



DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS
REPORTE DE LECTURA

Argus Abraham De Los Santos Hernández

Administración y estrategias de negocios

9º CUATRIMETRE

07/05/2020

Reporte de lectura

Definición:

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), tienen una gran importancia en la economía, en el empleo a nivel nacional y regional, tanto en los países industrializados como en los de menor grado de desarrollo. Las empresas PYMES representan a nivel mundial el segmento de la economía que aporta el mayor número de unidades económicas y personal ocupado; de ahí la relevancia que reviste este tipo de empresas y la necesidad de fortalecer su desempeño, al incidir éstas de manera fundamental en el comportamiento global de las economías nacionales; de hecho, en el contexto internacional se puede afirmar que el 90% o un porcentaje superior de las unidades económicas totales está conformado por las MIPYMES.

Su importancia por las cifras que tiene en nuestro país

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. Las Pymes generan el 72% de la fuerza laboral y contribuyen en la producción del 52% del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

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.

Su clasificación se puede determinar mediante la sig. Tabla:

Tabla 1. Clasificación que hacen distintos organismos internacionales
Para determinar el tamaño de las Pymes tomando como
Base el número de empleados⁵

Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos de Francia (INSEE)			
Artesanal	de	1 a 10	Trabajadores
Muy pequeña	entre	10 y 50	Trabajadores
Pequeña	de	50 a 250	Trabajadores
Mediana	de	250 a 1000	Trabajadores
Grande	de	1000 a 5000	Trabajadores
Muy grande	Más de...	5000	Trabajadores
La Small Business Administrations (EUA)			
Pequeña	Hasta	250	Empleados
Mediana	de	250 a 500	Empleados
Grande	Más de..	500	Empleados
La Comisión Económica para América Latina (CEPAL)			
Pequeña	entre	5 y 49	Empleados
Mediana	de	50 a 250	Empleados
Grande	Más de..	250	Empleados
Programa para la Modernización y Desarrollo De la Industria Pequeña y Mediana , SECOFI (México)			
Micro industria	de	1 a 15	Personas
Pequeña industria	de	16 a 100	Personas
Mediana industria	de	101 a 250	Personas

La situación actual de las Pymes en México

De acuerdo con el Censo Económico de 2004 el número de establecimientos empresariales en México arroja 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.

Su ciclo de vida

- El ciclo de vida del producto (PLC) típico, es decir, el curso que siguen las ventas y utilidades de un producto durante toda su existencia. El PLC tiene cinco etapas bien definidas:
- El desarrollo del producto inicia cuando la compañía encuentra y desarrolla una idea para el nuevo producto. Durante el desarrollo del producto las ventas son de cero mientras los costos de inversión de la compañía se incrementan.
- La introducción es un periodo de crecimiento lento de las ventas conforme el producto se lanza al mercado las utilidades son nulas en esta fase a causa de los grandes gastos de la introducción del producto.
- El crecimiento es un periodo de aceptación rápida en el mercado y de incremento en las utilidades.
- La madurez es un periodo donde disminuye el crecimiento de las ventas, porque el producto ya ganó la aceptación de la mayoría de los compradores potenciales. El nivel de utilidades se estanca o disminuye a causa de los crecientes gastos de marketing para defender el producto frente a la competencia
- La decadencia es el periodo en el que tanto las ventas como las utilidades disminuyen.