



GROW BETTER
agency

MEMORIA

2019/2020



Al crear esta memoria celebramos un año del momento en que firmamos un compromiso con nuestro proyecto, con nuestro propósito y con quienes de distintas maneras van acompañándonos.

Luego de un primer año en compañía de una importante crisis social en nuestro país, seguida de una crisis sanitaria a nivel global, hemos mantenido una comunicación externa más bien silenciosa, pero internamente estamos siempre activos y atentos.

Nuestro primer año se festeja. Brindamos por los muchos logros que nos llenan de orgullo y alegría.

Dar forma a esta empresa movilizados por nuestro propósito, es el mayor de ellos. Y articular acciones que nos conduzcan correctamente, ha sido parte importante de nuestros esfuerzos. Ya somos parte de Sistema B, estamos colaborando junto a @EBCChile en la economía del bien común, trabajamos día a día para construir un grupo humano cargado de diversidad y de compromiso con lo que hacemos y, sin duda, nos llena de emoción reconocernos entre una mayoría inmensa que quiere construir un mejor mundo.

Por otra parte, dimos el salto y nos asociamos a HubSpot como providers. Ello nos ha abierto varias ventanas de conocimiento y mejoras en nuestras metodologías para optimizar nuestro servicio.

También hemos diseñado una imagen corporativa con la que nos sentimos fielmente representados. Con ella hemos comenzado a mostrarnos al mundo digital y esperamos que sea un aporte conectando con quienes confiamos colaborar de aquí en adelante.

Y finalmente, y realmente importante, hemos comenzado a sumar en nuestro equipo a otros colaboradores, que, como nosotros, tienen una real convicción en el por qué, el qué, y el cómo hacemos lo que hacemos.

Tenemos una enorme expectativa de lo que viene de aquí hacia el 2021 y más allá. Pero sobre todo tenemos un impulso enérgico pero decantado de aquello que queremos ser y hacer dentro de este espacio de trabajo. Queremos crecer, pero crecer mejor. Y eso, lo queremos poner a disposición del mundo.

Sergio Fuentealba y Lorena Pérez
Socios fundadores



ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

GrowBetter es una agencia de marketing que aspira a convertirse en la mejor para aquellas empresas y organizaciones con propósito. Creemos que a través de la transformación digital podemos contribuir a favor del triple impacto. Es por eso que adoptamos la metodología Inbound como eje de nuestros servicios. Ayudamos a crecer mejor, generando mayor valor y un impacto positivo, sostenible y coherente a través de metodologías limpias basadas en datos y potencialmente educativas.

NUESTRA HISTORIA

El 2015 invité a Sergio a sumarse al equipo de Diseño Blanco, agencia que entonces se dedicaba principalmente al diseño web e impreso. Él vino a contribuir con su experiencia desarrollando libros interactivos y como contraparte técnica en temas tecnológicos de desarrollo web. Buscando nuevos servicios para hacer crecer nuestra agencia, nos encontramos con HubSpot y su concepto de Inbound marketing. Comenzamos a aprender a través de las distintas certificaciones que la academia de HubSpot ofrece, y juntos propusimos al resto de los socios crear una nueva línea de negocio dedicada exclusivamente a este tema. La idea germinó y terminó por convertirse en un proyecto con vida propia. Diseño Blanco se reformuló y GrowBetter tomó su propio camino. Este proyecto nos juntó en muchos aspectos, tanto como equipo profesional como en los afectos.

Actualmente somos socios en nuestro negocio y en nuestra familia. Ambos alimentados desde nuestro entero corazón, mente y voluntad.

MISIÓN

Ser agentes de cambio promoviendo el consumo responsable, siendo reconocidos por nuestros clientes por la manera en que trabajamos, manteniendo un equipo creativo, cohesionado y feliz.

PROPÓSITO

Acompañar el crecimiento sostenible de proyectos, organizaciones o empresas que tengan como fin principal generar impacto económico, social y/o ambiental.



EQUIPO DE TRABAJO

Hoy la agencia está liderada por Lorena y Sergio, quienes nos relacionamos en cada proyecto de manera permanente, llevando a cabo la mayor parte de las tareas: gestión interna, gestión de clientes y tareas de los proyectos. Vinculados a nosotros existe un equipo de profesionales que colabora según la naturaleza de cada proyecto.

