

¿Las nuevas empresas como motor de la economía?

Gabriel Jacobsohn

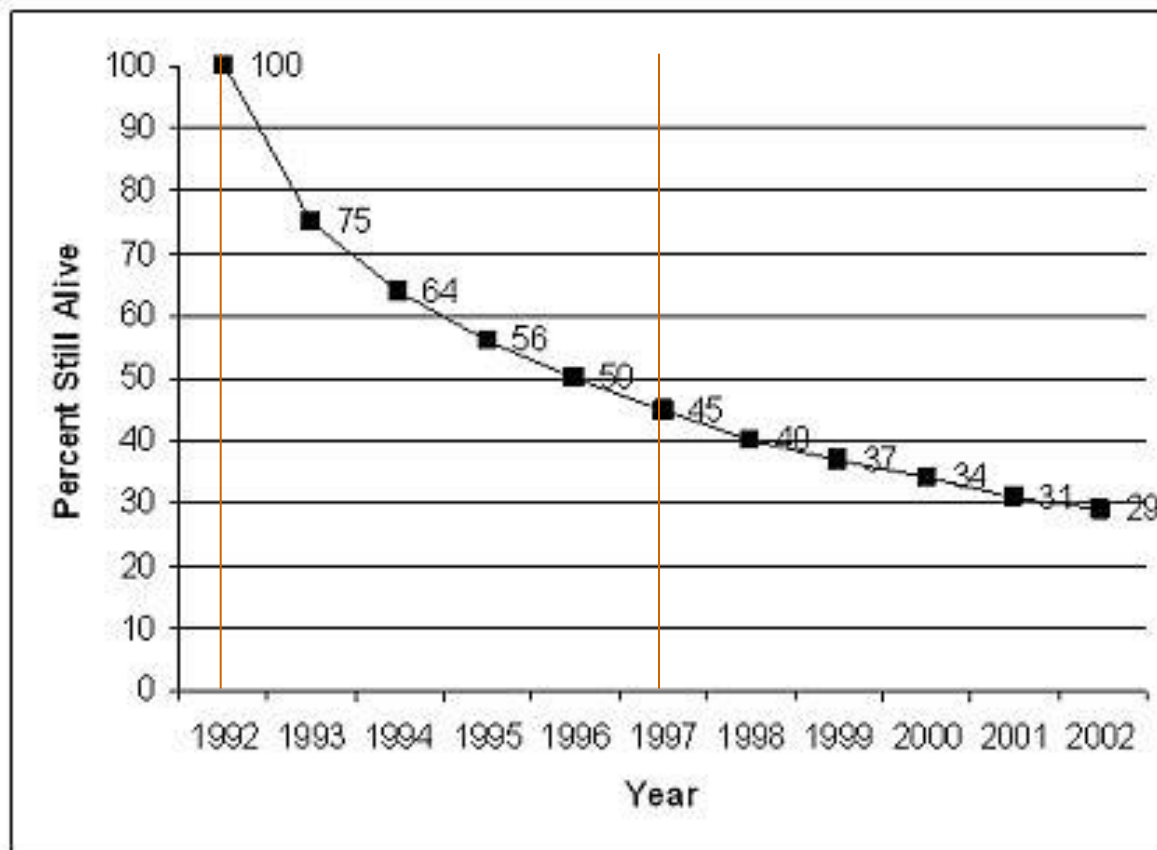
XI Congreso de la Pequeña y Mediana Empresa

Buenos Aires, 10 de mayo de 2013

[¿Todas mueven el amperímetro?]

