

# TALLER DE PLAN DE EXPANSIÓN

## Módulo 3

### ETAPA 3- PITCH SÓLIDO

#### ¿Qué errores no se deben cometer?

En videos anteriores abordamos el minuto para crecer, las diferentes estrategias que existen para expandir el negocio y el Plan de Expansión. En esta sección hablaremos de los errores comunes en los que incurren muchos emprendedores cuando se enfrentan a la fase de expansión.

Si está pensando en expandir su negocio, tome nota y evite caer en estos errores.

El primero, **crecer sin un plan**. ¿Es posible tener éxito sin planificar? ¡Por supuesto! Pero también se cometerán más errores y será más costoso. Como revisamos anteriormente, construir un plan no es complejo y nos puede ahorrar tiempo de aprendizaje y mucho dinero.

El segundo error muy común: **no tener un Plan B o Plan de Contingencia**. Nadie espera fallar cuando inicia un nuevo proyecto, pero es una posibilidad. Hay eventualidades que se pueden prever y prevenir o, al menos, planificar caminos alternativos por si se llegan a presentar inconvenientes que desvíen los resultados. Para ello, diseñar un plan de contingencia e incluirlo en plan de expansión puede ser muy útil para evitar el descontrol ante situaciones inesperadas que impiden el crecimiento del negocio o que se alcancen los objetivos, así como ganar tiempo en implementar acciones correctivas. Dentro de las propuestas puede existir algún fondo de reserva al que se pueda acceder para hacer frente a resultados negativos, sin afectar la caja del negocio.

Desconocer el **punto de equilibrio**, es decir, aquel monto de ventas donde no se obtienen utilidades ni pérdidas. El punto de equilibrio debe ser la primera meta de ventas de todo negocio.

Expandir operaciones sin contar con **herramientas tecnológicas** adecuadas. Por ejemplo, Es común que el pequeño empresario abra una nueva sucursal sin incorporar un sistema de inventario en línea. O que se transforme en importador para favorecerse de las ventajas que eso trae en términos de costos, y vea aumentar las unidades en bodega, ampliar la variedad de productos, pero que al no contar con un sistema sofisticado para gestionar las existencias, se encuentren con mermas, robo hormiga, productos que se quedan al fondo de la bodega, etc. Problemas que se ahorrarían con software que hoy tienen bajos costos mensuales.

**No utilizar múltiples plataformas de venta en línea.** Además de la facilidad para instalar tu propio canal de ventas online, hoy existen diferentes Marketplace a través de los cuales se puede vender en línea y que ofrecen gran cantidad de visitas: mercadolibre, Linio, Falabella.cl, Ripley.cl, etc. La noticia es que debieran estar presentes en todos los canales de venta que apunten al mismo segmento de clientes que sus negocios abordan. De esta forma, la idea es que en su canal propio opere con un margen atractivo, y que los canales externos entreguen volúmenes de ventas.

Otro error, cuando se opera con canales propios y Marketplace externos, no incorporar un **módulo web que sincronice el stock** de todos los canales digitales. De esta forma ahorrará tiempo y sacará mayor provecho a cada canal.

**No asesorarse** por los profesionales adecuados para cada desafío. El ecosistema empresarial es cada vez más robusto. Existen en él múltiples actores que pueden guiar o aconsejar en cada paso de crecimiento. Por poner algún ejemplo, si quiere iniciar una franquicia, es necesario que se asesore por abogados especializados en la elaboración del documento maestro. De lo contrario, detalles que queden sin incorporarse pueden traer desagradables y costosos juicios, o dejar caer información valiosa en manos de la competencia. Utilice cláusulas de confidencialidad.

**No expandir cuando el negocio está en su momento de mayor éxito.** Si sus ventas han tenido un alza sostenida, pero en los últimos meses se encuentran estancadas, es momento de formular estrategias para expandir su negocio. Un modelo de negocios aceptado por tus clientes es el mejor insumo para diseñar la expansión.

No considerar **financiamiento adicional** a modo de capital de trabajo, para operar los primeros meses.

**Ausencia de control,** no realizar mediciones periódicas de la marcha del negocio.

Su **modelo de negocios** no será eterno. Revise permanentemente la forma en que crea valor, observe a la competencia o mercados similares y reformule o actualice su modelo de negocios para evitar la obsolescencia o la copia. No se enamore de su modelo de negocios, actualícelo a lo que sus clientes necesiten, son ellos los que deben amar su propuesta de valor.