

EMPRESARIOS PYME OPINAN SOBRE LA CRISIS Y SUS ESTRATEGIAS PARA ENFRENTARLA

I PARTE

ALFONSO HERNÁN GARCÍA TREVIÑO



CENTRO DE INVESTIGACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS EMPRESARIOS

REPORTE TÉCNICO
INVESTIGACIÓN CORTA

CCE - IC - 30904

La investigación reportada aquí fue patrocinada por la Universidad Regiomontana, A.C.

La Universidad Regiomontana es una Asociación Civil que no persigue fines de lucro, que promueve la formación integral del ser humano en las diferentes etapas de su vida, poniendo a su alcance una educación y capacitación de alta calidad para que llegue a ser y permanezca como un líder competitivo y un actor socialmente responsable.

Universidad Regiomontana y UR son marcas registradas.
©Derechos Reservados 2009 Universidad Regiomontana

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de este artículo puede ser reproducida en ninguna forma ya sea por medios electrónicos o mecánicos (incluyendo fotocopiado, grabado o almacenamiento y recuperación de información) sin permiso por escrito de la Universidad Regiomontana.

2009 Publicado por la Universidad Regiomontana
Rayón 480 Sur, Centro, 64000, Monterrey, N.L., México
[URL:http://www.ur.mx](http://www.ur.mx)

Para ordenar copias de este documento favor de contactar
Editor Investigación: Teléfono +52 81 8220 4604 Extensión 3847
Fax+ 52 81 82204632; Email: mpacheco@mail.ur.mx

Empresarios PyME opinan sobre la crisis y sus estrategias para enfrentarla (Primera parte)

Alfonso Hernán García Treviño

Antecedentes

La crisis financiera de 2008 se desató de manera directa debido al colapso de la burbuja inmobiliaria en Estados Unidos que inició en el año 2006 y que también provocó, en octubre de 2007, la llamada crisis de las hipotecas subprime.

Las repercusiones de la crisis hipotecaria en el mundo financiero comenzaron a manifestarse de manera extremadamente grave desde inicios de 2008, contagiándose primero el sistema bancario estadounidense y después el mercado internacional. Esto tuvo como consecuencia una profunda crisis de liquidez y causó indirectamente otros fenómenos económicos, como crisis en los precios de los alimentos en forma global, y diferentes derrumbes bursátiles. A la vez, en su conjunto, ha sido una crisis económica a escala internacional, identificada por: (a) una contracción en los mercados de manera generalizada; (b) una caída en la liquidez financiera internacional y nacional; (c) la reducción en el índice de confianza de los consumidores, lo cual contrajo la demanda de productos y servicios a nivel mundial.

Entrevista

La presente investigación se basó en un sondeo de la opinión que particularmente tienen los empresarios locales PyMES sobre el fenómeno de la crisis mundial, sus impactos en la economía nacional y las estrategias que implementarán para enfrentarla en el presente 2009.

1.- ¿Cómo evalúa las condiciones de la economía global en el 2009?

4.0%	Opina que la economía mejorará
44.0%	Indica que la economía continuara igual
52.0%	Señala que la economía global empeorara

La mayoría de los empresarios opina que la economía global durante el 2009 estará en problemas y estiman que podrá empeorar aún más.

2.- ¿Cómo evalúa las condiciones económicas en México para el año 2009?

4.0%	Opina que la economía nacional estará mucho mejor
4.0%	Indica que la economía nacional será mejor
52.0%	Cree que la economía nacional mantendrá la actual situación
36.0%	Señala que la economía nacional estará en peor situación
4.0%	Opina que definitivamente será mucho peor

Los empresarios locales opinan, en general, que la economía de México en el 2009 estará en problemas y que puede aún alcanzar peores condiciones.

3.- ¿Qué nivel de confianza tiene en salir de la crisis?

56.0%	Tiene 100% de confianza en salir de la actual crisis
-------	--

36.0%	Evalúa que tiene un 80% de confianza en salir de la crisis
8.0%	Siente un 60% de confianza en salir de la actual crisis

La mayoría de los empresarios tiene confianza en salir de la crisis, pero un segmento estima que pueden tener dificultades.

4.- ¿Cuándo estima que la crisis terminará?

