

Análisis de la evolución de la competitividad del sector empresarial de Tabasco

C O L E C C I Ó N

JOAQUÍN DEMETRIO CASASÚS

Pensamiento económico y financiero

José Manuel Piña Gutiérrez
Rector

Análisis de la evolución de la competitividad del sector empresarial de Tabasco

Juan José Chablé Sangeado

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Nélida Áurea Ramírez Montalvo

Universidad Autónoma de Guadalajara

Elmer López Velázquez

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

Chablé Sangeado, Juan José

Análisis de la evolución de la competitividad del sector empresarial de Tabasco / Juan José Chablé Sangeado, Nélica Áurea Ramírez Montalvo, Elmer López Velázquez . -- 1ª. Ed. -- Villahermosa, Tab. : Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, 2014

304 p. : il. (Colección: Joaquín Demetrio Casasús. Pensamiento económico y financiero)

Incluye referencias bibliográficas p. 297-304

ISBN: 978-607-606-138-1

1. Rendimiento \ 2. Pequeñas y medianas empresas – administración \ 3. Mercadotecnia \ 4. Competencia económica I. TITULO II. AUTOR III. SERIE

L.C. HD31 C43 2014

Primera edición, 2014

D.R. © Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
Av. Universidad s/n. Zona de la Cultura
Colonia Magisterial, C.P. 86040
Villahermosa, Centro, Tabasco.

Derivado del proyecto de investigación: "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica" financiado por FOMIX-CONACYT-Gobierno del estado de Tabasco con Clave TAB-2009-C17-120751

El contenido de la presente obra es responsabilidad exclusiva de los autores. Queda prohibida su reproducción total sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito del titular, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor. Se autoriza su reproducción parcial siempre y cuando se cite la fuente.

ISBN: 978-607-606-138-1

Apoyo editorial:	Francisco Morales Hoil
Diseño y formación:	Ricardo Cámara Córdova
Corrección de estilo:	Blanca Quiariarte

Hecho en Villahermosa, Tabasco, México

Índice

Capítulo 1 Aspectos metodológicos

Introducción	13
Planteamiento del problema	14
Justificación de la investigación	15
Preguntas de la investigación	17
Objetivos de la investigación	18
Selección de las variables y diseño del cuestionario	19
Estructura de la muestra	21
Procedimiento para la contrastación de la hipótesis de trabajo	22
Análisis estadístico de los datos	27

Capítulo 2 Evolución de las características de las empresas

Antigüedad de las empresas	31
Régimen fiscal de las empresas	33
Forma jurídica de las MIPYMES	36
Edad y estudio del gerente	38
Tamaño de las empresas en función del empleo	44
Empleo temporal	48
Ventas y compras según mercados	50

Capítulo 3 Evolución de la estrategia y de los factores competitivos

La planeación estratégica	61
Realización de alianzas o acuerdos de cooperación	66

Comportamiento estratégico (tipos de estrategias)	73
Factores para el desarrollo y éxito de la empresa	79

Capítulo 4
Evolución de la estructura organizativa
y de los recursos humanos

Estructura organizativa	89
Flexibilidad organizacional	105
Procesos de recursos humanos	110
Acciones de capacitación de recursos humanos	121

Capítulo 5
Evolución de la tecnología,
calidad e innovación

Técnicas y procesos productivos	141
Gestión de calidad	144
Innovación en la empresa	147

Capítulo 6
Evolución de las tecnologías de
la información y comunicación

Implantación de las tecnologías de información y comunicación	153
Disponibilidad de correo electrónico	155
Disponibilidad de página web	157
Ventas electrónicas usando Internet	159
Compras electrónicas usando Internet	161
Utilización de banca electrónica	163
Mercadotecnia usando Internet	165
Disponibilidad de intranet corporativa	167
Grado de utilización de aplicaciones informáticas	169

Capítulo 7
Evolución de los aspectos
contables y financieros

Grado de utilización de las técnicas contables	179
Períodos de cobro y pago	184
Indicadores de rendimiento	187
Fuentes de financiamiento	196

Capítulo 8
Evolución de indicadores
de rendimiento

Características que influyen en la competitividad de las MIPYMES	218
Principales dificultades para el desarrollo de las MIPYMES	223
Propuestas de actuación para la mejora de la competitividad y éxito de las MIPYMES	230

Capítulo 9
Conclusiones

Características de las empresas	241
Estrategia y factores competitivos	244
Alianzas y acuerdos de cooperación	245
Comportamiento estratégico	246
Factores competitivos	248
Estructura organizativa y recursos humanos	248
Flexibilidad organizacional	249
Procesos de recursos humanos	250
Acciones de formación	250
Tecnología, calidad e innovación	251
Las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación)	252
Aspectos contables y financieros	253
Principales líneas a seguir para el desarrollo y consolidación de las MIPYMES en Tabasco	255
Características de las empresas	256
Estrategia y factores competitivos	257

Alianzas y acuerdos de cooperación	259
Aspectos organizativos, estructura de gestión, planificación; actitud y posicionamiento estratégico; comercialización	260
Estrategia para los recursos humanos	262
Adquisición de competencias: reclutamiento y selección	263
Estrategias de estímulo de competencia: compensación	264
Estrategias de desarrollo de competencia: capacitación	265
Tecnología, innovación, desarrollo tecnológico y calidad	266
Aspectos contables y financieros	268

Apéndice

Cuestionario	273
Índice de tablas y figuras	283
Bibliografía	297

Colaboradores:

Antonio Aragón Sánchez

Universidad de Murcia,
España

Domingo García Pérez de Lema

Universidad Politécnica de Cartagena,
España

Salvador Marín Hernández

Universidad de Murcia,
España

Ignacio Méndez Ramírez

Universidad Nacional Autónoma de México,
México

Deneb Elí Magaña Medina

Salvador Neme Calacich

Gina Laura Ma. De Lourdes Baena Paz

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco,
México

Asistentes de Investigación:

Christian Paola Gómez Reyes

Georgina Guadalupe León Hernández

Reyna Cecilia Martínez Hernández

Wendy Vanessa Oropeza Ruiz

María Victoria Sánchez Alipi

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco,
México

Capítulo 1

**Aspectos
metodológicos**

Introducción

En la actualidad se vive en un mundo lleno de competencias, en un mundo globalizado que exige empresas y empresarios fuertes y con visión emprendedora, que les permita sobrevivir y sostenerse ante las turbulencias empresariales que se les presenten.

Este trabajo es derivado de un proyecto de investigación titulado “Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica”, con Clave de Registro TAB-2009-C17-120751, financiado por el Fondo Mixto CONACYT-Gobierno del estado de Tabasco, cuyo objeto de estudio son las micro, pequeñas y medianas empresas del estado.

Se pretende ofrecer una visión integral de la empresa, desde el punto de vista del empresario, poniendo de manifiesto virtudes o desequilibrios que éste identifica, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan determinarse y adoptarse las medidas efectivas a fin de potenciar las fortalezas y ajustar los desequilibrios que pudieran existir, evitando en todo momento juzgar la situación de la micro, pequeña y mediana empresa en el estado de Tabasco.

En la actualidad, ser competitivos es vital para la supervivencia y evolución de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) al constituir una referencia de la capacidad de anticipación y respuesta a los retos del entorno (Camisón, 1997). Para mejorar la competitividad, las MIPYMES tienen la necesidad de adecuar tanto sus estrategias como su estructura organizativa y su forma de gestión al entorno dinámico de la economía actual; sin embargo, muchas empresas persisten en una actitud conservadora a la espera de observar la operatividad de determinadas estrategias para introducir cambios en sus estructuras.

La metodología utilizada en esta investigación consistió en un estudio empírico a partir de la información de 733 MIPYMES del estado de Tabasco. La técnica de captación de la información fue una encuesta personal, utilizando como soporte un cuestionario autoadministrado dirigido al gerente de la empresa. En la muestra utilizada no se incluyen empresas de menos de cuatro trabajadores, porque el diseño del cuestionario no se ajusta a negocios más pequeños.

Con base en las entrevistas hechas a los empresarios, se realizó el análisis de la competitividad y la evolución que tienen dichas empresas, el cual se ve reflejado en cada capítulo de la tesis. Durante el desarrollo

de las distintas fases de esta investigación, se ha respetado íntegramente la confidencialidad de los datos estadísticos de la información utilizada, no mencionando a ninguna empresa en particular.

Este estudio es situado en el contexto de la dimensión intra empresarial; es decir, de la perspectiva interna de la empresa y desde la óptica y percepción del empresario, aunque también se han hecho referencias, cuando se consideraron pertinentes, a las dimensiones sectorial y macroeconómica.

Planteamiento del problema

Las MIPYMES han sido en los últimos años el centro de atención de numerosos trabajos, debido fundamentalmente a su gran capacidad de generación de empleo; al igual que el papel primordial que juegan como generadoras de riqueza. Reconociendo su importancia por su:

- Fomento al crecimiento económico
- Empleo productivo
- Disminución de la pobreza

No obstante, las MIPYMES siguen necesitadas de fundamentos operativos que, de forma continua, pongan de manifiesto su problemática y sus estrategias con objeto de facilitar la toma de decisiones, tanto desde un punto de vista de política interna de la empresa para su gestión, como de política local o estatal, para determinar y fijar programas de actuación acertados y oportunos.

Las debilidades de carácter estructural que padecen las MIPYMES siguen afectando la supervivencia de éstas y mermando su competitividad; así la globalización de los mercados, la aceleración del cambio tecnológico y el desarrollo de nuevos sistemas de información y comunicación, unidas al escaso hábito de gestión del conocimiento y del capital humano, la dificultad para la captación de recursos externos, la menos calificación de empresarios y empleados, las dificultades de localización e infraestructura y, la complejidad para incorporar las innovaciones tecnológicas son, entre otros, aspectos que dificultan y limitan el desarrollo de las MIPYMES.

En Tabasco, el sector empresarial suma, según el censo económico de 2009, un total de 52 mil 861 negocios, en donde las microempresas (hasta nueve empleados) constituyen el 94.44%, le siguen en importancia las pequeñas empresas (de 10 a 49) con el 4.44% de la representación total, menos del 1% de medianas (de 50 a 250) y el resto de grandes empresas.

En esta investigación, se hace la comparación con el 2007 y para guardar la coherencia de comparabilidad se tomó como micro hasta nueve empleados, pequeña de 10 a 49 empleados y medianas de 50 en adelante.

Durante la primavera y el verano de 2007, se realizó el levantamiento de 629 encuestas a otras tantas MIPYMES en Tabasco, para diagnosticar su competitividad de acuerdo con el cuestionario y metodología desarrollados por un grupo de universidades españolas y probados y adaptados por varias universidades estatales nacionales que ya han implementado con éxito dicho análisis (Veracruz, Nayarit, Durango, Aguascalientes, entre otras).

Desafortunadamente la catastrófica inundación que sufrió el estado durante noviembre de 2007, damnificó a un gran número de empresas de Villahermosa y otras ciudades importantes del estado, alcanzando la cifra de casi 7 mil empresas que tuvieron prácticamente que reconstruirse, el resto también se vieron afectadas negativamente de una manera u otra. Por lo tanto las conclusiones, recomendaciones y hallazgos del estudio realizado con base en las encuestas levantadas se vieron cuestionadas en su vigencia; y es así, como surge la necesidad de actualizar la información, pero utilizando la base de datos del 2009, los mismos cuestionarios y la misma metodología que se usó anteriormente.

Justificación de la investigación

Surge la necesidad de darle continuidad al estudio de la competitividad del sector empresarial de Tabasco, para precisar con rigor metodológico cómo se vieron afectadas por la catástrofe del 2007 las variables más relevantes de dicha competitividad y establecer tendencias de su evolución y reconstrucción hasta la fecha actual.

La capacidad de absorción de mano de obra de las micro y pequeñas empresas, así como su bajo coeficiente de capital por empleo generado, en relación con las medianas y grandes empresas nos obligan

a darle una alta prioridad al estudio de este subsector empresarial de Tabasco, donde se ha calculado que alrededor de 20,000 jóvenes ingresan anualmente al grupo en edad de laborar; no obstante, las MIPYMES en Tabasco que constituyen el 98.8% de la planta productiva empresarial, adolecen, como pasa a nivel nacional, de una serie de limitaciones y problemas:

- Atraso tecnológico, teniendo maquinaria de segunda o tercera mano.
- Desventajas en el acceso a los mercados de insumos y productos finales.
- Bajo uso de técnicas modernas de administración: implementando ideas para diseñar su empresa de lo que ve y copiando muchas veces modelos obsoletos.
- Niveles deficientes de calidad.
- Dificultades en el acceso a crédito institucional y a la información económica relevante.

De tal análisis se pretende tener una idea más clara de la evolución de las empresas en Tabasco después de todas las dificultades que han enfrentado; así como, de la eficiencia de las medidas que se aplicaron para preservar las fuentes de empleo locales y de esta manera reconstruir el tejido económico gravemente dañado.

La otra modesta aportación de este trabajo es en el análisis comparativo de los cuadros de salida del estudio de 2007 con los del estudio de 2010, ya que se tuvo el cuidado de que se diseñaran con la misma estructura, partiendo del mismo cuestionario, de tal forma que se pueden comparar vis a vis y tener así dos puntos en el tiempo con lo que se puede inferir un bosquejo de evolución de las variables correspondientes.

El análisis comparativo de la situación actual de las variables que se consideran relevantes para la competitividad y que se consignan en el amplio cuestionario que se aplicó en 2007 en el proyecto base que antecede, permite establecer tendencias de mejora o deterioro para evaluar la efectividad de las políticas y programas de apoyo gubernamentales que se han aplicado a este subsector; así como, la capacidad de adaptación y modernización del propio sector empresarial ante una situación severa de crisis como la citada catástrofe.

