

“El éxito de tu emprendimiento no reside sólo en tener un buen producto”

Dr. Juan Carlos Valda

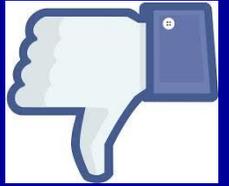
Haedo- 18 de Septiembre de 2015



El 55% de los empresarios PyMES del país son menores de 40 años y tres empresas que nacen en la Argentina dos son proyectos de jóvenes emprendedores.

CAME

Confederación Argentina de la Mediana Empresa



“Sólo el 30% de los nuevos emprendimientos logra superar la barrera de los 24 meses de vida”

Asamblea de Pequeños y Medianos Empresarios (APYME)

Colombia

Al primer año de creadas sobreviven 55 de cada 100 empresas. Al segundo, quedan 41, al tercero: 31 y en el cuarto, sobreviven sólo 23

- Cámara de Comercio de Bogotá -



MEXICO

El 75 % de los emprendimientos fracasan antes de los dos años de fundados

- Centro del Desarrollo de la Competitividad Empresarial de México -



Chile

La tasa de fracaso de los emprendimientos alcanza al 85 %

- Startup Chile -



España

70 % de los negocios no llegan a los 40 años de vida

- Emprendedor XXI de La Caixa -

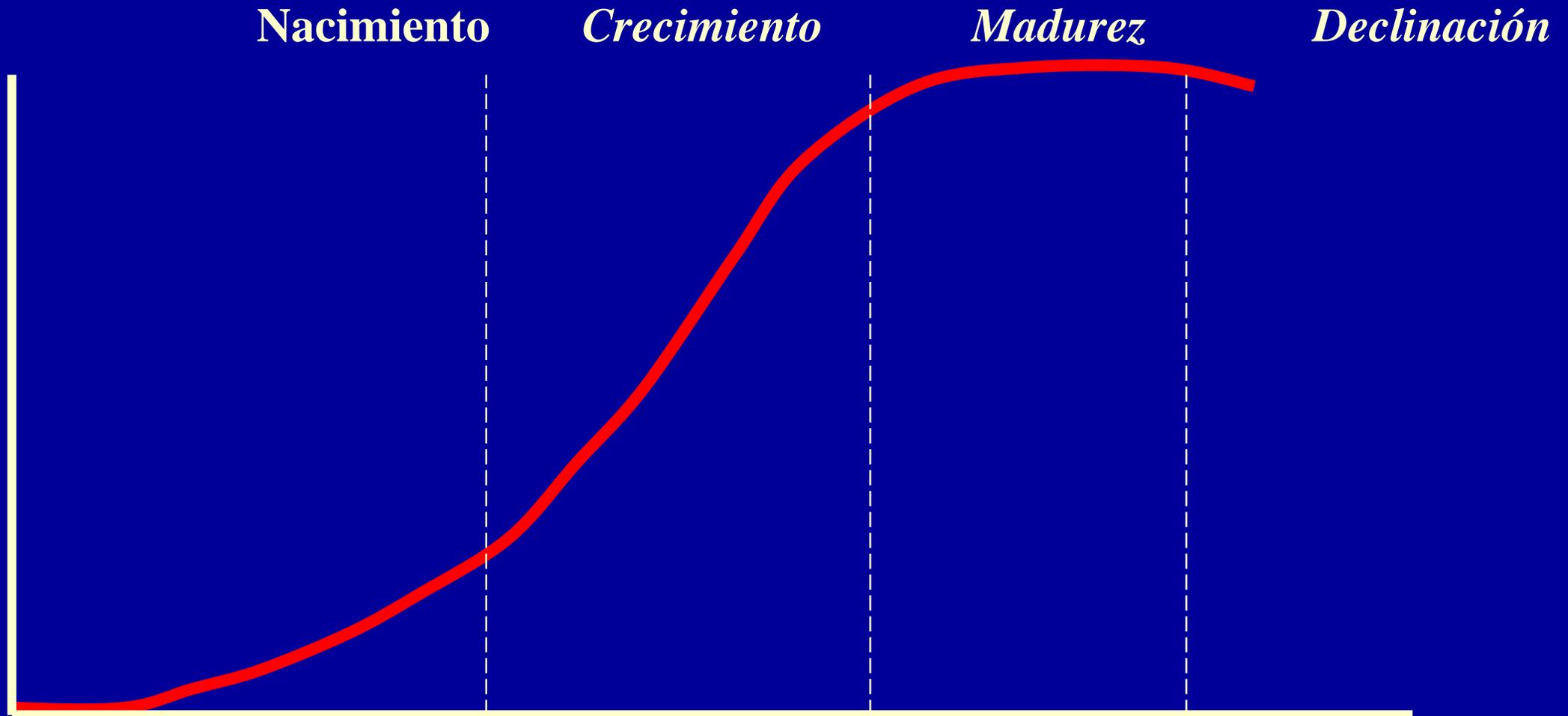


Estados Unidos

El promedio de vida de las empresas es de 6 años y mas de un 30 % no llega al tercer año

