

UNIVERSIDAD DEL SURESTE

DESARROLLO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

MYREILLE

RODRIGUEZ ALFONZO

CUADRO SINÓPTICO

CARLOS MANUEL AGUILAR HIDALGO

UNIDAD I

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

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 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

Importancia

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

Sus posibilidades de éxito son, en promedio, de entre 25 y 30%, muy por debajo de la media mundial, que es alrededor de 40%. Sus desventajas son: Tienen más dificultad de encontrar financiamiento

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

- 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

Secretaría de Economía de México

- Micro industria 1 a 15 personas
- Pequeña industria 16 a 100 personas
- Mediana industria 100 a 250 personas

Situación actual en México

las MIPYMES representaron el 70% del empleo y el 50 % del PIB

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

Una parte, no cuantificada, se concentran en actividades como centros nocturnos y bares que no serían sujetas de financiamiento para capacitación por parte de agencias gubernamentales o universidades

Ciclo de vida

- El desarrollo del producto inicia cuando la compañía encuentra y desarrolla una idea para el nuevo producto
- La introducción es un periodo de crecimiento lento de las ventas conforme el producto se lanza al mercado las utilidades son nula
- 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

Ventajas y Desventajas

Ventajas de las pequeñas empresas: Capacidad de generación de empleos. • Asimilación y adaptación de tecnología. • Contribuyen al desarrollo regional.

Desventajas de las pequeñas empresas: Les afectan con mayor facilidad los problemas que se suscitan en el entorno • Viven al día y no pueden soportar periodos largos de crisis • Son más vulnerables a la fiscalización y control gubernamental.

Ventajas de las medianas empresas: Tienen una gran movilidad, permitiéndoles ampliar o disminuir el tamaño de la planta • Por su dinamismo tienen posibilidad de crecimiento • Absorben una porción importante de la población económicamente activa.

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

Causas de Éxito y fracaso

1. Recursos humanos competentes La empresa debe poder contar con personal calificado que tiene una formación en comercio internacional
2. Ventajas competitivas de la empresa La ventaja competitiva es lo que diferencia una empresa al resto del mercado y es lo que le permite distanciarse y crecer
3. Capacidad de producción La capacidad de producción de una empresa se refiere a la capacidad de responder tanto a los pedidos provenientes del mercado local como a aquellos pedidos proveniente de los mercados exteriores
4. Capacidad de ID (Investigación y Desarrollo) Las empresas que mejor éxito obtienen en los mercados exteriores son aquellas que invierten en Investigación y Desarrollo (ID) y que poseen tecnologías de punta
5. Capacidad de financiamiento Los autores son unánimes en recordar este elemento como el fundamental a la hora de tener éxito en las actividades de exportación
6. 6. Presencia de Marketing Mix Los distintos elementos del Marketing Mix que se debe tener en cuenta a la hora de incursionar los mercados internacionales son: el producto, el precio, la distribución y la publicidad-promoción.
7. Actitudes y percepciones de los dirigentes El dirigente de una empresa que está en proceso de internacionalización debe tener el deseo de abrirse camino en los mercados extranjeros
8. . Características personales de los dirigentes y conocimiento de lenguas extranjeras El dirigente o la gerencia de la empresa deben poseer ciertas cualidades
9. Planificación de la estrategia de internacionalización La planificación en contexto internacional es un ejercicio obligatorio con el fin de entender los desafíos y obligaciones con los cuales se deberá enfrentar la empresa
10. Experiencia anterior a la internacionalización Aunque esta experiencia sea parcialmente transferible puesto que las situaciones o los mercados a conquistar son siempre diferentes
11. . Participación en redes de apoyo y contactos A pesar del hecho que sean difíciles de implementar
12. Posesión de información estratégica Una empresa que se internacionaliza debe poseer una información adecuada y particularmente una información estratégica
13. Apoyo de programas gubernamentales Los programas gubernamentales son una fuente de ayuda para las empresas que tienen negocios en el extranjero
14. Acceso a las materias primas Es importante para una empresa asegurarse de la regularidad y la calidad de sus fuentes de abastecimiento