



GROW BETTER
agency

MEMORIA

2021



Sumamos un nuevo año, un nuevo hito frente al compromiso en el que nos hemos embarcado como socios fundadores de esta organización.

Revisando en la memoria todo aquello con lo que nos hemos encontrado en este recorrido no tenemos más que agradecer y celebrar.

Sin duda han sido meses cargados por un contexto histórico e inolvidable, el 2021 ha significado redefinirnos en un nuevo ámbito, convivir con una pandemia mundial y reformular la manera en que nos relacionamos con nuestros pares, con nuestros proveedores, con nuestros clientes, con la información, con los espacios abiertos, los cerrados, los momentos de altos y bajos, el entorno en general. Hemos tenido que reconfigurarnos y, en muchos casos, definir nuevas estrategias.

Este nuevo contexto ha abierto la conversación y se han puesto sobre la mesa asuntos que previamente no tenían tanto peso: el consumo responsable, el cuidado medioambiental y la

sostenibilidad en general. Esto se ha vuelto una oportunidad para empresas y organizaciones como la nuestra, que se plantean con un enfoque diferente de hacer negocios, hayan encontrado espacios donde nuestro llamado resuena.

Desde encontrarnos con personas y organizaciones con los que hemos formado alianzas, hasta nuevos clientes que han confiado en nuestra propuesta.

Comenzamos a abrirnos camino y a demostrar que lo que hacemos tiene un impacto positivo. Este 2021 se ha convertido en un año para definirnos y para trazar de forma más concreta cómo queremos crecer, para validar que es posible hacerlo y reunir la energía hacia nuevos objetivos más desafiantes aún.

Este capítulo termina con logros significativos y nos muestra un horizonte próspero. Queremos seguir creciendo mejor y compartirlo con un equipo de trabajo cohesionado, feliz y comprometido con nuestro propósito.

Sergio Fuentealba y Lorena Pérez
Socios fundadores



ESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Entregar el mensaje al cliente ideal de empresas y organizaciones alineadas con el triple impacto es un desafío. Para ellas no se trata solo de vender un producto o servicio, es entregar valor y contribuir. Las crisis que venimos sosteniendo han dirigido a las personas hacia un modelo económico diferente, donde, por ejemplo, el consumidor exige un compromiso social y/o medioambiental y donde el éxito de un negocio se mide por parámetros distintos al meramente económico.

Desde nuestra formalización como empresa en octubre de 2019 nos hemos centrado en conectar con otras empresas que tengan un enfoque hacia la sostenibilidad mediante tres líneas de negocios:

DISEÑO DE ESTRATEGIAS:

mapa de ruta con las acciones necesarias para lograr objetivos de marketing.

IMPLEMENTACIÓN Y MEJORA CONTINUA:

proceso de implementación de la estrategia, mantenerla activa y medir sus resultados.

CAMPAÑAS QUIK WIN:

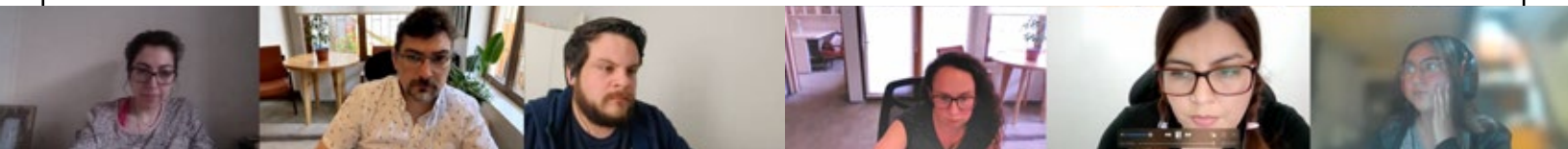
implementación de una estrategia con fundamentos Inbound para promover de forma ágil algún producto, servicio, evento, etc.

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

Durante el año 2020 nos propusimos, como uno de nuestros objetivos, hacer crecer a nuestro equipo de trabajo. Permanentemente recibimos candidatos con interés en formar parte de nuestra agencia y durante este período se han abierto las posibilidades para conocer a otros profesionales y vincularlos de una u otra forma al equipo.

