mIMind

Administración y estrategia de negocios
José Alberto Aguilar Aguilar
Noveno cuatrimestre
Actividad: cuadro sinoptico

UDS

Profe en la antología no aparece el 1.6 y 1.10 se queda en el punto 14 del 1.8

Unidad 1

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
- Los criterios para clasificar a la pequeña y mediana empresa son diferentes en cada país,
- características generales con las que cuentan las PYMES:
  - -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
    -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

importancia

- Las pequeñas y medianas empresas, mejor conocidas como Pymes, son empresas compuestas por un número reducido de trabajadores, y con un moderado volumen de facturación.
- Las pequeñas y medianas empresas cumplen un importante papel en la economía de todos los países y México no es la excepción
- 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.
- Sus desventajas son:
  - Tienen más dificultad de encontrar financiamiento. Son empresas con mucha rigidez laboral y que tiene dificultades para encontrar mano de obra especializada. Debido al pequeño volumen de beneficios que presentan estas empresas no pueden dedicar fondos a la investigación El menor tamaño complica su entrada en otros mercados. Bajos niveles de capacitación. Limitados niveles de innovación y desarrollo tecnológico. Baja capacidad de asociación y de administración. Baja penetración en mercados internacionales.

Características generales

- La definición de empresa sin importar su tamaño, ni su lugar de origen, es igual en cualquier parte del mundo, como definición puede aceptarse la siguiente:
  - —Una unidad económica de producción y decisión que, mediante la organización y coordinación de una serie de factores (capital y trabajo), persigue obtener un beneficio produciendo y comercializando productos o prestando servicios en el mercado!
- El campo de acción de este ensayo, está enfocado a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), cuyas características generales son:
  - -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 trabajador 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

- Existen algunas diferencias en cuanto a la definición del tamaño de la empresa, según su número de trabajadores que laboren en ella, tomando en cuenta las siguientes instituciones: el Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos en Francia (INSEE); la Small Business Administrations de Estados Unidos (SBA); la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la revista mexicana de Ejecutivos de Finanzas (EDF), y finalmente la Secretaría de Economía de México (SE).

Situación actual 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.
- Las fuentes con mayor confiabilidad, de acuerdo a sus metodologías de contabilización son: el IMSS, el Sistema Empresarial Mexicano (SIEM) de la Secretaría de Economía y el INEGI. El IMSS utiliza el concepto de —patrones!, el cual incluye a personas físicas y morales que tienen registrado al menos a un trabajador asalariado

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 gano la aceptación de la mayoría de los compradores potenciales.
    -La decadencia es el periodo en el que tanto las ventas como las utilidades disminuyen.
- El ciclo de vida de un producto consta de cuatro etapas: introducción, crecimiento, maduración y declinación.
- El ciclo de vida del producto consiste en la demanda agregada por un tiempo prolongado de todas las marcas que comprende una categoría de producto genérico.
- Un ciclo de vida se puede representar graficando el volumen agregado de ventas de una categoría de producto en el tiempo, años por lo común.
- Etapas
  - Etapa introductoria
    - La etapa introductoria del ciclo de vida del producto representa el lanzamiento a toda escala de un nuevo producto en el mercado.
  - Etapa 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.
  - Etapa 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.
  - 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.

Ventajas y Desventajas

- 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.
- 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.
- 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.
- Desventajas de las medianas empresas
  - -Mantienen altos costos de operación.
    - No se reinvierten las utilidades para mejorar el equipo y las técnicas de producción.

Causas de Éxito y fracaso

- El inventario de la literatura ha permitido despejar 14 factores y cinco subfactores que han sido identificados como indicadores significativos que contribuirían al éxito de las estrategias de internacionalización de las empresas.
- Los factores son:
  - recursos humanos competentes, ventajas competitivas de la empresa, capacidad de producción, capacidad de investigación y desarrollo, capacidad de financiamiento, presencia de estrategia marketing-mix, actitudes y percepciones de los dirigentes, características personales de los dirigentes, planificación de la estrategia de internacionalización, experiencia anterior a la internacionalización, participación a unas redes de apoyo o de contactos, posesión de informaciones estratégicas, apoyo a programas gubernamentales, y acceso a las materias primas. Han sido clasificadas en subfactores, los elementos que vienen explicitar mas ampliamente el factor con el cual están asociados
  - Esos son los subfactores:
    - 6A) estrategias del producto, 6B) estrategias del precio, 6C) estrategias de distribución, 6D estrategias de promoción que son asociadas al factor 6, sea la presencia de estrategias marketing-mix así que el subfactor 8A) conocimiento de lenguas extranjeras que esta asociado al factor 8 intitulado características personales de los dirigentes.