

2025

# Estrategia de Crecimiento: Capturando las oportunidades de mayor valor

---

Metodología para  
identificar, priorizar e  
implementar las mejores  
oportunidades de  
crecimiento para tu  
empresa



VINSON  
CONSULTING

# Cuando crecer en nuevos mercados o productos se vuelve una necesidad y deja de ser una opción

Existen 4 factores principales que empujan a las empresas a buscar nuevas oportunidades:



Presión competitiva y madurez de mercado:  
***En mercados que se estancan, quien no se expande, retrocede***

En mercados maduros, las empresas ya no pueden sumar clientes sin quitarle espacio a otros, lo que las impulsa a explorar nuevas oportunidades de crecimiento



Cambios regulatorios:  
***Cuando las reglas cambian, el negocio también***

Las nuevas normativas elevan costos o restringen operaciones, obligando a repensar su modelo



Transformación del consumidor y tecnología:  
***Adaptarse rápido deja de ser ventaja y pasa a ser requisito***

El consumidor cambia rápidamente, con hábitos y preferencias en constante evolución. Esto obliga a las empresas a buscar nuevas oportunidades para ofrecer experiencias adaptadas y mantener relevancia



Búsqueda de resiliencia:  
***Expandirse es también asegurar la continuidad del negocio***

La volatilidad económica y geopolítica impulsa a diversificar riesgos y fuentes de ingreso



# Existen muchas formas de crecer, pero no todas crean el mismo valor

Las empresas pueden expandirse ampliando su cobertura o diversificando su oferta. **La Matriz de Ansoff** es una herramienta que permite visualizar las diferentes opciones de crecimiento que tiene una empresa

La pregunta clave es: **¿Qué combinación de mix de oferta y cobertura de mercado tiene el mayor potencial de crecimiento para tu empresa y la proyección de tu industria?**

## Matriz de Ansoff



# En Vinson contamos con la experiencia y una metodología estructurada para acompañar a las empresas en sus procesos de crecimiento

## Metodología Vinson y entregables

| Etapas                                                                                                                                   | ¿Qué se busca?                                                                                            | Entregables                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Identificar y caracterizar demanda</b>               | <p><i>¿Por qué quiero crecer?</i><br/> <i>¿Cuáles son mis potenciales oportunidades?</i></p>              | <p>Análisis de tendencias y de la organización</p> <p>Dimensionamiento de mercados</p> |
|  <b>Priorización de oportunidades atractivas</b>        | <p><i>¿Cuáles mercados y/o productos tienen mayor potencial?</i><br/> <i>¿Cuáles son más viables?</i></p> | <p>Matriz de atractivo - afinidad</p> <p>Evaluación de riesgos potenciales</p>         |
|  <b>Alternativas de captura de oportunidades</b>       | <p><i>¿Cuál es la mejor forma de abordar este mercado y capturar su crecimiento?</i></p>                  | <p>Identificación de alternativas</p> <p>Análisis y pre-selección de alternativas</p>  |
|  <b>Valorización de alternativas</b>                   | <p><i>¿Cuánto debo invertir?</i><br/> <i>¿Cuál será mi retorno?</i></p>                                   | <p>Casos de negocio con las alternativas</p> <p>Análisis de sensibilidad</p>           |
|  <b>Definición y planificación plan de crecimiento</b> | <p><i>¿Cuál alternativa elijo?</i><br/> <i>¿Cómo ejecuto mi plan para que sea exitoso?</i></p>            | <p>Plan de implementación</p> <p>Modelo de gobernanza</p>                              |



# Partimos identificando y filtrando las oportunidades de mayor potencial de crecimiento



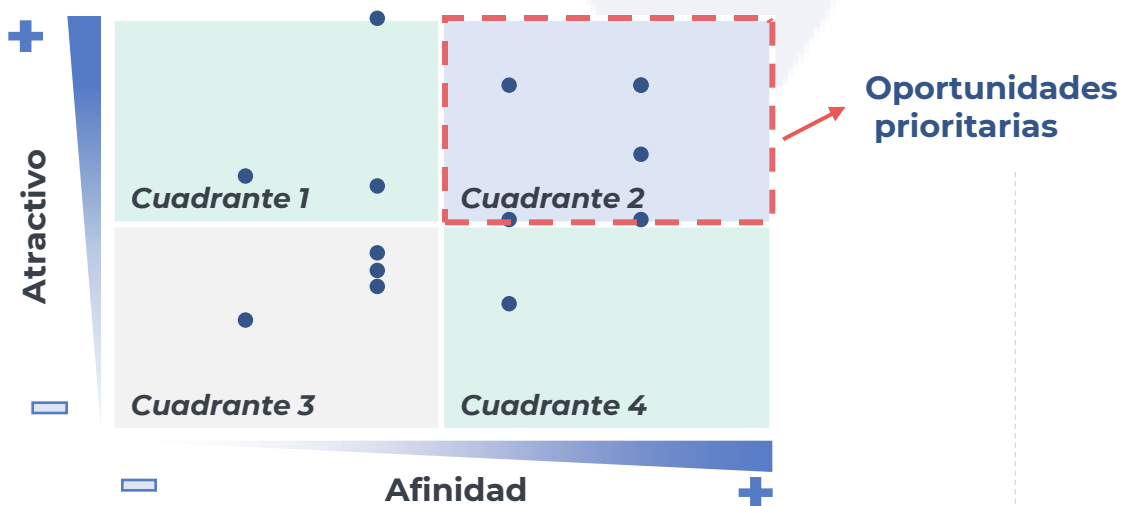
Para la **detección de oportunidades** es clave aplicar una metodología realice un barrido profundo de alternativas