JUNTA DIRECTIVA

Lorena Pérez

Sergio Fuentealba

EQUIPO OPERATIVO

Lorena Pérez

Creativa Visual

Diseñadora Teatral y Gráfica - Gestora Cultural - Licenciada en Artes - Inbound Marketer

Sergio Fuentealba

Creativo Estratégico

Desarrollador - Growth-Driven Designer - Inbound Marketer - Growth Master

Juan Pablo Lavín

Especialista en Inbound
Físico en su tiempo libre

FREELANCES

Fernando Aravena

Desarrollador Senior

Patricia Abarca

Periodista

Juan Carlos Escobar

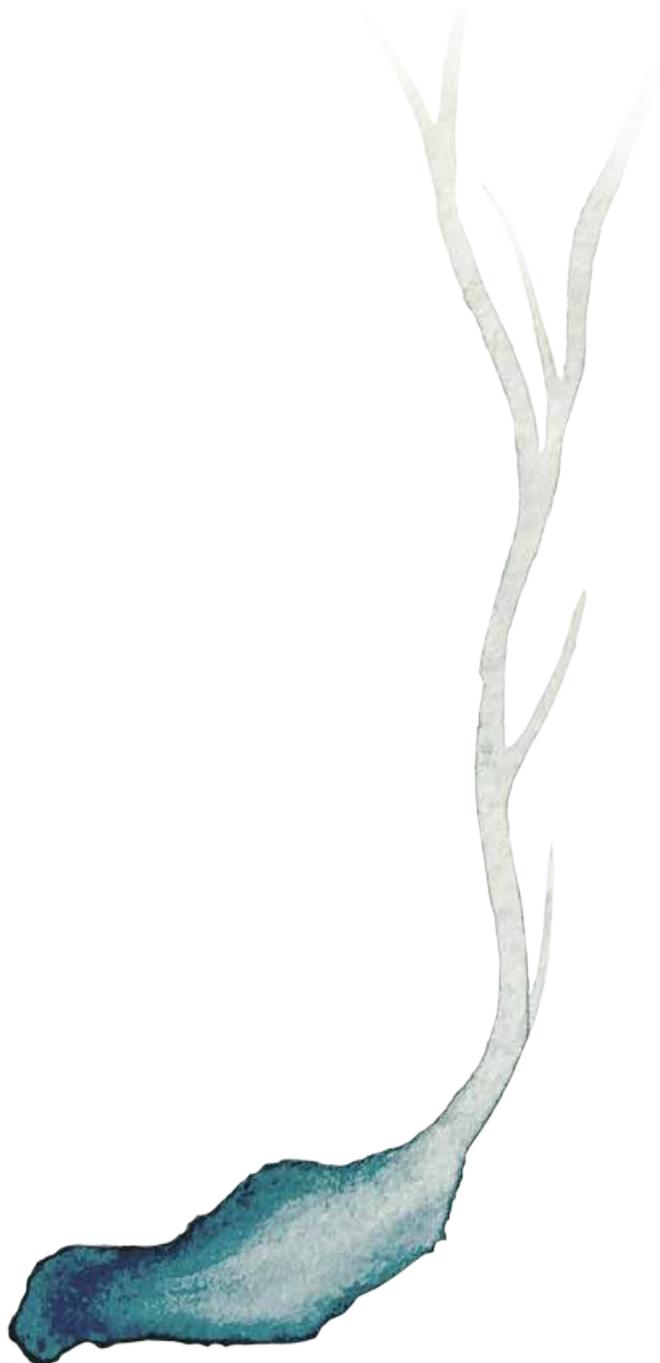
Contador



Uno de los desafíos que nos proponemos es conformar un equipo de personas que estructuren nuestra empresa. Actualmente nuestra realidad financiera no lo permite, sin embargo, hicimos una primera aproximación hacia la búsqueda de nuevos colaboradores, invitando a diferentes profesionales que sintonizaran con la naturaleza de nuestro negocio, tanto en el quehacer como en el propósito. Esto nos dio la posibilidad de conectar con algunos candidatos y a conocer a Juan Pablo, con quien hicimos sintonía desde un inicio y con quien esperamos construir una relación a largo plazo.



¿QUÉ SIGUE? ¿QUÉ ESPERAMOS EN ADELANTE?



Lograr un piso financiero que nos permita mantener un equipo de trabajo permanente acorde a nuestra misión.

- Queremos mantener un equipo creativo, cohesionado y feliz. Apostamos por una flexibilidad laboral que permita combinar el trabajo con los otros muchos aspectos importantes de la vida.
- Apoyar a proyectos y organizaciones que sean coherentes con nuestro propósito, destinando parte de nuestro tiempo laboral a resolver algunos de sus desafíos digitales.
- Deseamos conformar un equipo diverso, tanto en competencias, procedencias y género. Actualmente el 50% de la sociedad está integrada por mujeres.



