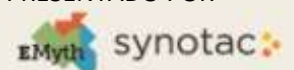


STATE OF THE Business Owner

EL PULSO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN EL MUNDO

2012 INFORME COMPLETO

PRESENTADO POR



El Planificador y el Pesimista

Después de dos años de una difícil crisis económica mundial, 2011 fue un año de moderado crecimiento para las pequeñas y medianas empresas.

E-Myth y Synotac nos asociamos para encuestar a PYMES en todo el mundo, analizar los resultados, y compartir lo que encontramos.

Los hallazgos mostraron que los dueños de negocios se pueden dividir en dos grupos principalmente:

Los planificadores... que creen que controlan su destino y están ocupados navegando hacia su visión hacia el futuro de su negocio.

Los pesimistas... que creen que el futuro depende de eventos y circunstancias externos más allá de su control que los limitan en alcanzar sus metas y concretar su visión hacia el futuro de su negocio.

En comparación los pesimistas, con los planificadores, los planificadores....

- Son dueños y dirigen empresas más grandes.
- Obtienen más compensación personal.
- Crecieron más rápido en 2011.
- Esperan crecer más rápido en 2012.

¿Eres un planificador o un pesimista? Sigue leyendo para aprende más...

Nuestra investigación en resumen.

- Más de 800 empresarios participaron en el estudio. Ingresos del propietario promedio fueron de USD 104.000 (\$1,400,000 pesos) con ventas anuales promedio de de USD 1.4 Millones (\$19,000,000 pesos)
- Los ingresos combinados de todas las empresas participantes superaron los USD 600 M (\$8,100,000,000 pesos).
- La tasa de crecimiento promedio para el año 2011 fue del 13%, y el crecimiento esperado en el año 2012 es de 16 %
- El encuestado más viejo fue de 90 años y el más joven tenía 20 y la edad promedio fue de 46 años.
- Participaron empresarios de 47 países diferentes incluyendo México y Latinoamérica.
- La antigüedad promedio de las empresas fue de alrededor de 9 años en el mercado.
- Empresas B2B crecieron 40% más rápido que las empresas B2C en 2011 y eran más optimistas respecto a las perspectivas de crecimiento alrededor de 2012.



Tres claves para el éxito

El camino al corazón de cada dueño de negocio

Cuando se pregunto cuál es su más grande oportunidad y desafío en 2012, las respuestas de las PYMES fueron sorprendentemente similares: mayor crecimiento del negocio.

Partiendo de este objetivo compartido, estudiamos los factores que ayudaron a las pequeñas y medianas empresas a crecer más rápido en 2011.



Las bases para el éxito

Se examinaron más de treinta diferentes variables para ver cómo afectan el crecimiento de las PYMES en 2011, y encontramos que los factores de éxito podrían agruparse en tres categorías principales:

Fundamentos



Aceleradores



Personas



Colectivamente les llamamos las **Tres claves para el crecimiento**.

“En 2012 vamos a seguir mejorando y la competencia aumentará en el mercado como resultado de que otras PYMES ineficientes salen del mercado.”

- Mujer de 37 años, Servicios Profesionales, Canadá

¿Cómo son exitosas las empresas?: Visión, planes y datos

Una receta para el éxito

Nuevamente encontramos que las empresas exitosas utilizan tres ingredientes para tener éxito: crearon, documentaron y comunicaron una visión, tenían planes para llegar hasta allí y tenían datos para medir los resultados y la rendición de cuentas.

Colectivamente, llamamos a esto la receta del éxito:

Visión + Planes + Datos = Éxito

Encontramos una fuerte relación entre los tres factores de éxito y lo siguiente:

- Crecimiento de las ventas en 2011
- Compensación total del dueño
- Ventas anuales
- Optimismo sobre las oportunidades de crecimiento futuro

Ingrediente 1: Visión

Sólo el 42% de las empresas tenían una descripción escrita de la visión a futuro de su negocio. Estas empresas crecieron un 50% más rápido en 2011, eran más optimistas sobre el futuro y eran un 30% más grande. Sus propietarios también se llevaron a casa 25% más de ingreso.