Es apropiado ahondar en el análisis microeconómico de la competitividad de las MIPYMES de Tabasco ante la catástrofe, para evaluar las políticas y programas de apoyo a las empresas de una manera más precisa, evitando acciones generales (“escopetazos”) y tratar de coadyuvar más eficazmente en la solución de sus problemas de crecimiento y permanencia en el mercado, orientando de manera específica dichas acciones, rediseñándolas o diseñándolas, a la medida de los requerimientos de cada sector empresarial y de acuerdo con sus ventajas competitivas (o desventajas). Cabe aclarar que si bien las tablas de la primera investigación pasada, la cual se toma como punto de comparación, tienen como año de referencia 2007, algunas cifras de las mismas tablas se refieren a 2006.

Preguntas de la investigación

Preguntas generales:

1. ¿Cómo ha sido la evolución de la competitividad de las MIPYMES en el estado de Tabasco?
2. ¿Cuáles han sido las principales fortalezas competitivas de las MIPYMES; así como, las dificultades para su desarrollo?

Preguntas específicas:

- a. ¿Cómo ha sido la evolución de las estrategias y factores de la competitividad del sector empresarial de Tabasco, antes de la inundación 2007 y como está actualmente?
- b. ¿Cómo ha sido la estructura organizativa y de recursos humanos del sector empresarial de Tabasco?
- c. ¿Cómo están los indicadores de la tecnología, calidad e innovación en las empresas tabasqueñas?
- d. ¿Cuáles son los usos que se le están dando actualmente a las TIC?
- e. ¿Cuáles son los cambios que se están dando en los diferentes aspectos contables y financieros?
- f. ¿Cómo está en 2010 el nivel promedio de estudios formales de los Gerentes/Directores de las MIPYMES en Tabasco?

Objetivos de la investigación

Objetivo general:

Analizar la evolución de la competitividad de las MIPYMES en el estado de Tabasco, considerando sus estrategias y principales factores competitivos.

Objetivos específicos:

- Determinar las fortalezas competitivas de las MIPYMES y conocer las principales dificultades para su desarrollo.
- Analizar la evolución de las estrategias y factores de la competitividad del sector empresarial de Tabasco antes de la inundación 2007 y cómo está actualmente.
- Conocer la estructura organizativa y de recursos humanos del sector empresarial de Tabasco.
- Indagar cómo están los indicadores de tecnología, calidad e innovación en las empresas tabasqueñas.
- Conocer cuál es el uso que se le está dando actualmente a las TIC.
- Analizar los cambios que se están dando en los diferentes aspectos contables y financieros.
- Analizar cómo está en 2010 el nivel de estudios formales de los Gerentes/Directores de las MIPYMES en Tabasco.

En este apartado, se exponen las bases y la metodología del trabajo empírico realizado; una vez fijados los objetivos de la investigación, se expone la estructura de la muestra, se realizó el proceso de selección de las variables para obtener la información sobre los distintos aspectos de la dirección y gestión de la empresa, de su estructura organizativa, de sus factores competitivos y de su estrategia, explicando, por último, las técnicas estadísticas a utilizar en el proceso de análisis de la información disponible. En apartados posteriores se presentarán los resultados y las principales conclusiones del estudio.

Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y nos permite afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la pequeña y mediana empresa. Para obtener la información de las variables que se refieren a la caracterización de las empresas, a la dirección y gestión, a la estructura de la organización, a la gestión de recursos humanos, tecnología, calidad, innovación, se elaboró un cuestionario dirigido al director, dueño o gerente de la empresa.

Para la confección del cuestionario definitivo trabajaron coordinadamente el equipo de investigación de las Universidades Españolas-Cantabria, Politécnica de Cartagena y Murcia- y el equipo de investigación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco; dicha tarea coordinada ha resultado muy útil para la adaptación del cuestionario a la realidad del estado de Tabasco, para ello, una vez finalizado y antes de su aplicación, se realizaron reuniones con directores de empresas de la muestra para testar su operatividad.

De esta forma se ha pretendido que el cuestionario final sea preciso, cubra las necesidades de información y, al mismo tiempo, se minimicen los posibles problemas de interpretación y obtención de datos a la hora de lanzar definitivamente el cuestionario. La técnica de captación de información fue una encuesta personal, utilizando como soporte un cuestionario auto administrado dirigido al gerente o director de la empresa. En el Anexo se presenta el Cuestionario utilizado para la captación de información.

La segunda parte se centra en aspectos de dirección; así, se han introducido cuestiones relativas a las alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas, a la existencia o no de plan estratégico y a la estrategia. Ésta última se ha tratado de medir con la tipología de estrategias competitivas propuesta por Miles y Snow (1978), que utiliza como criterio para clasificar a las empresas la actitud hacia el grado de innovación (de producto, servicio o mercado) que presentan. Esta clasificación distingue cuatro tipos de empresas:

1. Las exploradoras, que son aquellas que realizan cambios y mejoras en los productos y mercados con relativa frecuencia, tratando de ser la primera en desarrollar nuevos productos, aún con el riesgo de que estas innovaciones no tengan éxito.

2. Las analizadoras, mantienen una base relativamente estable de productos y mercados, mientras que al mismo tiempo desarrolla de forma selectiva nuevos productos y mercados, tratando de imitar a las empresas que ya los desarrollaron y tuvieron éxito.
3. Las defensivas, que ofrecen un conjunto relativamente estable de productos para un mercado relativamente estable. No están interesadas en las modificaciones sino que se concentra en la mejora continua del trabajo dentro de su campo de actuación.
4. Sin estrategia definida, no cuentan con un área de producto-mercado duradera y estable, normalmente actúan forzadas por las presiones del entorno y de la competencia.

En la tercera parte se consideran aspectos relativos a la gestión de recursos humanos, a las actividades de capacitación y a su estructura organizativa. En la cuarta se pregunta a las empresas por la tecnología, la innovación, la calidad, el equipamiento de comunicaciones y de medios informáticos y aspectos contables y financieros.

En relación con la medición de la tecnología (que suele ser una de las bases fundamentales de la eficiencia y crecimiento de las empresas dado que reducir costes, diferenciarse y alcanzar el nivel de calidad que exige el mercado, son algunos de los principales objetivos que se esperan y que pueden alcanzarse a través de la tecnología) se distinguen las siguientes posiciones:

- Fuerte, la empresa realiza un desarrollo interno de la tecnología que utiliza con el fin de obtener mejores resultados que la competencia.
- Buena, la tecnología adquirida por la empresa o el uso que se hace de ella la posiciona por delante de la competencia.
- Sostenible, la tecnología que utilizan es la misma que se utiliza en la mayoría de las empresas del sector y sólo realizan nuevas inversiones cuando comprueban que la competencia obtiene buenos resultados.
- Débil, la empresa considera que sus principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna que la propia.

Luego se indaga sobre aspectos relevantes de contabilidad, rentabilidad y finanzas y finalmente, en el cuestionario se requiere la opinión del

director o gerente de la empresa sobre la posición del negocio respecto de la competencia, sobre la importancia de acciones específicas para el futuro y sobre la repercusión de determinados problemas en el desarrollo de su empresa.

Estructura de la muestra

La muestra fue diseñada considerando los objetivos generales que se pretenden alcanzar en la presente investigación; por ello, se ha tratado de obtener una muestra representativa de la estructura empresarial del estado de Tabasco para el conjunto de sectores o giros y tamaños de empresa que han sido seleccionados como consecuencia de tales objetivos.

Los sectores que conforman la población de empresas, en el ámbito privado y paraestatal, así como su correspondencia con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN – 2002) han sido los siguientes:

1. “Agroindustria”: subsectores 311 y 312.
2. “Industrias de transformación”: sectores 31 a 33, excepto 311 a 315.
3. “Industria textil y confección”: subsectores 313, 314 y 315.
4. “Industria de la construcción”: sector 23.
5. “Comercio”: sectores 43 y 46.
6. “Hostelería”: sector 72.
7. “Transporte y comunicaciones”: sectores 48 y 49.
8. “Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales”: sectores 51, 53, 54, 55, 56, 61, 62, 71 y 81.

El tamaño de la empresa se ha definido en función del número de empleados, generándose tres grupos: microempresas (de 4 a 9 trabajadores), empresas pequeñas (de 10 a 49 trabajadores) y empresas medianas (de 50 a 250 trabajadores).

Dado que el cuestionario incluye una tipología de preguntas muy variada, tanto cuantitativas como cualitativas, se ha determinado el tamaño muestral tomando como criterio de calidad, generalmente aceptado, el control sobre el error máximo a priori en la estimación de la proporción de respuesta a una pregunta dicotómica (frecuencia

relativa de respuesta para un ítem de una cuestión con dos posibles contestaciones). En concreto, se fijaron como objetivos iniciales que el error máximo de estimación fuera de 10%, con un nivel de confianza del 95% para el total de la muestra y los agregados por sectores (industria, construcción, servicios).

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado en poblaciones finitas. Para ello, fue necesario definir los criterios de estratificación en función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación están correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos fue moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podemos trabajar. En concreto la estratificación se ha realizado considerando los ocho sectores.

Procedimiento para la contrastación de la hipótesis de trabajo

- a. El enfoque que se utilizó en esta investigación es cuantitativo y cualitativo, pues se pretende comparar los factores que inciden en la competitividad de las MIPYMES del sector empresarial de estado de Tabasco en un momento histórico (2007) con el año 2010.

El tipo de investigación que se realizó es: aplicado, documental y de campo In situ, no experimental o ex-post-facto, descriptivo, correlacional y longitudinal.

- b. Establecimiento de hipótesis y especificación de variables de estudio.

Hipótesis general:

La competitividad en el año 2010 de las MIPYMES de los sectores en estudio de la economía del estado de Tabasco es semejante a la competitividad de los respectivos sectores en el año 2007.

Hipótesis secundarias (especificación de las variables de estudio):

1. El nivel de estudios del director o gerente de las MIPYMES en el estado de Tabasco es más bajo en el año 2010.
2. La planeación estratégica de las MIPYMES en el estado de Tabasco es más deficiente en el año 2010.
3. Los procesos de gestión de recursos humanos de las MIPYMES en el estado de Tabasco son más deficientes en el año 2010.
4. La posición tecnológica de las MIPYMES en el estado de Tabasco es más débil en el año 2010.
5. El uso de tecnología moderna de información y comunicación de las MIPYMES en el estado de Tabasco es más bajo en el año 2010.
6. La capacidad de gestión financiera de las MIPYMES en el estado de Tabasco es más débil en el año 2010.
7. La capacidad de innovación de las MIPYMES del estado de Tabasco es más deficiente en el año 2010.
8. Los estándares de calidad de las MIPYMES de la rama del estado de Tabasco son más bajos en el año 2010.

c. Las variables de estudio:

Variable dependiente: la competitividad, que se define como la capacidad de una empresa para, rivalizando con otras de su mismo giro, conseguir alcanzar una participación en el mercado tal que le permita obtener un desempeño superior al de sus competidores. Dicha aptitud de la empresa para obtener resultados superiores a la competencia, depende fundamentalmente de su habilidad para obtener y coordinar adecuadamente recursos tangibles, intangibles y humanos, tales como: la tecnología, el crédito, la capacidad gerencial y de dirección, la gestión de sus recursos humanos, las prácticas de mercadotecnia que aplica. (Aragón y Rubio, 2005).

Variables independientes: El nivel de estudios del director o gerente; la planeación estratégica; los procesos de gestión de recursos humanos; la posición tecnológica; el uso de tecnologías modernas de información y comunicación; la capacidad de gestión financiera; la capacidad de innovación; los estándares de calidad.

- d. Procedimiento de recolección de datos: En la obtención de los tamaños de las muestras de los estratos que soportan a esta investigación se ejecutó el procedimiento siguiente: se tomó una muestra representativa de la población de Micro, Pequeñas y Medianas empresas de cada una de las nueve ramas más importantes de los sectores secundarios y terciario de la economía tabasqueña, presentadas en ocho grupos a saber: 1) Agroindustria, 2) industria de la transformación, 3) textil y 4) construcción, 5) comercio formal, 6) hostelería (hoteles y restaurantes), 7) transportes y comunicaciones y 8) servicios personales, técnicos y profesionales.

Las empresas se clasificaron por tamaños según el número de empleados como se indicó anteriormente y como marco muestral, se usó el censo económico levantado por el INEGI con datos de 2004, del que se tomaron las 14,402 empresas de las ramas representativas de los sectores analizados, con más de cuatro empleados ubicadas a lo largo y ancho del estado de Tabasco; sin embargo, se actualizó con el directorio censal de 2009 cuando se tuvo disponible.

- e. El tamaño de la muestra se determinó para cada una de las ramas que corresponden: a 1) Agroindustria, 2) industria de la transformación, 3) textil y 4) construcción, 5) comercio formal, 6) hostelería (hoteles y restaurantes), 7) transportes y comunicaciones y 8) servicios personales, técnicos y profesionales; con un nivel de confianza del 95% y una máxima varianza de $p = 0.5$ para las preguntas de respuestas dicotómicas clave del cuestionario, de acuerdo con la fórmula siguiente:

$$n_1 = \frac{4pqN}{[e^2(N-1) + 4pq]}$$

En donde:

n_i = al tamaño de la muestra a estimar de cada rama; p y q son las proporciones de respuestas dicotómicas que para mejor representatividad se considera 0.5.

N = es la población del universo de cada rama de empresas censadas;

e = error de predicción adoptado para cada caso, fue el máximo aceptable del 10%; cálculo que arrojó un total de 733 encuestas a levantar (suma de las n_i) como se muestra a continuación:

a) Rama de agroindustrias:

N=173

Sustituyendo los datos en la fórmula anterior obtenemos $n = 64$

b) Rama Industria de transformación:

N=1053

Sustituyendo datos en la fórmula: $n = 91$

c) Rama industria textil y confección:

N=297

Sustituyendo datos en la fórmula: $n = 75$

d) Rama construcción:

N= 397

Sustituyendo datos en la fórmula: $n = 80$

e) Rama comercio formal:

N=4515

Sustituyendo en la fórmula: $n = 98$

f) Rama hotelería:

N=171

Sustituyendo en la fórmula: $n = 63$

g) Rama restaurantes:

N=515

Sustituyendo en la fórmula: $n = 84$

h) Rama transportes y comunicaciones:

N= 428

Sustituyendo en la fórmula: $n = 81$

i) Rama servicios personales, técnicos y profesionales:

N= 3824

Sustituyendo en la fórmula: $n = 97$

f. El diseño muestral se realizó con la finalidad de obtener una muestra representativa de micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores empresariales del estado de Tabasco bajo el siguiente procedimiento:

I. Se partió del directorio del Censo Económico del INEGI 2004,

integrado por una base de datos de empresas de los sectores secundario y terciario, dicha base contiene únicamente aquellas empresas que se dediquen a los giros seleccionados y tiene 4 ó más empleados fijos.