- Samuelson y Nordhays

Ciclo de Vida de la Empresa



Etapas de Desarrollo

Detección de una Necesidad Insatisfecha

Desarrollo del Producto

Reunir los recursos



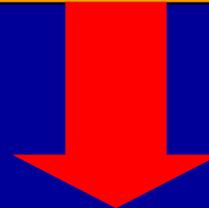
Etapas de Desarrollo

Detección de una Necesidad Insatisfecha

Desarrollo del Producto

Reunir los recursos

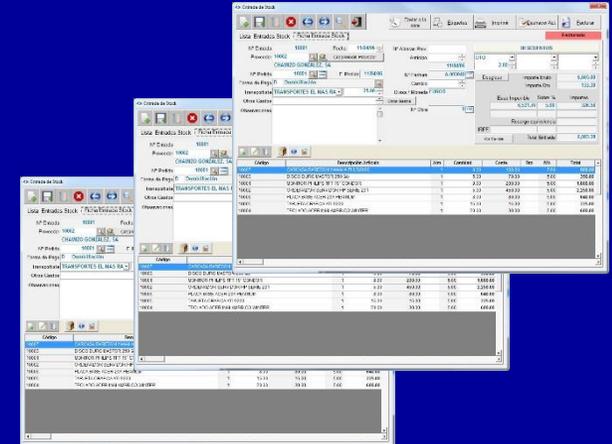
Desarrollo de los Sistemas Operativos