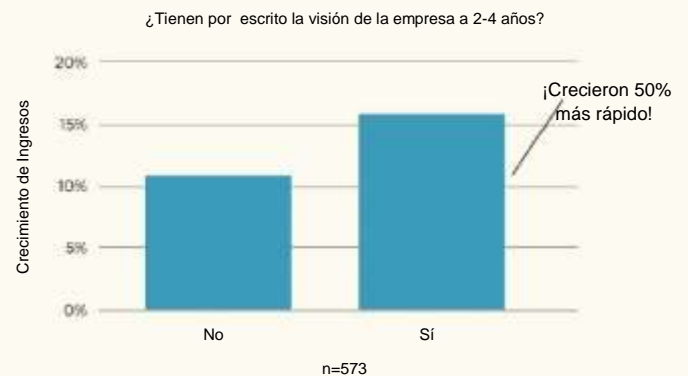
Ingrediente 2: Planes

Hubo una correlación directa entre el grado de planificación para los ingresos y el crecimiento rápido de las empresas en 2011. Las empresas que habían escrito planes a detalle crecieron 60% más rápido que las empresas con ningún plan de ingresos.

Ingrediente 3: Datos

Las empresas que regularmente miden y examinan los progresos realizados hacia sus objetivos constantemente superaron a las que no.

- Los dueños de negocios que utilizaron su balance general y estado de resultados para tomar decisiones obtuvieron 60% más en ventas y fueron 45% más grandes.
- Los dueños de negocios que realizaron un seguimiento de métricas (indicadores) al menos una vez al mes, ganaron 60% más y fueron 80% más grandes.



“La segunda mitad del 2012 será todo un reto. Nos estamos preparando para ello.”

- Empresario de 48 años, Cuidados en la Salud, Singapur.

Cómo acelerar el crecimiento: Tecnología y Marketing

Jugando con Fuego

Dueños de PYMES en nuestro estudio repetidamente se centraron en la tecnología y marketing por su capacidad para acelerar el crecimiento. Igual que la gasolina puede acelerar un coche o un incendio, dueños de PYMES se centraron en cómo utilizar correctamente estos aceleradores para hacer crecer sus negocios y no quedarse atrás.

¿Qué es lo que no te deja dormir?

Cuando se les preguntó cuál era la mayor tendencia que afectará a su negocio en los próximos tres años, **los encuestados constantemente citaban a la tecnología e Internet como los principales aspectos de cambio tanto para bien como para mal.**

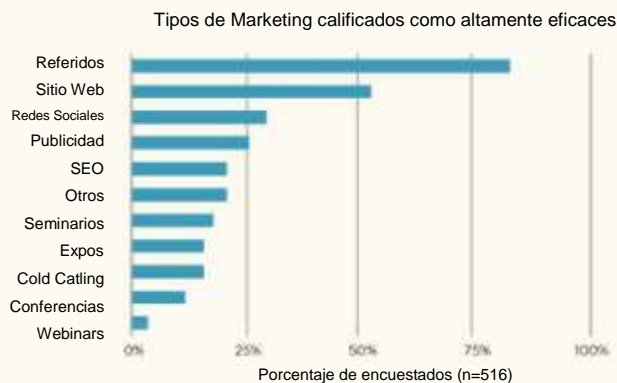
"Los consumidores se basan cada vez más en la web"

"La tecnología hace el mundo un lugar más pequeño"

"La des-intermediación debido al Internet"