- II. Se realizó una prueba piloto para probar el cuestionario que se diseñó.
- III. Del marco muestral (directorio) se seleccionaron las $n = 733$ empresas que se entrevistaron (que son la suma de las n_i de cada rama de los sectores), selección que se hizo mediante un muestreo aleatorio sistemático para cada rama. Generándose también los grupos de micro, pequeñas y medianas empresas.
- IV. Se tomó el Directorio censal de 2004 y no el de 2009 por tres razones; la primera porque dada la alta mortandad de empresas en sus primeros 4 años, se prefirió seleccionar aquellas que ya hubieran pasado la prueba de ese umbral de antigüedad y así tener más consistencia estructural; la segunda para hacer más homogéneas cronológicamente las dos muestras comparadas: la del estudio del año 2007 y la de 2010 y la tercera razón es porque no estaban disponibles los datos del 2009 al iniciar el levantamiento de las encuestas de la investigación, actualizando en cuanto estuvieron disponibles, como se mencionó anteriormente.
- V. El tamaño mínimo de empresa que se consideró fue aquella de 4 empleados, dado que la teoría de la administración moderna no aplica cabalmente a los micronegocios de 3 o menos empleados y porque estos por lo general no están registrados ante la Secretaría de Hacienda, no pagan impuestos, ni dan seguridad social a sus trabajadores, por lo que se prefirió privilegiar con el estudio a las MIPYMES del sector formal de la economía tabasqueña. El ámbito de los micronegocios de 3 o menos empleados es otro gran tema por investigar.

g. Elección de técnicas y los instrumentos para recolectar los datos.

Como instrumento de captación de información se utilizó un cuestionario diseñado en cinco bloques de preguntas cada uno correspondiente a los diferentes ámbitos de operación de una empresa: en el primero se solicitan los datos relativos a la forma de propiedad, antigüedad, edad y

preparación del gerente o director, número de empleados, volumen de ventas, mercados de destino de sus productos y de origen de sus compras. El segundo bloque se refiere a los aspectos de dirección, administración y planeación y actitud ante la innovación; el siguiente grupo de preguntas versa sobre la gestión de recursos humanos, capacitación y estructura organizativa; el cuarto bloque pregunta por la tecnología, la innovación, la calidad y el equipamiento de informática; por último se indaga sobre los aspectos contables y la gestión financiera de la empresa (Tabla 1).

Tabla 1.
Distribución de la muestra de empresas

Muestra	Micro de 4 a 9	Pequeña de 10 a 49	Mediana de 50 a 250	Total
Agroindustria	52	10	2	64
Industria de la transformación	77	13	1	91
Industria textil y confección	70	5	0	75
Industria de la construcción	5	56	19	80
Comercio	72	23	3	98
Hostelería	116	27	4	63
Transporte y Comunicaciones	23	44	14	81
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	77	20	0	97
Total	492	198	43	733

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-1205751.2010.

Análisis estadístico de los datos

Los cuadros de salida, para el análisis estadístico de las variables y para el análisis comparativo, fueron diseñados bajo la óptica de tres factores: tamaño, antigüedad y sector económico, utilizándose tres tipos de estadísticos de prueba.

La Ji cuadrada de Pearson, con corrección por continuidad de Yates, empleada para evaluar el grado de interdependencia entre dos variables cuando analizamos diferencias porcentuales en tablas de contingencia por ejemplo: si realizan o no planeación estratégica como columnas, con el tamaño de la empresa, o con su antigüedad o con el sector de actividad como renglones. Donde los datos permitieron se utilizaron tablas de contingencia de 2 x 2, con lo que los resultados son más potentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la χ^2 de Pearson.

En los ítems donde se compararon dos promedios se aplicó la prueba de diferencia de medias, por ejemplo: cuando se contrastaron extensión geográfica del mercado, como renglón, con antigüedad de la empresa como columna vis a vis.

El análisis de varianza de un factor se aplicó cuando se contrastaron diferencias de tres o más promedios por ejemplo la importancia media de cada uno de los diferentes factores de éxito contra los tres tamaños de empresa.

Capítulo 2

***Evolución de las
características de
las empresas***

En este capítulo, se presenta un análisis de ciertas variables básicas de las empresas de Tabasco que permitió una mejor comprensión y caracterización del tejido empresarial del estado. En concreto, se revisaron aspectos tales como la antigüedad; el carácter de persona-física o persona moral de la gestión; los rasgos del gerente/ dueño o director, edad y formación; la evolución del empleo y su carácter fijo-temporal y la distribución de ventas y compras según ámbito geográfico de los mercados de destino y origen. Siempre que fue posible, se contrastó el comportamiento de dichas variables según el tamaño, la antigüedad y los principales sectores o giros de actividad de las MIPYME.

Antigüedad de las empresas

Los años de fundación de las empresas dan un parámetro de comparación entre las empresas jóvenes que tienen menos de 10 años de fundadas y las maduras que superan esa edad.

Tabla 2.
Antigüedad de las empresas (2010)

Años de su Fundación	%
Empresas jóvenes (10 o menos años funcionando)	42.8
Empresas maduras (más de 10 años funcionando)	57.2
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

De acuerdo con los datos de la Tabla 2, se observa que la mayoría de las MIPYMES son maduras y que las empresas jóvenes apenas rebasan el 40% en 2010.

Tabla 3.
Antigüedad de las empresas (2007)

Años de su Fundación	%
Empresas jóvenes (10 o menos años funcionando)	46.4
Empresas maduras (más de 10 años funcionando)	53.6
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009)

La comparación de la distribución por edades de las empresas entre los años 2010 y 2007 muestra que en 2010 el número de empresas con más de 10 años de funcionamiento se incrementó en 3.6 puntos porcentuales, resultado inverso en las empresas jóvenes, dándonos una idea de consolidación del tejido empresarial tabasqueño (Tabla 3).

Tabla 4.
Antigüedad de las empresas según tamaño y sector (2010)

Tamaño de la empresa	Jóvenes (≤10 años)	Maduras (>10 años)	Total
Microempresas (<10 empleados)	45.0***	55.0***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	41.9***	58.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	20.9***	79.1***	100
Sector			
Agroindustria	46.9**	53.1**	100
Industria de la transformación	38.5**	61.5**	100
Industria textil y confección	50.0**	50.0**	100
Industria de la construcción	42.5**	57.5**	100
Comercio	40.8**	59.2**	100
Hostelería	44.2**	55.8**	100
Transporte y Comunicaciones	24.7**	75.3**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	53.6**	46.4**	100
Promedio	42.8	57.2	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.
Significación de χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$

En la Tabla 4, que refiere al año 2010, se observa que en la medida que aumenta el tamaño de las empresas se aumenta su madurez; en análisis sectorial transportes y comunicaciones tiene el mayor porcentaje de empresas maduras, seguido por el sector de la industria de la transformación y en tercer lugar se encuentra el sector comercio.

Comparando las Tablas 4 y 5 en lo referente al tamaño de las empresas y su antigüedad se identifica que, entre los años 2010 y 2007, las microempresas con más de 10 años de funcionamiento se incrementaron en 5.5 puntos porcentuales, las medianas empresas muestran 5.3 puntos porcentuales de crecimiento en su madurez respecto a ese periodo y las pequeñas empresas muestran una consolidación de antigüedad en el mercado de apenas 0.7 puntos porcentuales.

Tabla 5.
Antigüedad de la empresa según tamaño (2007)

Tamaño de la empresa	Jóvenes (≤10 años)	Maduras (>10 años)	Total
Microempresas (<10 empleados)	50.5***	49.5***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	42.5***	57.4***	100
Medianas (≥50 empleados)	26.2***	73.8***	100
Antigüedad de la empresa según sector (%)			
Agroindustria	38.8***	61.2***	100
Industria de la transformación	28.6***	71.4***	100
Industria textil y confección	64.0***	36.0***	100
Industria de la construcción	50.0**	50.0***	100
Comercio	55.6***	44.4***	100
Hostelería	39.0***	61.0***	100
Transporte y Comunicaciones	21.1***	78.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	43.2***	56.8***	100
Total	46.4	53.6	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009)
Significación de χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$

Respecto al análisis comparativo por sectores en ambos periodos se tiene que el sector de comercio tuvo mayor aumento de empresas maduras con un incremento porcentual de 14.8 puntos, seguido por la industria textil y de confección que creció 14 puntos porcentuales con empresas de más de 10 años de funcionamiento y el tercer sitio lo tiene la industria de la construcción con 7.5 porcentuales de incremento de empresas maduras respecto al 2007. El resto de los sectores muestran un descenso en el número de empresas maduras que los integran, encabezados por el sector servicios.

Régimen fiscal de las empresas

Los resultados de la Tabla 6, indican que en Tabasco la mayoría de las MIPYMES están constituidas como persona física, dado que ellas representan el 71.9% del total.

Tabla 6.

Empresa persona física (2010)

Empresa	(%)
Es una empresa persona física	71.9
No es una empresa persona física	28.1
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751. 2010.

Tabla 7.

Empresa persona física (2007)

Empresa	(%)
Es una empresa persona física	70.9
No es una empresa persona física	29.1
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

El porcentaje de empresas conformadas como personas físicas en 2010 (Tabla 6), se incrementó en un punto porcentual comparativamente con el año 2007 (Tabla 7); sucedió lo contrario con las empresas que no son personas físicas dado que ese punto porcentual es la disminución respecto al 2007.

Tabla 8.

Régimen según el tamaño, antigüedad y sector de la MIPYME (%) (2010)

Tamaño de la empresa	Persona Moral	Persona Física (Familiar)	Total
Microempresas (<10 empleados)	11.6***	88.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	58.1***	41.9***	100
Medianas (≥50 empleados)	79.1***	20.9***	100
Antigüedad			
Jóvenes (≤10 Años)	24.6*	75.4*	100
Maduras (>10 Años)	30.8*	69.2*	100
Sector			
Agroindustria	10.9***	89.1***	100
Industria de la transformación	11.0***	89.0***	100
Industria textil y confección	2.7***	97.3***	100
Industria de la construcción	68.8***	31.3***	100
Comercio	32.7***	67.3***	100
Hostelería	10.2***	89.8***	100
Transporte y Comunicaciones	79.0***	21.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	21.6***	78.4***	100
Promedio	28.1	71.9	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010. Significación de χ^2 : (*) : p<0.1; (**) : p<0.05; (***) : p<0.01

Tabla 9.

Régimen según el tamaño, antigüedad y sector de la MIPYME (%) (2007)

Tamaño de la empresa (2007)	Persona Moral	Persona Física (Familiar)	Total
Microempresas (<10 empleados)	24.1***	75.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	35.5***	64.5***	100
Medianas (≥50 empleados)	45.2***	54.8***	100
Régimen de la propiedad de la empresa según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 Años)	30.5	69.5	100
Maduras (>10 Años)	27.9	72.1	100
Agroindustria	14.3***	85.7***	100
Régimen de la propiedad de la empresa según sector (%)			
Industria de la transformación	14.3***	85.7***	100
Industria textil y confección	20.0***	80.0***	100
Industria de la construcción	43.8***	56.2***	100
Comercio	34.2***	65.8***	100
Hostelería	33.3***	66.7***	100
Transporte y Comunicaciones	47.4***	52.6***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	21.9***	78.1***	100
Total	29.1	70.9	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de α : (*) $p < 0.1$; (**) $p < 0.05$; (***) $p < 0.01$

Comparando los años 2010 (Tabla 8) y 2007 (Tabla 9) respecto al tamaño de la empresa y su conformación legal como persona física o moral se tiene que: las microempresas conformadas como personas morales han disminuido en 12.5 puntos porcentuales; incrementándose en esa misma cantidad las empresas clasificadas como personas físicas; las pequeñas empresas incrementaron en 22.6 puntos porcentuales su conformación como personas morales y las medianas empresas incrementaron su consolidación como personas morales en 33.9 puntos porcentuales. Significa que las empresas pequeñas y medianas presentan una tendencia a consolidarse como personas morales y en cambio las microempresas parecen evolucionar hacia la tipología de persona física.

El análisis de las empresas por su antigüedad muestra que: en 2010 la conformación de empresas jóvenes como personas morales disminuyó en 5.9 puntos porcentuales respecto al 2007; en cambio las empresas maduras incrementaron su registro como personas morales en 2.9 puntos porcentuales durante el 2010.

El año 2010 comparado con el año 2007, en la conformación de empresas como personas morales por sector, resultó con las disminuciones siguientes: Hostelería en primer lugar con 23.1 puntos porcentuales,

industria textil y confección en 17.3 puntos porcentuales, agroindustria con 3.4 puntos porcentuales, industria de la transformación con 3.3 puntos porcentuales, comercio en 1.5 puntos porcentuales y servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales decreció en 0.3 puntos porcentuales. Los sectores que reportan crecimiento en su conformación como personas morales son transportes y comunicaciones con 31.6 puntos porcentuales y la industria de la construcción con 25 puntos porcentuales.

Forma jurídica de las MIPYMES

Para finalizar el presente apartado de rasgos generales de la empresa, puede haber interés por la forma jurídica elegida para constituir la empresa (Tabla 10).

