

Marco teórico

Paredes, Raúl Guadalupe

R. Paredes

R. Paredes, N. Peña, I. Vacio (eds.) *La Micro y Pequeña Empresa: Un análisis desde la perspectiva económico-administrativa*. Tópicos Selectos de Micro y Pequeñas Empresas -©ECORFAN-San Juan del Río Querétaro, 2016.

La micro y pequeña empresa

La percepción de la micro y pequeña empresa ha cambiado en los últimos años por el impacto económico y social que tienen a nivel mundial. De ser consideradas un problema por erradicar debido a su informalidad, ahora se observan como una oportunidad a partir de los empleos generados y su aportación al desarrollo económico donde se encuentren ubicadas.

En el año 2002 debido a la importancia del sector se promulgó la Ley para el desarrollo de la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa, a la cual se le han realizado reformas hasta el 2015 para ajustarla a los cambios de mercado y buscando el fortalecimiento del sector mediante el establecimiento de programas gubernamentales y el apoyo de sectores empresariales. Según se establece en la ley, la estratificación del sector según el número de trabajadores queda conformada de la siguiente manera:

Tabla 1 Estratificación de empresas¹

Estratificación por número de trabajadores			
Sector/Tamaño	Industria	Comercio	Servicios
Micro	0-10	0-10	0-10
Pequeña	11-50	11-30	11-50
Mediana	51-250	31-100	51-100

La clasificación por número de trabajadores sirve en términos cuantitativos, al igual que la clasificación por ventas, sin embargo, falta valorizar en términos cualitativos la importancia del sector considerando elementos como el impacto en su entorno, fortaleza de la marca, entre otros (Posada, Aguilar, Peña 2016).

El presente libro realiza un análisis de las micro y pequeñas empresas en diferentes localidades de México, con el objetivo de fortalecer el desarrollo económico del sector, reflexionar sobre su impacto en su entorno así como proponer áreas de oportunidad para elevar la productividad y generar innovación en los procesos administrativos que manejan actualmente.

Uno de los retos más importantes que tiene las mipe en México es incorporar esquemas que les permitan ser sustentable sin que ello conlleve riesgos financieros. El enfoque que puede darse a éste elemento puede ser estratégico, ya que las mipe pueden tener un alto impacto económico en su localidad sin que ello represente un alto impacto ecológico y social.

Elementos analizados en la Acta

Teoría de sistemas en las empresas

La empresa como un sistema:

Es posible definir sistema como un conjunto de elementos interrelacionados con un objetivo en común. Esta definición abarca todo, desde el universo cósmico hasta una estrella de mar, un hombre, un automóvil, una silla, una computadora, el proceso administrativo, una empresa, etc.

¹ Según la clasificación publicada en el Diario Oficial de la Federación (Secretaría de Economía, 2009)

El empleo del término sistema en la empresa nos ayuda a conceptualizar la relación entre sus partes. Para ser más precisos, este concepto abarca el personal, los materiales, la maquinaria, el capital, los procesos, etc. Desde la posición de un sistema, todas las partes anteriormente mencionadas de una empresa están interrelacionadas para lograr utilidades o satisfactores de un servicio (objetivo del sistema)

Innovación

La innovación representa desarrollo y crecimiento en las organizaciones que la implementan como elemento constante en su proceder logrando mantener su fortaleza económica (Ahmed, Shepherd, Ramos & Ramos, 2012).

Definir qué es la innovación puede ser complejo si no se consideran los diferentes enfoques del término: innovación como creación, como cambio, como proceso, etcétera. Sin embargo, retomamos dos enfoques:

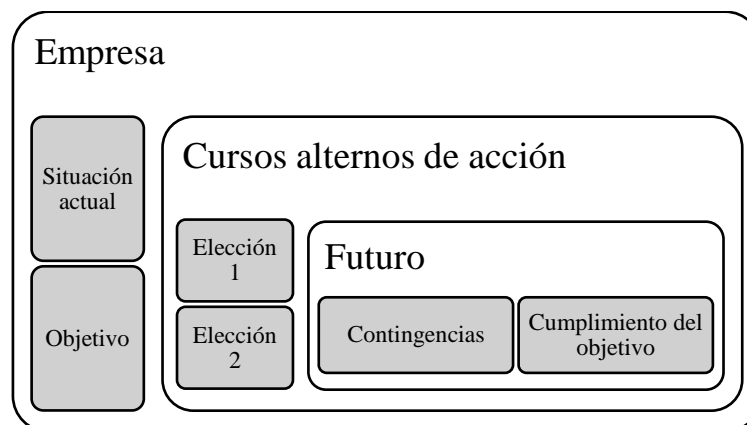
El primer enfoque que nos interesa retomar es la innovación que “promulga el cambio. Algunas innovaciones son ajustes mínimos, en tanto que otras son de naturaleza radical o discontinua” (Ahmed, Shepherd, Ramos & Ramos, 2012). En las mipes se deberán considerar los cambios como elementos innovadores para adaptarse a las condiciones económicas y de mercado tan variantes.

Por otra parte, se puede considerar “la innovación como un proceso o una estrategia. En esta perspectiva, la innovación no se trata de un solo acto, sino de una serie de actividades que realiza una organización para llegar a la obtención de un resultado” (Ahmed, Shepherd, Ramos & Ramos, 2012). A partir de las concepciones anteriores, consideraremos la innovación como los cambios, ajustes y/o el proceso necesario para la adaptación y la eficiencia de una mipe proporcionándole la fortaleza económica necesaria para mantenerse en el mercado.

Planeación

Podemos definir planeación como el conjunto de acciones que una organización realiza desde el establecimiento de objetivos y hasta el curso a seguir especificando qué y cómo se realizarán las actividades para el cumplimiento del objetivo, basándose en la investigación y una metodología detallada de los pasos a seguir (Münch, García, 2014).

Figura 1 Elementos de la planeación



Administración

Entenderemos como administración “El esfuerzo coordinado de un grupo social para obtener un fin con la mayor eficacia y el menor esfuerzo posibles” (Müch, García, 2014.Pág 28).

Análisis de mercado

El análisis de mercado se puede considerar la fuente primaria del quehacer de una empresa ya que gracias a la generación de los resultados que se desprenden del mismo se pueden determinar los siguientes aspectos:

La existencia real de clientes con pedido para los productos o servicios que se van a producir; la disposición de ellos a pagar el precio establecido; la determinación de la cantidad demandada para poder elaborar una proyección de ventas; la aceptación de las formas de pago; la validez de los mecanismos de mercadeo y la venta previstos; la identificación de los canales de distribución que se van a usar; la identificación de las ventajas y desventajas competitivas; etc. (Varela, R. 2008)

Se deben considerar además dentro del mismo análisis de mercado, el análisis del entorno socioeconómico y comercial donde se desarrolla la empresa.

Referencias

Ahmed, P., Shepherd, C., Ramos L., Ramos C. (2012). Administración de la Innovación. México: Pearson.

Kotler, P. (2006). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.

Münch, L., García, J. (2014). Fundamentos de administración. México: Trillas.

Posada, R., Aguilar , Ó., & Peña, N. (2016). Análisis Sistémico de la micro y pequeña empresa en México. México: Pearson.

Secretaría de Economía (2009). Acuerdo por el que se establece la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas. Diario Oficial de la Federación. 30 de junio.

Varela, R. (2008). Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas. Bogotá, Colombia: Pearson Prentice Hall.