde utilizas tecnología para que te faciliten la tarea. Así mismo a otras actividades en donde lo puedes hacer mejor, más rápido y a menor costo mediante inversiones en tecnología. Usa el criterio de lo que pueda beneficiar al cliente en agilidad de entrega, calidad de servicio o producto, novedades o una experiencia de compra más efectiva.

Cuando se trata de factores secundarios en la tecnología de la información, como un nuevo software para contabilidad, tómalo con calma. Primero averigua si la versión que tienes la estas aprovechando al máximo como fue diseñada.

En ambos casos, de todas maneras, debes tener la solvencia para poder hacer la inversión. Son los costos fijos como las rentas o amortizaciones de activos fijos que dañan el flujo de caja en un bache de los negocios.

ACTION COACH

EQUIPO

Es el momento de continuar la construcción formando un equipo sólido que le dé continuidad al crecimiento y eventualmente genere un ingreso pasivo a los inversionistas propietarios del negocio.

No se trata solo de sentirse bien, sino de logros adicionales En **DOMINIO** se construye la base de “Una empresa comercial (mercantil) “.

En **MARKETING** agregaste “rentable” a la definición de un Coach sobre lo que es un negocio.

Al terminar **SISTEMAS** alcanzas la tercera parte de la definición sobre lo que es un negocio es decir “que trabaja sin ti”.

Ahora que la empresa es rentable, tienes una maquinita estupenda de mercadotecnia y puede funcionar sistemáticamente, es el momento de continuar la construcción formando un equipo sólido que le dé continuidad al crecimiento y eventualmente genere un ingreso pasivo a los inversionistas propietarios del negocio. Un equipo es un grupo de gente que está del mismo lado del juego.

Ellos están organizados para trabajar juntos. Cada uno de los miembros tiene un papel único que jugar que es igual de importante que el de los demás.

Todos tienen un propósito diferente al contribuir individualmente al beneficio de la empresa.

Aquí es cuando la cultura empresarial es relevante. Al seleccionar cuidadosamente a los nuevos miembros se deben escoger con afinidad a los demás y deberán empatizar con la cultura del grupo, de lo contrario se tendrá una manzana podrida corrompiendo a las demás.



EQUIPO

Todo comienza con el dueño del negocio que selecciona su personal. El negocio -- como en la vida--, es un espejo. Los colaboradores que elige son un reflejo del dueño, atrae el equipo que se merece. El marcador del juego le va a indicar que tan bien o mal seleccione a sus propios jugadores.

TEAM es: Together (Juntos) Everyone (Todos) Achieve (Logran) More (Más)

ACTION COACH

Reclutamiento e Inducción

Un gran equipo es uno de los mejores activos que una empresa pudiera tener. Gente excelente solo podría reforzar la efectividad de la organización. Cómo encontrarlas y reclutarlas es un factor de mucha importancia. Esto en las compañías de gran desempeño no solamente es selección, sino también deselección. No solamente hay que concentrase en las habilidades y experiencia pasada del candidato, sino en el "corazón" y "alma" que aportará al equipo. Lo primero ya no es relevante porque al entrar a un nuevo trabajo en una compañía diferente, con otra cultura, expectativas y maneras de hacer las cosas. Buscas la mejor persona posible para el puesto, no cualquiera que pueda hacer el trabajo. Ultimadamente, buscas aquel individuo que quiere el trabajo que le ofreces, por encima de cualquier cosa en el mundo. Buscas alguien que se apasione con las actividades que ofreces.

Liderazgo

Seleccionar el personal adecuado es el principio de un equipo exitoso para tu negocio. Es uno de los muchos ingredientes para formar tu equipo de ensueño. Pero hay que tener todos los elementos instalados para lograr el gran equipo alineado para ganarlas de todas todas. No puedes esperar que el equipo solo transforme tu negocio, hay otros factores que afortunadamente son controlables y dependen de que te asegures que sean parte del equipo.

Tienes que formar un equipo que pueda LOGRAR más mediante **6 llaves fundamentales que son:**

1. **FUERTE LIDERAZGO** – Debes de ser un líder decisivo y asertivo para que tu equipo tenga confianza en tu directriz.

Si el equipo no es apoyado y guiado por un liderazgo fuerte, el resultado será como tener un barco carguero sin timón, cruzando el océano. Esto es crucial. Por supuesto fuerte no quiere decir autócrata o un dictador. Un líder autoritario podría ser apropiado en una fusión o adquisición hostil entre compañías diferentes. Generalmente hablando, un fuerte liderazgo es algo diferente. No se refiere al estilo sino más bien a la calidad del liderazgo. Las cualidades que separan a los líderes ordinarios o casuales de los fuertes, es la pasión y la responsabilidad. La gente siempre responde bien a alguien apasionado con su trabajo, el negocio, o su vida. Es contagioso; todo el equipo se encontrará motivado a responderle, desempeñándose al máximo cuando sigue a un líder apasionado.

