



CONECTA, APRENDE Y DISPARA EL CRECIMIENTO DE TU PYME

*LO QUE NOS DUELE NOS MUEVE:
“EXPANSIÓN 4.0”*



EVENTO DEL 17 AL 19 DE NOV
DEL 2025

HISTORIA DEL EVENTO

Esta historia no es sobre nosotros. Es sobre ti.

Conocemos el pulso de tu empresa. Eres el valiente que ya superó la tormenta de la supervivencia. Tu PYME ya respira por sí misma, tienes clientes, generas ingresos y, sí, estás creciendo. Eso te convierte en un héroe.

Pero ese crecimiento trae consigo un nuevo y agotador desafío: el caos organizado.

Miras a tu alrededor y ves piezas que no encajan: tienes Ventas con picos y valles sin explicación. Tienes un departamento de Marketing que prueba de todo, pero no sabe si funciona. Tienes Finanzas que te dan los números, pero no la estrategia. Y tienes una Productividad que se ahoga en el día a día.

Es como si la Columna Vertebral de tu negocio estuviera creciendo, pero doblada, sin la solidez necesaria. Estás corriendo a toda velocidad hacia el mercado digital, pero te da miedo. Sientes que, si jalas una cuerda (ventas), se deshace otra (recursos humanos).

**LO QUE NOS DUELE NOS MUEVE:
“EXPANSIÓN 4.0”**

PROBLEMA Y SOLUCION A LA COLUMNA VERTEBRAL

Muchos te ofrecen la meta, el futuro brillante. Nosotros te ofrecemos el mapa detallado para llegar ahí.

Ahí es donde nace Expansión 4.0. No venimos a decirte que hagas las cosas más rápido; venimos a ayudarte a hacerlas mejor y con estrategia. Nos convertimos en tu aliado estratégico, el socio que te falta para ordenar la casa.

Expansión 4.0 es el puente. Un puente construido sobre una premisa simple: no puedes ser el experto en todo, pero puedes tener a los mejores cerca.



BUSINESS INTELLIGENCE

"El Mapa del Tesoro: La data que te muestra el camino"

Has logrado la eficiencia interna (Productividad y RR.HH.), tienes tu rentabilidad financiera clara (Finanzas), has generado atracción con tu marca (Marketing), y tu equipo usa una voz que cierra tratos (Oratoria). ¡Felicidades! Pero ahora tienes un nuevo desafío: la información. ¿Estás usando toda esa data que generaste en cada etapa para predecir tu futuro y seguir creciendo con certeza?

Soy tu mentor en Inteligencia de Negocio, y te aseguro que tienes una mina de oro de información esperando a ser excavada.

Mi Promesa:

Voy a ayudarte a filtrar el ruido. Dejaremos de lado los indicadores "bonitos" y nos enfocaremos en los KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento) que realmente mueven la aguja de tu PYME. Te mostraré cómo usar la data de tu Marketing, Ventas y Finanzas para armar un Tablero de Control inteligente.

La Gran Ganancia:

Certeza en la Toma de Decisiones. La incertidumbre se acaba. Tendrás datos que te confirmen qué está funcionando y qué no, permitiéndote invertir cada recurso de forma optimizada y estratégica. Podrás predecir tu crecimiento y escalar tu negocio con confianza.

El Hilo Conductor

Este módulo es la recompensa final y la herramienta para la replicación. Aquí unimos todos los hilos: analizamos la rentabilidad (Módulo 3), la efectividad del mensaje (Módulo 4.1 y 4.2), y la persuasión exitosa (Módulo 6).

El Tablero que crees aquí es la base para el Módulo 8: Ciberseguridad, porque la información que acabas de validar como "el mapa del tesoro" se convierte en el activo más valioso y más vulnerable de tu empresa.

La inteligencia te da el mapa; la ciberseguridad lo protege.



Cuadro de Mando Integral: Análisis de Indicadores en Consultoría

"El Desafío Común de la Medición"

El problema: "Queremos analizar nuestros indicadores departamentales."

- Silos Departamentales: Los KPIs de Finanzas, Marketing, RRHH y Operaciones a menudo operan de forma aislada. No cuentan una historia coherente.
- Enfoque Histórico: La mayoría de los indicadores (especialmente los financieros) son indicadores de resultado (lagging indicators). Nos dicen qué pasó, pero no por qué, ni qué pasará.
- Desconexión de la Estrategia: ¿Cómo sabemos si un "buen" KPI departamental está contribuyendo realmente a la estrategia general de la empresa?

No se puede gestionar una estrategia con indicadores que solo miran por el espejo retrovisor.

La Solución: El Cuadro de Mando Integral (CMI)

El CMI no es solo un conjunto de indicadores; es un sistema de gestión estratégica. Desarrollamos el Cuadro de Mando Integral para dar a los directivos una visión completa y equilibrada de la organización.