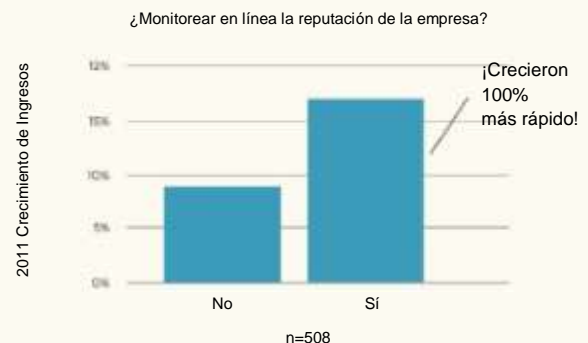
Referencias y sitios web

Las páginas de Internet fueron calificadas como la forma más eficaz de marketing después de referencias de clientes. La tendencia hacia lo digital continúa a medida que las empresas buscan formas más rentables para obtener clientes. Los especialistas en marketing están viendo cada vez más sus sitios Web como el eje central alrededor del cual todos sus esfuerzos de marketing giran, en lugar de un esfuerzo adicional o independiente.



El mensaje y el medio

Uno de los mayores cambios en la era de Internet es que cada empresa tiene presencia en línea, incluso si no tienen un sitio Web de la compañía. Las opiniones de quienes entran en contacto con una empresa, que se difunden en sitios web y redes sociales, cambian drásticamente el proceso de compra de los clientes.



Empresas que supervisaron lo que sus clientes y empleados dicen de ellos en línea crecieron dos veces más rápido que sus competidores. Hacemos énfasis: **crecieron dos veces más rápido.** Fuera de todo nuestro estudio, por mucho, este fue el mejor indicador de crecimiento de ingresos en 2011.

Esto muestra **un aspecto importantísimo de éxito compartido por las PYMES más exitosas:** el compromiso para asegurarse de que las acciones de la empresa coincidan con su promesa de marca. Los clientes, empleados y proveedores determinan la reputación de una empresa, no el propietario de la empresa. Hay que encontrarlos, escucharlos, aprender y crecer.

El reto del crecimiento: Planificación y Objetivos

El dilema del Marketing

La palabra marketing-literalmente "ir a su mercado"-es una reliquia de aquellos días cuando la mayoría de las empresas luchaba por encontrar formas reales para transportar sus productos al mercado. En la economía del siglo XXI, la mayoría de las PYMES no están limitadas por su capacidad de llegar físicamente a sus clientes, están limitados por su capacidad para conectarse con ellos de una manera que sea relevante y que logren "pasar" a través de todo el ruido de la era de la información.

Conozca su destino

Para lograr el crecimiento de nuevos negocios, lo primero que se necesita es entender que las únicas personas que pueden generar este crecimiento son sus clientes. Más el 65% de los encuestados habían definido las características fundamentales de su mercado objetivo y superaron en ventas a las otras PYMES por más del 20% en 2011.

Conozca su plan de trabajo

Aunque nuestros encuestados abrumadoramente se centraron en el crecimiento, **sólo 35% tenían un plan de marketing que revisar por lo menos trimestralmente para evaluar resultados.**



La diferencia en las tasas de crecimiento fue contundente las **empresas con planes de marketing definido e indicadores crecieron casi un 30% más rápido en 2011.**

“El mayor desafío en 2012 es decir no a las oportunidades de negocio equivocadas y sí a las correctas.”

- Mujer de 42 años, Servicios Profesionales, Australia

Seguimiento: Medir, medir y medir para mejorar.

La tecnología demostró ser un gran factor de éxito para ayudar a las PYMES a realizar un seguimiento de los resultados. El dicho de carpintero de «medir dos veces, cortar una vez» se aplica a los esfuerzos de marketing en esta época de rápidos cambios de tecnología y comportamiento del consumidor.

Empresas que miden la generación de prospectos y el tráfico en su sitio Web:

- Crecieron 20% más rápido y tuvieron 30% más ventas.
- Son dos veces más optimistas sobre el crecimiento del 2012.
- Tuvieron un ingreso para el dueño 20% mayor.