Tabla 10.
Forma jurídica de la empresa (2010)

Integración de la empresa mercantil	(%)
Sí está integrada en una sociedad mercantil	28.1
No está integrada en una sociedad mercantil	71.9
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Tabla 11.
Forma jurídica de la empresa (2007)

Integración de la empresa mercantil	(%)
Sí está integrada en una sociedad mercantil	29.3
No está integrada en una sociedad mercantil	70.7
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

El análisis comparativo de los años 2010 y 2007 (Tablas 10 y 11) indica que disminuyó la integración de las empresas como sociedad mercantil en 1.2 puntos porcentuales respecto al 2007.

Tabla 12.

Empresa integrada en una sociedad mercantil según tamaño (2010)

Tamaño de la empresa	No integrada	Si integrada	Total
Microempresas (<10 empleados)	88.4***	11.6***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	41.9***	58.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	20.9***	79.1***	100
Antigüedad			
Jóvenes (≤10 Años)	75.4*	24.6*	100
Maduras (>10 Años)	69.2*	30.8*	100
Sector			
Agroindustria	89.1***	10.9***	100
Industria de la transformación	89.0***	11.0***	100
Industria textil y confección	97.3***	2.7***	100
Industria de la construcción	31.3***	68.8***	100
Comercio	67.3***	32.7***	100
Hostelería	89.8***	10.2***	100
Transporte y Comunicaciones	21.0***	79.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	78.4***	21.6***	100
Promedio	71.9	28.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de n°: (*) p<0.1; (**) p<0.05; (***) p<0.01

El análisis de la variación de las empresas conformadas como sociedades mercantiles por tamaño, antigüedad y sector entre los años 2010 (Tabla 12) y 2007 (Tabla 13) muestra que:

- Las microempresas disminuyeron como sociedades mercantiles en 4 puntos porcentuales, en las pequeñas empresas incrementó en 11 puntos porcentuales ese mismo tipo de sociedad y las medianas empresas incrementaron en 2.9 puntos porcentuales su integración como sociedad mercantil.
- Las empresas jóvenes decrecieron como sociedades mercantiles en 5.5 puntos porcentuales y las empresas de más de 10 años de operación se incrementaron en ese tipo de sociedad en 2.3 puntos porcentuales.
- El sector que reportó un mayor crecimiento como sociedad mercantil corresponde a comunicaciones y transportes en 47.4 puntos porcentuales y el segundo lugar es para la industria de la construcción con apenas 0.1 de punto porcentual. Los sectores que disminuyeron en su integración como sociedades mercantiles están encabezados por el sector agroindustria con 17.7 puntos porcentuales, industria textil y confección 13.3

puntos porcentuales, industria de la transformación con 6.9 puntos porcentuales, servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 5.8 puntos porcentuales, comercio con 3.3 puntos porcentuales y hostelería con 1.2 puntos porcentuales.

Tabla 13.

Empresa integrada en una sociedad mercantil según tamaño (2007)

Tamaño de la empresa	No integrada	Si integrada	Total
Microempresas (<10 empleados)	84.4***	15.6***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	53.8***	46.2***	100
Medianas (≥50 empleados)	23.8***	76.2***	100
Empresa integrada en una sociedad mercantil según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 Años)	69.9	30.1	100
Maduras (>10 Años)	71.5	28.5	100
Empresa integrada en una sociedad mercantil según sector (%)			
Agroindustria	71.4***	28.6***	100
Industria de la transformación	82.1***	17.9***	100
Industria textil y confección	84.0***	16.0***	100
Industria de la construcción	31.3***	68.7***	100
Comercio	64.0***	36.0***	100
Hostelería	88.6***	11.4***	100
Transporte y Comunicaciones	68.4***	31.6***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	72.6***	27.4***	100
Total	70.7	29.3	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$

Edad y estudios del gerente

En consonancia con la evolución demográfica del tejido empresarial, en el que recordemos un 42.6% de empresas eran jóvenes, se observa (Tabla 14) que la gerencia es ocupada mayoritariamente por personas jóvenes o de mediana edad en 2010.

Tabla 14.

Distribución de las empresas por edad del gerente (2010)

Edad del Gerente	(%)
Jóvenes (≤40 Años)	34.1
Mediana edad (>40 y ≤55 Años)	42.6
Maduros (>55)	23.3
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Tabla 15.
Distribución de las empresas por edad del gerente (2007)

Edad del Gerente	(%)
Jóvenes (≤ 40 Años)	43
Mediana edad (>40 y ≤ 55 Años)	37.5
Maduros (>55)	19.5
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

De acuerdo con los resultados obtenidos, los gerentes con edades menores o iguales a los 40 años disminuyeron en 8.9 puntos porcentuales en el lapso del análisis, los gerentes que tienen entre 41 y 55 años se incrementaron en 5.1 puntos porcentuales respecto a 2007 y los gerentes maduros (mayores de 55 años) se incrementaron en 3.8 puntos porcentuales en 2010.

Tabla 16.
Distribución de las empresas por edad del gerente según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	Jóvenes (≤ 40 Años)	Mediana edad (>40 y ≤ 55 Años)	Maduros (≥ 55 Años)	Total
Microempresas (<10 empleados)	36.4	41.5	22.2	100
Pequeñas (≥ 10 y <50 empleados)	29.3	44.9	25.8	100
Medianas (≥ 50 empleados)	30.2	44.2	25.6	100
Antigüedad				
Jóvenes (≤ 10 Años)	45.7***	42.8***	11.5***	100
Maduras (>10 Años)	25.5***	42.2***	32.2***	100
Sector				
Agroindustria	37.5***	43.8***	18.8***	100
Industria de la transformación	36.3***	45.1***	18.7***	100
Industria textil y confección	24.0***	53.3***	22.7***	100
Industria de la construcción	18.8***	48.8***	32.5***	100
Comercio	42.9***	39.8***	17.3***	100
Hostelería	33.3***	39.5***	27.2***	100
Transporte y Comunicaciones	27.2***	42.0***	30.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	48.5***	34.0***	17.5***	100
Promedio	34.1	42.6	23.3	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de n° : (*) p<0.1; (**) p<0.05; (***) p<0.01

Tabla 17.

Edad del gerente según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	Jóvenes (≤40 Años)	Mediana edad (>40 y ≤55 Años)	Maduros (≥55 Años)	Total
Microempresas (<10 empleados)	45.8*	35.9*	18.3*	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	41.6*	39.1*	19.3*	100
Medianas (≥50 empleados)	23.8*	45.2*	31.0*	100
Edad del Gerente según antigüedad (%)				
Jóvenes (≤10 Años)	57.7***	36.8***	5.5***	100
Maduras (>10 Años)	30.2***	38.2***	31.6***	100
Edad del Gerente según antigüedad (%)				
Agroindustria	28.6	51.0	20.4	100
Industria de la transformación	39.3	25.0	35.7	100
Industria textil y confección	48.0	32.0	20.0	100
Industria de la construcción	40.6	40.6	18.8	100
Comercio	48.0	34.5	17.5	100
Hostelería	36.5	39.5	24.0	100
Transporte y Comunicaciones	26.3	47.4	26.3	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	47.3	37.7	15.0	100
Total	43.0	37.5	19.5	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de χ^2 : (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***) : $p < 0.01$

El análisis de la variación de las edades de los gerentes por tamaño, antigüedad y sector entre los años 2010 y 2007 (Tablas 16 y 17) muestra que:

- a. En 2010 las microempresas tuvieron un incremento de 5.6 puntos porcentuales de los gerentes con edades entre los 41 y 55 años, creciendo también en 3.9 puntos porcentuales los gerentes con más de 55 años, los gerentes jóvenes disminuyeron en 9.4 puntos porcentuales. Las pequeñas empresas incrementaron el porcentaje de personas maduras en un 6.5 Las medianas empresas incrementaron en el 2010 en 6.4 puntos porcentuales participación de jóvenes en posiciones gerenciales, reflejándose en la disminución de 5.4 puntos porcentuales de gerentes maduros y de 1 punto porcentual para gerentes de mediana edad.
- b. Las empresas jóvenes en 2010 están dirigidas en su mayoría por gente de edad menor a 40 años en un 45.7%, disminuyendo en 12 puntos porcentuales los gerentes jóvenes respecto al 2007. Las empresas con más de 10 años en el mercado están siendo

dirigidas en su mayoría (42.2%) por personas de mediana edad y ello repercute en un aumento de participación de gerentes de mediana edad en 4 puntos porcentuales.

- c. Los resultados del análisis por sector indican que la agroindustria en el año 2010, muestra que está siendo dirigida por jóvenes en 8.9 puntos porcentuales más que en 2007, afectando principalmente con una disminución de 7.25 puntos porcentuales de gerentes de edad mediana y de 1.6 puntos porcentuales de gerentes de edad madura.

La gerencia en edad mediana de la industria de la transformación se incrementó en 20.1 puntos porcentuales de los casos, disminuyendo en 17 puntos porcentuales de gerentes en edad madura y 3.1 puntos porcentuales las MIPYMES con los gerentes jóvenes.

El subsector de la industria textil y confección incrementó su gerencia de edad mediana en 21.3 puntos porcentuales de las empresas, los gerentes en edad madura en 2.7 puntos porcentuales de los casos, siendo la disminución de la gerencia de jóvenes en 24 puntos porcentuales de las empresas de este sector.

La industria de la construcción incrementó su participación de gerentes en edad madura en 13.7 puntos porcentuales de las empresas y con gerentes en mediana edad en 8.2 puntos porcentuales, reflejándose la disminución de casi 21.8 puntos porcentuales de gerentes jóvenes en ese sector.

El comercio incrementó su participación de gerentes de edad mediana en 5.3 puntos porcentuales de las MIPYMES, disminuyendo en 5.1 puntos porcentuales sus gerentes jóvenes y en 0.2 puntos porcentuales sus gerentes maduros.

Hostelería muestra un incremento de sus gerentes maduros en 3.2 puntos porcentuales, mismo porcentaje que disminuye la gerencia joven y sin cambios en la gerencia de edad mediana.

El subsector de transportes y comunicaciones muestra un crecimiento de gerentes de edad madura por 4.6 puntos porcentuales, así como 0.9 puntos porcentuales de crecimiento en sus dirigentes jóvenes, disminuyendo entonces las gerencias de mediana edad por el 5.4 puntos porcentuales.

Los servicios a empresas, personales, técnicos y administrativos tuvieron un incremento de 2.5 puntos porcentuales en sus gerentes de

edad madura, de 1.2 puntos porcentuales de empresas con gerentes jóvenes y disminuyendo los gerentes de edad mediana en 3.7 puntos porcentuales de las MIPYMES estudiadas.

Tabla 18.
Distribución de las empresas por estudios del gerente (2010)

Estudios del Gerente	(%)
Estudios Básicos	27.0
Bachillerato	23.5
Técnico Superior Universitario	9.0
Licenciatura	40.5
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Tabla 19.
Distribución de las empresas por estudios del gerente (2007)

Estudios del Gerente	(%)
Estudios Básicos	19.9
Bachillerato	24
Técnico Superior Universitario	10
Licenciatura	46.1
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Los gerentes con estudios básicos se incrementaron en 7.1 puntos porcentuales del año 2007 al 2010 (Tablas 18 y 19), mientras que los gerentes con nivel licenciatura decrecieron en 5.6 puntos porcentuales, los gerentes con formación de técnicos universitarios disminuyeron en 1 punto porcentual y quienes dirigen a las MIPYMES con estudios de bachillerato disminuyeron en 0.5 puntos porcentuales respecto al 2007. En las Tablas 20 y 21 se presentan los resultados de la distribución de las MIPYMES por estudios del gerente según tamaño, antigüedad y sector.

Tabla 20.

Distribución de las empresas por estudios del gerente según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No universitarios	Universitarios	Total
Microempresas (<10 empleados)	55.3***	44.7***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	38.4***	61.6***	100
Medianas (≥50 empleados)	51.2***	48.8***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 Años)	49.5	50.5	100
Maduras (>10 Años)	51.1	48.9	100
Sector			
Agroindustria	67.2***	32.8***	100
Industria de la transformación	49.5***	50.5***	100
Industria textil y confección	64.0***	36.0***	100
Industria de la construcción	37.5***	62.5***	100
Comercio	48.0***	52.0***	100
Hostelería	56.5***	43.5***	100
Transporte y Comunicaciones	46.9***	53.1***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	37.1***	62.9***	100
Promedio	50.5	49.5	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de n°: (*) p<0.1; (**) p<0.05; (***) p<0.01

Tabla 21.

Estudios del gerente según tamaño (%) (2007)

	No universitarios	Universitarios	Total
Microempresas (<10 empleados)	52.6***	47.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	29.4***	70.6***	100
Medianas (≥50 empleados)	31.0***	69.0***	100
Estudios del gerente según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 Años)	44.9	55.1	100
Maduras (>10 Años)	43.0	57.0	100
Estudios del gerente según sector (%)			
Agroindustria	59.2***	40.8***	100
Industria de la transformación	57.1***	42.9***	100
Industria textil y confección	60.0***	40.0***	100
Industria de la construcción	15.6***	84.4***	100
Comercio	44.9***	55.1***	100
Hostelería	51.4***	48.6***	100
Transporte y Comunicaciones	42.1***	57.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	32.9***	67.1***	100
Total	43.9	56.1	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de n°: (*) p<0.1; (**) p<0.05; (***) p<0.01

El análisis de la distribución de las empresas por estudios del gerente según tamaño, antigüedad y sector entre los años 2010 y 2007 muestran que:

- a. En las microempresas disminuyeron en el 2010 los gerentes universitarios en 2.7 puntos porcentuales. En las pequeñas empresas disminuyeron en 9 puntos porcentuales, mientras que en las medianas empresas el impacto negativo fue de 20.2 puntos porcentuales.
- b. Las empresas maduras reportan que en 2010 el número de sus gerentes universitarios disminuyó en 8.1 puntos porcentuales, mientras que en las empresas jóvenes esta reducción fue de 4.6 puntos porcentuales.
- c. Los resultados por sector indican que la agroindustria en el año 2010, tuvo una disminución de 8 puntos porcentuales en el número de gerentes de universitarios. El subsector de la industria de la transformación es el único que muestra un incremento de gerentes con formación universitaria de 7.6 puntos porcentuales. El subsector de la industria textil y confección disminuyó en 4 puntos porcentuales sus gerentes con formación universitaria. La industria de la construcción disminuyó drásticamente su participación de gerentes con educación universitaria en 21.9 puntos porcentuales. El comercio también disminuyó su participación de gerentes universitarios en 3.1 puntos porcentuales. Hostelería muestra disminución de 5.1 puntos porcentuales en sus gerentes con educación universitaria. El subsector de transportes y comunicaciones muestra disminución de gerentes universitarios en 4.8 puntos porcentuales mientras que en los servicios a empresas, personales, técnicos y administrativos tuvieron un decremento de 4.2 puntos porcentuales en sus gerentes universitarios.