INFORME DE GESTIÓN

ASPECTOS FORMALES

Lo que consideramos nuestro día cero es la formalización como empresa.

Luego de constituirnos a través de Tu empresa en un día, formalizamos la gestión ante notario. Luego obtuvimos nuestra identificación tributaria ante el Servicio de Impuestos Internos.

Inicialmente gestionamos nuestra cuenta bancaria a través de una cuenta vista personal pero rápidamente se volvió nuestro siguiente desafío, luego de unos meses conseguimos una cuenta empresa. Otro check en nuestra lista fue logrado durante nuestro primer año.

Formalizamos nuestra relación comercial con HubSpot como providers y al finalizar este primer año, dimos el siguiente paso para convertirnos en partners y de este modo apostar al siguiente reto.

Vincularnos formalmente a entidades alineadas con nuestro propósito fue el siguiente paso lógico. Nos hicimos socios de EBC y nos certificamos como empresa B Pendiente.





CLIENTES

Al ser una agencia que nació como un área de negocio dentro de otra, hubo clientes que naturalmente siguieron su proceso con nosotros, no solo por el servicio ofrecido, sino que principalmente por el vínculo con el equipo humano. Ellos trabajaban directamente con nuestro equipo y continuaron de la misma forma con diferente contractualidad.

CLIENTES INBOUND

2019 - 2020 / CORPORACIÓN OBRAS DE CAFH

Preocupados por abrir sus puertas a la comunidad y transmitir su mensaje a las personas adecuadas es que esta agrupación espiritual, con su departamento de extensión en Chile, nos confió el diseño e implementación de su estrategia de comunicación Inbound a través del desarrollo de un sitio web con metodología Growth-Driven Design o Diseño que Promueve el Crecimiento. Actualmente estamos en etapa de mejora continua, aprendiendo y creciendo conjuntamente.

El desarrollo humano desde diferentes aristas nos motiva a vincularnos con agrupaciones como esta, que se dedica al desarrollo interior de cada persona.



Logros:
+200% Tráfico orgánico en 6 meses
1.7X Prospectos calificados

2019 - 2020 / COLEGIO FLORENCE NIGHTINGALE

Una apuesta segura al éxito tomó el Colegio Florence Nightingale, confiándonos su rediseño del sitio web en el que aplicamos la metodología Inbound a través del Growth-Driven Design o Diseño que Promueve el Crecimiento. El establecimiento educacional con más de 40 años de éxitos, bajo la necesidad de actualizar el look and feel de su sitio web, se dio cuenta gracias al asesoramiento recibido por nosotros que era el momento preciso para incorporar un diseño estratégico a su comunicación digital.

El amor por la educación y el sentido de responsabilidad por el ser humano son aspectos con los cuales nos conectamos con este proyecto.



Logros:
+300% Tráfico orgánico en 1 año
-30% Rebote
+3' Duración sesión

2020 / S2S CHILE

S2S Chile es una empresa especializada en IT con más de 9 años de existencia donde su principal virtud es la experiencia de sus colaboradores. Sus principales servicios se relacionan con proyectos de ingeniería de software y arquitectura mainframe, además de dar servicios de staffing para el sector de la banca, retail, etc.

Implementamos una estrategia Inbound de GDD que incluyó cambio de imagen corporativa, actualización de diseño web y un trabajo continuo a 6 meses.

La sincronía tecnológica y el impacto social de esta organización fue fundamental a la hora de decidir un trabajo en conjunto. El desafío de actualizar la imagen gráfica y su departamento comercial fue la principal motivación.



Logros:

+109% Tráfico orgánico en 6 meses

3x Prospectos calificados

CLIENTES WEB:

SCIENTIFIC TOURISM NETWORK

www.scientific-tourism.org

La Red Internacional de Investigación y Desarrollo en TC (ISTN) reúne a instituciones y actores del ámbito de la educación universitaria, la investigación científica y la gestión del turismo.

El sitio web busca fomentar la vinculación, colaboración y apoyo entre investigadores, formadores, emprendedores, gestores públicos y comunidades locales con el objeto de analizar y fomentar esta modalidad de turismo.