Pero la pasión por sí sola no hace un líder fuerte. Debe de estar acompañado de responsabilidad. Él aceptará la responsabilidad por las acciones de todo el equipo, y compartirá con ellos sus aciertos. Es esencial que él tome decisiones de forma decisiva y las lleve a cabo porque eso es lo que cuenta. Será capaz de ver las consecuencias de sus decisiones gerenciales hasta el final, y asumir la responsabilidad total por sus consecuencias.

La diferencia entre un líder y un gerente es que estos se concentran más en el lado técnico del negocio, dirigiendo la gente en el trabajo, asegurando de que las tareas se hagan de acuerdo a los estándares fijados o expectativas, supervisando que las fechas límites se cumplan. Estos son "técnicos", Se interesa más en los aspectos del cuerpo y de la mente. Se concentran en las habilidades y talentos técnicos de los miembros de su equipo. Pero con crecimiento y desarrollo personal –al convertirse en líderes- encuentran que su papel ha cambiado marcadamente. No solamente deja de ser técnico, sino que han delegado sus tareas en otra persona a quien le confina sus responsabilidades, y esto no es nada fácil. Este territorio en el que se mueven fuera de su zona de confort, y que inicialmente lo ven como una intrusión externa alterando su estado mental y produciendo infelicidad y preocupación. Esto es lo que se conoce como Perturbación. Es el síntoma del cambio significativo de gerente a líder. Esto se debe porque este último tiene mucho más interés en corazón y espíritu. Un líder fuerte es como un poderoso motor de 16 cilindros funcionando todos simultáneamente. La mayoría de los gerentes en los negocios se concentran en conocimiento y bienestar del personal. Estos factores tienen la potencia de 3 pistones cada uno en el motor en cuestión. Pero hay 2 áreas más importantes que generan potencia en la organización. Son el corazón o el factor humano y el alma o la pasión. Estos son más poderosos, por lo que equivalen a 5 cilindros cada uno en el motor del liderazgo. El total son los 16 cilindros.

2 **OBJETIVO COMÚN –** Debes de tener Objetivos y Metas en las que no solamente todos creen y conocen, pero en donde todos ganan

No puedes esperar resultados del equipo, si ellos no conocen los Objetivos y Metas de la organización. Empieza con lo permanente. Los Objetivos los subdividimos en Visión, Misión y Valores. La Visión es el destino central que inspira el apoyo de todos los miembros del equipo para que ellos hagan lo que tienen que hacer por lo que les permitirá alcanzar sus propias metas. Recuerda que, en un principio de la lectura, se definió la Misión de la empresa.

Así mismo, las metas tienen una línea en el tiempo y el espacio. Un fin determinado en un periodo más corto y es lo que causa que el negocio este andando. Tienen dirección y enfoque. Estas son individuales y en forma colectiva, contribuyen a que el negocio progrese a su última visión.



Es importante que sigan el marco de SMART de lo contrario no serán realistas y causaran un desperdicio de tiempo. No puedes duplicar las ventas si producción no tiene la capacidad de responder en tiempo y forma. O inicias una campaña de mercadotecnia cuando la contabilidad financiera no es ágil en información oportuna y confiable.

Para un equipo de alto desempeño, las METAS COMUNES, son una obligación.

3 **REGLAS DEL JUEGO – Cuando tú suministras al equipo un conjunto de reglas claras que los guíe, es más fácil para ellos que hagan el trabajo.**

Tienes que crear el campo de juego y todos deben conocer las reglas. Escríbelas y divúlgalas para que todos las conozcan como el "Reglamento de Trabajo". De lo contrario no podrás reclamarles cuando se salgan de sus límites. Las reglas son parte de la cultura y son los detalles que establecen las normas y estándares de comportamiento. Hay que fijar los límites en los que el equipo tiene plena libertad de movimiento. Como en un juego de fútbol, si obedeces las reglas puedes desplazarte a donde quieras sin mucho control, dentro de un espacio muy bien delimitado. Si no defines la cultura o reglas del juego estas se impondrán informalmente por el equipo. Así que el juego resultante no será de tu agrado ni seguirá el mejor interés de la empresa. La gente prefiere conocer en donde están parados, que participar en la cultura del caos.

En este caso, el personal buscará las reglas mediante prueba y error y encontrará que no está respetando el reglamento cuando alguien se enoja. En ausencia de límites, un negocio requiere de una multitud de contratos y acuerdos de trabajo que regulen altamente las tareas; en este ambiente, el propietario del negocio sacrifica la armonía interna, la creatividad y el espíritu de equipo. El jefe se vuelve un policía que no puede confiar en su personal.

4 **PLAN DE ACCIÓN –** Al participarles al equipo un plan claro de quien hace que y para cuando, es más fácil para ellos empezar a trabajar y mantener el compromiso

La primera parte ya debe de estar terminada. Los organigramas, los Diagramas de Flujo de Procesos documentados, y los contratos posicionales ahorran disputas emocionales causadas por mal entendidos cuando las personas desconocen sus responsabilidades. Esto es particularmente cierto cuando las cosas resultan mal y se buscan culpables de los errores.