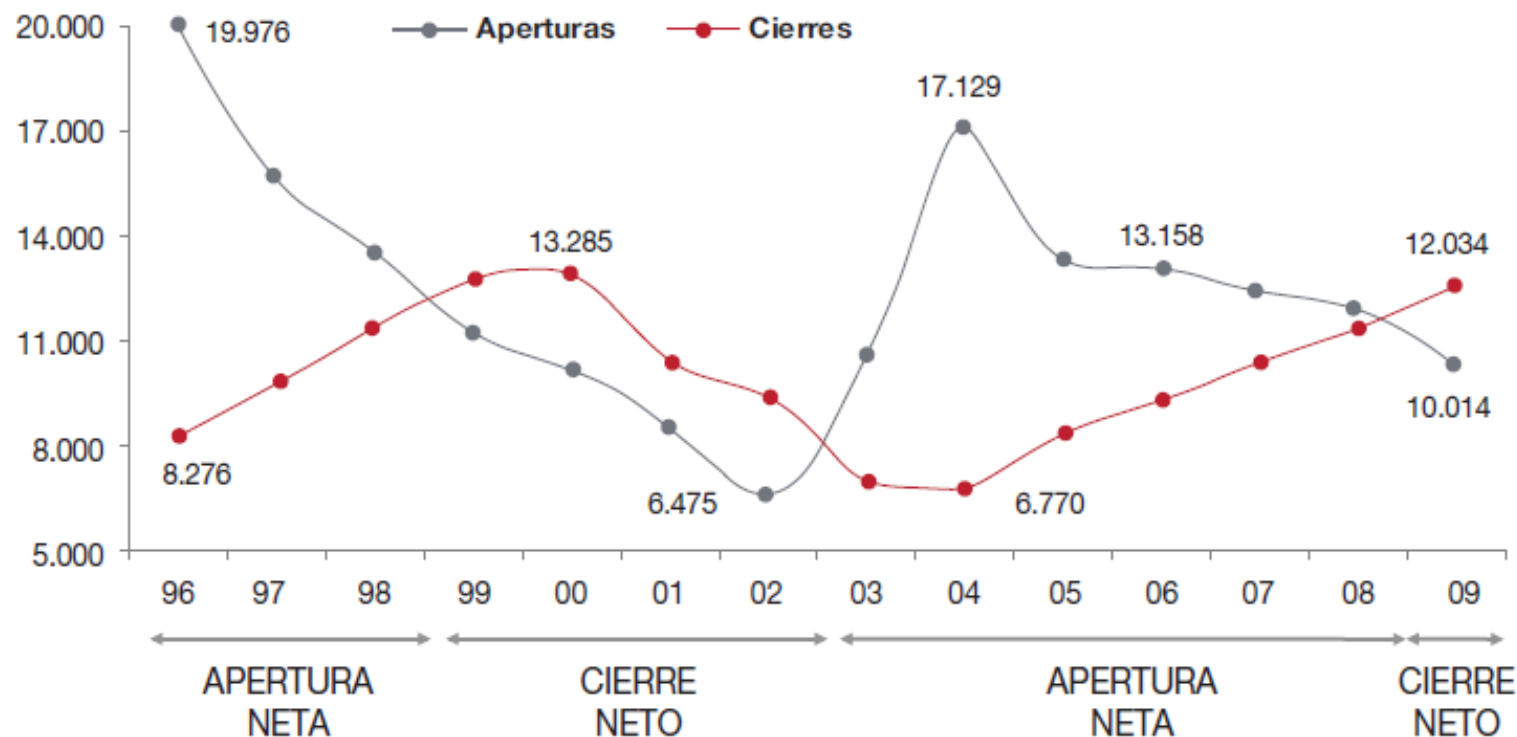


Proporcion de nuevas empresas creadas en 1992 supervivientes por año - EEUU



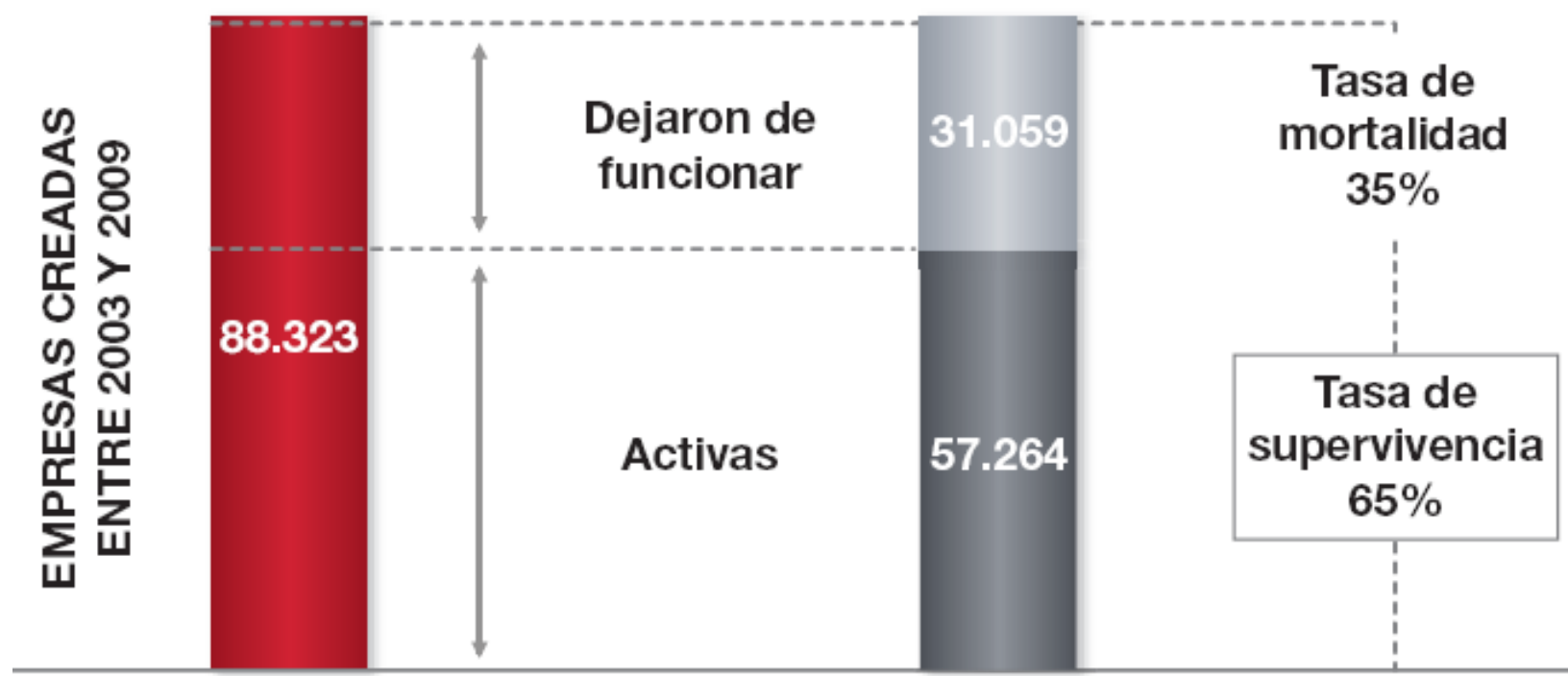
Fuente: Shane, S. (2008) The illusions of entrepreneurship