EQUIPO TRONCAL

Lorena Pérez:

Su paso por el mundo de las artes y la construcción de competencias vinculadas a la comunicación y el diseño otorgan sensibilidad y estructura para sacar adelante las soluciones adecuadas para nuestros clientes.

Sergio Fuentealba:

La combinación entre el trabajo frente a la pantalla y su trayectoria en el turismo de intereses especiales hacen que logre empatizar profundamente con los clientes que aborda, encontrando su lugar en la agencia como Account Manager y Ventas.

Juan Pablo Lavín:

Administrador de empresas y un enamorado del Marketing Digital e Inbound Marketing. Ingresó al equipo como Analista de Datos en 2019, proponiendo soluciones creativas para lograr los objetivos. Siempre muy dispuesto a aprender y a asumir nuevos desafíos. Dejó la organización en octubre del 2021.

Teresa Moreno:

Ingeniera Comercial y especialista en Marketing y sostenibilidad. Tocó a nuestra puerta proponiéndose para formar parte de nuestro equipo, basada en sus capacidades y competencias y su profundo interés en lo sostenible. Comienza sus labores en junio, al mismo tiempo que varios de nuestros nuevos clientes.

EQUIPO DE APOYO

Rocío López:

Diseñadora gráfica y community manager con enfoque UX/UI. Nos acompañó durante gran parte de este año para ser la voz de nuestros clientes en los medios digitales.

Gabriela González:

Diseñadora UX/UI y desarrolladora front-end. Nos da apoyo en temas de código y procesos con usuarios.

Michel Echavarría:

Periodista y Content manager. Nos ha apoyado para la generación de contenidos para algunos de nuestros nuevos clientes.

Paulo Sommaruga:

Ingeniero Comercial especialista en marketing. Nos acompaña para organizar los recursos financieros de la agencia y más de alguna vez su opinión en temas de marketing.

Nicole Quevedo:

Publicista recién egresada, comenzó a trabajar con nosotros como practicante. Además de sumar con sus conocimientos ha entregado frescura y alegría a las dinámicas del equipo.

Edgar Antúnez:

Periodista digital y community manager. Vital apoyo en la generación de contenidos para nuestros principales clientes.



PARTNERS Y ALIANZAS



HubSpot: 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.

Desde el año pasado somos agencia Partner lo que ha significado recibir un completo acompañamiento para el desarrollo de nuestros servicios de la mano de esta plataforma.



Áurea: plataforma de evolución cultural. Facilitan procesos de transformación cultural en personas, organizaciones y territorios. Junto a este equipo hemos ido desarrollando un servicio conjunto que permita a las organizaciones construir y comunicar efectivamente su propósito.



GlouLab: agencia de publicidad digital, partners de Google. Junto a esta empresa desarrollamos campañas de anuncios en las diversas plataformas de Google, Facebook e Instagram para apoyar el posicionamiento de las marcas con las cuales trabajamos.



Cultiva: es una organización que se ocupa de generar acciones concretas para crear conciencia socioambiental y vínculos con el territorio, a través de la regeneración de bosques nativos. Trimestralmente comprometimos a hacer una donación por cada nuevo cliente o renovación de contrato.



Acelera Latam: aceleradora de negocios y VC enfocado en mejorar el desempeño de startups y emprendimientos en etapa temprana. Destinamos parte de nuestro tiempo a acompañar a los acelerados y darles algunas apreciaciones sobre el marketing para sus proyectos.



Ecosystem Latinamerica: ofrece consultorías para ayudar a las Startups, IVCs y proveedores de soluciones a introducir nuevos mercados con sus soluciones innovadoras, basadas en tecnología en la nube, IoT, analítica y seguridad informática. La alianza consiste en contar con nosotros como agencia especialista en HubSpot para derivarnos a sus clientes ubicados en Chile.