La segunda parte del plan que ahora debes desarrollar es la estrategia, que establece el cómo se lograran los resultados buscados, y el por qué ciertas cosas se están haciendo. En tercer lugar, son las tácticas o actividades descritas para alcanzar los resultados buscados. Este es el plan de 90 días. Paso a paso describes qué se necesita hacer, cuándo y quién es el responsable de hacerlo.

ACTION COACH

A partir del Plan, la mayoría de los Sistemas empezaran a indicarle al equipo quien está haciendo el que y para cuando en virtud de que muchos de estos asuntos ya han sido dilucidados. Al final de los 90 días revisa tu hipótesis, valora los resultados obtenidos, mejora lo que se debe, y re-inicia el proceso cada 90 días.

5 **APOYA TOMAR RIESGOS** – Algunos miembros del equipo se van a equivocar porque están tratando algo nuevo. Apóyales el participar. Son aquellos que no cometen errores los que más hay que cambiar.

Debes de estar dispuesto a tomar riesgos. Si tu no lo haces, el rezago dejara siempre al equipo en la retaguardia y ellos no empujaran los límites. Recuerda que el negocio es como un árbol en donde no hay término medio: O está creciendo o está muriendo.

La mayor parte de la gente evita riesgos. Pero esto es un hábito y puede por lo tanto ser modificado. Un hábito es algo que se hace automáticamente y se puede cambiar en 21 días. Concéntrate en hacer algo de una manera diferente durante 21 días y se convertirá en un hábito. O concéntrate en evitar hacer algo durante 21 días y perderás ese hábito. El nivel de riesgo tolerado por la persona varía dependiendo de las circunstancias. Esto involucra inversiones financieras, juegos de azar, buscar un nuevo trabajo. De hecho, muchos te dirán que la vida misma es un riesgo.

Tomar riesgos en el negocio es levemente diferente en cuanto está asociada la cultura de la empresa. Si el dueño no promueve que los miembros tomen riesgos calculados en el negocio y los regaña constantemente por los errores, la empresa pudiera progresar conservadoramente en dirección a sus metas. Probablemente avance lentamente, nada espectacular. Su gente se comportará de esta manera, incapaces de dar un paso fuera de los limites auto impuestos o resistirán el cambio cada vez que se presente la oportunidad.

La compañía proyectará una imagen gris y probablemente nunca se diferencie desarrollando alguna manera diferente o única de hacer las cosas. No será un innovador y atraerá igualmente clientes problemáticos, afines a este tipo de comportamiento. Por el otro lado, hay compañías que alientan a su gente a experimentar mediante probar y medir, el hacer cosas nuevas y recompensan a los miembros del equipo por mejoras e innovaciones a la manera en que se están haciendo las cosas. En consecuencia, el personal que trabaja para compañías como estas se sienten con vigor, estimulados y apreciados en el sitio de trabajo y en vez de temer a las equivocaciones, analizan los errores que les permite perfeccionar los sistemas. Ellos disfrutaran venir a trabajar diariamente motivados por su tremenda satisfacción laboral. Muy probable, este personal esteé dispuesto a dar su máximo esfuerzo sin que nadie se los pida.

Dará lo mejor de sí mismos. El retrato que perfilan, mediante sus acciones cotidianas, es la cara de una persona vibrante y feliz por su compañía. Esta imagen será percibida por la clientela quien con más disposición preferirá hacer negocios repetitivos en este ambiente.

No se trata de arriesgar por el simple hecho de tomar riesgos. Se trata del crecimiento de la empresa y esto implica siempre el intentar cosas nuevas. A todos nos encanta estar a la moda o asociarnos con gente de vanguardia y esto no es diferente en los negocios.

KAISEN es el concepto japonés de mejora continua sin fin, el cual será parte de la cultura viviente del negocio, por lo que el personal estará motivado en forma natural a su propia forma de actuar. Los niveles de eficiencia de la operación se elevarán hasta el techo con correspondientes aumentos notorios a los resultados financieros. El éxito se convierte en una profecía auto-alimentada

6 **100% DE INVOLUCRAMIENTO INCLUYENTE** – Cada miembro del equipo es responsable por involucrarse, pero el líder tiene el importante papel de incluir a aquellos que tengan problemas para pertenecer al equipo.

Si los puntos anteriores se han llevado a cabo en forma apropiada, el último punto necesario para integrar un equipo ganador ocurrirá automáticamente.

imagínate que un grupo de los jugadores no quieren jugar. El resto deberá de hacer el doble de esfuerzo o más para compensarlo. ¿Cuánto más deberán esforzarse los jugadores que si quieren mientras los demás están inactivos en el campo de juego? Por eso la importancia de que TODOS los miembros son apasionados, enfocados y encaminados a las mismas metas, de lo contrario en vez de avanzar el equipo tendrá que retroceder.

BONUS

RECONOCIMIENTO DE ACIERTOS Y ERRORES – quiere decir que debemos de aceptar y reconocer cuando me equivoqué, pero también hacerlo cuando hice lo correcto.

Comunicación: Es el aceite lubricante que mantiene las piezas de la maquinaria en movimiento sin fricciones. Nunca tienes exceso de comunicación. El beneficio de una comunicación abierta y honesta es que tu equipo empezara a ver y apreciar los beneficios del sistema que has instalado para operar el negocio. Los jugadores se darán cuenta lo que hay para ellos con la victoria del equipo.

