



ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

DOCENTE: Myreille Eréndira Rodríguez Alfonso

PYMES (PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS)

¿QUÉ SON?

- Representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado.
- En el contexto internacional se puede afirmar que el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales está conformado por las MIPYMES.

CARACTERÍSTICAS

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad y por lo general son de carácter familiar.
- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica
- Dominan y abastecen un mercado más amplio, aunque no necesariamente tiene que ser local o regional, ya que muchas veces llegan a producir para el mercado nacional e incluso para el mercado internacional
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades

- Su tamaño es pequeño o mediano en relación con las otras empresas que operan en el ramo.
- Personal poco calificado o no profesional
- Poca visión estratégica y capacidad para planear a largo plazo
- Falta de información acerca del entorno y el mercado
- Falta de innovación tecnológica, puede deberse a falta de recursos, o por no contar con el espíritu innovador necesario.

CARACTERÍSTICAS

- Falta de políticas de capacitación, se considera un gasto, no una inversión, al no poder divisar las ventajas a largo plazo que puede generar.
- Tienden a realizar sus procesos de la misma forma con la idea de que cuando un método no funciona mal, se mantiene sin analizar si existen otros mejores.
- Falta de liquidez

- ✓ Tienen particular importancia para la economía nacional, no sólo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por su capacidad de cambiar rápidamente su estructura productiva. Las Pymes gracias a su gran potencial de generación de empleos representan un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza.



- 30 de cada 100 empleos generados pertenece a las PYMES
- 10 de cada 100 empleos generados pertenecen al sector público
- Contribuyen en la producción del 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país



CLASIFICACIÓN

MICRO: 1 – 10

PEQUEÑA: 10 – 50

MEDIANA: 50 - 100



SITUACIÓN ACTUAL EN MÉXICO

(PLC)

1. Desarrollo del producto
2. Introducción
3. Crecimiento
4. Madurez
5. Decadencia



VENTAJAS Y DESVENTAJAS

DOS ENFOQUES:

INTERNO Y EXTERNO

EXTERNO: se caracteriza por problemas que afectan a las PYMES, pero que son más bien del tipo macroeconómico y en donde las PYMES no tienen influencia en su solución.

INTERNO: se caracteriza por problemas derivados de la gestión propia del negocio y del sector económico al que pertenece, y donde la PYME es responsable de la solución y de la mejora.

VENTAJAS DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

- Capacidad de generación de empleos.
- Asimilación y adaptación de tecnología.
- Contribuyen al desarrollo regional por su establecimiento en diversas regiones.
- Fácil conocimiento de empleados y trabajadores, facilitando resolver los problemas que se presentan por la baja ocupación de personal .
- Mantiene una unidad de mando permitiendo una adecuada vinculación entre las funciones administrativas y operativas.
- Producen y venden artículos a precios competitivos, ya que sus gastos no son muy grandes y sus ganancias no son excesivas .



DESVENTAJAS DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

- Les afectan con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno económico como la inflación y la devaluación .
- Viven al día y no pueden soportar periodos largos de crisis en los cuales disminuyen las ventas.
- Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental, siempre se encuentran temerosos de las visitas de los inspectores
- La falta de recursos financieros los limita ya que no tienen fácil acceso a las fuentes de financiamiento
- Su administración no es especializada, es empírica y por lo general la llevan a cabo los propios dueños .
- ENTRE OTROS

VENTAJAS DE LAS MEDIANAS EMPRESAS

- Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta, así como cambiar los procesos técnicos necesarios.
- Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento y de llegar a convertirse en una grande empresa.
- Absorben una porción importante de la población económicamente activa, debido a su gran capacidad de generar empleos.
- Asimilan y adaptan nuevas tecnologías con relativa facilidad.
- Se establecen en diversas regiones del país y contribuyen al desarrollo local y regional por sus efectos multiplicadores.
- Cuentan con una buena administración, aunque en muchos casos influenciada por la opinión personal del o los dueños del negocio.

DESVENTAJAS DE LAS MEDIANAS EMPRESAS

- Mantienen altos costos de operación.
- No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.
- Falta de capacitación, excesiva rotación de personal, falta de seguridad e higiene.
- Sus ganancias no son elevadas; por lo cual, muchas veces se mantienen en el margen de operación y con muchas posibilidades de abandonar el mercado.
- Algunos otros problemas como: ventas insuficientes, debilidad competitiva, mal servicio, mala atención al público, precios altos, activos fijos excesivos, mala ubicación, descontrol de inventarios, problemas de impuestos y falta de financiamiento adecuado y oportuno.

14 FACTORES (INDICADORES QUE CONTRIBUYEN A LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

1. Recursos humanos competentes
2. Ventajas competitivas de la empresa
3. Capacidad de producción
4. Capacidad de ID (Inv.Y Des)
5. Capacidad de financiamiento
6. Presencia de Mkt Mix
7. Actitudes y percepciones de los dirigentes
8. Características personales de los dirigentes y conocimiento de lenguas extranjeras
9. Planificación de la estrategia de internacionalización
10. Experiencia anterior a la internacionalización
11. Participación en redes de apoyo y contactos
12. Posesión de información estratégica
13. Apoyo de programas gubernamentales
14. Acceso a las materias primas



SUBFACTORES (INDICADORES QUE CONTRIBUYEN A LAS ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN

6 A. Estrategias del producto

6 B. Estrategias del precio

6 C. Estrategias de distribución

6 D. Estrategias de promoción

8 A. Conocimiento de lenguas extranjeras

DIMENSIONES DE LOS FACTORES

- **Ligados a la empresa.**

(1, 2, 3, 4, 5, 6, 6^a, 6B, 6C, 6D)

- **Ligados a los dirigentes**

(7, 8, 8^a, 9, 10Y 11)

- **Ligados al entorno externo**

(12, 13Y 14)