Creación y mantención del sitio web

Diseño de imagen corporativa (logo, plantillas de presentaciones, papelería)

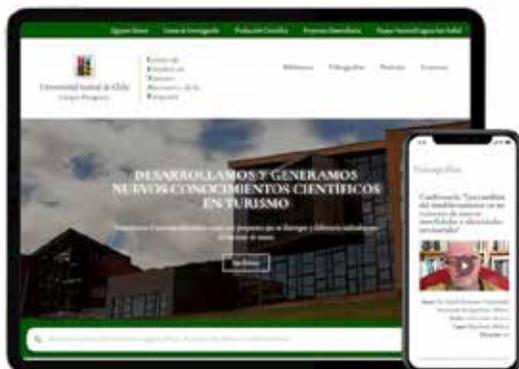


CETAP

www.cetap.cl

El Centro de Estudios en Turismo Alternativo de la Patagonia (CETAP) es un centro de investigación científica adscrito a la Universidad Austral de Chile, Campus Patagonia. Su propósito es desarrollar y generar nuevos conocimientos científicos en turismo a través de una reflexión crítica en torno a los procesos de desarrollo que se han dado en un contexto de globalización y posmodernidad.

El sitio web tiene como principal objetivo ser una biblioteca digital de documentos para compartir y mostrar la mayor base de documentación vinculada al proyecto.



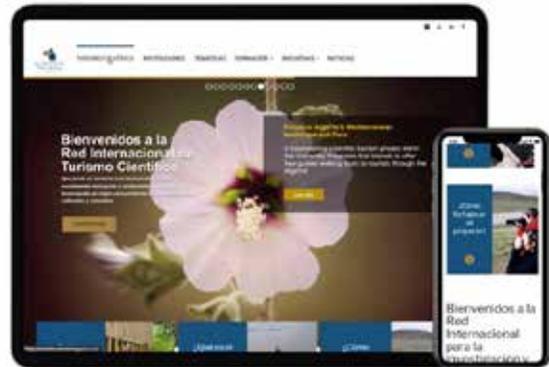
PABLO VALENZUELA VAILLANT

www.pablovalenzuela.cl

Pablo Valenzuela Vaillant es un fotógrafo que mantiene una estética y particular visión sobre el patrimonio natural y cultural de Chile.

Fue nuestro cliente en Diseño Blanco, y cuando tomó la decisión de rediseñar su sitio web nos contactó directamente para volver a trabajar con nosotros como equipo.

Además de dejar funcionando óptimamente su plataforma, periódicamente le otorgamos consultorías para mejorar sus comunicaciones digitales.



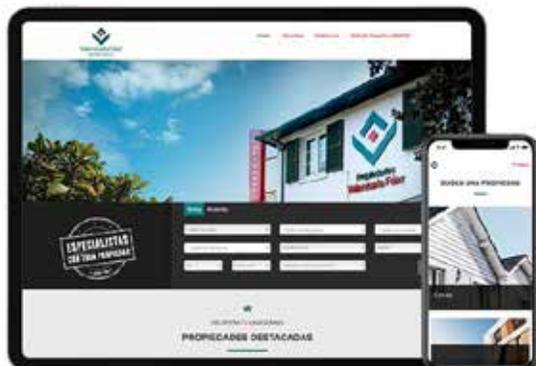
VICTORIA FOUST Y SALUT CONCERT

www.victoriafoust.com | www.salutconcert.com

Pianista y compositora rusa. Su carrera se destaca por la versatilidad e innovación artísticas, constante búsqueda de excelencia y gran compromiso de comunicación, educación y liderazgo a través de la música, sabiduría universal e integración de las artes. Es gracias a esta inquietud que ha conformado Salut Concert, empresa dedicada a realizar eventos, espectáculos y experiencias formativas para entregar "una nueva forma de vivir la alta cultura musical".

Victoria también tuvo una primera experiencia con nosotros en Diseño Blanco. Nos volvió a contactar durante este año para rediseñar sus sitios web y poner en marcha una maquinaria de comunicación digital centralizada en sus sitios.

Ha sido un largo proceso de trabajo para poner en marcha una larga lista de requerimientos. Actualmente llevamos concluidos aproximadamente un 80% de lo comprometido, pero hemos llegado a un acuerdo para dar continuidad al servicio mediante nuestra agencia madre, actualmente Agencia Blanco.



VALENZUELA FAEZ
/ www.valenzuelafaez.cl

Entrega servicios de arriendo y venta de propiedades, especializados en el corretaje de propiedades en Ñuñoa, Providencia, Santiago, Vitacura, Las Condes y La Reina.

Este sitio web está orientado a ser una plataforma para dar a conocer las propiedades disponibles con las que cuenta la corredora.

Además, estamos generando una primera aproximación al marketing de contenidos, incorporando un blog que actualizamos mensualmente.