El sistema de información no fallara por exceso sino por pobre o escasa comunicación. No se trata solamente de sentirse bien, sino de la contribución a los LOGROS ADICIONALES. Las compañías mediocres, consiguen empleados promedio y su líder logra resultados insatisfactorios por la falta de congruencia entre lo que se espera del equipo y las insuficiencias de sus miembros.

ACTION COACH

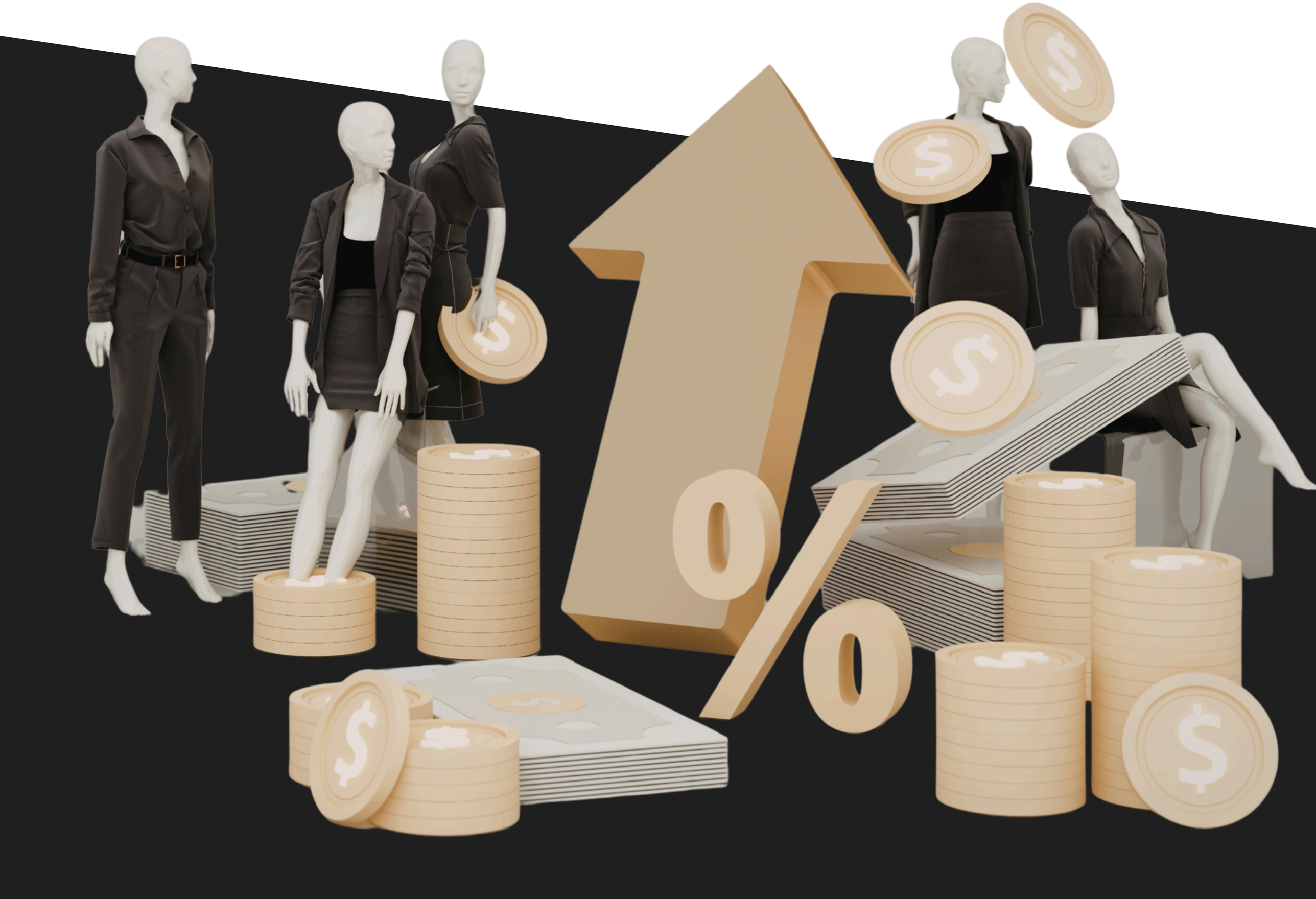
Si quieres tener un gran equipo, debes de convertirte en un gran líder que maneja una gran empresa. Un lugar a donde los buenos elementos quieran trabajar. Esto es el fruto de la sinergia que es el siguiente paso.



ACTION COACH

ESCALAR

Multiplica tus resultados sin multiplicar el caos



PASO

5

ESCALAR

Llegar al paso de Escalar significa que tu negocio ya no solo busca crecer un poco más cada año. En esta etapa, el objetivo es construir una empresa capaz de multiplicar sus resultados de manera sostenible, predecible y rentable.

Escalar no es simplemente vender más. Tampoco significa abrir más sucursales, contratar más personas o trabajar más horas. De hecho, muchas empresas intentan crecer sin estructura y terminan generando más presión, más errores, más dependencia del dueño y menos utilidad.

