

La planeación estratégica en las PYME de México y su relación con las características de la empresa y el empresario

María Luisa Saavedra García¹

Universidad Nacional Autónoma de México,

<http://orcid.org/0000-0002-4921-0354>

Correo electrónico: maluisasaavedra@yahoo.com

INFORME DE INVESTIGACIÓN

Strategic planning in SMEs in Mexico and its relationship with the characteristics of the company and the entrepreneur

RESUMEN

El objetivo de esta investigación consistió en determinar de qué manera las PYME de la Ciudad de México llevan a cabo el proceso de Planeación Estratégica, y la relación de esta con las características de las empresas y de los empresarios. Para este fin, se recolectaron datos a través de un trabajo de campo a 300 empresas PYME, a las que se les aplicó un cuestionario directo, estructurado, realizando un análisis descriptivo y correlacional utilizando el método de *Chi* cuadrado. Los principales hallazgos muestran que solo la mitad de las PYME realizan proceso de planeación estratégica y tienen definida por escrito su estrategia básica de negocio, estas usan el pronóstico de ventas para planear las compras o producción, analizan el sector, definen objetivos, utilizan el análisis FODA y el trabajo en equipo. Sin embargo, una proporción alta, no cuenta con sistema contable, costos, ni realizan presupuestos de ingresos. Se encontró también que la Planeación Estratégica está relacionada con el tamaño, la personalidad jurídica, el tipo de empresa (familiar/no familiar) y con el sector industria; existiendo asimismo una relación entre la Planeación Estratégica y el nivel de estudios del empresario, y parcialmente con la experiencia en un negocio anterior.

Palabras Claves: Planeación estratégica, Planeación financiera, PYME.

Abstract

The objective of this research was to determine how SMEs in Mexico City carry out the Strategic Planning process, and its relationship with the characteristics of companies and entrepreneurs. For this purpose, data were collected through field work to 300 SME companies, to which a structured direct questionnaire was applied, carrying out a descriptive and correlational analysis using the chi-square method. The main findings show that only half of the SMEs carry out the Strategic Planning process and have their basic business strategy defined in writing, they use the sales forecast to plan purchases or production, analyze the sector, define objectives, use the analysis SWOT and teamwork. However, a high proportion do not have an accounting system, costs, or make income budgets. It was also found, that Strategic Planning is related to size, legal personality, type of company (family / non-family) and the industry sector; there is also a relationship between Strategic Planning and the entrepreneur's level of studies, and partially with experience in a previous business.

Keywords: Strategic planning, Financial planning, SME.

Recibido: 20-02-2021

Revisado: 17-04-2021

Aceptado: 01-06-2021

¹Contador Público por la Universidad San Martín de Porres, Lima-Perú; Especialista en Finanzas, Maestra y Doctora en Administración por la Universidad Nacional Autónoma de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores,

nivel II, Conacyt. Profesora titular de tiempo completo, en la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México. Líneas de Investigación: PYMES, Finanzas y Estudios de Género en las Organizaciones.

Saavedra, M. (2021). La planeación estratégica en las PYME de México y su relación con las características de la empresa y el empresario. *Revista Visión Gerencial*, 20(2), pp. 238-255. Recuperado de: <https://doi.org/10.53766/VIGEREN/2021.21.02.04>

1. Introducción

Se ha observado que las PYME se han convertido en un segmento empresarial crucial para la mayoría de los países en vías de desarrollo, tanto por su capacidad para generar empleos como por su aporte al Producto Interno Bruto (PIB). Como consecuencia, es importante acelerar el crecimiento de las PYME para alcanzar el desarrollo sostenible, pues la supervivencia y el éxito de estas se consideran esenciales para alcanzar el desarrollo socioeconómico y la competitividad nacional. En este sentido, muchos estudiosos han argumentado que la planeación estratégica es uno de los principales factores que contribuyen al desempeño y competitividad de las PYME (Kraus, Harms, and Schwarz, 2006; Balasundaram, 2009; Donkor, Agyekum and Kankam, 2018, Alosani, Yusoff and Al-Dhaafri, 2020; Leyva, Cavazos y Espejel, 2018); de ahí la importancia del presente estudio.

En México las PYME representan el 99.73% del tejido empresarial, conformando en 2018 un total de 4,170.755 unidades empresariales, generando alrededor del 69.4% de los empleos y aportando 52% al PIB (INEGI, 2019a; INEGI, 2019b). Entre los diversos aspectos de la problemática que enfrentan las PYME, se encuentra la falta de capacitación tanto empresarial como del personal que trabaja en las mismas; lo cual es uno de los causantes de la falta de Planeación Estratégica, pues una de las barreras para su implementación es la falta de conocimientos sobre esta herramienta.

Por lo anterior, el objetivo de esta investigación consiste en determinar de qué manera las PYME de la Ciudad de México llevan a cabo el proceso de planeación estratégica (PE), y la relación que esta tiene con las características de las empresas y los empresarios.

Este trabajo se divide en cinco apartados, el primero es esta introducción, en el segundo se desarrolla la revisión de la literatura donde se abordaron los temas PE en las PYME, planeación financiera en las PYME y barreras para realizar PE en las PYME;

en el tercero se presenta la metodología utilizada para desarrollar la investigación; en el cuarto se muestran los resultados y, en el quinto se incluyen las conclusiones de esta investigación.

2. Revisión de la literatura

2.1. Planeación estratégica en la PYME

Madrigal, Madrigal y Moreno (2015) refieren que la planeación estratégica (PE) se constituye un elemento básico en la gestión de la PYME, puesto que le permite visualizar su entorno de manera global, con el fin de realizar ajustes constantes a la misión, visión, objetivos, metas, políticas, etc. preparándolas para que respondan en todo momento al dinamismo del contexto específico en el que están inmersas, garantizando de este modo, su permanencia en el mercado; puesto que, tal como refieren Kraus, Harms and Schwarz (2006) la planeación estratégica tiene un impacto positivo muy significativo en el crecimiento de la PYME.

Por su parte, Castaño (2011) caracteriza a la planeación estratégica en las PYME como, altamente informal, flexible, de tendencia intuitiva, predominantemente emocional, con una toma de decisiones desde las múltiples funciones del empresario, el cual aplica la PE de acuerdo con su personalidad, apoyándose con las redes familiares que ha establecido para dirigir la empresa, en un escenario cortoplacista; es decir, con una visión limitada. Coincidiendo en esto último, con los hallazgos de Cardona (2010) quien encontró en una muestra de 39 PYME de Colombia el predominio de la planeación a corto plazo.

Así también, Kraus, Reiche and Hennings (2007) afirman que la planeación estratégica en las PYME merece la pena, sin embargo, los instrumentos tienen que estar alineados con las condiciones culturales, organizacionales y financieras de la empresa específica, dado que la posición de las PYME, en particular de las empresas jóvenes, a menudo están menos afianzadas, y sus