8.0%	Espera que termine en junio del 2009
12.0%	Estima que terminara en septiembre del 2009
28.0%	Calcula que la crisis terminará en diciembre del 2009
40.0%	Predice que terminara la crisis para junio del 2010
8.0%	Espera que la crisis se resuelva para diciembre del 2010
4.0%	No tiene claro cuándo terminará la crisis

Los empresarios pronostican diferentes fechas en las cuales estiman que la crisis se atenuará, y esto se debe a que operan en diferentes segmentos de la economía. Sin embargo el 40% de empresarios estima que la crisis se atenuará a partir de junio del 2010.

5.- ¿Como espera se comporte su utilidad neta durante el 2009, con respecto al año anterior?

24.0%	Será más alta en el 2009
32.0%	Será igual al 2008
44.0%	Creen que será menor que la obtenida en el 2008

La realidad actual sin duda influye para que un gran número de empresarios, 44.0%, esperen que sus utilidades para el año 2009 sean menores que las logradas durante el año pasado. Un 32.0%, estima que sus utilidades permanecerán iguales a las obtenidas en el 2008, y un grupo de 24.0% de empresarios estima poder subir sus utilidades en el 2009 a pesar de la crisis.

6.- ¿Dada la contracción en la economía, piensa abrir nuevos mercados?

60.0%	Opina que es necesario abrir nuevos mercados
40.0%	Me enfocaré a mantener mi actual mercado

Dada la contracción generalizada en la demanda de bienes y servicios que se espera durante el 2009, los esfuerzos de un buen número de los empresarios, 40.0%, van dirigidos a conservar su actual mercado. Sin embargo, el grueso de los empresarios, 60.0%, enfocará sus esfuerzos a aumentar sus ventas, prioritariamente buscando nuevos mercados. Es claro que el reto 2009 y 2010 será el implementar estrategias más innovadoras para la detección, ubicación y conquista de nuevos mercados que les permitan recuperar su participación en las ventas.

7.- ¿Qué papel juega la innovación en su empresa para mejorar la eficiencia en la producción de bienes o servicios, bajar costos y gastos de operación o para implementar nuevas estrategias de mercadotecnia?

84.0%	Opina que tiene mucha importancia.
16.0%	Comenta que tiene poca importancia.

Es fácilmente detectable que las crisis obligan a despertar el ingenio y la creatividad de los empresarios y sus colaboradores. La importancia estratégica radica en que la innovación debe ser empleada en forma efectiva, eficiente y oportuna para que cumpla su cometido.

8.- ¿Qué papel juega la calidad de sus productos o servicios en su empresa para afrontar la crisis?

80.0%	Opina que la calidad es muy importante para afrontar la crisis.
16.0%	Comenta que la calidad tiene poca importancia.
4.0%	Señala que no realizará mejoras en la calidad.

La mayoría de los empresarios demuestra que, ante las crisis, el acercamiento con sus clientes se convierte en una estrategia de sobrevivencia vital. Asimismo, el cumplimiento de los estándares de calidad en productos y servicios prestados es una variable dependiente para la consecución y mantenimiento de las cuotas de ventas esperadas y conquistas de nuevos mercados.

9.- ¿Qué estrategias implementara en relación a los pasivos a corto plazo?

52.0%	Opina que renegociará pasivos a plazos más largos.
4.0%	Dejara sus pasivos en las mismas condiciones.
36.0%	Indica que pagará sus pasivos.
8.0%	Reporta que no tiene pasivos.

Se observan dos tendencias claras. En primer lugar, aquellos empresarios que disponen de flujos de efectivo, sin duda los emplearán para pagar sus deudas de inmediato. A la vez, otros empresarios dejarán sus pasivos tal como están negociados, considerando que, conforme a sus predicciones, contarán con suficiente margen de liquidez para afrontarlos a su vencimiento. Sin embargo, en segundo lugar, la estadística demuestra que un 52.0 % de los empresarios encuestados tienen pasivos que afrontar y que necesitan recurrir a la negociación de los mismos, considerando que tendrán dificultades para obtener los flujos suficientes para liquidarlos.

Comentarios

Es indudable que la crisis global se presento en forma aguda y sorpresivamente en México, y que el talento y la innovación de los empresarios PyMES estará a prueba para lograr implementar estrategias administrativas de sobrevivencia. En un siguiente artículo, analizaremos las estrategias administrativas que los empresarios piensan implementar con el fin de enfrentar la crisis, así como reportaremos algunos consejos prácticos que ellos proponen para sortearla exitosamente.

Autor: Dr. (c) Alfonso Hernán García Treviño
Investigador del Centro para la Competitividad de los Empresarios
Universidad Regiomontana