El nuevo proceso de compra



A pesar del consenso sobre la eficacia de los sitios Web en marketing, sólo un tercio de los encuestados ofrece contenidos educativos para sus prospectos en sus sitios Web. Un estudio reciente encontró que el 72% de los compradores no buscan a un vendedor o ejecutivo de ventas hasta después de haber hecho investigación online³. Para evitar ser un commodity, las empresas deben aportar valor a sus prospectos en cada paso del proceso de compra. Un buen contenido o una buena tecnología ya no son suficientes en forma aislada, es necesario tener las dos para poder hacer una conexión con sus clientes en 2012.

³ DemandGen Informe

Empleados y Dueño: Dos caras de una misma moneda

El “negocio” de la gente.

Cuando se les preguntó acerca de su reto en 2012, dueños de PYMES, repetidamente hablaron sobre la importancia de construir el equipo de trabajo correcto, incluyendo el encontrar a los socios adecuados.

Movilidad de los trabajadores en aumento

El porcentaje estándar de rotación de colaboradores que voluntariamente renuncian a su trabajo es de 25%. En la crisis más reciente este porcentaje bajó a 16% por la incertidumbre económica.

Cuando la economía salga de la recesión, el porcentaje de rotación volverá a su estándar y los colaboradores que se vean “atrapados” en trabajos insatisfactorios comenzarán a buscar trabajos más satisfactorios.

Compromiso de los empleados sigue siendo pobre



FUENTE GALLUP

En la encuesta anual más reciente de Gallup, encontraron que más del 70% de los trabajadores tienen bajo desempeño o están de alguna forma “saboteando” el trabajo en la empresa.⁵

Construir el equipo correcto

Cuando se les preguntó acerca de las formas más eficaces para atraer y retener a los mejores empleados, dueños de negocios constantemente citan cinco temas: reconocimiento, oportunidades de crecimiento profesional, expectativas claras, confianza y autonomía, una compensación justa.

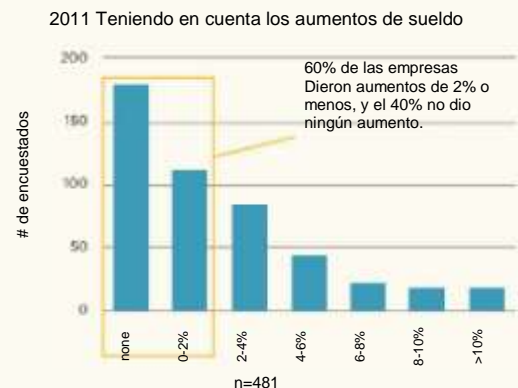
Resultados requieren expectativas claras

Sólo el 30% de todas las empresas tenían descripciones de puesto orientado a resultados con todos sus empleados, y estas empresas superaron al resto por más del 50% en ventas en el 2011.



Los aumentos en 2011 fueron mínimos

Las empresas dieron aumentos de sueldo mínimos en 2011, mostrando los efectos de la recesión mundial actual. Debido a la movilidad del trabajador y al aumento en la búsqueda de talento, en el 2012 se espera que los sueldos tengan una creciente presión a incrementarse.



⁵ Fuente: *From the Gallup Management Journal*, "Feedback for Real." Author: John Thackray. Also see Gallup's Q12 Meta-Analysis for more about the Q12 methodology.

⁴ Fuente: US Bureau of Labor Statistics (BLS). Ver "Los trabajos de Shifters," Christian Science Monitor, 05 de febrero de 2012

Trabajar demasiado y solo.

El efecto socio

Los dueños de PYMES que tenían por lo menos un socio superaron ampliamente a las empresas de un solo propietario en todos los aspectos: ingresos, compensación al dueño(s), tasa de crecimiento y optimismo.