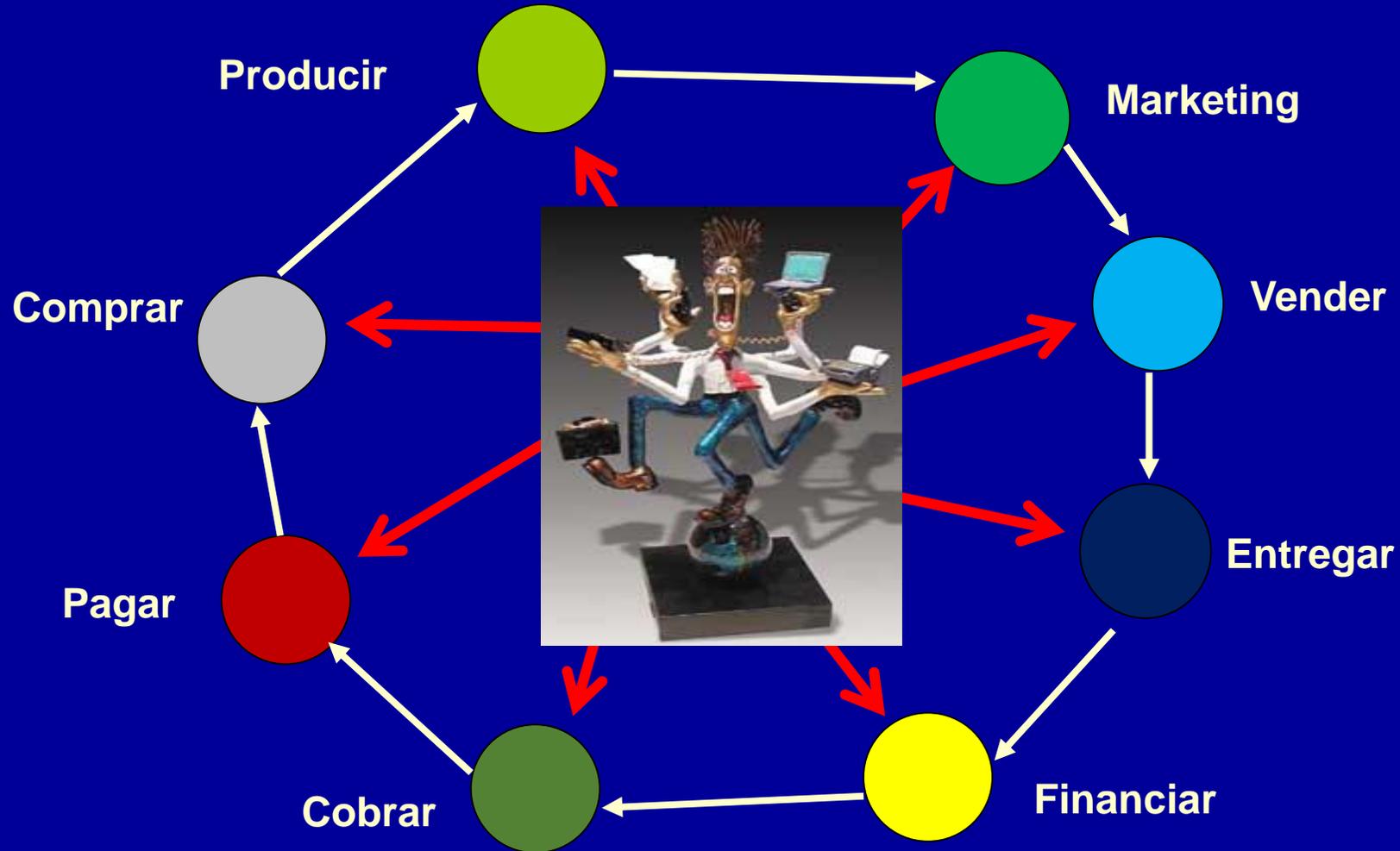
¿CUANDO EMPIEZA A COMPLICARSE?



- Aumentan los clientes
- Aumentan los pedidos
- Aumentan las ventas
- Aumenta la producción
- Aumentan los empleados



La Rueda Operativa





DOLORES DE CRECIMIENTO COSTOS OCULTOS

Dolores de Crecimiento



No son simples problemas sino que constituyen el reflejo de una brecha de desarrollo entre la gestión real de la empresa y su propuesta de valor