KATARA PRODUCCIONES
www.kataraproducciones.cl

Productora audiovisual y de eventos, liderada por Katherine Araya, conformada por un equipo con amplia experiencia en el mundo de la televisión, publicidad y eventos.

Tras perder su empleo, Katherine decidió conformar su propia empresa y una de sus inversiones iniciales fue construir un sitio web para mostrar todo lo que ella y su equipo son capaces de lograr. Sin embargo, el estallido social y la crisis sanitaria han sido fuertes enemigos para su rubro. Actualmente está reformulándose y encontrando nuevas formas de poner en valor sus talentos.

A Katara le entregamos un servicio básico de mantención mensual para incluir nuevos contenidos a su portafolio.



CODESA
www.somoscodesa.org

La Corporación para el Desarrollo Sustentable en Aysén es una agrupación que lleva más de 30 años apoyando un desarrollo regional sustentable, defendiendo el patrimonio ambiental regional y propagando la idea de lograr el desarrollo de la región de Aysén, considerando ambiente, equidad y calidad de vida.

El desafío, en este caso, fue encontrar una buena solución para mostrar tanto su trayectoria a lo largo de los años, como sus principales proyectos.



OTROS CLIENTES:

HH GLOBAL

HH Global es una empresa dedicada a la ejecución de marketing de las marcas líderes del mundo.

Su propuesta de valor consiste en aplicar el conocimiento de su personal, procesos probados y tecnología líder en la industria para desarrollar soluciones innovadoras que reducen el costo de la ejecución creativa y procurement para marketing de los clientes. Al mismo tiempo mejora la calidad, sustentabilidad y velocidad de respuesta en el mercado.

En Chile, principalmente se dedican a solucionar los requerimientos de imprenta para marcas como Unilever, Unilever Food Solutions, Bayer y Jhonson's, entre otros.

Comenzamos nuestra relación laboral en Diseño Blanco y actualmente GrowBetter figura dentro de sus proveedores.

Principalmente nuestro servicio consiste en darles servicios de diseño y/o entrega de originales para imprenta de algunos de los requerimientos de sus clientes.



BENEFICIARIOS:

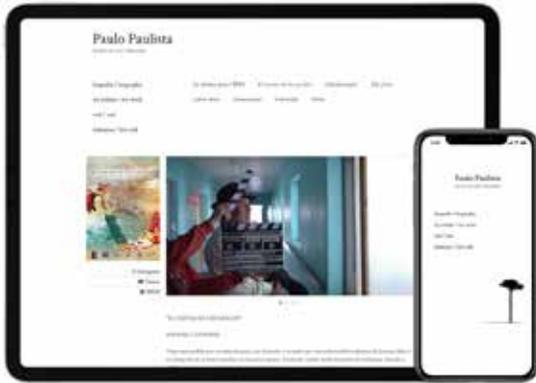
Un segmento particular de clientes son aquellos que por distintos motivos no cuentan con los recursos suficientes para acceder a nuestros servicios pero que sin embargo, por distintos motivos, nos motivan para trabajar con ellos de igual forma, ya sea a través de canjes o valores muy rebajados.

Es gracias al trabajo con ellos que ha nacido la inquietud de implementar un modelo que permita co-financiar este tipo de proyectos.



CASA CASTAÑA, CERVEZA KRAFT

Fábrica artesanal de cerveza. Actualmente a una escala muy pequeña, pero con ánimos de crecer. Para ellos realizamos su imagen corporativa y etiquetas para sus productos.



PAULO PAULISTA

www.paulopaulista.com

Director de cine chileno, líder de la productora audiovisual Neofilms Chile, con la cual ha dirigido y producido largometrajes, cortometrajes y videoclips. Realizamos su sitio web, a pedido suyo en un formato muy minimalista, con el objetivo de mostrar su trabajo como creativo y promoverlo en distintos circuitos audiovisuales.

COEDUCARTE Y RED CLEA

www.coeducarte.cl | www.redclea.org

La Corporación Coeducarte Chile tiene como misión el desarrollo de la cultura mediante la difusión de las distintas manifestaciones artísticas, la generación de proyectos de investigación y el perfeccionamiento docente a fin de generar conocimientos actualizados en la educación artística.

El Consejo Latinoamericano de Educación por el Arte tiene por objetivo crear un espacio de intercambio de colaboración y ayuda mutua entre las organizaciones de los diferentes países integrantes. Ambos tienen a Dora Águila como encargada de difundir, a través de sus sitios web, las actividades, convocatorias, noticias y publicaciones.