INFORME DE GESTIÓN

OBJETIVOS COMERCIALES PROYECTADOS PARA ESTE AÑO

1. NORTH STAR METRIC (o nuestra estrella del sur):

Las relaciones contractuales a largo plazo, de 1 año o más, con empresas con propósito.

- Todos nuestros esfuerzos han estado apuntando hacia este objetivo. Bajo esta premisa es que logramos conectar con distintas empresas que encajan en este enfoque, dos de ellas parte de Empresas Certificadas B y otras con un propósito definido en el ámbito del triple impacto.

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 en 6 meses y enfocados a duplicar este número en dos años.

- En cuanto a este objetivo el avance ha sido bastante más lento de lo proyectado, alcanzando solo un 50% de lo propuesto en el plazo más inmediato. Una de las estrategias que implementamos para acelerar el ritmo para llegar a esta meta inicial de 6MM consistió en asesorarnos a través de Sercotec. Visto desde otro punto de vista, en 2019 la venta fue de 15 millones. Este año superamos los 30 millones, por lo tanto, nuestra tasa de crecimiento fue del 100%.

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.

- Este último objetivo tampoco se ha resuelto como se proyectaba. Una de las tensiones que observamos nos impiden alcanzar esta cifra, es la falta de tiempo dedicado exclusivamente a la prospección y desarrollo del negocio. El tiempo que otorgamos a la operación y atención de los actuales clientes impide esta dedicación y por lo tanto se hace urgente contar con personas en el equipo que puedan asumir las tareas operativas y de este modo fortalecer el área comercial.



OTROS OBJETIVOS CONTEMPLADOS

CERTIFICACIÓN B

Durante este año hemos trabajado en conjunto con ÁUREA para completar el proceso de certificación B. Junto a Mariel Torres, consultora de dicha empresa y quien nos ha acompañado en cada paso para medir nuestro impacto social, ambiental y económico, hemos organizado la información que demuestra nuestro compromiso personal, institucional y legal para tomar decisiones, considerando las consecuencias de sus acciones a largo plazo en la comunidad y el medioambiente, utilizando la fuerza del mercado para dar soluciones más acertadas. Terminando este año sabemos que nos queda el último tramo del camino y esperamos que esta anhelada certificación llegue a nosotros en los primeros meses del año que entra.

BALANCE DEL BIEN COMÚN

Durante este año nos hemos involucrado de lleno con esta organización. Hemos participado activamente en círculos de trabajo e incluso hemos apoyado las gestiones del directorio a través de la dirección ejecutiva durante algunos meses, sin embargo, el Balance del Bien Común no ha podido ser efectivo. No logramos encontrar consultores en Chile capacitados y/o con la disponibilidad para realizar este proceso.

COMPLETAR Y COMPLEMENTAR EL EQUIPO HUMANO

En este período este objetivo se ha cumplido y ha dado sus frutos. Hemos podido consolidar un buen equipo de trabajo y fortalecer nuestras labores en distintos ámbitos. Hemos probado diferentes mecanismos para establecer relaciones laborales: A través de contrato, contrato a honorarios, freelance y prácticas profesionales.

También hemos vivido experiencias nuevas y deconstructivas como la renuncia de una de las personas clave y fuimos capaces de resolver esta tensión mediante la práctica del patrón de generación de propuestas que nos otorga la Sociocracia 3.0.

PUESTO DE TRABAJO INCLUSIVO

Este objetivo planteado nos convocó a trabajar por la proyección de un puesto inclusivo dentro de nuestro equipo. Durante este año hemos podido capacitarnos inicialmente en este tema para comenzar a entender las implicancias de lo que ello significa, tanto en el impacto que es posible generar, como también en los ajustes que es necesario considerar.

ACTUALIZAR EQUIPO TÉCNICO

Hemos postulado a diferentes fondos concursables y otras instancias de financiamiento que permitan concretar el objetivo de actualizar nuestros computadores y eventualmente facilitar a nuestros colaboradores un equipo actualizado y acorde a sus actividades dentro de la agencia.



