



**Manolo Enrique Rivera Escobar**

**Desarrollo de pequeñas y medianas  
empresas**

**“1a Unidad”**

**Desarrollo de pequeñas y medianas  
empresas**

**PASIÓN POR EDUCAR**

**9º cuatrimestre Administración y  
Estrategias De Negocios**

# ANALISIS DESCRIPTIVO DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

## INTRODUCCION

Las PYMES (Pequeñas y medianas empresas) son muy importantes en la economía y el empleo a nivel nacional y regional , estas generan muchos empleos y generan la mayor parte del PIB del país, a nivel mundial aportan mucho a la economía, por eso son tan relevantes y es muy importante aportar para su desempeño, para definir a las pequeñas y medianas empresas, cada país toma diferentes criterios, en México se basan en el número de empleados que la conforman una empresa pequeña la forman como máximo 50 empleados y una empresa grande el máximo es de 250. Las empresas en la actualidad tienen que ser eficientes, competitivas y ofrecer productos y/o servicios de calidad; ya que las condiciones del mercado, tanto a nivel nacional e internacional demandan de las empresas mejorar la calidad; para que las mismas puedan lograrlo tienen que desarrollar y modernizar las capacidades productivas y administrativas, lo que genera mejores condiciones en las que la empresa trabaja, lo que puede aumentar la creación de negocios en su entorno. De manera muy general todas las pequeñas y medianas empresas comparten casi siempre las mismas características.

### **Importancia**

Son empresas que tienen influencia en la economía de los países, aportan a la producción y distribución de bienes y servicios y generan empleos en la población donde estas se establecen y del país donde se encuentren, se adaptan rápidamente a los cambios tecnológicos, se caracterizan por auxiliar a grandes empresas en sus operaciones al brindarle sus servicios, al ser empresas que están iniciando en un mundo globalizado, tienen dificultad para financiar sus operaciones al inicio de sus operaciones, les es complicado competir en el mercado debido a su poco reconocimiento.

### **Características generales**

- El capital es proporcionado por una o dos personas que establecen una sociedad.
- Los propios dueños dirigen la marcha de la empresa; su administración es empírica.
- Su número de trabajadores empleados en el negocio crece y va de 6 y hasta 500 personas.
- Utilizan más maquinaria y equipo, aunque se sigan basando más en el trabajo que en el capital.

- 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.
- Está en
- proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y está aspira a ser grande.

### **Clasificación**

La clasificación de las empresas varia, como en México la mayoría de los países se basan en el número de empleados que estas tienen y en el volumen de ingreso de estas.

### **Situación actual en México**

Se realizo un censo económico en el año de 2004, arrojó un número de 4.3 millones, los cuales generan 23 millones de empleos. De éstos las MIPYMES representaron el 70% del empleo y el 50 % del PIB, destacando la necesidad de una mayor atención a este sector de micros y medianos empresarios, hoy en día estas empresas han tomado auge en algunos sectores de la población donde no hay tanta competencia de empresas grandes, poblaciones mas pequeñas, en ciudades mas grandes se puede decir que perdieron auge, ya que debido a la globalización existen empresas mas grandes que compiten mejor.

### **Ciclo de vida**

El ciclo de vida de un producto consta de cuatro etapas: introducción, crecimiento, maduración y declinación.

**Etapas introductorias:** La etapa introductoria del ciclo de vida del producto representa el lanzamiento a toda escala de un nuevo producto en el mercado.

**Etapas de crecimiento:** En esta etapa, es típico que las ventas crezcan a un ritmo cada vez mayor, muchos competidores ingresan al mercado y las grandes compañías pueden empezar a adquirir a las pequeñas que fueron pioneras.

**Etapas de madurez:** Un periodo durante el que las ventas se incrementan a una tasa decreciente, señala el principio de la etapa de madurez del ciclo de vida. Los nuevos usuarios no pueden agregarse indefinidamente y tarde o temprano el mercado se acerca a la saturación.

**Etapa de declinación:** Larga caída de las ventas señala el principio de la etapa de declinación. La tasa de declinación está gobernada por la rapidez con la que cambian los gustos del consumidor o se adoptan productos sustitutos.