Escalar significa construir una empresa que pueda crecer sin romperse por dentro.

Es pasar de un negocio que depende del esfuerzo diario del dueño a una organización con estrategia clara, procesos sólidos, equipo preparado, cultura fuerte y capacidad de ejecución constante.

En ActionCOACH, este paso se enfoca en desarrollar las disciplinas que permiten que una empresa deje de crecer de manera lineal y comience a generar resultados exponenciales.

La **pregunta clave** de esta etapa es:

¿Tu empresa está preparada para crecer sin depender de ti en cada decisión, cada venta y cada operación?

¿Qué significa escalar un negocio?

Escalar significa que tu empresa puede atender más clientes, generar más ventas, aumentar su rentabilidad y expandirse sin que todo dependa de una sola persona.

Una empresa escalable tiene sistemas, estructura y liderazgo. Puede crecer en volumen sin perder calidad. Puede abrir nuevas oportunidades sin descuidar a sus clientes actuales. Puede incorporar nuevas personas sin que todo se vuelva confuso. Puede generar más ingresos sin que los costos crezcan al mismo ritmo.

Una empresa que escala correctamente se vuelve más estable, más rentable y más atractiva para clientes, colaboradores, inversionistas y socios estratégicos.

En cambio, una empresa que intenta escalar sin estructura suele enfrentar problemas como:

- Más ventas, pero menos utilidad.
- Más clientes, pero peor servicio.
- Más equipo, pero más conflictos.
- Más operación, pero menos control.
- Más responsabilidades para el dueño, pero menos libertad.

Por eso, escalar requiere disciplina. No se trata de crecer por crecer, sino de construir una organización preparada para sostener el crecimiento.

ACTION COACH

Las 5 disciplinas para escalar

Para que una empresa pueda escalar de forma ordenada, necesita desarrollar cinco disciplinas fundamentales:

1. Estrategia
2. Desarrollo de Negocio
3. Personas
4. Ejecución
5. Misión

Estas disciplinas funcionan como los pilares que sostienen el crecimiento. Si una de ellas es débil, la empresa puede avanzar por un tiempo, pero tarde o temprano aparecerán cuellos de botella.
Cuando las cinco disciplinas están alineadas, el negocio puede crecer con mayor claridad, consistencia y rentabilidad.



1 Disciplina de Estrategia

Escalar requiere una estrategia clara. No basta con tener buenas ideas, buenos productos o muchas ganas de crecer. La empresa necesita saber hacia dónde va, qué oportunidad quiere aprovechar, cómo se diferencia y qué decisiones debe tomar para sostener su crecimiento.
Una estrategia sólida ayuda a responder preguntas como:

- ¿Qué problema importante resolvemos para el mercado?
- ¿Qué nos hace diferentes frente a la competencia?
- ¿Qué recursos, procesos o ventajas podemos aprovechar mejor?
- ¿Nuestro modelo puede crecer sin perder calidad ni rentabilidad?
- ¿Nuestro cliente entiende fácilmente por qué elegirnos?

Cuando la estrategia es clara, el equipo toma mejores decisiones, el marketing comunica con más fuerza y el negocio deja de reaccionar para empezar a avanzar con intención.

2 Desarrollo de negocio

El desarrollo de negocio convierte el crecimiento en un proceso medible, no en una casualidad. No se trata solo de vender más, sino de construir un sistema comercial que atraiga prospectos, convierta oportunidades, retenga clientes y genere recomendaciones.
Para escalar, la empresa necesita conocer muy bien a su cliente ideal, tener un mensaje claro, medir sus acciones de marketing, contar con un proceso de ventas definido y entregar una experiencia de servicio consistente.

Algunas preguntas clave son:

- ¿Sabemos quién es nuestro cliente ideal?
- ¿Tenemos un plan de marketing medible?
- ¿Conocemos nuestra tasa de conversión?
- ¿El proceso de ventas depende de una persona o de un sistema?
- ¿Nuestros clientes nos recomiendan?

Una empresa escalable no vive esperando que lleguen clientes. Diseña un motor comercial capaz de generar oportunidades de forma constante.

3 Personas

Ninguna empresa escala más allá de la capacidad de su equipo. Si todo depende del dueño o de unas cuantas personas clave, el crecimiento se vuelve frágil.
La disciplina de personas se enfoca en atraer, desarrollar y retener talento alineado con la visión de la empresa. Esto implica formar líderes, capacitar al equipo y contratar con base en habilidades, valores y cultura.

Para fortalecer esta disciplina, pregúntate:

- ¿El equipo sabe qué se espera de cada puesto?
- ¿Estamos formando líderes o solo supervisores?
- ¿Tenemos procesos claros de capacitación?
- ¿Contratamos por urgencia o con método?
- ¿La cultura de la empresa impulsa el crecimiento?

Escalar no significa tener más personas, sino contar con las personas correctas, en los puestos correctos, con la preparación correcta.