LOGROS QUE MERECEEN RECONOCIMIENTO



PREMIO SUSTENTA:

Finalizar nuestro segundo año siendo reconocidos por aquello que nos moviliza en lo más profundo, nuestro propósito, nos pone extremadamente contentos. Hemos recibido el "Premio Sustenta" otorgado en la categoría brote. Dicho galardón, es concedido por la Universidad Tecnológica Metropolitana, la cual evalúa y premia las prácticas sustentables empresariales, relacionadas con lo económico, social y ambiental.

Nuestro orgullo va más allá de ser considerada una empresa sustentable, ya que, siempre ha sido y será nuestro propósito. Sino más bien, el saber que estamos en el camino correcto nos hace ver mucho mejor el panorama que nos queda por delante y, por supuesto, nos desafía para ir explorando más allá.

APRENDIZAJE CONTINUO:

Como muchas de las empresas contemporáneas, creemos que aprender y fortalecer nuestras competencias continuamente es una exigencia con la cual nos hemos comprometido, facilitando y generando las condiciones para que ello ocurra, destinado tiempos y los recursos necesarios.

Lorena: Bootcamp Diseño UX/UI otorgado por Sense a través de Adalid Chile / WorkShop Planificando la inclusión laboral en la empresa, Fundación ConTrabajo.

Sergio: Certificado Profesional de Agilidad en Marketing, ICAgile

Juan Pablo: Publicidad en redes avanzado, de CoderHouse. Curso que inició estando con nosotros, pero terminó estando fuera de la agencia.

Todo el equipo: Cursos iniciales y especializados de Inbound Marketing y uso de la plataforma HubSpot.

Todo el equipo: Asesoría con ÁUREA, a cargo de Alejandro Reyes, entorno a la Sociocracia 3.0 y algunos de sus patrones, como, por ejemplo, reuniones efectivas y generación de propuestas.

ESPACIO DE TRABAJO:

Los meses de confinamiento fueron difíciles en muchos aspectos para todas las personas. En nuestro caso, como socios en los negocios y en la familia el desafío fue intenso. La mejor decisión fue buscar un espacio fuera de casa donde poder enfocarnos en nuestras labores. El primer período lo pasamos en una casona en Ñuñoa donde subarrendamos un taller y luego nos pasamos a una oficina ubicada al costado de una casa residencial. Este último lugar nos ha acogido desde entonces y nos ha permitido optimizar las horas de trabajo de mejor manera.





¿QUÉ SIGUE? ¿QUÉ ESPERAMOS EN ADELANTE?



OBJETIVOS COMERCIALES 2022

- Mantener una tasa de crecimiento suficientemente alta para alcanzar, en el corto plazo, un ingreso promedio de \$6.000.000 mensuales.
- Una vez alcanzado el primer objetivo, proyectar uno nuevo a mediano plazo, para alcanzar ingresos de \$12.000.000 por mes.
- Obtener fondos concursables, créditos o subsidios que nos permitan invertir en el crecimiento de la agencia.

OTROS OBJETIVOS

- Establecer un equipo de trabajo base con las competencias suficientes para abordar la mayor parte de los requerimientos de nuestros clientes. A su vez, contar con proveedores externos que nos faciliten la gestión de labores que no seamos capaces de asumir internamente.
- Obtener nuestra certificación de Empresa B.
- Mejorar y fortalecer nuestras acciones de marketing



CLIENTES

NUEVOS CLIENTES

Durante este período hemos logrado conectar con clientes que han permitido validar nuestro modelo de negocios y entregarnos una retroalimentación positiva para seguir creciendo.

GREEN LIBROS

Es la Primera Librería Solidaria de Chile que tiene como misión recolectar libros con el fin apoyar iniciativas educativas que fomenten la lectura y facilitar el acceso al libro en sectores vulnerables del país. Al recolectar, recuperar y ofrecer libros usados, también se ayuda a cuidar el medio ambiente, pues se pone en circulación libros que ya fueron leídos y se evita que vayan a la basura. Junto a ellos hemos implementado una completa estrategia de Inbound Marketing la cual ha sido abordada a través de mejoras al sitio web, implementación de un blog con contenidos enfocados a sus buyer persona, implementación de HubSpot y Social Media Marketing. Estas acciones, junto a campañas de anuncios han logrado un mejor crecimiento y posicionamiento de la marca.