Flujo de apertura y cierre de empresas CABA (1996-2009)



Fuente: MDE Gob. de la Ciudad- La economía porteña en cifras 2011

Proceso de creación, supervivencia y mortalidad de empresas jóvenes, creadas en 2003-2009



Fuente: MDE Gob. de la Ciudad- La economía porteña en cifras 2011

Proceso de movilidad empresarial en firmas micro - CABA (2003-2009)

	AÑO 2003	AÑO 2009				
	PUNTO DE PARTIDA	SUPERVIVENCIA Y EVOLUCIÓN				MORTALIDAD
		MICRO A GRANDES	MICRO A MEDIANAS	MICRO A PEQUEÑAS	MICRO A MICRO	
EMPRESAS	77.357 (Microempresas)	81	616	7.029	35.672	33.959
TASAS (en % de las empresas existentes en 2003)	100,0%	10 %				43,9%
		56,1%				

Fuente: MDE Gob. de la Ciudad- La economía porteña en cifras 2011

Los emprendimientos y los profesionales



Pediatría Empresaria

Lograr el éxito de las
empresas que
asesoramos

¿Cómo miden el éxito los emprendedores?

- ❖ Poder plasmar una idea
- ❖ Trabajar con familiares o amigos
- ❖ Un número de clientes o una facturación determinada
- ❖ Crear una organización donde la gente disfrute de su trabajo
- ❖ Crear fuentes de trabajo
- ❖ Ayudar a salvar una vida o a mejorar su calidad de vida
- ❖ Poder permanecer tantos años

Fuente: Jacobsohn, G. (2011) Factores de éxito de emprendimientos de la Ciudad de Buenos Aires. Libro Blanco del Emprendimiento.

[Las nuevas empresas y nosotros como profesionales]



- Asesorar para que **sobrevivan**?
- Asesorar para que **crezcan**?

Limites de crecimiento



Límites de crecimiento Ambición - Mercado

AMBICIÓN

+

-

MERCADO

-

+



Espacio de actuación del pediatra empresarial

■ Ambición:

La vara con la cual miden el éxito se va moviendo a medida que avanzan con el emprendimiento. En los casos de crecimiento *siempre* fue para arriba.

■ Oportunidad:

El ajuste entre la propuesta de valor del producto y el mercado va ajustándose interactivamente. Cuanto más rápido mejor.

Límites de crecimiento: Gestión Herramientas

Equipo emprendedor

- Coaching ontológico
- Desarrollo de capital social
- «Mediación»

Desarrollo del negocio

- Modelos de negocios (Osterwalder)
- Lean Startup (Blank-Ries)

Obtención de recursos

- Bootstrapping
- Subsidios
- Capital de riesgo

Gabriel Jacobsohn

gabriel@jacobsohn.com.ar



Socio de Bootmindes. Consultora especializada en Estrategia, Modelos de negocios, y Financiamiento de empresas jóvenes e innovadoras. En el ámbito público también es asesor del Programa Jóvenes Emprendedores Rurales y del Programa de emprendimientos de la región de Guayaquil para el Gobierno de Ecuador. Su trabajo en universidades lo realiza como asesor de los Centros de Emprendedores de la Fac. de Ciencias Económicas (FCE-UBA), Universidad del Norte (Barranquilla), y la Universidad de Formosa. Se desempeña como profesor de grado y investigador de la FCE-UBA y de posgrado en UBA, Universidad Tecnológica Nacional, Universidad del Sur, Univ. de San Martín, ITBA, y Universidad del Norte.

Co-fundó el Instituto de Emprendimientos Científicos y Tecnológicos (IECyT – 2004/2010) y la cátedra Karel Steuer de Entrepreneurship de la Universidad de San Andrés (1997/2002). Ha participado en diversos cursos, congresos y conferencias de Creación de Empresas (*entrepreneurship*) y Pequeñas y medianas empresas en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, EE.UU., Canadá, España, Italia, Perú, y México.

Lic. en Administración de la UBA. Cursó el European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management. Växjö University (Suecia) - Universidad Autónoma de Barcelona (España).