



Nombre de Alumno: Juan José Pérez Méndez

Carrera: Administración y Estrategias de Negocios

Materia: Desarrollo de Pequeñas y Medianas Empresas

Nombre del trabajo: Análisis Descriptivo De Pequeños y Medianas Empresas

Catedrático: Violeta Madridis Mérida Velázquez

Cuatrimestre: 9° noveno

La Trinitaria Chiapas a 27 de Abril del 2024

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

CICLO DE VIDA DE LAS EMPRESAS

Es el proceso de etapas por el que puede pasar una compañía.

- **Introducción:** es la etapa donde la empresa empieza a funcionar y el volumen de gastos normalmente supera a los ingresos.
- **Crecimiento:** pasa a ser rápido y la empresa empieza a obtener beneficios positivos.
- **Despegue:** Aquí los beneficios se vuelven consistentes.
- **Madurez:** el crecimiento se convierte en algo casi inexistente.
- **Declive:** el crecimiento de la demanda y de los beneficios es negativo.



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.

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.

CAUSAS DE ÉXITO Y FRACASO

Éxito

- Desarrollo constante de las habilidades directivas
- Saber vivir en la incertidumbre
- Formación previa y continua
- Experiencia empresarial previa
- Tradición familiar
- Ayuda para paliar carencias

Fracaso

- Falta de preparación psicológica para emprender y gestionar
- Insuficientes habilidades directivas
- Carencias formativas
- Inexperiencia al frente de una empresa
- Falta de motivación



PERFIL DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA COMPETITIVA

Hoy en día el perfil de la pymes más competitiva y exitosa es el de aquellas de tamaño mediano; con dirección profesionalizada y de formación superior; exportadora y con estrategias de crecimiento; e innovadora en productos y servicios, en procesos y en gestión.

1. La planeación
2. Control Financiero
3. Informarse sobre el entorno económico que rodea al negocio
4. Aprovechar los recursos tecnológicos
5. Desarrollar estrategias comerciales

Microempresa	<ul style="list-style-type: none"> • 1 a 10 trabajadores asalariados permanentes. • Ventas mensuales promedio de \$3,125, inversión promedio en activos fijos de \$2,400. • De baja rentabilidad, predomina trabajo manual y uso de tecnologías simples; opera informalmente, no cuenta con registros contables y administrativos.
Pequeña Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • 11 a 25 trabajadores asalariados permanentes. • Ventas mensuales de \$9,375 e inversión en activos fijos de \$25,000. • Tiene rentabilidad e incorporación de tecnología; cuenta con algunos registros y controles administrativos contables.
Mediana Empresa	<ul style="list-style-type: none"> • 25 a 150 trabajadores asalariados permanentes. • Ventas mensuales promedio son de \$154 mil dólares y una inversión en activos fijos mayor a \$25 mil. • Existe división formal del trabajo, opera formalmente y cuenta con controles administrativos contables.

©revistaDeIure

ASPECTOS CONSTITUTIVOS

Münch Galindo: define al proceso administrativo como el conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral.

Henry Fayol: considerado por muchos el verdadero padre de la administración, dice que administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar.



Personalidad Jurídica

Cuando nos referimos a la personalidad jurídica de las empresas nos enfocamos a las características que la determinan.

Personas físicas: son individuos con actividad empresarial, ya sea para empresas gubernamentales, privadas o que laboran por su cuenta, estas personas son mayores de 18 años y que no están imposibilitadas.

Personas morales: se caracterizan por ser sociedades integradas por varios individuos que pertenecen a una sociedad mercantil o a una asociación civil.

SOCIEDADES MERCANTILES.

Las sociedades de comercio se clasifican en:

- Sociedad colectiva
- Sociedad en comandita ☒
- Sociedad de responsabilidad limitada
- Sociedad anónima
- Sociedades de economía mixta ☒
- Sociedades extranjeras
- Empresas de economía solidaria
- Sociedades mercantiles

Una vez conocidas las diferentes sociedades que existen, podemos remarcar que los tipos de sociedades más comunes son la sociedad anónima y la sociedad cooperativa



REQUISITOS LEGALES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LAS PYMES

1. Mercantiles: son aquellos que dependen del giro y de las características de la empresa que se desea iniciar, el número de socios que participarán, el capital con que se cuenta
2. Fiscales: requisitos que son referidos al pago de impuestos ante un notario o corredor público, servicios de administración tributaria y registro público de la propiedad y el comercio
3. Administrativos: estos trámites son de carácter obligatorio y permiten a la empresa dar de alta a los trabajadores,.
4. Sanitarios: estos trámites van enfocados a los servicios que una empresa necesita cuando se dedican a los alimentos u otros productos relacionados con la salud humana o que son nocivos para la salud.

TRAMITES PARA DAR DE ALTA UNA PYME

Los trámites para dar de alta un negocio, primero se dividen en trámites de apertura y trámites de operación.

Los de apertura. Son todos aquellos que se realizan antes de que la empresa constructora inicie sus actividades comerciales. Estos son:

Los trámites fiscales. Son todos aquellos en los que la empresa debe pagar de manera preestablecida los impuestos o derechos por trabajar. Estos son ISR, declaraciones contables.

Los trámites mercantiles. Son los que se derivan de la incorporación de la empresa, ya sea a los sectores productivos o con las asociaciones a las que pertenezca.



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA Y COMPLEMENTARIA

Chávez Méndez, Y. Serrano Galindo, J. J. y Ramírez González, J. (2014). Gestión y formación de PyMEs tecnológicas. México D. F, Grupo Editorial Éxodo.

Prieto Herrera, J. E. (2009). Investigación de mercados. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Sangri Coral, A. (2015). Introducción a la mercadotecnia. México D.F, Mexico: Grupo Editorial Patria.

F. Erickson, B. (2010). Ventas. Miami, FL, United States of America: Firms Press.

Flores Villalpando, R. (2014). Administración de recursos humanos. México, D.F, Mexico: Editorial Digital UNID.

Rojas López, M. D. (2011). Planeación estratégica: fundamentos y casos. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.

Rincón Soto, C. A. (2011). Presupuestos empresariales. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

Kauffman, Josh. (2018). Desarrolla tu propio MBA. Ciudad de México: Mcgraw Hill.

Chiavenato, Idalberto. (2016). Fundamentos de administración. Ciudad de México: Grupo editorial

patria. Chong, Luis. (2009). Promoción de ventas. Ciudad de México:

Gránica LINKOGRAFIAS

<https://www.youtube.com/watch?v=2ZDqji7Neio&t=39s>

<https://www.youtube.com/watch?v=05mv0qE-5PY>

<https://www.youtube.com/watch?v=cBU-vfpDdUA>