Logros:

+123,87% ventas anuales

+500 nuevos suscriptores por mes

COGNITIVA

Empresa chilena que tiene el propósito de acelerar e impulsar la transformación digital de las empresas utilizando Inteligencia Artificial. Ofrece soluciones innovadoras que optimizan la relación entre las empresas y sus clientes.

Una Campaña Quick Win fue propuesta con el objetivo de elevar sus Leads. Para ello se implementaron anuncios de pago en Google junto con una serie de Landing Pages orientadas a la conversión.



Logros:

+50% Leads Calificados

LET'S GO EXPERIENCE

Tour operador receptivo con base en Patagonia Norte, fundado por Tour Líderes movidos por su pasión de viajar y generar lazos verdaderos entre la gente local, el ecosistema y los visitantes. Son una alternativa sustentable y amigable con el medio ambiente, que busca crear un impacto positivo en la comunidad al trabajar con negocios locales y familiares manteniendo el patrimonio cultural y natural de la zona.

La campaña de Logros Rápidos implementada para Let's Go Experience se puso en marcha luego de un año muy complicado para el turismo. En ese sentido, el gran objetivo fue ganar un mejor posicionamiento de la marca en la industria del turismo de intereses especiales.

Para lograrlo diseñamos una estrategia de Inbound marketing a corto plazo, integrada con anuncios en plataformas de redes sociales como Facebook

e Instagram. No se alcanzaron todos los objetivos planteados en este corto período de 3 meses, pero sí se tuvo éxito en una mayor visibilización de la marca.



Logros:
+200% Alcance

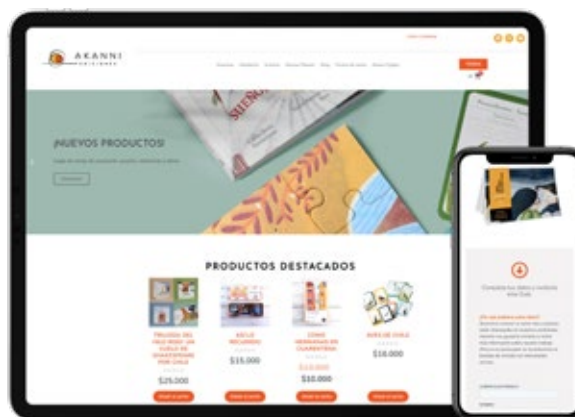
AKANNI EDICIONES

Editorial chilena independiente que se ha especializado en la creación y desarrollo de libros y juegos ilustrados que tienen como principal premisa convertirse en puentes para generar y fortalecer vínculos entre quienes los comparten, contribuyendo tanto al placer por la lectura como a abrir conversaciones sobre temas relevantes y a veces difíciles de tratar, como: diversidad e inclusión, bienestar físico y emocional, patrimonio cultural, educación medioambiental, maternidad y crianza.

Para esta empresa hicimos una estrategia de Inbound Marketing ajustada, donde la principal tarea fue definir sus objetivos SMART, Buyer Persona, Supuestos Fundamentales y Plan de Acción.

Junto con rediseñar su sitio web, nos centramos en generar contenido de valor y puntos de contacto para la generación de Leads, complementando además las acciones realizadas en redes sociales por su equipo interno.

Antes de culminar el contrato comprometido dimos por finalizado nuestro acuerdo por encontrarnos con tensiones que provocaron el quiebre de la relación.



Logros:
+10% mensual de nuevos leads
+60% interacción en redes sociales

QUIS

Acompañan a las empresas en la alfabetización y transformación digital de los negocios, integrando capacidad de ciberseguridad, normativas, SII, Bancos, entre otros. Trabajan para desarrollar las capacidades del negocio e incrementar las competencias del comercio electrónico nacional e internacional.