y la calidad de gestión y producto requeridos por el mercado



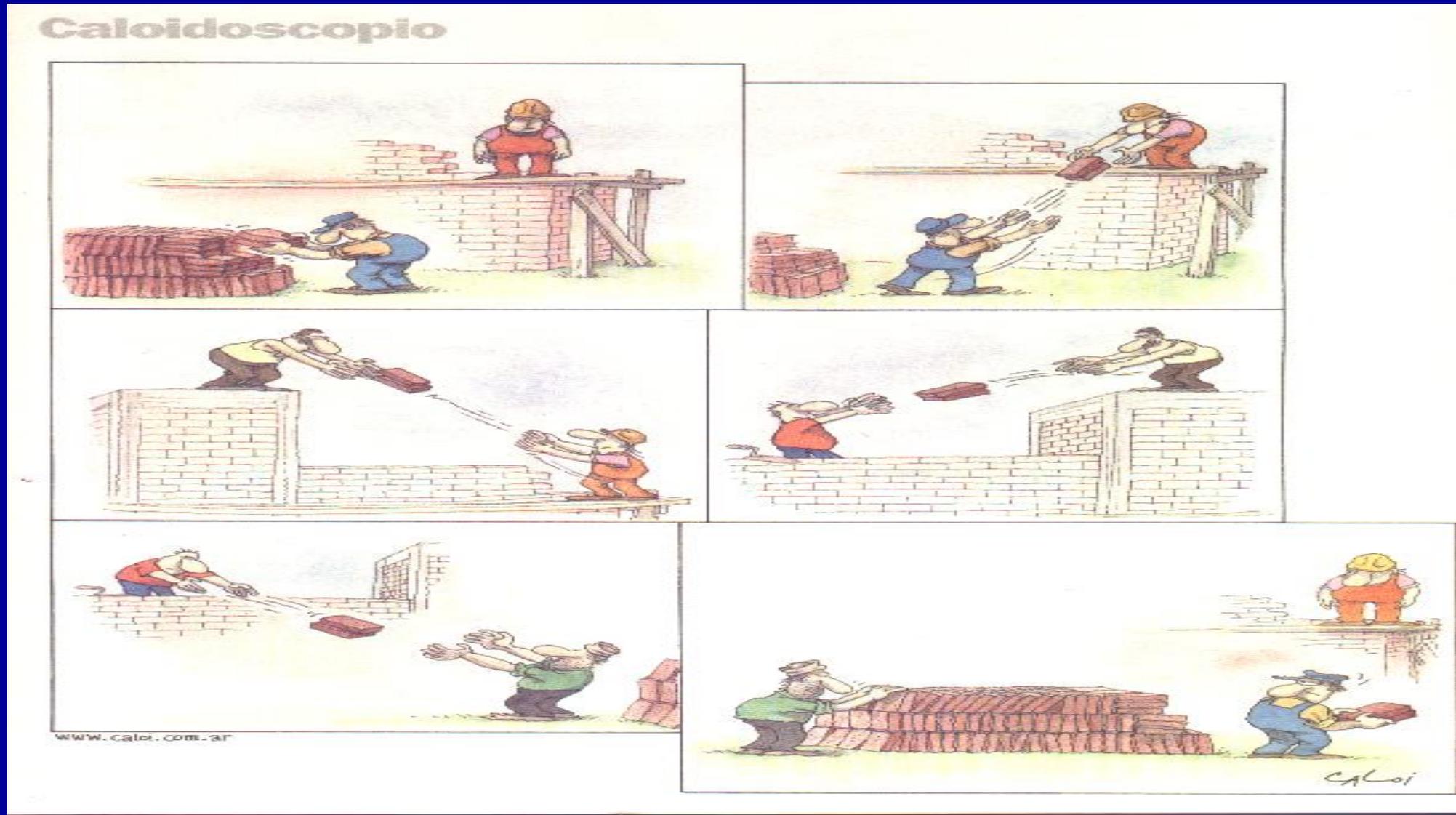
3 reglas a tener en cuenta

Todo lo que hacemos así cómo lo hacemos (y lo que dejamos de hacer) tiene un costo que no siempre evaluamos y asumimos, pero que impacta en la viabilidad y rentabilidad de la empresa

Todo lo que no genera valor, genera gasto (y eso no se recupera)

Nadie esta dispuesto a pagar un centavo de más como consecuencia de nuestras ineficiencias

Dolores de Crecimiento



Dolores de Crecimiento

La empresa posee una clara orientación hacia las ventas



pero no hacia su rentabilidad

Dolores de Crecimiento

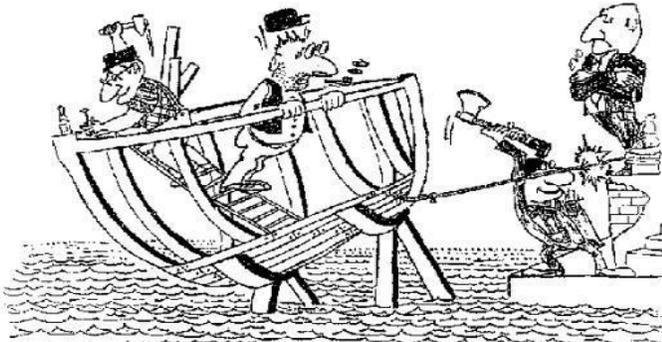
Vamos...
Vamos...
Vamooooos !!!