	Sin Socios	Con Socios
Ingresos Promedio	USD 70,000 (\$945,000 pesos)	USD 76,000 (\$1,026,000 pesos)
Promedio ingresos 2011	USD 927,000 (\$12,500,000 pesos)	USD 2.3 Millones (\$31,000,000)
Media de Ingresos 2011	USD 293,000 (\$4,000,000 pesos)	UD 575,000 (\$7,800,000 pesos)
Crecimiento 2011	11%	14%
Crecimiento 2012	15%	19%

Tipo de cambio = 13.5 pesos mexicanos por 1 USD (las cifras fueron redondeadas)

Trabajo duro conduce a... Más trabajo

Ser dueño de un negocio no es un trabajo fácil y no es para todos. Casi la mitad de todos los propietarios de PYMES tomaron menos de 10 días de vacaciones el año pasado.



Entonces ¿por qué tantos empresarios trabajan tanto? Creemos que es porque muchos propietarios todavía tienen la mentalidad del técnico, y su principal enfoque es trabajar más.

No se encontró ninguna correlación entre trabajar más días y la tasa de crecimiento de las empresas en nuestro estudio. Encontramos diferentes tipos de empresas en crecimiento, incluyendo aquellas empresas que crecen más de un 100% al año, donde el dueño tomó 30 días de vacaciones al año. El dueño del negocio workaholic es un mito que no obtiene mejores resultados.

Un argumento par más vacaciones

Estudios recientes de productividad han demostrado que cuando se trata de trabajo creativo y estratégico, el tomar tiempo para recargar energías y despejarse fuera del trabajo aumentan considerablemente la productividad.⁶

Comparando las ventas anuales de las empresas Vs días de vacaciones nos lleva a la conclusión de que una cantidad razonable de tiempo para recargar energías y relajarse es necesaria para desarrollar una empresa exitosa: empresas de tamaño mediano eran normalmente dirigidas por empresarios que tomaron entre 20 y 30 días de vacaciones al año. **Los dueños de negocios deben dejar de lado su adicción al trabajo y centrarse en los resultados en vez de en el número de horas o días trabajados.** Como Ricitos de oro recomendaría, no demasiadas vacaciones, no muy pocas... solo justo la cantidad sana.

⁶ Ver documento detallado de Evan Robinson en horas extraordinarias y la productividad:
www.igda.org/why-crunch-modes-doesnt-work-six-lessons

Tú y yo: comparaciones entre los diferentes grupos

El modelo de negocio si importa

Las empresas que tuvieron un flujo recurrente de ingresos de clientes recurrentes tuvieron una compensación significativamente mayor para sus dueños, a pesar de tener ventas un poco menos que el promedio en 2011.

Esto pone en evidencia el desafío de un modelo de negocio transaccional donde cada mes se empezará con cero ingresos. Los beneficios para los dueños de negocios en modelos de ingresos recurrentes donde “sólo tienes que vender algo una vez”, es evidente.



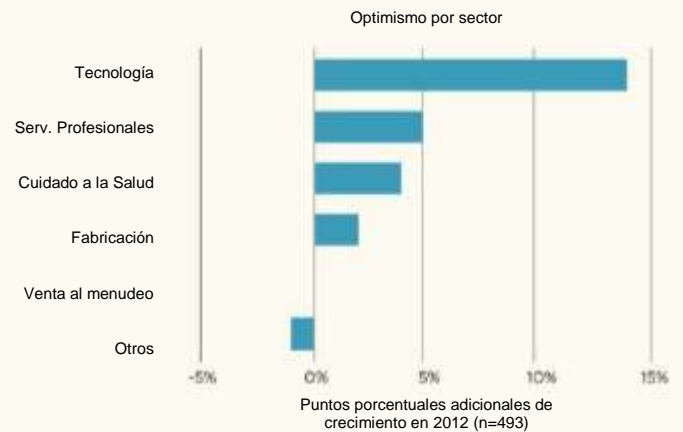
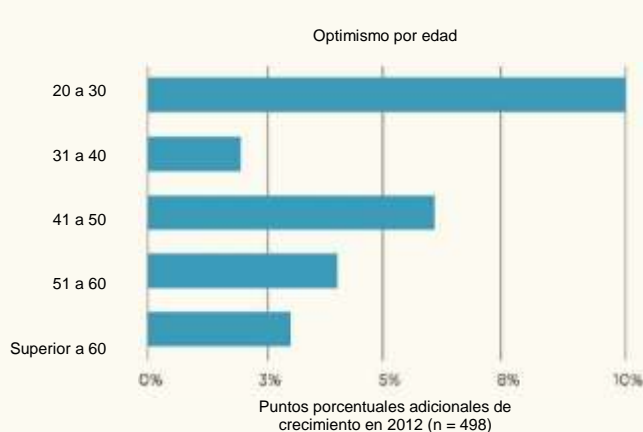
Diferencias de género