Para esta empresa comenzamos a generar una estrategia de Inbound Marketing que, finalmente, no logró ser completada debido a falta de recursos económicos por lo que no pudieron continuar con nuestro servicio.



EBC

La Economía del Bien Común es un modelo económico alternativo que busca co-mejorar y co-crear pilares económicos para pasar del afán de lucro y competencia, a la contribución al bien común y la cooperación.

Durante el año 2021 mantuvimos un fuerte compromiso con la organización, acompañándolos para mejorar el sitio web, gestión de webinars sobre matriz del bien común y definir acciones en redes sociales para mejorar la visibilización de su quehacer.



SOCIETUR

La Sociedad de Investigadores en Turismo de Chile, es una instancia de intercambio de información y de articulación para el desarrollo sustentable del sector. Está formado por personas con preparación y/o experiencia relativos al análisis, investigación, formación, transferencia y difusión de las ciencias y técnicas vinculadas a la actividad turística en Chile. Para ellos desarrollamos un sitio web autoadministrable que le permite a la agrupación mantener informados a sus socios, visibilizar sus publicaciones y actividades y ofrecer asesorías.





CLIENTES QUE MANTUVIERON CONTINUIDAD DE CONTRATO

Es importante para nosotros mantener un modelo de trabajo donde podamos establecer relaciones a largo plazo. Estos clientes dan cuenta de que vamos por ese camino.

Cafh

Un camino de desenvolvimiento espiritual

CORPORACIÓN OBRAS DE CAFH

Durante los últimos años, y a causa de la pandemia de coronavirus, hemos acompañado a esta organización reinventando la manera de realizar actividades que den a conocer el enfoque de su trabajo.

Junto con hacer seguimiento de los objetivos planteados inicialmente y trabajar conjuntamente para lograrlos, también hemos fortalecido los canales digitales, ayudándolos a sumergirse en las plataformas digitales.



COLEGIO FLORENCE NIGHTINGALE

Durante los últimos años, el trabajo junto al colegio ha sido, principalmente, para asistirlos en la actualización de contenidos en la web, utilizándola como un canal oficial para comunicar a los padres y apoderados del colegio las distintas situaciones y condiciones a las que hubo que adaptarse durante estos años.



VALENZUELA FAEZ

Luego de entregar el sitio web hemos comprometido un servicio de mantención para optimizar las condiciones de la plataforma de manera recurrente.



KATARA PRODUCCIONES

Igual que en el caso anterior, junto a esta productora hemos otorgado un servicio de mantención mensual del funcionamiento del sitio web y actualización de sus contenidos.



INTERNATIONAL SCIENTIFIC TOURISM NETWORK

Sitio Web multilingüe y servicios de mantención y publicación de contenidos de valor que fortalezcan la red y las acciones relevantes sobre turismo científico en la región y en el mundo.



CROWFUNDING

Hay proyectos que requieren una mínima inversión para generar un gran impacto, pero no cuentan con los recursos mínimos para solventar algunas de sus tareas.

Nos hicimos parte de algunos de ellos ya que consideramos que tienen mucho valor y generan impacto positivo a nivel sociocultural, medioambiental y/o económico.

Partimos con dos iniciativas con las cuales tenemos un largo y atento compromiso.

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.

Durante este año, junto con realizar la mantención de estos dos sitios web, propusimos a sus administradores realizar una campaña de co-financiamiento, repartiendo los costos del servicio en 3 actores: 1/3 a cargo de la organización, 1/3 por parte de donaciones y 1/3 otorgado por la agencia.

Hasta ahora hemos podido avanzar en la búsqueda de recursos, principalmente a través de nuestros contactos directos. Pero esperamos mantener este modelo en el tiempo y que pueda generar beneficios para otros proyectos.

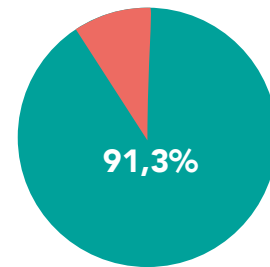




INFORME FINANCIERO

El crecimiento de nuestra empresa ha sido notorio. Si bien aún no logra las cifras que nos permitan llegar al punto de equilibrio, hemos superado el período en términos numéricos.