Tamaño de las empresas en función del empleo

A partir de la información oficial contenida en el censo económico 2009 que elabora el INEGI, se puede conocer que el conjunto de las actividades del sector privado y paraestatal de Tabasco se compuso, a finales de 2008, de un total de 52,663 unidades económicas que generaron un empleo total de 266,557 personas ocupadas. Del total de unidades económicas, el 99.9% eran micro, pequeñas o medianas empresas que aglutinaban el 83.4% de los ocupados (Tabla 22).

Tabla 22.

Unidades económicas y ocupados totales (2010)

Tabasco	Unidades económicas	%	Personal ocupado	%	Tamaño medio
Microempresas < 10 empleados	49677	94.3	122299	45.9	2.5
Pequeñas > 10 y < 50 empleados	2398	4.6	48499	18.2	20.2
Mediana >50 y < 250 empleados	511	1.0	51410	19.3	100.6
Grandes >251	77	0.1	44349	16.6	576.0
Total	52663	100	266557	100	5.1
Nacional	Unidades económicas	%	Personal ocupado	%	Tamaño medio
Microempresas < 10 empleados	3,536,178	95.0	8,414,444	41.8	2.4
Pequeñas > 10 y < 50 empleados	149,968	4.0	3,078,665	15.3	20.5
Mediana >50 y ≤ 250 empleados	30,697	0.8	3,199,650	15.9	104.2
Grandes >251	7,176	0.2	5,424,075	27.0	755.9
Total	3,724,019	100	20,116,834	100.0	5.4

Nota: Tabla elaborada con base del censo económico del INEGI, 2009. Disponible en: <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/censos/ce2009/privado-paraestatal.asp>

Tabla 23.

Unidades económicas y ocupados totales (2007)

Tabasco	Unidades económicas	(%)	Personal ocupado	(%)	Tamaño medio
Microempresas (≤5 empleados)	39,653	89.92	74,550	35.21	1.9
Microempresas (>5 y ≤10 empleados)	2,166	4.9	15,960	7.54	7.4
Pequeñas (>10 y ≤50 empleados)	1,966	4.44	42,592	20.12	21.7
Medianas (>50 empleados≤250)	386	0.17	39,027	18.43	527.4
Grandes (>250 empleados)	74	100	211,734	100	4.8
País	Unidades económicas	(%)	Personal ocupado	(%)	Tamaño medio
Microempresas (≤5 empleados)	2,699,400	89.83	5,089,925	31.34	1.9
Microempresas (>5 y ≤10 empleados)	153,891	5.12	1,135,040	6.99	7.4
Pequeñas (>10 y ≤50 empleados)	118,085	3.93	2,478,964	15.26	21
Medianas (>50 empleados≤250)	27,073	0.9	2,828,306	17.42	104.5
Grandes (>250 empleados)	6,708	0.22	4,707,301	28.99	701.7
Total	3,005,157	100	16,239,536	100	5.4

Fuente: Censos Económicos del INEGI, 2004

En la comparación de las unidades económicas y ocupados totales entre los años 2010 y 2007, se tiene que en 2010 las MIPYMES en Tabasco representan 99.9% de las empresas, empleando a 222,208 personas que significan el 83.4% de personas ocupadas. Para Tabasco los datos de las unidades económicas y de las personas ocupadas, comparando los años 2010 y 2007, arrojan la existencia de 7,858 nuevas microempresas, representando una disminución de 0.52 puntos porcentuales sobre el número de nuevas empresas identificadas en el año 2007 y teniendo 31,789 personas ocupadas.

Las pequeñas empresas en Tabasco se incrementaron en 432 unidades respecto al año 2007, significando un incremento de 0.2 puntos porcentuales en el 2010, ocupando a 5,907 personas lo que significa una disminución de 1.92 puntos porcentuales de personas ocupadas respecto al 2007; sin embargo, las pequeñas empresas a nivel nacional incrementaron su número en 31,883 unidades, lo que representa 0.07 puntos porcentuales de crecimiento, empleando a 599,701 personas, siendo 0.04 puntos porcentuales de incremento.

Las medianas empresas en Tabasco se incrementaron en el 2010 en 125 unidades representando 0.8 puntos porcentuales respecto al 2007, con 12,383 personas ocupadas, que significan 0.87 puntos porcentuales de incremento. El crecimiento del número de medianas empresas a nivel nacional fue de 3,624 unidades, lo cual mostró un decremento de 0.10 puntos porcentuales respecto al periodo de 2007, generando 371,344 personas ocupadas que representan una disminución de 1.52 puntos porcentuales respecto al periodo de comparación.

A continuación, se presentan los resultados de la investigación respecto al número medio de empleados desde la perspectiva del tamaño de la empresa, su antigüedad y el sector al que pertenece.

Tabla 24.

Número medio de empleados según tamaño, antigüedad y sector (2010)

Tamaño de la empresa	2007	2009	Tasa var. Anual
Microempresas (<10 empleados)	5.33	4.98	-2.25***
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	18.82	18.75	-0.124***
Medianas (≥50 empleados)	123.47	110.65	-3.65***
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes(≤10 Años)	12.86	11.31	-4.26
Maduras(>10 Años)	18.42	17.61	-1.49
Sector			
Agroindustria	8.61	9.66	2.5***
Industria de la transformación	7.10	7.10	0***
Industria textil y confección	5.39	4.61	-5.2***
Industria de la construcción	51.75	47.01	-3.19***
Comercio	9.59	9.78	0.653***
Hostelería	11.05	10.11	-2.96***
Transporte y Comunicaciones	31.58	28.88	-2.97***
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	8.32	7.90	-1.7***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01.

Tabla 25.

Número medio de empleados según tamaño, antigüedad y sector (2007)

Tamaño de la empresa	2004	2006	Tasa var. Anual
Microempresas (<10 empleados)	5.3	5.2	-0.4%
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	19.7	19.8	0.3%
Medianas (≥50 empleados)	120.5	140.1	7.8%***
Número medio de empleados según antigüedad			
Jóvenes (≤10 Años)	14.4	15.1	2.3%
Maduras (>10 Años)	20.1	22	4.6%***
Número medio de empleados según sector			
Agroindustria	35	36.6	2.2%*
Industria de la transformación	13.5	15.2	6.2%*
Industria textil y confección	8.4	7.9	-3.1%
Industria de la construcción	64.2	73.1	6.7%
Comercio	12.5	13.2	2.7%
Hostelería	10	10.3	1.4%
Transporte y Comunicaciones	34.6	39.4	6.8%
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	14.5	15.6	3.8%**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p<0,1; (**) p<0,05; (***) p<0,01.

Los resultados comparados de los años 2009 y 2006 del número medio de empleados según tamaño, antigüedad y sector indican que:

- Tanto las micro como las pequeñas y medianas empresas en 2009 disminuyeron el número medio de empleados respecto al año 2007, las empresas medianas tuvieron la más alta tasa de variación anual decreciente por 3.65 puntos porcentuales, seguidas por las microempresas con una variación de 2.25 y las pequeñas empresas tuvieron la menor variación decreciente en 0.124%.
- La tasa de variación anual por antigüedad en 2010 (Tabla 32) resultó decreciente tanto para las empresas jóvenes y maduras, las primeras con un resultado negativo del 4.26% mientras que las empresas maduras con el 1.49 menos respecto año de comparación.
- Los resultados comparados por sector indican que en 2009 sólo dos sectores tuvieron una tasa de variación creciente son agroindustria con el 2.5% y comercio con un ligero 0.653%, mientras que la industria de la transformación tuvo la tasa de variación negativa más alta con el 5.2%, seguido por la industria de la construcción con un valor negativo de variación del 3.19%, transportes y telecomunicaciones con el 2.97 seguido por el

sector de hostelería con un 2.96% y con una menor tasa de variación negativa se presenta el sector de servicios a empresas, profesionales, técnicos y profesionales con un 1.7%. Sólo el sector de la industria de la transformación permanece sin variación.

Empleo temporal

La Tabla 26 del año 2010 y la 27 de 2007 presentan los resultados del estudio comparando en varios periodos anuales respecto al porcentaje de empleados temporales que se ocuparon en los distintos sectores.

Tabla 26.

Distribución de empresas según porcentaje de empleados temporales (2010)

Empleados temporales	2007	2008	2009	Promedio
Ninguno (0%)	53.48*	55.46*	55.62*	54.85
>0% y ≤25%	22.01*	20.61*	20.96*	21.19
>25% y ≤50%	14.76*	14.66*	14.38*	14.60
Más de 50%	9.75*	9.27*	9.04**	9.35
Total	100	100	100	100
% Medio de contrataciones de empleados temporales	11.5	11.7	11.1	

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010. (a) 2008 vs 2009. (b) 2007 vs 2009.

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01.

Tabla 27.

Distribución de empresas según porcentaje de empleados temporales (2007)

	2004	2005	2006	Total
Ninguno (0%)	58.4	58.3	58.8	58.5
>0% y ≤25%	13.7	13.4	12.9	13.3
>25% y ≤50%	17	17.5	18.3	13.3
más de 50%	10.8	10.8	10	10.6
Total	100	100	100	100
% Medio de contrataciones de empleados temporales	17	17.1	16.6	

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009). ¹ (a) 2005 vs 2006. (b) 2004 vs 2006.

Significación de la χ^2 : (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01.

La comparación de los años 2009 y 2006 sobre la distribución de empresas según su porcentaje de empleados temporales indica que el número de las empresas que tienen hasta un 25% de empleados temporales se incrementó en 8.06 puntos porcentuales respecto al año 2006. Las empresas que tienen una mezcla de hasta el 50% de empleados temporales se disminuyó en 3.92 puntos porcentuales, mientras que las empresas con más de un 50% de

empleados temporales decrecieron en 0.96 puntos porcentuales respecto al 2006. Las empresas que indicaron no contar con trabajadores temporales en el 2006 disminuyeron en 3.18 puntos porcentuales en el 2009.

Tabla 28.

Porcentaje medio de empleados temporales según tamaño, antigüedad y sector (2010)

Tamaño de la empresa	2007	2009
Microempresas (<10 empleados)	16.02	14.63
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	26.84	26.70
Medianas (≥50 empleados)	45.98	47.37
Antigüedad de la empresa		
Jóvenes (≤10 Años)	39.84	35.10
Maduras (>10 Años)	29.91	32.00
Sector		
Agroindustria	9.07	9.71
Industria de la transformación	13.31	13.00
Industria textil y confección	23.28	21.33
Industria de la construcción	73.02	72.67
Comercio	13.09	14.09
Hostelería	8.85	8.21
Transporte y Comunicaciones	9.27	12.74
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	12.03	12.92
Promedio	20.24	20.58

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01.

Tabla 29.

Porcentaje medio de empleados temporales según tamaño (2007)

	2004	2006
Microempresas (<10 empleados)	11.8	10.9
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	23.8	23.9
Medianas (≥50 empleados)	34.1	35.7
Porcentaje medio de empleados temporales según antigüedad		
Jóvenes (≤10 Años)	17.8	17.3
Maduras (>10 Años)	16.4	16.1
Porcentaje medio de empleados temporales según sector		
Agroindustria	17.3	15.5
Industria de la transformación	13.3	12.1
Industria textil y confección	22.4	19
Industria de la construcción	60.4	60.4
Comercio	14.7	14.2
Hostelería	8.1	8.3
Transporte y Comunicaciones	22.3	20.6
Servicios a empresas, personales, técnicos y Profesionales.	16.6	17

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01.

De acuerdo con los resultados comparativos de los años 2009 y 2007 de la tabla 28 del estudio: en el análisis por tamaño de empresas, las medianas son las que tuvieron un incremento en la contratación de empleados temporales en 1.39 puntos porcentuales, mientras que las empresas micro y pequeñas decrecieron en la contratación de empleados temporales en 1.39 puntos porcentuales y 0.14 puntos porcentuales respectivamente.

Desde la perspectiva de la antigüedad de la empresa, las empresas maduras incrementaron su contratación de trabajadores temporales en 2.09 puntos porcentuales, mientras que las empresas jóvenes disminuyeron su contratación en 4.74 puntos porcentuales respecto al periodo de 2007.

En un análisis de los sectores, en 2010 el sector de comunicaciones y transportes incrementó su contratación de empleados temporales en 3.47 puntos porcentuales, seguido del sector comercio con 1 punto porcentual, del sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 0.89 puntos porcentuales y del sector agroindustria con 0.64 puntos porcentuales. Los sectores textil y de confección se contrajeron en 1.95 puntos porcentuales, hostelería en 0.64 puntos porcentuales, industria de la construcción en 0.35 puntos porcentuales e industria de la transformación en 0.31 puntos porcentuales.

Ventas y compras según mercados

Las ventas de las MIPYMES del estado de Tabasco durante el año 2010 muestran una alta concentración hacia el mercado doméstico, puesto que el 94.1% de las ventas de productos o servicios se realiza a nivel local y estatal; sin embargo, por el lado de los aprovisionamientos el mercado interno sólo abastece un 80.2% de las compras. Tan sólo un 5.4% de las empresas realiza alguna operación a nivel nacional, dando un resultado deficitario de 13.1 puntos porcentuales puesto que se adquieren más productos a nivel nacional que los vendidos a ese mismo mercado.