Sus sitios web fueron realizados por Diseño Blanco hace varios años y luego de establecer un contrato de mantención muy a la medida para ellos, decidimos conjuntamente continuar el servicio.



Actualmente son proyectos que nos inquietan. Sus sitios están muy desactualizados, la forma en que venimos entregando el servicio no se condice con lo mucho que podemos aportar. Apuntan profundamente hacia donde está nuestro propósito, sin embargo, para ellos es imposible desembolsar un valor cercano al precio de nuestros servicios. Ellos son los primeros en nuestra lista a la hora de encontrar un modelo de co-financiamiento que permita poner en marcha proyectos tan valiosos como estos.





GESTIÓN

OBJETIVOS Y LOGROS

Formalizar la agencia con identidad propia

Al ser una agencia que nació como un área de negocio dentro de otra, hubo clientes que naturalmente siguieron su proceso con nosotros, no solo por el servicio ofrecido, sino que principalmente por el vínculo con el equipo humano. Ellos trabajaban directamente con nuestro equipo y continuaron de la misma forma con diferente contractualidad.

Generar lazos con Sistema B y EBC

Certificarnos como empresa B es uno de los objetivos que nos planteamos desde un principio. Pero tanto los costos para lograrlo como también el trabajo que conlleva, inicialmente nos parecía muy lejano. Al ser una empresa con menos de un año de vida pudimos optar a la certificación B Pendiente. Al momento de contar con los recursos para hacerlo no dudamos en darle curso, pues nos consideramos esencialmente alineados con lo que Sistema B busca en una empresa. Ahora nos queda el enorme reto de gestionar todo lo necesario para obtener la certificación definitiva.

Por otra parte, consideramos que lo propuesto por la Economía del Bien Común - EBC se ajusta perfectamente con lo que somos como individuos y quienes queremos ser como organización. Nos vinculamos de tal modo que actualmente estamos colaborando dentro del Hub de Comunicaciones de la EBC para articular una estrategia de marketing adecuada para la organización.

En ambas agrupaciones se ha abierto la posibilidad de conectar con personas y organizaciones que buscan contribuir desde sus propios ámbitos de desenvolvimiento a la construcción de una sociedad mejor.

Creemos que es una gran oportunidad de crecimiento personal y profesional y sin duda una fuente de prospección altamente calificada para el nicho de negocio con el cual queremos vincularnos.



Integrar personas al equipo

Proyectamos trabajar con un equipo humano pequeño, pero no tan pequeño. Actualmente Somos dos Tres full time y 2 part-time freelance, y aunque consideramos que tenemos muchas destrezas, sabemos que no podemos hacer todo. Tenemos muy claro que para crecer como esperamos debemos poner gran parte de nuestro tiempo laboral justamente a esta tarea: crecer. Es por ello que hemos buscado un modelo de trabajo que se ajuste a nuestra realidad actual pero que permita colaborar con otros en un formato de tiempo parcial o free-lance.

No solo ha sido un aporte para atender las tareas que les delegamos, sino que han servido de impulso para que nosotros nos enfoquemos en nuestro crecimiento; activar nuestro propio inbound marketing, generar nuevas oportunidades para el networking, destinar tiempo y recursos a seguir construyendo nuestra marca, nuestro propósito y nuestro ideal de empresa.

Identidad corporativa

La urgencia de subir GrowBetter al espacio digital nos llevó a construir un primer sitio web cuando aún éramos parte de Diseño Blanco. Junto a ellos definimos el logotipo, la misión, nuestros buyer persona y algunos otros elementos que dieron una primera forma a este proyecto.

Al llegar a la mitad de este primer año sentimos que esta primera plataforma no se correspondía con lo que durante este tiempo fuimos madurando. Entonces comenzamos a trabajar en nuestra nueva imagen. Nuestra marca está definida por tres elementos: mente, voluntad y corazón abiertos. Queremos que nuestros clientes sean personas y que nosotros como proveedores también lo seamos para ellos. El crecimiento orgánico define nuestro servicio. Todos estos inputs fueron entregados a @RocíoTroc, artista plástica que dio forma al color dentro de nuestro sitio web y todos los insumos que hemos ido desarrollando desde entonces: eBooks, presentaciones, etc. A partir de su propuesta hemos desarrollado una línea gráfica donde prima una visualidad artística y manual pero en formato digital.