Cada oportunidad se analiza integrando **variables geográficas y del producto**, y se dimensiona el mercado mediante **enfoques top-down y bottom-up**



Evaluar el **atractivo y la afinidad**, definidos por la **realidad del cliente**, y los **riesgos** propios de cada mercado permite consolidar y priorizar las oportunidades



Tras priorizar las oportunidades, es crucial evaluar los **riesgos asociados a cada mercado**, como los riesgos de mercado, operativos, financieros y sociales, para asegurar una expansión exitosa y sostenible



# Para las oportunidades con mayor potencial, se estructura su modelo que permitirá **capturar el crecimiento**



Una vez definidos los mercados más atractivos, el siguiente paso es estructurar el modelo para capturar la oportunidad, analizando tres dimensiones clave: el modelo comercial, el modelo operacional y el ámbito regulatorio



## Modelo Comercial

Definición de **elementos estratégicos** del modelo comercial considerando qué **segmentos** se atenderán, con qué **oferta** o **propuesta de valor** y a través de qué **canales**



## Modelo Operacional

Establecer el modelo operativo para **abastecer el nuevo mercado**, identificando los **procesos**, **capacidades**, **recursos** e **infraestructura tecnológica** requerida para asegurar una correcta ejecución



## Ámbito Regulatorio

Revisión de las **exigencias legales y normativas regulatorias** aplicables, que puedan afectar la viabilidad o el tiempo de entrada al mercado

El crecimiento puede ser **orgánico**, aprovechando las capacidades internas de la organización, o **inorgánico**, mediante alianzas o adquisiciones, con diferentes niveles de inversión, riesgo y velocidad

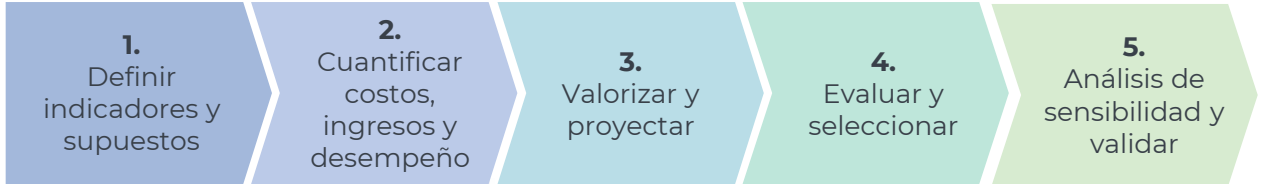
Elegir entre crecimiento orgánico o inorgánico no es una cuestión de preferencia, sino de **estrategia, capacidades y retorno esperado**



# De las oportunidades a la **acción** con evaluación, decisión e implementación



Se realizan **evaluaciones financieras de alto nivel** para cada oportunidad y las posibles combinaciones



Para mayor detalle se puede revisar el siguiente documento: **Modelo Financiero**



La decisión de ingresar a un nuevo mercado se basa en la **viabilidad económica**, las **capacidades de la empresa** y los **riesgos controlables**

Oportunidades que cumplan estos criterios y maximicen los potenciales retornos se seleccionan y se aterrizan en un **plan con 3 horizontes temporales**



**Estrategia corto plazo:**  
Optimizar el negocio core



**Estrategia mediano plazo:**  
Expandirse a nuevas áreas



**Estrategia largo plazo:**  
Explorar nuevas oportunidades



# En Vinson contamos con una vasta experiencia en este tipo de proyectos

A continuación, se presentan 3 casos de éxito en la **implementación de estrategias de crecimiento**, en organizaciones de diversas industrias



## Salud

### Contexto

Modelo de negocios **amenazado por cambios regulatorios y sociales**. Manteniendo el modelo actual se prevé pérdida de valor de hasta un 50%

### Resultados

- Oportunidades de crecimiento que proyectan un **aumento de 310 MM USD en los ingresos** estimados para el año 10
- **Aumento potencial de 70% del valor empresa**



## Transporte y Logística

### Contexto

Empresa enfrenta **desafíos internos** (reestructuración) y **externos** (nuevos niveles de servicio y actores). En este contexto, busca expandirse y robustecerse para asegurar su crecimiento