Tabla 30.*Ventas y compras por mercado (2010)*

Ventas por mercado		%
Ventas Mercado Local		76.8
Ventas Mercado Estatal		17.3
Ventas Mercado Nacional		5.4
Ventas Mercado Internacional		0.7
Total		100
Compras por mercado		%
Compras Mercado Local		51.3
Compras Mercado Estatal		28.9
Compras Mercado Nacional		18.5
Compras Mercado Internacional		1.3
Total		100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Este desequilibrio es síntoma de un desbalance comercial, de una fuerte dependencia del exterior y de una orientación productiva poco diversificada.

Así mismo, en los resultados de la Tabla 30 se destaca la escasa importancia del mercado internacional, tanto en la vertiente de compras (1.3%) como de ventas (0.7%).

Tabla 31.*Ventas y compras por mercado (%) (2007)*

Ventas por mercado		%
Ventas Mercado Local		67.9
Ventas Mercado Estatal		20.3
Ventas Mercado Nacional		10.8
Ventas Mercado Internacional		1
Total		100
Compras por mercado		%
Compras Mercado Local		40.3
Compras Mercado Estatal		25.2
Compras Mercado Nacional		31.6
Compras Mercado Internacional		2.9
Total		100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

El análisis comparativo del comportamiento de las MIPYMES en su orientación de ventas y compras hacia los mercados local, estatal, nacional e internacional (Tablas 30 y 31) muestra que para el año 2010 sólo se han incrementado las ventas en el mercado local en 8.9 puntos porcentuales,

mientras que las ventas en el mercado nacional han decrecido 5.4 puntos porcentuales y en el mercado estatal en 3 puntos porcentuales respecto al año 2007, las ventas en mercados internacionales han caído en 0.3 puntos porcentuales.

La dinámica de los procesos de adquisiciones de las MIPYMES del estado de Tabasco muestran que para 2010 las compras en el mercado local se incrementaron en 11 puntos porcentuales respecto al año 2007, mientras que en el mercado estatal se incrementó 3.7 puntos porcentuales y la adquisición de insumos nacionales decayó 13.1 puntos porcentuales y también las compras internacionales bajaron en 1.6 puntos porcentuales en el año 2010 respecto al año de comparación 2007.

La Tabla 32, recoge la orientación de las ventas y compras según el tamaño de la empresa. Puede observarse que existe una correlación positiva entre mayor tamaño y mayor presencia en los mercados externos al estado, sobre todo en lo relativo a las ventas.

Tabla 32.

Ventas y compras por mercados según tamaño de la empresa (%) (2010)

Ventas por mercado	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Ventas Mercado Local	83.9***	65.9***	46.2***
Ventas Mercado Estatal	11.8***	25.9***	40.0***
Ventas Mercado Nacional	4.2***	6.9***	12.7***
Ventas Mercado Internacional	0.5	1.3	1.2
Compras por mercado	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Compras Mercado Local	55.4***	45.0***	32.5***
Compras Mercado Estatal	26.5**	35.2**	27.5**
Compras Mercado Nacional	16.9***	18.4***	38.2***
Compras Mercado Internacional	1.2	1.4	1.8

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Diferencias estadísticamente significativas:(*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01.

El mercado más diversificado y menos desequilibrado corresponde a las empresas medianas (el 86.2% de las ventas y el 60% de las compras en el mercado interno) y el más concentrado, sobre el ámbito local, a las microempresas (el 95.7% de la ventas y el 81.9% de las compras en el mercado interno).

Tabla 33.

Porcentaje de ventas y compras por mercados según tamaño de las empresas (2007)

Ventas por mercado	Microempresas	Pequeñas	Medianas
% Ventas Mercado Local	74.5***	60.2***	42.8***
% Ventas Mercado Estatal	15.2***	27.8***	32.1***
% Ventas Mercado Nacional	9.4**	10.8**	23.6**
% Ventas Mercado Internacional	0.9	1.1	1.5
Compras por mercado	Microempresas	Pequeñas	Medianas
% Compras Mercado Local	42.7	36.4	36.2
% Compras Mercado Estatal	25.4	24.7	26.2
% Compras Mercado Nacional	29.5	35.4	33.6
% Compras Mercado Internacional	2.5	3.5	4.1

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

La comparación del comportamiento de la dinámica del intercambio comercial de las micro, pequeñas y medianas empresas entre los años 2010 y 2007 muestra que las microempresas incrementaron sus ventas localmente en 9.4 puntos porcentuales, las pequeñas empresas en 5.7 puntos porcentuales y las medianas empresas en 3.4 puntos porcentuales. Por el contrario solo las empresas medianas muestran un crecimiento de sus ventas en el mercado estatal durante el 2010, y las micro y pequeñas empresas una caída de 3.4 puntos porcentuales y 1.9 puntos porcentuales respectivamente en ese mismo periodo de comparación.

Las MIPYMES en general muestran datos negativos de su posición de ventas en los mercados nacionales en la comparación de los años 2010 y 2007 dado que las empresas medianas perdieron 10.9 puntos porcentuales de sus ventas en el mercado nacional, las microempresas indican haber perdido 5.2 puntos porcentuales de su participación en ese mercado y las pequeñas empresas reportan datos negativos con valor de 3.9 puntos porcentuales.

Las adquisiciones de las MIPYMES en los distintos mercados, comparando los años 2010 y 2007, reportan que las microempresas incrementaron sus compras locales en 12.7 puntos porcentuales y las pequeñas empresas las incrementaron en 8.6 puntos porcentuales, mientras que las empresas medianas dejaron de adquirir localmente en un equivalente a 3.7 puntos porcentuales del año 2007. Las MIPYMES reportaron incremento en sus adquisiciones estatales, siendo las pequeñas empresas las que muestran mayores puntos porcentuales con 10.5 puntos porcentuales, mientras que las micro y medianas empresas indican 1.1 y 1.3 puntos porcentuales respectivamente. En las compras

a nivel nacional sólo las medianas empresas incrementaron este rubro en 4.6 puntos porcentuales, mientras que las pequeñas y microempresas resultaron con valores negativos de 17 y 12.6 puntos porcentuales respectivamente. Las compras internacionales en el año 2010 han caído en 2.3 puntos porcentuales en las empresas medianas, en 2.1 puntos porcentuales en las empresas pequeñas y en 1.3 en las microempresas respecto al año 2007.

Tabla 34.

Ventas y compras por mercados según antigüedad de la empresa (%) (2010)

Ventas por mercado	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 Años)
Ventas Mercado Local	79.1	75.1
Ventas Mercado Estatal	15.5	18.6
Ventas Mercado Nacional	4.7	5.9
Ventas Mercado Internacional	0.7	0.8
Compras por mercado	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 Años)
Compras Mercado Local	51.3	51.2
Compras Mercado Estatal	28.9	28.9
Compras Mercado Nacional	18.5	18.6
Compras Mercado Internacional	1.3	1.3

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

Puede observarse que existe una gran similitud en los resultados obtenidos, en cuanto a que la edad de la empresa no representa un factor relevante para diferenciar las proporciones de compras y ventas en los diferentes mercados, de manera que no podemos apreciar diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los casos. De esta forma, no hay una evidencia sobre un cambio de orientación comercial e, implícitamente, de diversificación productiva que afecte a las empresas de más reciente creación que pudiera sugerir una modificación de las cuotas de mercado en los próximos años (Tabla 34).

Tabla 35.

Porcentaje de ventas y compras por mercados según antigüedad de la empresa (2007)

Ventas por mercado	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 Años)
% Ventas Mercado Local	69.9	66.2
% Ventas Mercado Estatal	21.2	19.5
% Ventas Mercado Nacional	7.7***	13.5***
% Ventas Mercado Internacional	1.2	0.8
Compras por mercado	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 Años)
% Compras Mercado Local	37.3	42.8
% Compras Mercado Estatal	26.6	24.1
% Compras Mercado Nacional	33.0	30.4
% Compras Mercado Internacional	3.1	2.7

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

Al comparar los resultados de la investigación de los datos de 2010 (Tabla 34) con los resultados de 2007 (Tabla 35) se identifica que las empresas con menos de 10 años de operación han crecido en 9.2 puntos porcentuales en ventas locales y las empresas con más de 10 años de participación en el mercado han crecido en 8.9 puntos porcentuales de sus ventas locales. Por el contrario, las ventas estatales han disminuido de manera importante entre las jóvenes empresas en 5.7 puntos porcentuales y las empresas maduras perdieron 0.9 puntos porcentuales de sus ventas a nivel estatal. Las ventas a nivel nacional también decrecieron de manera importante dado que las empresas maduras perdieron ventas equivalentes a 7.6 puntos porcentuales y las empresas jóvenes lo hicieron por 3 puntos porcentuales. Las ventas internacionales de las empresas jóvenes decayeron en 0.5 punto porcentual, mientras que las empresas maduras no muestran cambio respecto al año 2007.

El rubro de las compras en las empresas jóvenes y maduras, en los años 2010 y 2007, confirma que el ámbito doméstico es importante dado que las adquisiciones locales han aumentado en 14 y 8.4 puntos porcentuales para las empresas jóvenes y maduras respectivamente. También las compras a nivel estatal han mostrado un incremento, aunque menor, en 4.8 puntos porcentuales para las empresas maduras y en 2.3 puntos porcentuales para las empresas jóvenes. Las compras nacionales de las MIPYMES han bajado en 14.5 puntos porcentuales para las jóvenes y en 11.8 puntos porcentuales para las maduras. Las compras internacionales también han decrecido en 1.8 puntos porcentuales para las empresas con hasta 10 años de operación y en 1.4 puntos porcentuales para las empresas con más de 10 años de operación.

Finalmente, el análisis a partir de la clasificación de las distintas actividades pone de manifiesto importantes diferencias estadísticamente significativas entre los diversos giros, confirmando que es el tipo de actividad el principal determinante de la mayor o menor presencia en los mercados exteriores (Tabla 36).

Tabla 36.

Ventas y compras por mercados según sector de actividad de la empresa (%) (2010)

Ventas por mercado	1	2	3	4	5	6	7	8
% Ventas Mercado Local	85.3***	87.3***	87.5***	55.6***	80.1***	71.4***	64.1***	86.2***
% Ventas Mercado Estatal	11.8***	11.2***	10.7***	37.9***	17.6***	14.1***	26.3***	11.6***
% Ventas Mercado Nacional	2.7***	1.5***	1.7***	6.5***	3.9***	12.3***	7.6***	1.9***
% Ventas Mercado Internacional	0.2***	0.0***	0.1***	0.1***	0.2***	2.0***	2.0***	0.3***
Compras por mercado	1	2	3	4	5	6	7	8
% Compras Mercado Local	62.0***	53.7***	55.3***	45.6***	14.3***	74.9***	46.1***	49.3***
% Compras Mercado Estatal	30.6*	33.9*	25.5*	36.4*	33.1*	21.5*	28.9*	26.5*
% Compras Mercado Nacional	7.3***	12.2***	18.4***	17.4***	48.9***	3.5***	23.9***	20.8***
% Compras Mercado Internacional	0.0***	0.2***	0.8***	0.7***	3.7***	0.0***	1.1***	3.4***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p0,01.

La Tabla 36 muestra que las ventas del año 2010 de los distintos sectores se concentran en el mercado local, en primer lugar está la industria textil y de confección con el 87.5%, seguido por la industria de la transformación con un porcentaje del 87.3% y por el sector de servicios con un 86.2%. El primer lugar en las ventas en el mercado estatal se muestra en el sector de la construcción con un porcentaje de 37.9%, seguido por un 26.3% con el sector de transportes y comunicación y el tercer sitio lo ocupa el sector comercio con el 17.6%. Las ventas nacionales tienen porcentajes menores al 13%, el 12.3% de las ventas nacionales corresponden al sector de la hostelería, el sector comunicaciones y transportes reporta que el 7.6% de sus ventas son nacionales y el tercer lugar lo ostenta la industria de la construcción con un 6.5%.

Las empresas de los distintos sectores se abastecen principalmente del mercado local, excepto el sector comercio que muestra que sus compras se hacen en el mercado nacional en un 48.9%. El sector de hostelería es quien adquiere productos locales con un 74.9%, seguido por la agroindustria con un 62% y en tercer sitio está el sector textil y de

confección con un 55.3%. Las compras estatales son encabezadas por el sector de la construcción con el 36.4%, en segundo lugar por el sector de la transformación con el 33.9% de sus adquisiciones a nivel estatal y en el tercer sitio el sector comercio con el 33.1%.

Tabla 37.

Porcentaje de ventas y compras por mercados según sector de actividad de la empresa (2007)

% Ventas	1	2	3	4	5	6	7	8
% Ventas Mercado Local	57.0***	81.4***	73.1***	35.0***	75.5***	58.4***	57.1***	71.8***
% Ventas Mercado Estatal	30.0***	15.9***	14.8***	52.5***	17.3***	14.9***	19.3***	20.3***
% Ventas Mercado Nacional	12.5***	2.7***	12.0***	12.5***	5.6***	24.7***	23.6***	7.7***
% Ventas Mercado Internacional	0.4	0	0.1	0	1.6	2	0	0.1
% Compras	1	2	3	4	5	6	7	8
% Compras Mercado Local	37.3***	33.6***	42.0***	42.0***	15.9***	78.1***	65.5***	48.6***
% Compras Mercado Estatal	30.4***	37.0***	11.2***	37.0***	23.7***	16.1***	27.1***	29.8***
% Compras Mercado Nacional	31.1***	29.5***	41.6***	17.3***	54.6***	5.6***	6.8***	20.3***
% Compras Mercado Internacional	1.1	0	5.2	3.8	5.8	0.2	0.5	1.3

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p0,01.