**La voluntad es el camino para solucionar los
problemas de la empresa.....**

Dolores de Crecimiento

No establezca plazos demasiado
audaces



**Asumimos compromisos
sin evaluar
si podemos cumplir**

**Seguimos haciendo lo
mismo mas allá de las
necesidades actuales**



Dolores de Crecimiento



No se distingue lo urgente de lo importante.

Vivimos trabajando sobre los efectos pero nunca sobre las causas



Dolores de Crecimiento Habituales

La gente no comprende cuál es su trabajo; cuál el de los demás o cuál sería la relación entre su trabajo y el de las otras personas



Dolores de Crecimiento Habituales



**Graves problemas
de comunicación**

**Se confunde lo económico
con lo financiero**



Otros Dolores de Crecimiento

- ✓ Decir que “SI” a todo.
- ✓ Forzar el uso de los recursos hasta el punto de ruptura.
- ✓ Creer que los productos son “eternos” (también las preferencias y lealtad de los clientes).
 - ✓ Decidir pero no evaluar las consecuencias de las decisiones.
- ✓ No planear (“total... en nuestro país es imposible”).

**Este es el momento más difícil para el
emprendedor,
tomar la decisión si quiere dirigir**

**“boliche”
Grande**

Hacer más de lo mismo



***Gran
empresa***

Cambiar....

(y difícilmente pueda transitarlo solo)

*El modo de pensar que condujo al éxito
en el pasado no llevará al éxito en el
futuro*

*... y lo primero que tiene que cambiar es el
modo de pensar y de “ver” las cosas*

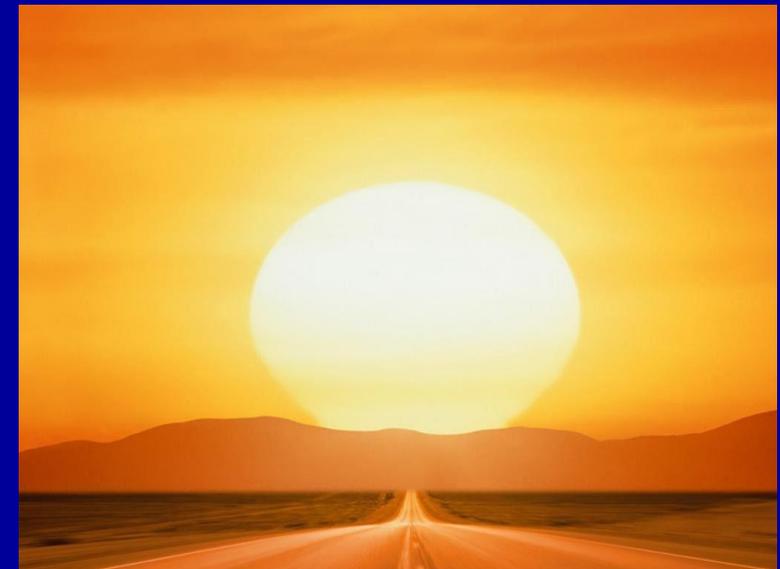
Qué hacer?



Primero: “parar la pelota”

Luego... reflexionar:

**Qué futuro queremos
para la empresa y para
nosotros?**



Cómo dejar atrás la etapa del emprendimiento para ser construir la organización?

1 NEGOCIO

- ✓ Crear/detectar su mejor mercado
- ✓ Crear una Visión de futuro compartida y deseada
 - Nuestro “por qué”

2 CULTURA

- ✓ Definir nuestros Valores/nuestra cultura
- ✓ Liderar – Motivar – Alentar el desafío
- ✓ Dar oportunidad para la asunción de responsabilidades
 - Nuestra “nuestra identidad”

3 GESTION

- ✓ Nuestras estrategias
- ✓ Nuestra Organización (estructura – procesos - conocimientos)
 - Nuestros “cómo”

