



Nombre de alumno: Gencov Yae Montes Morales

**Nombre del profesor: Myreille Eréndira Rodríguez
Alfonzo**

Nombre del trabajo: Organizador Gráfico

**Materia: Desarrollo de pequeñas y medianas
empresas**

Grado: 9°

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 7 de mayo de 2020.

Definición

Hoy en día la importancia de las pymes es muy necesaria para apoyar la economía del país con la propuesta de crear condiciones y continuidad con lo establecido al crecimiento de los microempresarios.

Para México el contar con pymes es una gran oportunidad, porque eso indica que la población está buscando su propia forma de salir adelante y contribuir con un incremento de la economía mexicana.

Las pymes son pequeñas, medianas y micro empresas que proporcionan una gran parte de la economía del país gracias a las aportaciones de producción y distribución de bienes y servicios

Importancia

Las pymes en México tienen una particular importancia en la economía nacional no solo por su producción o distribución sino también por su flexibilidad de adaptarse a cualquier cambio tecnológico y por la generación de empleo que crea dentro del país. Hoy en día el gobierno federal reconoce la importancia de las pymes en México. Las pymes deben verse como lo que en realidad son la base de la economía mexicana.

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 16 hasta 250 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.
- Están en proceso de crecimiento, la pequeña tiende a ser mediana y aspira a ser grande.
- Obtienen algunas ventajas fiscales por parte del Estado que algunas veces las considera causantes menores dependiendo de sus ventas y utilidades.

Clasificación

Clasificación de las empresas en México				
Tamaño	Sector	Numero de trabajadores	Monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	11-30	\$4.01 - \$100	93
	Industria y servicios	11-50	\$4.01-\$100	95
Mediana	Comercio	31-100	\$100.01-\$250	235
	Servicios	51-100		
	Industria	51-250	\$100.01-\$250	250

Situación actual en México

La situación actual de las pymes es que de cada 100 empresas, 90 no llegan a los dos años siendo este un índice de mortalidad altísima debido a la alta tasa de rotación de sus empresas.

En este marco de globalización las pymes deben ser consideradas organizaciones pequeñas y con razones sociales, lo cual da como objetivo económico satisfacer el mercado con el fin de mantener la prosperidad la familia.

México está atravesando por un periodo de cambio y crecimiento económico muy importante, y las grandes empresas pasan a segundo plano como generadoras de riqueza de empleo. Las pymes se están volviendo los pilares financieros de México y lo podemos observar viendo que el 99% de los negocios son pymes, y cabe resaltar que la mayoría de estas pymes son de carácter familiar.

Ciclo de vida

- 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 gana 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.