Los resultados de la comparación de los años 2010 y 2007 respecto a las ventas y compras por sector muestran que agroindustria incrementó su porcentaje en 28.3 puntos porcentuales de ventas locales respecto al año 2007, seguido por la industria de la construcción con 20.6 puntos porcentuales de incremento, en tercer sitio están los sectores textil y de confección y de servicios con 14.4 puntos porcentuales de incremento en sus ventas dentro del mercado local. Los resultados para las ventas en el mercado estatal no son halagüeños en la mayoría de los sectores dado que sólo el sector de comunicaciones y transportes muestra un crecimiento de 7 puntos porcentuales respecto al 2007 y el sector comercio en 0.3 puntos porcentuales, en el mercado estatal pierden posición los sectores agroindustria con 18.2 puntos porcentuales, industria de la construcción con 14.6 puntos porcentuales de pérdida de participación en el mercado estatal y el sector de servicios con 8.7 puntos porcentuales de pérdida en el mercado estatal respecto al año 2007. A nivel nacional los resultados de las ventas empeoran dado que todos muestran recesión, el sector que encabeza esta pérdida es transportes con 16 puntos porcentuales, hostelería con 12.4 puntos porcentuales e industria textil y de la confección con 10.3 puntos porcentuales. Las ventas a nivel internacional muestran

un incremento de 2 puntos porcentuales sólo en el sector de transportes y comunicaciones, el resto muestra resultados en décimas de crecimiento como servicios con 0.2 puntos porcentuales y construcción con 0.1 puntos porcentuales, comercio decreció sus ventas internacionales con 1.4 puntos porcentuales y agroindustria con 0.2 puntos porcentuales, el resto no muestra diferencias respecto al periodo de comparación.

Las compras a nivel local crecieron en el sector agroindustria con 24.7 puntos porcentuales, industria de la transformación con 20.1 puntos porcentuales, la industria textil y de confección con 13.3 puntos porcentuales. Las compras a nivel estatal están encabezadas por el sector textil y de confección con 14.3 puntos porcentuales, seguido por comercio con el 9.4 puntos porcentuales y hostelería por 5.4 puntos porcentuales de sus compras. Las compras a nivel nacional muestran signos negativos de crecimiento excepto por los sectores de transportes y comunicaciones con 17.1 puntos porcentuales, servicios con 0.5 puntos porcentuales y construcción con 0.1 puntos porcentuales. A nivel internacional las compras indican que el sector servicios tiene un crecimiento de sus adquisiciones internacionales por 2.1 puntos porcentuales, seguido por comunicaciones y transportes con 0.6 puntos porcentuales y por la industria de la transformación con 0.2 puntos porcentuales, el resto de los sectores reportan disminución en su adquisición internacional.

Capítulo 3

***Evolución de la
estrategia y de los
factores competitivos***

El aumento de las presiones competitivas globales, la rápida proliferación de las nuevas tecnologías, la mayor complejidad de los mercados y la necesidad de una mayor productividad y calidad han hecho surgir, como respuesta, un “pensamiento estratégico” en las empresas (Mintzberg, Quinn y Voyer, 1997). Esto ha supuesto dar un enfoque sistemático y de largo plazo a la gestión empresarial, en el que se analiza el entorno, se evalúan fortalezas y debilidades al tiempo que se identifican las oportunidades capaces de proporcionar una ventaja competitiva y las amenazas a la estabilidad de la empresa.

Es por ello, que resulta de interés analizar si en las MIPYMES del estado de Tabasco se ha adoptado esta perspectiva estratégica y, en su caso, qué características tiene dicho enfoque. Para ello, se han considerado cuatro aspectos básicos que nos pueden ayudar a determinar las peculiaridades estratégicas de dichas empresas: (1) la planeación estratégica en sí, (2) las alianzas y acuerdos de cooperación, (3) el comportamiento estratégico y (4) los factores competitivos. Dichos aspectos se analizan en los siguientes apartados.

La planeación estratégica

El proceso de planeación estratégica implica la realización de una serie de actividades formalizadas por parte de las empresas encaminadas a identificar objetivos y metas, analizar el ambiente externo y los recursos internos para así conseguir identificar oportunidades y amenazas del entorno y determinar fortalezas y debilidades de la organización. Este proceso permitirá a la empresa formular estrategias adecuadas a sus objetivos, teniendo en cuenta la situación interna y externa.

Se preguntó a los empresarios de MIPYMES del estado de Tabasco si realizaban dicho proceso formal de planeación estratégica y, en caso afirmativo, si éste se efectuaba según un horizonte de corto o de largo plazo.

Tabla 38.*Planeación estratégica formal y su horizonte temporal (2010)*

Planeación estratégica		%
No realiza		65.2
Sí realiza		34.8
	Total	100
Horizonte de planeación		%
Realiza a 1 año		88.3
Realiza a más de 1 año		11.7
	Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

En la Tabla 38, se aprecia que el 34.8% de las empresas realizan planeación estratégica y el 30.72% del total planea con un horizonte temporal de 1 año; sólo el 4.07% realiza planeación estratégica a más de 1 año.

Tabla 39.*Planeación estratégica formal y su horizonte temporal (%) (2007)*

Planeación estratégica		%
No realiza		58.2
Sí realiza		41.8
	Total	100
Horizonte de planeación		%
Realiza a 1 año		93.5
Realiza a más de 1 año		6.5
	Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Al comparar los resultados de los años 2010 y 2007 sobre el porcentaje de empresas que realizan planeación estratégica se ha identificado una disminución de siete puntos porcentuales, sin embargo el porcentaje de MIPYMES que sí realizan planeación estratégica a más de un año se han incrementado en cinco puntos porcentuales comparativamente con el año 2007.

En los resultados del estudio más reciente se identifica que a mayor tamaño y antigüedad de las empresas hay un mayor porcentaje de empresas que realizan planeación estratégica.

Tabla 40.

Planeación estratégica formal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	76.2***	23.8***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	44.9***	55.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	32.6***	67.4***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	66.6	33.4	100
Maduras (>10 años)	64.2	35.8	100
Sector			
Agroindustria	79.7***	20.3***	100
Industria de la transformación	80.2***	19.8***	100
Industria textil y confección	81.3***	18.7***	100
Industria de la construcción	25.0***	75.0***	100
Comercio	55.1***	44.9***	100
Hostelería	78.2***	21.8***	100
Transporte y Comunicaciones	53.1***	46.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	62.9***	37.1***	100
Promedio	65.2	34.8	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Tabla 41.

Planeación estratégica formal según tamaño (%) (2007)

	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	70.0***	30.0***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	40.6***	59.4***	100
Medianas (≥50 empleados)	31.0***	69.0***	100
Planeación estratégica formal según antigüedad (%)			
Jóvenes(≤10 años)	54.5**	45.5**	100
Maduras(>10 años)	61.4**	38.6**	100
Planeación estratégica formal según sector (%)			
Agroindustria	53.1**	46.9**	100
Industria de la transformación	64.3**	35.7**	100
Industria textil y confección	72.0**	28.0**	100
Industria de la construcción	40.6**	59.4**	100
Comercio	52.9**	47.1**	100
Hostelería	63.8**	36.2**	100
Transporte y Comunicaciones	78.9**	21.1**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	61.6**	38.4**	100
Total	58.2	41.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

En la comparación entre los años 2010 y 2007 sobre la práctica de planear estratégicamente el futuro de las empresas se ha identificado que las microempresas que no realizan planeación se han incrementado en 6.2 puntos porcentuales. Las pequeñas empresas que no realizan esta práctica se han incrementado en 4.30 puntos porcentuales y las medianas empresas en 1.6 puntos porcentuales. Desde el punto de vista del sector, el de comunicaciones y transportes mostró 25.8 puntos porcentuales de incremento y la industria de la construcción mostró un crecimiento de 15.6 puntos porcentuales en la ejecución de planeación estratégica. El resto de los sectores muestran una disminución en este sentido.

Tabla 42.

Plazo de planeación estratégica formal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	1 Año	Más de 1 año	Total
Microempresas (<10 empleados)	87.5	12.5	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	87.6	12.4	100
Medianas (≥50 empleados)	93.5	6.5	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	84.7	15.3	100
Maduras (>10 años)	90.9	9.1	100
Sector			
Agroindustria	84.6	15.4	100
Industria de la transformación	83.3	16.7	100
Industria textil y confección	85.7	14.3	100
Industria de la construcción	91.8	8.2	100
Comercio	87.8	12.2	100
Hostelería	86.7	13.3	100
Transporte y Comunicaciones	92.3	7.7	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	87.2	12.8	100
Promedio	88.3	11.7	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Respecto al plazo de la planeación estratégica, la mayoría de las MIPYMES tienen un horizonte de planeación de hasta un año, independientemente de su tamaño, antigüedad o sector.

Tabla 43.

Plazo de planeación estratégica formal según tamaño (%) (2007)

	1 Año	Más de 1 Año	Total
Microempresas (<10 empleados)	96.6	3.4	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	90.7	9.3	100
Medianas (≥50 empleados)	92.9	7.1	100
Plazo de planeación estratégica formal según antigüedad (%)			
Jóvenes ≤10	94.0	6.0	100
Maduras >10	93.1	6.9	100
Plazo de planeación estratégica formal según sector (%)			
Agroindustria	95.7	4.3	100
Industria de la transformación	100.00	0.0	100
Industria textil y confección	85.7	14.3	100
Industria de la construcción	94.7	5.3	100
Comercio	95.3	4.7	100
Hostelería	92.1	7.9	100
Transporte y Comunicaciones	75.0	25.0	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	91.1	8.9	100
Total	93.5	6.5	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados comparativos entre los años 2010 y 2007 indican que el porcentaje de las micro empresas que planean a más de un año se incrementó 9.1 puntos porcentuales y las pequeñas en 3.1 puntos porcentuales, mientras que en las medianas empresas la planeación de hasta un año se incrementó en 0.6 puntos porcentuales. Las jóvenes empresas representan un incremento de 9.3 puntos porcentuales en su planeación a más de un año según la comparación entre 2010 y 2007. Lo mismo sucede con las empresas maduras pero con un incremento de sólo 2.2 puntos porcentuales. Respecto a la comparación de los sectores que planean a más de un año, el primer lugar es de la industria de la transformación por su incremento de 16.7 puntos porcentuales de empresas que reportaron planear a más de un año, en segundo lugar está la agroindustria con 11.1 puntos porcentuales y el comercio tuvo un incremento de 7.5 puntos porcentuales de empresas que planean en un horizonte mayor a un año.

Realización de alianzas o acuerdos de cooperación

Tabla 44.

Establecimiento de alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas (%) (2010)

Tipos de alianzas o acuerdos	No realiza	Sí realiza	Total
Comercializar productos	83.2	16.8	100
Compras y abastecimientos	78.0	22.0	100
Logística (Transporte, almacenes,...)	89.0	11.0	100
Actividades de Investigación Desarrollo	94.5	5.5	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

La investigación identificó que más del 70% de las MIPYMES no realizan alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas, pero cuando se da es sobre temas de compras y abastecimientos en primer lugar con el 22.2%.

Tabla 45.

Establecimiento de alianzas de cooperación con otras empresas (%) (2007)

	No realiza	Sí realiza	Total
Comercializar productos	79,8	20,2	100
Compras y abastecimientos	73,8	26,2	100
Logística (transporte, almacenes, ...)	86,2	13,8	100
Actividades de Investigación + Desarrollo	87,8	12,2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Al contrastar los años 2010 y 2007 se nota que se establecen menos alianzas de cooperación con otras empresas en 2010 en todos los sectores. El porcentaje de empresas con alianzas establecidas para las actividades de Investigación y Desarrollo disminuyeron 6.7 puntos porcentuales de 2007 a 2010, siendo el valor negativo más alto, seguido por alianzas para compras y abastecimientos en 4.20 puntos porcentuales menos que en el 2007, después están las alianzas para comercializar los productos y de logística con 3.4 y 2.8 puntos porcentuales respectivamente.

En lo referente al establecimiento de alianzas o cooperación para comercializar productos, los resultados de la investigación del año 2010 reportan que más del 70% de las empresas no realizan ningún tipo de alianzas, independientemente su tamaño, su antigüedad o sector.

Tabla 46.

Alianzas o acuerdos para comercializar productos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	86.6***	13.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	75.3***	24.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	81.4***	18.6***	100
Antigüedad			
Jóvenes (≤10 años)	82.1	17.9	100
Maduras (>10 años)	84.0	16.0	100
Sector			
Agroindustria	84.4***	15.6***	100
Industria de la transformación	87.9***	12.1***	100
Industria textil y confección	85.3***	14.7***	100
Industria de la construcción	82.5***	17.5***	100
Comercio	73.5***	26.5***	100
Hostelería	89.8***	10.2***	100
Transporte y Comunicaciones	71.6***	28.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	86.6***	13.4***	100
Promedio	83.2	16.8	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Tabla 47

Alianzas o cooperación para comercializar productos según tamaño (%) (2007)

	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas <10 empleados)	86.4***	13.6***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	71.1***	28.9***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	59.5***	40.5	100
Alianzas o cooperación para comercializar productos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	80.5	19.5	100
Maduras (> 10 años)	79.2	20.8	100
Alianzas o cooperación para comercializar productos según sector (%)			
Agroindustria	67.3***	32.7***	100
Industria de transformación	82.1***	17.9***	100
Industria textil y confección	76.0***	24.0***	100
Industria de la construcción	62.5***	37.5***	100
Comercio	79.1***	20.9***	100
Hostelería	93.3***	6.7***	100
Transporte y comunicaciones	100.0***	0.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	76.7***	23.3***	100
Total	79.8	20.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Haciendo el análisis comparativo de la evolución, en las alianzas o acuerdos para comercializar productos, entre los años 2010 y 2007 se observa que respecto al tamaño no ha habido diferencias significativas entre esos dos años a excepción de las medianas empresas con un incremento de 21.9 puntos porcentuales de empresas que no realizan alianzas o acuerdos para comercializar productos; respecto al análisis por antigüedad de las empresas se muestra que las empresas maduras han disminuido en 4.8 puntos porcentuales la realización de este tipo de alianzas o acuerdos; en lo concerniente a los sectores, el sector de comunicaciones reportó que ha crecido en 28.4 puntos porcentuales en alianzas y acuerdos para comercializar productos, mientras que el estudio del año 2007 indicó 0% de empresas en este tipo de prácticas. La industria de la construcción tiene un valor de 20 puntos porcentuales menos respecto al año 2007, seguido por agroindustria con 17.10 puntos porcentuales menos y por los servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 9.9 puntos porcentuales menos que en 2007.