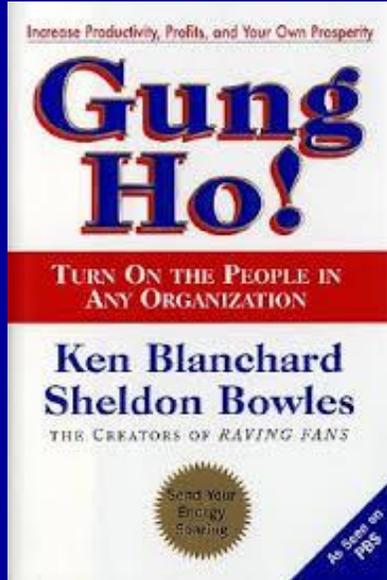
y... cómo hacerlo?



**Por qué David
venció a
Goliath?**

La función de un Número 1

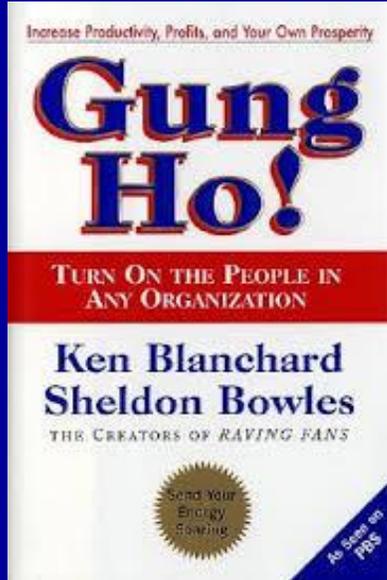
Tu función como Número 1 es la misma de cualquier buen Líder.



- ✓ Hacer saber a la gente por qué su trabajo vale la pena.
 - ✓ Decidir a dónde deseas ir.
- ✓ Asegurarte que el equipo comparta tu meta
 - ✓ Ayudar a establecer los valores
 - ✓ Asignar los recursos
- ✓ Asegurarte de tener el apoyo que necesitas tanto dentro como afuera de la organización
 - ✓ Mantener la vista en el futuro para alejar las tribulaciones y estar listo para cambiar de dirección.

La función de un Número 1

En cuanto al Equipo?



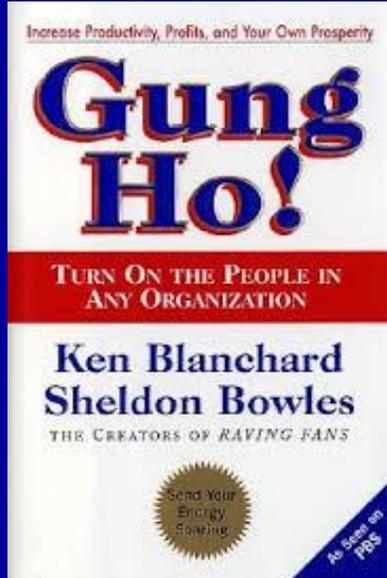
- ✓ Debes dejar trabajar a quienes en realidad hacen el trabajo

Tu deber como líder es saber dónde va la planta. El deber de los miembros del equipo es llevarla hasta allá

- ✓ Las metas y los valores son las rayas laterales. Los jugadores deben saber que, mientras se ajusten a las reglas, podrán jugar en cualquier parte dentro de la cancha. Y tendrán que saber que mientras la pelota esté en movimiento, permanecerás fuera del campo.

La función de un Número 1

Después debes abandonar la cancha y permitir que los jugadores se encarguen de la pelota



- ✓ Si deseas realmente que las personas asuman el mando, tendrás que darles la libertad de hacerlo.
- ✓ Aún cuando parezca paradójico es así, al establecer los límites, se le da al mismo tiempo a los colaboradores, la libertad necesaria para moverse.



*Thomas J. Watson
fundador de IBM*

**“Si uno quiere ser
mañana una gran
empresa,
debe empezar a
actuar hoy mismo
como si lo fuera”**



Muchas gracias !!!!!

Dr. Juan Carlos Valda

jcvalda@grandespymes.com.ar

www.grandespymes.com.ar

Si deseas una copia de la presentación, mándame un correo y con gusto te la haré llegar