Traduce la visión y la estrategia en un conjunto coherente de objetivos e indicadores de rendimiento.

Equilibra:

- Lo financiero y lo no financiero.
- El corto y el largo plazo.
- Los indicadores de resultado (pasado) y los indicadores de causa (futuro).

Las Cuatro Perspectivas del CMI

Para que la estrategia sea accionable, la descomponemos en cuatro perspectivas fundamentales. Cada indicador que midan debe encajar en una de estas áreas, respondiendo a una pregunta clave.

1. **Financiera:** "¿Cómo deberíamos aparecer ante nuestros accionistas para tener éxito financiero?"
2. **Cliente:** "¿Cómo deberíamos aparecer ante nuestros clientes para alcanzar nuestra visión?"
3. **Procesos Internos:** "¿En qué procesos de negocio debemos sobresalir para satisfacer a nuestros accionistas y clientes?"
4. **Aprendizaje y Crecimiento:** "¿Cómo mantendremos y sustentaremos nuestra capacidad de cambiar y mejorar para alcanzar nuestra visión?"

Perspectiva 1: Financiera

Pregunta Clave: "¿Cómo generamos valor para nuestros accionistas?"

Esta es la perspectiva tradicional (indicadores de resultado), pero vinculada a la estrategia.

Objetivos Comunes:

- Crecimiento de los ingresos (ej. nuevas fuentes, mayor rentabilidad por cliente).
- Reducción de costes / Mejora de la productividad.
- Utilización de activos / Estrategia de inversión.

Sus Indicadores Departamentales (Finanzas, Comercial):

- [Rellenar: Ej. ROI, Valor Económico Añadido (EVA), Rentabilidad, Flujo de Caja]
- ...
- ...

Perspectiva 2: Cliente

Pregunta Clave: "¿Cuál es nuestra propuesta de valor para el cliente?"

Aquí es donde la estrategia se hace tangible. ¿Competimos en precio, calidad, servicio, innovación?

Objetivos Comunes:

- Cuota de mercado.
- Satisfacción del cliente.
- Retención / Lealtad de clientes.
- Adquisición de nuevos clientes.

Sus Indicadores Departamentales (Comercial, Marketing):

- [Rellenar: Ej. N° de quejas, Índice de satisfacción, Tasa de retención, % de ventas de nuevos productos]
- ...
- ...

Perspectiva 3: Procesos Internos

Pregunta Clave: "¿En qué procesos debemos ser excelentes para entregar la propuesta de valor? "

Estos son los indicadores de causa que impulsan los resultados del Cliente y Financieros.

Objetivos Comunes (divididos en 3 áreas):

1. Innovación: (Ej. % de ventas de nuevos productos, tiempo de lanzamiento al mercado).
2. Operaciones: (Ej. Coste unitario, tiempo de ciclo, calidad, eficiencia).
3. Servicio Postventa: (Ej. Tiempo de respuesta, coste de garantía).

Sus Indicadores Departamentales (Operaciones, Procesos, Compras):

- [Rellenar: Ej. Tasa de defectos, Tiempo de entrega, Coste por unidad, Eficiencia de la cadena de suministro]
- ...
- ...

Perspectiva 4: Aprendizaje y Crecimiento

Pregunta Clave: "¿Qué capacidades necesitamos para sostener nuestra estrategia?"

Esta es la base de todo el CMI. Es la fuente de la mejora a largo plazo. Si no aprendemos y crecemos, todo lo demás se estanca.

Objetivos Comunes (los 3 activos intangibles):

1. Capital Humano: (Habilidades, competencias, formación).
2. Capital de Información: (Sistemas, bases de datos, redes).
3. Capital Organizacional: (Cultura, liderazgo, alineación, trabajo en equipo).

Sus Indicadores Departamentales (Recursos Humanos, TI):

- [Rellenar: Ej. Tasa de rotación de empleados clave, Índice de satisfacción del empleado, % de empleados con habilidades estratégicas, Cobertura de sistemas de información estratégicos]
- ...
- ...

El Mapa Estratégico:

Aquí es donde la magia ocurre. Los indicadores departamentales dejan de ser silos.

El CMI conecta los objetivos en una **cadena de causa-efecto** que cuenta la historia de su estrategia.

Ejemplo de la historia:

"Si invertimos en (A&C) la formación de nuestros empleados y mejoramos nuestros sistemas..."

-> "...podremos mejorar (Procesos Internos) la calidad y reducir el tiempo de ciclo..."

-> "...lo que mejorará (Cliente) la satisfacción y retención de nuestros clientes..."

-> "...lo que finalmente impulsará (Financiera) nuestra rentabilidad y el valor para el accionista."

Su Tarea: ¿Cuál es la historia de su estrategia?