### Resultados

- Propuesta de valor y pilares estratégicos consensuados
- Modelo financiero con la valorización de las iniciativas, logrando captar un **aumento en los ingresos proyectados de 79 MM USD** al 4to año, **duplicando el EBITDA**



## Energía

### Contexto

Organización con **alto potencial de crecimiento** en los próximos 5 años. La empresa busca estrategias de crecimiento para lograr ser un actor relevante con un modelo sostenible

### Resultados

- **Roadmap de crecimiento** de corto, mediano y largo plazo para cada unidad de negocio que incluye nuevas capacidades requeridas
- **Proyección de aumento en 6x de ventas** según su mercado potencial



# Somos una **consultora de alta dirección** con una **amplia trayectoria en diversos proyectos**

Vinson cuenta con **17 años de experiencia** y más de **400 proyectos realizados...**



- Hacemos **recomendaciones únicas**, aterrizadas a la realidad del cliente, y nos preocupamos de que las **cosas pasen**, apoyando en la etapa de **implementación** y transfiriendo buenas prácticas de gestión
- Contamos con un **equipo de alto nivel**, con experiencia en el mundo empresarial -en diversas industrias- y en la **implementación y gestión de proyectos**

... donde se ha trabajado con **empresas de múltiples industrias**, ejecutando proyectos de **distintos ámbitos**



**Estrategia de Negocios**



**Excelencia Operacional**



**Gestión Financiera y de Procesos**



**Transformación Digital**



**Transformación Organizacional**



**Modelos de Gestión Socio Ambiental y ESG**



**Excelencia Comercial**



**Apoyo en la implementación**



# Expertos

## Juan Guillermo Espinosa

### Director



Cuenta con **25 años de experiencia previa** como ejecutivo en grandes compañías y **8 en consultoría**.

Como **consultor y director** ha liderado proyectos en más de 14 industrias, apoyando en la confección de planificaciones estratégicas, **modelos de crecimiento y negocio**, **estrategia comercial**, diseño de propuesta de valor y experiencia cliente, modelos de pricing, transformación organizacional y modelos de compensaciones, así como en iniciativas de excelencia operacional y financiera tales como valorización de negocios, gestión de riesgos, robustecimiento de modelos de gestión, optimización de procesos, y apoyo en procesos de M&A mediante la instalación de PMOs.

En su experiencia previa se desempeñó durante 25 años como ejecutivo en grandes compañías de retail, servicios financieros y consumo a nivel regional, en áreas comerciales, marketing, productos, experiencia de clientes, inteligencia de clientes, canales digitales, desarrollo de nuevos negocios, administración & finanzas, evaluación de proyectos y planificación estratégica.

Juan Guillermo es **Ingeniero Civil Industrial** graduado de la Pontificia Universidad Católica de Chile y **MBA de Kellogg School of Management**, USA.

**Mail de contacto:** [jespinosa@vinsonconsulting.cl](mailto:jespinosa@vinsonconsulting.cl)

## Cristián Muñoz

### Director de Proyecto



Cuenta con **más de 25 años de experiencia previa** como ejecutivo en grandes compañías sumándose al mundo de la consultoría el año 2022.

Como **consultor y director** ha liderado proyectos de planificación estratégica, **estrategia comercial**, excelencia operacional, excelencia en gestión, transformación organizacional y gobierno corporativo en las **industrias Inmobiliaria, Educación, Salud, Logística, Centros Comerciales, Energía y Financiero**.

En su experiencia previa, se ha desempeñado como Gerente Corporativo Comercial y Marketing, Gerente de Desarrollo y Nuevos Negocios, ambos en Mallplaza con responsabilidad sobre los mercados de Chile, Perú y Colombia; Gerente General La Zona Marketing Group, Gerente de Trade Marketing Unilever Chile.

Cristián es **Ingeniero Comercial** de la Universidad Adolfo Ibáñez.

**Mail de contacto:** [cmunoz@vinsonconsulting.cl](mailto:cmunoz@vinsonconsulting.cl)



### Catalina Araya

#### Gerente de Proyectos

[caraya@vinsonconsulting.cl](mailto:caraya@vinsonconsulting.cl)



### Trinidad Munita

#### Consultora Senior

[tmunita@vinsonconsulting.cl](mailto:tmunita@vinsonconsulting.cl)



# Contáctanos

## DIRECCIÓN

Américo Vespucio Norte 2700, Oficina 803  
Vitacura, Santiago, Chile – 7630661

## TELÉFONO

(+56) 2 3262 8648 – (+56) 9 9227 0257

## EMAIL

[info@vinsonconsulting.cl](mailto:info@vinsonconsulting.cl)

## PÁGINA WEB:

[www.vinsonconsulting.cl](http://www.vinsonconsulting.cl)