Hubo diferencias significativas entre hombres y mujeres. Las mujeres son propietarias de más de dos tercios de las empresas que tienen ventas anuales de menos de USD 200,000 (\$2,700,000 pesos), pero menos de un tercio de las empresas venden más de 200,000 (\$2,700,000 pesos) En evidente que en cuestiones de equidad de género en las PYMES todavía hay un largo camino por recorrer.

	Hombres	Mujeres
% de encuestados	67%	33%
Ingresos Promedio	USD 85,000 (\$1,150,000 pesos)	USD 46,000 (\$620,000 pesos)
Ingresos promedio 2011	USD 1.5 Millones (\$20,250,000)	USD 1.7 Millones (\$23,000,000)
Mediana de ingresos 2011	UDS 500,000 (\$6,750,000)	USD 250,000 (\$3,375,000)
Crecimiento 2011	13%	13%
Crecimiento 2012	16%	19%

Tipo de cambio = 13.5 pesos mexicanos por 1 USD (las cifras fueron redondeadas)

El índice de optimismo: edad y sectoriales Sector



Acerca de E-Myth

E-Myth es pionero en Coaching Empresarial y capacitación, transformando Empresas a través de nuestros servicios de consultoría y Coaching para PYMES por más de 30 años. E-Myth ayuda a las PYMES a hacerlas crecer a través de diversos programas, incluyendo:

Coaching Individual- un programa de formación integral que proporciona las herramientas y metodologías necesarias para transformar un negocio.

Coaching Grupal- combina nuestras herramientas probadas, universales, y el apoyo el aprendizaje y retroalimentación de otros dueños de negocio como usted.

Talleres- ofrecen a los clientes la oportunidad de sumergirse en el punto de vista E-Myth en eventos de capacitación en grupo.

Obtenga más información en www.emyth.com.mx

Solicite una evaluación de su Empresa gratis en www.emyth.com.mx.

Acerca de Synotac

Synotac es una agencia de marketing digital que conecta a las empresas con sus clientes en línea.

Synotac ayuda a pequeñas y medianas empresas para acelerar el crecimiento a través de los siguientes servicios:

Evaluaciones- evaluar la eficacia con la que su sitio Web atrae a los clientes, las tecnologías móviles, redes sociales y correo electrónico junto con las mejores prácticas para mejorar sus resultados.

Rediseño de Sitio Web- proceso estratégico y probado para convertir su sitio web en el centro de sus esfuerzos de marketing.

Marketing Digital- un programa trimestral programa único que te mantiene encima de las tendencias actuales e identifica oportunidades para acelerar los resultados del marketing.

Obtenga más información en www.synotac.com/services.

Utilizar recursos gratuitos de marketing digital en www.synotac.com/resources

Para discutir sus necesidades de marketing digital, llame al **1.800.620.0307**

NOTA: Los servicios de Synotac solo son disponibles desde EUA en idioma Inglés.

ESTADO DEL
Propietario de la
Empresa

2012

PRESENTADO POR