4 Ejecución

La ejecución es lo que transforma los planes en resultados reales. Muchas empresas tienen buenas ideas, pero fallan al implementarlas con constancia.
Para escalar, la empresa necesita procesos documentados, reuniones efectivas, seguimiento a objetivos, indicadores claros y control financiero. Sin ejecución, la estrategia se queda en intención.

Esta disciplina invita a revisar:

- ¿Nuestros procesos principales están documentados?
- ¿El equipo sabe cuáles son sus prioridades?
- ¿Damos seguimiento a los compromisos?
- ¿Medimos los indicadores correctos?
- ¿Sabemos si el crecimiento está generando más utilidad o solo más trabajo?

Una empresa que ejecuta bien reduce errores, mejora la calidad, toma mejores decisiones y avanza con mayor velocidad.

5 Misión

La misión es lo que conecta a la empresa con un propósito más grande que vender o generar utilidad. Define por qué existe la empresa, qué valores guían sus decisiones y qué impacto quiere generar.

Una empresa con misión clara tiene una cultura más fuerte, atrae mejor talento, conecta mejor con sus clientes y toma decisiones con mayor coherencia.

Para fortalecer la misión, reflexiona:

- ¿Tenemos valores claros y vividos en el día a día?
- ¿El equipo entiende el propósito de la empresa?
- ¿Nuestra cultura ayuda o limita el crecimiento?
- ¿Qué impacto queremos generar en nuestros clientes y comunidad?
- ¿La empresa representa algo más que sus productos o servicios?

Escalar sin misión puede hacer que la empresa crezca, pero pierda identidad. Escalar con misión permite crecer con sentido, cultura y dirección.

Escalar no significa hacer más de todo. Significa construir una empresa capaz de crecer con estructura, claridad y rentabilidad.
Es pasar de un negocio que depende del dueño a una organización con estrategia, equipo, procesos, indicadores y propósito.
La pregunta clave no es solo:
¿Quieres que tu empresa crezca?
La verdadera pregunta es:

¿Tu empresa está preparada para crecer sin depender de ti para todo?

Ese es el objetivo del Paso 5: ayudarte a construir una empresa que pueda multiplicar sus resultados sin multiplicar el caos.



ACTION COACH



LIBERTAD

Construye una empresa que funcione sin depender de ti

PASO

6

LIBERTAD

La libertad es el último paso del proceso de ActionCOACH y representa uno de los mayores objetivos de todo empresario: construir una empresa comercial, rentable, que funcione sin depender de ti.
Muchos dueños inician su negocio buscando independencia, mejores ingresos y más control sobre su vida. Sin embargo, con el tiempo terminan atrapados en la operación diaria, resolviendo problemas, tomando todas las decisiones y siendo indispensables para que la empresa funcione.
El Paso 6 busca cambiar eso.
La libertad empresarial no significa abandonar tu negocio. Significa tener la capacidad de elegir tu nivel de participación. Puedes seguir involucrado en la estrategia, explorar nuevas inversiones, pasar más tiempo con tu familia, viajar, desarrollar nuevos proyectos o simplemente disfrutar más tu vida.
La pregunta central de esta etapa es:

¿Tu empresa es un trabajo que depende de ti o un activo que trabaja para ti?

Una empresa que funciona sin ti

LEl objetivo de esta etapa es que tu negocio pueda operar, crecer y generar utilidad sin que tú tengas que estar presente en cada decisión, venta, proceso o problema.
Una empresa verdaderamente libre tiene sistemas, equipo, liderazgo, indicadores y cultura. No depende únicamente del dueño para avanzar.
Esto tiene grandes beneficios:

- Mayor valor de venta: una empresa que funciona sin el dueño es más atractiva para compradores o inversionistas.
- Más opciones: puedes vender, delegar, mantenerte como socio, formar un equipo directivo o participar solo en lo que más disfrutas.
- Menos riesgo: si necesitas ausentarte por salud, familia, viajes u oportunidades, el negocio sigue operando.
- Mayor legado: una empresa bien construida puede seguir generando impacto más allá de una sola persona.

La libertad comienza cuando dejas de ser el centro operativo del negocio y empiezas a construir una empresa que pueda sostenerse por sí misma.

Define tu fecha de libertad

La libertad no debe quedarse como una idea vaga para “algún día”.
Una de las acciones más importantes de esta etapa es definir una fecha objetivo: el momento en el que quieres que tu empresa pueda funcionar sin depender de ti.
No se trata de adivinar el futuro, sino de crear una meta clara.
Pregúntate:

- ¿En qué fecha quiero que mi empresa funcione sin mí en la operación diaria?
- ¿Cómo se verá mi negocio en ese momento?
- ¿Qué ventas, utilidad, equipo y procesos necesitaré tener?
- ¿Qué rol quiero ocupar yo en esa nueva etapa?
- ¿Qué decisiones debo empezar a tomar desde hoy para llegar ahí?

Una meta sin fecha se vuelve un deseo.
Una meta con fecha se convierte en un plan.

Aumenta el valor de tu empresa

Una empresa vale más cuando puede generar resultados sin depender del dueño.
Si el negocio necesita al dueño para vender, autorizar, resolver, cobrar, contratar y operar, su valor disminuye. En cambio, si cuenta con procesos documentados, equipo directivo, ingresos recurrentes, finanzas claras y clientes bien gestionados, su valor aumenta.