Hubspot: Salto de gratis a provider y de provider a partner

HubSpot es una empresa originaria de Cambridge, Massachussets que acuñó el concepto de Inbound Marketing. Ellos ofrecen una completa parrilla de softwares para automatizar los procesos de marketing y construir sitios web orientados al crecimiento en base a los postulados inbound, pero que, además, son una de las principales fuentes de formación para quienes queremos sumergirnos en esta metodología de trabajo.

Su enorme capacidad de generar contenido de valor para empresas como la nuestra nos ha demostrado lo eficaz de la metodología. Llevamos varios años certificándonos con ellos y adquiriendo un sinfín de insumos gratuitos y la decisión de comprar su CMS estuvo tomada incluso antes de pensar en formar GrowBetter. Iniciamos con la versión gratuita.

Con ella nos mantuvimos por bastante tiempo cómodos, pero llegó el momento de dar el siguiente paso cuando, producto de la crisis sanitaria por Covid-19, presentaron una oferta alcanzable para nosotros para adquirir su servicio en versión starter como providers, junto con la posibilidad de recibir apoyo de forma periódica por Ricardo Prado, gerente de desarrollo de partners para Latinoamérica. Este apoyo fue fundamental. Gracias a esta alianza pudimos mantener vínculos con vendedores con los cuales aprendimos enormemente en terreno.

Paralelamente Sergio fue parte del partners Pipeline Generation Bootcamp, impartido por el reconocido personaje Dan Tyre, colaborador de Hubspot desde sus inicios y autor del libro Inbound Organization. Este curso estaba dirigido principalmente para los ejecutivos de ventas de agencias partners de HubSpot principalmente de Europa y EE.UU., y aunque nuestra realidad era un poco lejana a la mayor parte de los compañeros, la experiencia fue altamente valiosa. Nos deja una vara alta para alcanzar. Pero seguido de este curso, Ricardo Prado convocó a Sergio a una versión del mismo para Latinoamérica donde conocer a otras personas con realidades muy similares a la nuestra en otras partes de la región, no solo nos ayudó a fortalecernos internamente, sino también a generar lazos de colaboración que esperamos se proyecten en el tiempo.

Finalmente dimos el siguiente salto natural. Seguimos en el servicio starter pero ahora somos partner gracias al CMS Hub. Esto nos pone a la misma altura de otras agencias con las cuales competimos, pero a la vez contamos con un apoyo permanente de dos ejecutivos en HubSpot (Diana Zalaquett CC y Carlos Valderrama CAM). Todo este proceso de crecimiento con Hubspot ha estado, desde sus inicios, impulsado por Alejandro Chiossone (Consultor Inbound LATAM, Hubspot).

Lograr nuevos clientes Inbound (no logrado)

Cuando definimos formalizar esta empresa y dar el salto, comenzaron a abrirse puertas. Algunas de par en par, otras levemente. La generación de nuevos negocios no ha sucedido según lo esperado. Si bien, inicialmente concretamos algunos nuevos clientes, este año ha sido principalmente de abrir posibilidades de negocios, participar en instancias de networking, dar a conocer nuestra propuesta de valor a varios prospectos, pero sin llegar a cerrar negocios del nivel que nos proponemos.



FINANZAS

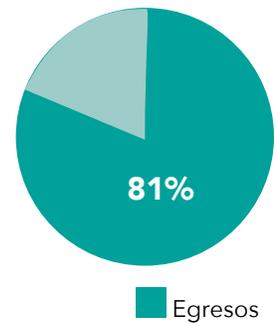
Si bien tenemos la convicción de que el crecimiento de la empresa no debe medirse únicamente en términos financieros, este es un aspecto más que medir y en este aspecto no tenemos los resultados que soñamos... aún.

INGRESOS

VENTAS TOTALES \$ 15.980.000

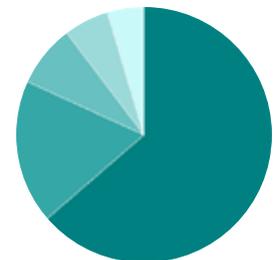
EGRESOS

COMPRAS Y REMUNERACIONES \$ 13.040.000



DESGLOCE DE LOS EGRESOS

Categoría	Monto	Porcentaje
Remuneraciones	\$ 8.300.000	64%
Inversión	\$ 2.370.000	18%
Proveedores	\$ 1.025.000	8%
Formación y certificaciones	\$ 745.000	6%
Arriendo	\$ 600.000	4%



Es por ello que nos hemos puesto como un objetivo relevante incrementar estas cifras y con ellas hacer crecer a nuestro equipo y los servicios que queremos poner a disposición.