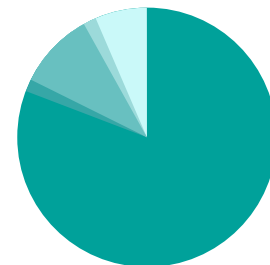
INGRESOS	
VENTAS TOTALES	\$ 32.970.000
EGRESOS	
COMPRAS Y REMUNERACIONES	\$ 30.130.000
UTILIDAD	\$ 2.840.000



Egresos Utilidad

DESGLOCE DE LOS EGRESOS

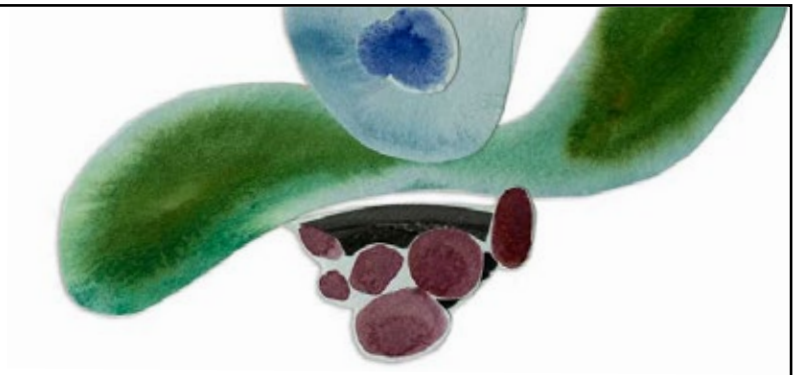
Remuneraciones	\$ 25.140.000	83,4 %
Inversión	\$ 470.000	1,6 %
Proveedores	\$ 2.600.000	8,6 %
Formacion y certificaciones	\$ 470.000	1,6 %
Arriendo	\$ 1.450.000	4,8 %



COMPARATIVA Y TASA DE CRECIMIENTO

VENTAS TOTALES 2020 \$ 15.980.000

TASA DE CRECIMIENTO 2021 = 106.3%



CONCLUSIONES

Cuando iniciamos este proyecto de empresa nos desafiamos a construirnos desde nuestro propósito personal como socios en este nuevo emprender. Ello nos ha movilizado a conectar con personas y organizaciones que, de un modo u otro, tengan un enfoque similar.

Este año, sin duda ha sido la oportunidad de salir y abrir esos espacios de encuentro, aun cuando hayan sido bajo el formato virtual. Desde ruedas de negocios, reuniones de prospección, seguimiento de clientes y hasta entrevistas laborales.

En cada una de estas instancias tuvimos la oportunidad de validar nuestra propuesta de valor y fortalecerla.

Atravesar este recorrido en compañía nos ha fortalecido y esta es la oportunidad de agradecer a todas y todos quienes de una u otra forma han sostenido nuestra ruta. A los nuevos clientes que han confiado en nuestro trabajo, a aquellos

que se han mantenido en el tiempo y a quienes no llegaron a serlo, pero se dieron el tiempo de conocernos y considerarnos. A nuestros proveedores, en particular a HubSpot que ha sido excelente compañía e impulso. A nuestras alianzas que nos han abierto nuevas posibilidades para crecer. En especial a las personas que se han sumado a nuestro equipo contribuyendo con sus saberes y ganas de construir. Y, por su puesto, a nuestras familias y su apoyo incondicional.

Crecer, pero crecer mejor es la forma en la cual queremos desarrollarnos. La confianza, la constancia y la toma de decisiones conscientes y a tiempo ha sido la forma que durante este año hemos encontrado para avanzar hacia este objetivo.

¿Cómo ajustar de mejor forma nuestro modelo de negocios? ¿De qué manera podemos llegar al tan ansiado punto de equilibrio? Son las mayores interrogantes de cara al siguiente ciclo.



GROW BETTER
agency

MEMORIA
2021

www.growbetter.agency