Para hacer tu empresa más valiosa, necesitas trabajar en aspectos como:

- Procesos y sistemas documentados.
- Equipo capaz de tomar decisiones.
- Liderazgo preparado para operar sin ti.
- Clientes vinculados con la empresa, no solo contigo.
- Finanzas ordenadas y transparentes.
- Ingresos consistentes y, cuando sea posible, recurrentes.

El valor de tu empresa no solo está en lo que vende hoy, sino en su capacidad de seguir produciendo resultados mañana.

Aprende a soltar

Para muchos dueños, una de las partes más difíciles de la libertad es soltar el control.
Después de años de construir el negocio, es normal sentir miedo de delegar, permitir que otros tomen decisiones o alejarse de la operación diaria. Sin embargo, si todo sigue dependiendo de ti, la empresa nunca alcanzará su verdadero potencial.
Soltar no significa desentenderte. Significa preparar a tu equipo, transferir autoridad, crear indicadores y confiar en el sistema que has construido.





Algunas acciones clave son:

- Tomar vacaciones más largas para probar si el negocio funciona sin ti.
- Delegar decisiones importantes de manera gradual.
- Crear reportes semanales o mensuales para mantener visibilidad sin microgestionar.
- Transferir relaciones clave con clientes al equipo.
- Desarrollar líderes que puedan asumir responsabilidades reales.

La verdadera prueba de liderazgo no es cómo funciona tu empresa cuando estás presente, sino cómo funciona cuando no estás.

Libertad financiera: convertir utilidad en patrimonio

Para muchos dueños, una de las partes más difíciles de la libertad es soltar el control.

Después de años de construir el negocio, es normal sentir miedo de delegar, permitir que otros tomen decisiones o alejarse de la operación diaria. Sin embargo, si todo sigue dependiendo de ti, la empresa nunca alcanzará su verdadero potencial.

Soltar no significa desentenderte. Significa preparar a tu equipo, transferir autoridad, crear indicadores y confiar en el sistema que has construido.

La libertad empresarial también implica aprender a convertir las utilidades del negocio en riqueza sostenible.

Un negocio rentable puede ser tu primera gran fuente de ingresos. Pero para lograr verdadera libertad financiera, es importante diversificar y crear diferentes fuentes de patrimonio.

Esto puede incluir:

1. Tu propio negocio como inversión

Cuando tu empresa funciona sin ti, se convierte en un activo. Puede generar flujo de efectivo, pagar utilidades y aumentar su valor con el tiempo.

El objetivo es que el negocio deje de ser solo tu ocupación diaria y se convierta en una fuente de ingresos y patrimonio.

2. Inversión en otros negocios

Una vez que tu empresa principal tiene estructura, puedes explorar inversiones en otros negocios, alianzas o participaciones donde tu rol sea más estratégico que operativo.

La clave es no volver a crear otro empleo para ti, sino invertir en oportunidades con potencial, buena administración y retorno claro.

3. Bienes raíces

Las propiedades pueden ser una vía para construir patrimonio y generar ingresos pasivos a través de rentas.

El objetivo es crear activos que, con el tiempo, puedan generar flujo y aumentar su valor.

4. Acciones e instrumentos financieros

Invertir en acciones, fondos o instrumentos diversificados también puede ayudar a construir riqueza a largo plazo.

Este tipo de inversión permite diversificar, tener liquidez y aprovechar el crecimiento de diferentes sectores o mercados.

La libertad financiera no se construye solo ganando más, sino usando mejor lo que ganas.

Libertad personal: vivir con propósito

La libertad no es únicamente financiera. También es personal.
Después de construir una empresa que funciona sin depender de ti, surge una nueva pregunta:
¿Qué quieres hacer con tu tiempo, tu energía y tu vida?
Para algunos empresarios, libertad significa viajar. Para otros, pasar más tiempo con su familia. Para otros, iniciar nuevos proyectos, invertir, dar mentoría, apoyar causas sociales o redescubrir hobbies que habían dejado de lado.

La libertad personal puede incluir:

- Tiempo de calidad con la familia.
- Viajes y nuevas experiencias.
- Hobbies, deportes o aprendizaje.
- Mentoría a otros empresarios.
- Contribución social o filantropía.
- Nuevos proyectos personales o profesionales.
- Cuidado de la salud y bienestar.

La libertad verdadera no es solo tener tiempo libre. Es tener la capacidad de elegir cómo quieres vivirlo.

El rol del coaching en la etapa de libertad

Llegar a la libertad empresarial requiere claridad, estructura y acompañamiento.
Un coach de negocios te ayuda a identificar qué debe cambiar para que tu empresa deje de depender de ti. También te acompaña a fortalecer sistemas, desarrollar líderes, ordenar indicadores, delegar con método y construir una visión más clara de futuro.
En esta etapa, el coaching puede ayudarte a responder preguntas como:

- ¿Qué tendría que pasar para que mi empresa funcione sin mí?
- ¿Qué áreas siguen dependiendo demasiado de mi presencia?
- ¿Qué equipo necesito desarrollar?
- ¿Qué procesos debo documentar?
- ¿Qué indicadores debo revisar para mantener control sin estar en la operación?
- ¿Qué quiero hacer con mi tiempo cuando logre mayor libertad?
- ¿Cómo puedo convertir mi negocio en un activo más valioso?