OBJETIVOS 2021

OBJETIVOS COMECIALES

1. North star metric (o nuestra estrella del sur) será: Las relaciones contractuales a largo plazo, de 1 año o más, con empresas con propósito.

Si bien actualmente tenemos relaciones con clientes que calzan en este grupo, ellos no están en la capacidad financiera de recibir nuestros servicios en todo su ancho. Este es nuestro gran objetivo. Para lograrlo tenemos claro que tenemos varias tareas que ir desarrollando para cumplirlo y a su vez en el camino a alcanzarlo podremos ir cumpliendo con varias de las metas que nos proponemos.

2. Top KPI financiero:

Tener ventas mensuales sobre los \$12.000.000. Partiremos con un primer objetivo a corto-mediano plazo a partir de Octubre 2020 de \$6.000.000 de acá a 6 meses y enfocados a duplicar este número de acá a 2 años.

3. One metric that matters (OMTM): en este punto buscamos una métrica que impacte directamente en las otras 2, y en la que debemos enfocar nuestros esfuerzos en este minuto, esta es la de generar de 12 Reuniones mensuales para los próximos 6 meses.



OTROS OBJETIVOS

Certificación B

Elaborar la documentación necesaria, establecer nuestros protocolos, profundizar nuestro compromiso con el desarrollo de una mejor empresa para el mundo, forman parte de una serie de acciones que nos permitirán gestionar nuestra certificación B definitiva.

Balance del Bien Común

Por otra parte nos proponemos someternos a la evaluación mediante el Balance del Bien Común, instrumento generado por la EBC para que las empresas puedan realizar su balance, no solo desde el aspecto económico, sino también en relación a la dignidad humana, la solidaridad y justicia, la sostenibilidad medioambiental y la transparencia y participación democrática.

Completar y complementar el equipo humano

Queremos constituir un equipo humano base con 5 integrantes que mantengan diversidad de género, provengan de formaciones y experiencias profesionales distintas, e idealmente con culturas diferentes. y mantener un vínculo permanente con colaboradores externos a quienes recurrir según las necesidades de cada proyecto.

Puesto de trabajo inclusivo

Trabajaremos en el proyecto que nos permita sumar, en el mediano plazo, a lo menos una plaza de trabajo inclusivo.

Actualizar equipo técnico

Invertir en computadores actualizados y asegurar un equipo para cada uno de los colaboradores de planta sería uno de nuestros ideales a alcanzar.

Para lograrlos esperamos optar a instancias de financiamiento que nos permitan invertir para seguir creciendo.





CONCLUSIONES



Somos una empresa que nace desde el propósito, es decir, desde el por qué. El qué hacemos puede modificarse en el tiempo y desarrollarse orgánicamente.

Sabemos que el consumo se ha modificado con la entrada de internet y las redes sociales a nuestras vidas. Hoy las personas toman decisiones de compra basadas en las investigaciones online acerca de los productos o servicios que desean obtener.

Con estrategias inbound, como el marketing de contenidos, las empresas tienen la posibilidad de transmitir su mensaje entregándolo a través de contenido de valor. Esta es una posibilidad inigualable para fomentar un consumo responsable a la vez que se desarrolla un mejor crecimiento para la organización, contribuyendo así al triple impacto y la economía del bien común.

GrowBetter Agency es una Empresa B Pendiente que tiene como propósito apoyar el crecimiento sostenible de proyectos, organizaciones y/o empresas que tengan como fin principal el

triple impacto. ¿Cómo? a través del diseño y la implementación de estrategias Inbound. Es una empresa que nace con este único propósito y que busca crecer a partir de esta semilla.

¿Hemos dado suficientes pasos para concluir que durante este primer año vamos encaminados hacia nuestro propósito? Quizás es muy pronto para asegurarlo, pero sin duda hemos sido valientes al dar los pasos que nos hemos propuesto y tenemos la profunda convicción de que ello traerá consigo resultados que esperamos ver en el próximo ciclo que se abre.

Ser una empresa nueva navegando en un nicho de negocio acotado nos pone en una posición en la que sabemos que obtener rentabilidad rápidamente no es lo esperable, menos cuando las condiciones particulares de este año han puesto el camino más difícil. Pero sin duda hemos crecido, hemos madurado, nos hemos encontrado con las personas, empresas y organizaciones clave y hemos establecido vínculos que han fortalecido nuestro proyecto de empresa notoriamente.

¿Hemos crecido?

Sí

¿Queremos crecer mejor?

Hacia allá vamos



GROW BETTER
agency

MEMORIA
2019/2020

www.growbetter.agency