Mapeando sus KPIs

Ahora, usemos este marco. Tomen sus indicadores departamentales actuales y clasifíquenlos.

Departamento	KPI Actual	¿Qué Mide Realmente?	Perspectiva del CMI
RRHH	Tasa de Rotación	¿Estabilidad del talento?	Aprendizaje y Crec.
Marketing	Cuota de Mercado	¿Posición competitiva?	Cliente
Operaciones	Coste por Unidad	¿Eficiencia del proceso?	Procesos Internos
Finanzas	ROA	¿Uso de activos?	Financiera
Compras	Ahorro en compras	¿Eficiencia de costes?	Procesos Internos
Comercial	Tasa de conversión	¿Efectividad de ventas?	Cliente / Procesos
[Rellenar...]	...	...	...

Preguntas de análisis:

1. ¿Qué perspectivas tienen demasiados indicadores?
2. ¿Qué perspectivas están vacías? (¡Alerta estratégica!)
3. ¿Están sus indicadores de causa (A&C, Procesos) conectados a sus indicadores de resultado (Cliente, Finanzas)?

Conclusiones:

El Cuadro de Mando Integral es fundamental porque:

1. **Aclara y Comunica la Estrategia:** Fuerza al equipo directivo a consensuar la estrategia y la traduce a un lenguaje que todos entienden.
2. **Supera el Enfoque Financiero:** Equilibra los resultados financieros (pasado) con los impulsores de valor no financieros (futuro).
3. **Rompe los Silos:** Alinea los departamentos, las unidades de negocio y los empleados en torno a objetivos estratégicos comunes, mostrando cómo el trabajo de RRHH impacta en las Finanzas.
4. Es un **Sistema de Gestión**, no de Medición: No se trata de "rellenar números". Se trata de gestionar la estrategia. Si los indicadores de causa mejoran, pero los de resultado no, la estrategia (la hipótesis) puede estar equivocada y debe revisarse.

El CMI convierte la estrategia de ser un documento en el trabajo diario de todos.

Anota tu estrategia con objetivos y planifica el 2026:

CONOCE A NUESTRO EXPERTOS



VERA MUÑOZ

Co-CEO de Giraelflexo

Consultora especializada en recursos humanos para pymes, donde acompaña a empresas en la gestión de personas y el desarrollo organizativo.



ROCÍO GUTIÉRREZ

Productividad Personal

Mi experiencia se basa en ayudar a personas de diferentes contextos laborales a gestionar sus tareas de manera estrategia, logrando un balance entre sus objetivos profesionales y su bienestar personal.



LARA HUIDOBRO

Consultora Marca personal

Acompaño a profesionales y empresas a transformar LinkedIn en su mejor canal para generar conexiones reales y oportunidades de negocio trabajando su Marca Personal.



SEBASTIÁN VILLAR

Mentor en Comunicación

Entrenador de Oratoria certificado, con más de 7 años de experiencia capacitando a profesionales, emprendedores, líderes y equipos en empresas e instituciones educativas, tanto en formato presencial como virtual.



JUAN CARRERA

CDO & Co-Founder en Megasaber

Consultor digital especialista en experiencias inmersivas y automatización de procesos con Inteligencia Artificial y Realidad Virtual.



ALEJANDRO MORALES

CFO Corporativo

Director financiero en empresas multinacionales, especializándose en estrategias para gestionar liquidez. Ha estructurado deudas, alineado departamentos y minimizado riesgos.

CONOCE A NUESTRO EXPERTOS



MICHELLE ROBLERO

Founder & CEO
@NicaSecurity &
@NetSentinelAcademy

consultora y educadora
en ciberseguridad,
fundadora de
NicaSecurity y
NetSentinel Academy,
iniciativas que promueven
la formación, colaboración
y el fortalecimiento de
capacidades en seguridad
digital en Latinoamérica



HERNÁN CID

Fundador de LAY US

Ayudo a quienes lideran
equipos de ventas en
Pymes B2B a dejar de
improvisar sus ventas y
lograr resultados reales
con prospección
estratégica.



FABIOLA PÁUCAR

Estratega Digital

Consultora de Marketing.
Especialista en estrategia
digital B2B, planificación
de redes sociales. En la
actualidad lidera +12
cuentas enfocadas en el
modelo de negocio de
marketing B2B en el canal
de LinkedIn.



GRACE RODRÍGUEZ

Ceo - Growth and
Development Digital S.A

Acompaño a empresas
que facturan y buscan
crecer para dejar de
depender del referido,
escalando con estrategia
digital y eligiendo a su
cliente ideal.

CONECTA, APRENDE Y DISPARA EL CRECIMIENTO DE TU PYME

BIENVENIDO Y GRACIAS POR
CONFIAR EN NOSOTROS!!



***LO QUE NOS DUELE NOS MUEVE:
"EXPANSIÓN 4.0"***