La libertad no ocurre por accidente. Se diseña, se planifica y se construye paso a paso.

La libertad es el resultado de construir una empresa con estrategia, sistemas, equipo, procesos, indicadores y propósito.
No se trata de trabajar más, sino de construir mejor.
Un negocio que depende completamente del dueño puede generar ingresos, pero también puede convertirse en una jaula. Una empresa que funciona sin depender del dueño se convierte en un activo, una plataforma de crecimiento y una fuente real de libertad.
La pregunta final no es solo:
¿Cuánto puede crecer tu empresa?
La verdadera pregunta es:
¿Qué vida quieres construir gracias a la empresa que estás creando?
Ese es el objetivo del Paso 6: que tu negocio no solo te dé resultados, sino también opciones, patrimonio, propósito y libertad.

Ya lo sé, ¿Y ahora que hago?

Todos hemos escuchado hablar de un coach en términos de un entrenador de equipo de futbol, de un atleta, o incluso hasta de un nadador, pero ¡un coach para un dueño de negocio! ¡Eso es algo nuevo! Pero con el nuevo rumbo que están tomando las empresas, con la globalización y con la rápida expansión que ha tenido la industria y comunicación, el mundo no parece tan grande. Los mercados se hacen globales, la competencia aumenta y los consumidores tienen más opciones. Cada vez más los dueños de negocios buscan el punto que los haga diferenciarse de los demás negocios. Ellos miran más allá de sus recursos normales y van en busca de más información para desarrollarse, educarse y hacer crecer su propio negocio. En los negocios los dueños como tu o crecen o mueren, y un negocio sólo crecerá hasta donde lleguen las creencias y conocimientos del dueño. Así que los dueños de negocios que triunfen serán solo esos que busquen incrementar su propio conocimiento y se preparen para aceptar cualquier cambio.

Antes de enfatizar este punto, vamos a ver las diferentes formas de pensar que hay en los negocios.

- **La de un auto-empleado es:** Yo soy el único que puede hacer esto bien, así que juega como cátcher, pitcher y cuarto bat, como un todólogo.
- **La de un dueño de negocio es:** ¿Cómo podré hacerle para que el negocio me deje más ganancias y que pueda tener más tiempo libre? ¿Cómo hacer para trabajar más para mi negocio y no en el negocio? Este salto implica un cambio en la manera de pensar, y en este proceso de cambio, el ingrediente más valioso es tener un Entrenador, un Mentor: un COACH de negocios. Mi meta es convertirte en un verdadero Dueño de Negocio.

Ya logrando esto podemos dar los siguientes pasos y pensar y convertirnos en Inversionistas: ¿Cómo puedo hacer más dinero con el dinero que tengo?, ¿cómo puedo hacer que mi dinero trabaje para mi y no trabajar yo para ganar dinero?, para después llegar a ser Empresario: ¿cómo hacer para hacer más dinero con el dinero de los demás y con las ideas de los demás? Estos son conceptos muy generales, pero nos muestra que en los negocios y en la vida, podemos ser y dar mucho más estando abiertos al aprendizaje, al cambio y aceptar



im Rohn dice lo siguiente: ***“Nunca desees que el trabajo fuera más fácil, desea que tú seas mejor!”***

Los negocios son sencillos, las personas son las complicadas, cambiar tu negocio es sencillo, cambiar tu mismo y a tu equipo es un gran reto. Tener un coach te ayudará a mantener tu motivación, reafinar habilidades, retroalimentarte y a alcanzar la mejora constante en tu negocio. Mi Visión es que “voy a sacar de la operación a los dueños de negocios para que logren la razón por la cual tienen una empresa: Mejor calidad de vida” Ya sea que quieras ganar más ingresos o tener más tiempo libre, nuestra promesa es que entre 2 y 4 años vas a estar fuera de la operación, no serás indispensable. Y entre 5 y 7 años lograrás tener libertad financiera.

He aquí lo que otros dueños de negocios han dicho acerca de tener un Coach de ActionCOACH

Si aún no has oído lo que otros dueños de negocio tienen que decir acerca de ActionCOACH, entra a nuestro Sitio Web www.actioncoachiberoamerica.com y conoce los testimonios donde “ActionCOACH habla más fuerte que las palabras”. Si eres un propietario de negocio y estás listo para invertir en nuestro coacheo, nos encantará que asistas a nuestro “Seminario de 6 Pasos”, de manera que puedas ver por ti mismo lo que el equipo de ActionCOACH realmente trae con sus promesas.



ACTION COACH

ARGENTINA • BRASIL • CHILE • COSTA RICA • ESPAÑA •
GUATEMALA • MÉXICO • NICARAGUA • PANAMÁ • PERÚ •
EL SALVADOR • REPÚBLICA DOMINICANA