

Estrategia de crecimiento de la cooperativa

Anuncia-te

Principio rector: No utilizar números fantasmas. La credibilidad debe ser un activo estratégico.

Fase 1 - 50 socios fundadores: Validar el modelo, crear cultura, corregir errores y comprobar que el sistema funciona.

Fase 2 - 200 socios: Si cada socio capta 20 proveedores, la red alcanzaría aproximadamente 4.000 empresas anunciantes.

Fase 3 - 500 socios: La cooperativa adquiere una dimensión suficiente para convertirse en un argumento comercial sólido y creíble.

Fase 4 - 1.000 socios: Se consolida el efecto red con presencia amplia y capacidad de crecimiento descentralizado.

Antes de escalar: La mayoría de los socios debe obtener ingresos reales. Los proveedores deben renovar sus servicios. El sistema debe funcionar sin depender de una sola persona. Métricas recomendadas: Socios cooperativistas activos. Proveedores publicados. Anuncios activos. Porcentaje de renovación. Operaciones comerciales registradas. Conclusión: Es preferible comunicar siempre cifras verificables. La confianza generada por datos reales puede convertirse en una ventaja competitiva duradera.