Tabla 48.

Alianzas o acuerdos para compras y abastecimientos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	82.7***	17.3***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	68.7***	31.3***	100
Medianas (≥50 empleados)	67.4***	32.6***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	77.6	22.4	100
Maduras (>10 años)	78.3	21.7	100
Sector			
Agroindustria	90.6***	9.4***	100
Industria de la transformación	90.1***	9.9***	100
Industria textil y confección	85.3***	14.7***	100
Industria de la construcción	65.0***	35.0***	100
Comercio	62.2***	37.8***	100
Hostelería	81.0***	19.0***	100
Transporte y Comunicaciones	74.1***	25.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	78.4***	21.6***	100
Promedio	78.0	22.0	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Los resultados del año 2010 muestran que las alianzas y acuerdos para compras y abastecimientos son prácticas que en general no rebasan el 38% en las empresas estudiadas.

Tabla 49.

Alianzas o cooperación para compras y abastecimientos según tamaño (%) (2007)

	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	79.7***	20.3***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	63.5***	36.5***	100
Medianas (≥50 empleados)	66.7***	33.3***	100
Alianzas o cooperación para compras y abastecimientos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	73.3	26.7	100
Maduras (> 10 años)	74.2	25.8	100
Alianzas o cooperación para compras y abastecimientos según sector (%)			
Agroindustria	65.3***	34.7***	100
Industria de la transformación	82.1***	17.9***	100
Industria textil y confección	68.0***	32.0***	100
Industria de la construcción	53.1***	46.9***	100
Comercio	64.0***	36.0***	100
Hostelería	94.3***	5.7***	100
Transporte y Comunicaciones	94.7***	5.3***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	78.1***	21.9***	100
Total	73.8	26.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Las alianzas o acuerdos para compras y abastecimientos según tamaño ha disminuido en 3 puntos porcentuales para las microempresas en 2010 respecto al 2007, 5.2 puntos porcentuales en las pequeñas empresas y en 0.7 puntos porcentuales en las medianas empresas. Desde el punto de vista de la antigüedad de las empresas se obtuvo una disminución de esas alianzas de 4.3 puntos porcentuales para las jóvenes y de 4.1 puntos porcentuales para las empresas maduras. En una análisis comparativo por sectores se tiene que transportes y comunicaciones son las empresas con el mayor aumento en la realización de alianzas con 20.6 puntos porcentuales respecto al 2007, seguido por hostelería con 13.3 puntos porcentuales. En sentido inverso, los sectores que decrecieron son: agroindustria con 25.3 puntos porcentuales, industria textil y de confección con 17.3 puntos porcentuales e industria de la construcción con 11.9 puntos porcentuales menos que el año 2007.

Tabla 50.

Alianzas o acuerdos para logística según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	93.9***	6.1***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	79.3***	20.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	76.7***	23.3***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes(≤10 años)	91.1*	8.9*	100
Maduras (>10 años)	87.4*	12.6*	100
Sector			
Agroindustria	92.2***	7.8***	100
Industria de la transformación	93.4***	6.6***	100
Industria textil y confección	93.3***	6.7***	100
Industria de la construcción	76.3***	23.8***	100
Comercio	83.7***	16.3***	100
Hostelería	97.3***	2.7***	100
Transporte y Comunicaciones	67.9***	32.1***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	100.0***	0.0***	100
Promedio	88.9	11.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***) : p < 0,01

Tabla 51.

Alianzas o cooperación para logística según tamaño (%) (2007)

	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	91.3***	8.7***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	79.7***	20.3***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	69.0***	31.0***	100
Alianzas o cooperación para logística según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	85.3***	14.7***	100
Maduras (> 10 años)	86.9***	13.1***	100
Alianzas o cooperación para logística según sector (%)			
Agroindustria	83.7***	16.3***	100
Industria de transformación	82.1***	17.9***	100
Industria textil y confección	92.0***	8.0***	100
Industria de la construcción	62.5***	37.5***	100
Comercio	82.2***	17.8***	100
Hostelería	99.0***	1.0***	100
Transporte y comunicaciones	94.7***	5.3***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	87.7***	12.3***	100
Total	86.2	13.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***) : p < 0,01

Las actividades de cooperación en logística (compartir almacenes y transporte), son alianzas que, en general, practican menos del 33% de las empresas de los distintos sectores que fueron estudiadas en el año 2010.

Comparando los resultados por tamaño de la empresa, las microempresas disminuyeron en 2.6 puntos porcentuales sus alianzas en temas de logística respecto al 2007 y en 7.7 puntos porcentuales las empresas medianas, las pequeñas empresas tuvieron un ligero incremento de 0.4 puntos porcentuales respecto al 2007. En ese mismo periodo de comparación se tiene que las empresas jóvenes perdieron 5.8 puntos porcentuales y las empresas maduras casi se mantuvieron al perder solo 0.5 puntos porcentuales. En el análisis por sectores, transportes y comunicaciones ha incrementado estas alianzas en 26.8 puntos porcentuales y hostelería con 1.7 puntos porcentuales al comparar con el 2007, en la industria de la construcción se tienen 13.7 puntos porcentuales menos en alianzas en logística contra el año 2007, todos los demás sectores muestran también tendencia negativa.

Tabla 52.

Alianzas o acuerdos para actividades de I+D según tamaño, antigüedad y sector (2010)

Tamaño de la empresa	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (<10 empleados)	97.0***	3.0***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	90.9***	9.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	83.7***	16.3***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	96.5**	3.5**	100
Maduras (>10 años)	93.1**	6.9**	100
Sector			
Agroindustria	90.6***	9.4***	100
Industria de la transformación	97.8***	2.2***	100
Industria textil y confección	96.0***	4.0***	100
Industria de la construcción	90.0***	10.0***	100
Comercio	92.9***	7.1***	100
Hostelería	99.3***	0.7***	100
Transporte y Comunicaciones	88.9***	11.1***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	95.9***	4.1***	100
Promedio	94.5	5.5	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Según los resultados observados (Tabla 52), existe una relación positiva entre el tamaño de la empresa y las alianzas para actividades de Investigación y Desarrollo: las empresas medianas tienen mayor cantidad de este tipo de alianzas (16.3%); las pequeñas, 9.1%; y las microempresas, 3%. En lo referente a la relación entre antigüedad de la empresa y las alianzas para actividades de investigación y desarrollo, son las empresas maduras las que realizan el 6.9% de estas alianzas, en contraste con las jóvenes, que alcanzan el 3.5%.

Tabla 53.

Alianzas o cooperación para actividades de I+D según tamaño (%) (2007)

	No realiza	Sí realiza	Total
Microempresas (≤ 10 empleados)	93.1***	6.9***	100
Pequeñas (≥ 11 y ≤ 50 empleados)	79.2***	20.8***	100
Medianas (≥ 51 empleados)	78.6***	21.4***	100
Alianzas o cooperación para actividades de I+D según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	86.0	14.0	100
Maduras (> 10 años)	89.3	10.7	100
Alianzas o cooperación para actividades de I+D según sector (%)			
Agroindustria	77.6***	22.4***	100
Industria de transformación	82.1***	17.9***	100
Industria textil y confección	96.0***	4.0***	100
Industria de la construcción	81.3***	18.8***	100
Comercio	85.8***	14.2***	100
Hostelería	100.0***	0.0***	100
Transporte y comunicaciones	100.0***	0.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	84.9***	15.1***	100
Total	87.8	12.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación de los resultados del estudio de 2010 y 2007 indican que la realización de alianzas para las actividades de I+D disminuyeron principalmente en las pequeñas empresas con 11.7 puntos porcentuales, seguidas por 5.1 puntos porcentuales menos en las medianas empresas y 3.9 puntos porcentuales de las microempresas. Sectorialmente apreciamos que sólo transportes y comunicaciones muestra 11.1 puntos porcentuales más que el año de comparación, por el contrario la industria de la transformación reporta una disminución de 15.7 puntos porcentuales contra el 2007, agroindustria, 13 puntos porcentuales y 11 puntos porcentuales en servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales; el resto de los sectores muestran menos de 10 puntos porcentuales en su disminución de estas alianzas respecto al 2007.

Comportamiento estratégico (tipos de estrategias)

La estrategia se refiere a un conjunto de comportamientos que tiene la empresa y que vienen determinados por un proceso de toma de decisiones de los directivos que están encaminados a la consecución de una ventaja competitiva sobre los rivales o bien a mantener su supervivencia en el mercado.

Así, para examinar los diferentes comportamientos estratégicos que adoptan las MIPYMES del estado de Tabasco para intentar alcanzar el éxito competitivo y mantenerse en el mercado, se han utilizado dos de las clasificaciones de estrategias más conocidas y aceptadas: la de Miles y Snow (1978) y la de Porter (1999).

La clasificación de estrategias de Miles y Snow (1978) se basa en cuatro tipologías de estrategia básicas: exploradora, analizadora, defensiva y reactiva*, de las que las tres primeras se pueden considerar estrategias de éxito, mientras que la última –reactiva– está abocada al fracaso dado que no responde a un patrón estratégico planificado y, en este sentido, se puede considerar incluso como una “no estrategia” (Miles y Snow, 1978). De hecho, las tres tipologías de estrategias básicas se pueden describir como sigue:

- **Exploradora:** empresas que suelen realizar cambios y mejoras en los productos/servicios y mercados con relativa frecuencia, tratando de ser las primeras en desarrollar nuevos productos/servicios, aun con el riesgo de que estas innovaciones no tengan éxito.
- **Analizadora:** empresas que mantienen una base relativamente estable de productos/servicios y mercados mientras que al mismo tiempo desarrollan de forma selectiva nuevos productos/servicios y mercados, tratando de imitar a las empresas que ya los desarrollaron y tuvieron éxito.
- **Defensiva:** empresas que ofrecen un conjunto relativamente estable de productos/servicios para un mercado relativamente estable, no estando interesadas en las modificaciones sino que se concentran en la mejora continua del trabajo dentro de su campo de actuación.

* Son empresas que no cuentan con un área de producto-mercado duradera y estable. Normalmente actúan forzadas por las presiones del entorno y de la competencia.

Tabla 54.*Tipo de estrategia adoptada por las empresas (Miles y Snow) (2010)*

Tipología	%
Exploradora	23.1
Analizadora	28.5
Defensiva	41.7
Reactiva (sin estrategia)	6.7
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Se preguntó a las MIPYMES del estado sobre su estrategia competitiva siguiendo la clasificación de Miles y Snow citada. En este sentido, el 41.7% de las empresas adoptaron una estrategia defensiva, el 28.5% una estrategia analizadora, el 23.1 de las empresas adoptaron una estrategia exploradora y el 6.7% restante una estrategia reactiva.

Tabla 55.*Tipo de estrategia adoptada por las empresas-tipología de Miles y Snow (2007)*

Tipología	%
Exploradora	30,4
Analizadora	31,5
Defensiva	31,8
Reactiva (sin estrategia)	6,4
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

De 2007 a 2010 las empresas con aplicación de estrategias exploradoras disminuyeron en 7.3 puntos porcentuales, las empresas con estrategias analizadoras disminuyeron en 3 puntos porcentuales, pero el mayor porcentaje de empresas maneja un tipo de estrategia defensiva, por lo que ésta se incrementó en 9.9 puntos porcentuales. El segmento de las empresas reactivas se conservó prácticamente sin cambios.

Tabla 56.*Tipo de estrategia adoptada por las empresas (Porter) (2010)*

Tipología	%
Costos inferiores a la competencia	35.1
Diferenciación de productos	25.0
Especificación en un segmento de mercado	21.0
Ninguna de las anteriores	18.9
Total	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Al investigar por el tipo de estrategia que utilizan las empresas, según Porter, se puede observar que poco más del 35% de las empresas indica que su estrategia es tener costos inferiores a los de la competencia.

Tabla 57.

Tipo de estrategia adoptada por las empresas –tipología de Porter (%) (2007)

Tipología	%
Costes inferiores a la competencia	38.2
Diferenciación de productos / servicios	26.1
Especialización en un segmento de mercado	25.0
Ninguna de las anteriores	10.8
Total	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Al comparar los resultados del año 2010 con el 2007, se tiene que la estrategia de especificación de un segmento de mercado disminuyó en 4 puntos porcentuales seguida por costos inferiores a los de la competencia en 3.1 puntos porcentuales y la diferenciación de productos tuvo 1.1 puntos porcentuales menos respecto al 2007. Las MIPYMES estudiadas mostraron un incremento de 8.1 puntos porcentuales al indicar que no emplean ningunas de las estrategias que establece Porter.

Tabla 58.

Tipo de estrategia adoptada por las empresas (Miles y Snow) –según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	E. Exploradora	E. Analizadora	E. Defensiva	Total
Microempresas (<10 empleados)	21.1***	30.1***	48.8***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	28.8***	33.0***	38.2***	100
Medianas (≥50 empleados)	47.4***	23.7***	28.9***	100
Antigüedad de la empresa				
Jóvenes(≤10 años)	23.7	32.8	43.5	100
Maduras (>10 años)	25.5	28.8	45.7	100
Sector				
Agroindustria	17.5**	24.6**	57.9**	100
Industria de la transformación	19.0**	23.8**	57.1**	100
Industria textil y confección	15.7**	34.3**	50.0**	100
Industria de la construcción	21.9**	28.8**	49.3**	100
Comercio	29.7**	36.3**	34.1**	100
Hostelería	24.1**	27.7**	48.2**	100
Transporte y Comunicaciones	32.9**	35.5**	31.6**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	32.3**	33.3**	34.4**	100
Promedio	24.7	30.6	44.7	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-GONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Así mismo, se puede comprobar que las microempresas son las que en mayor porcentaje siguen una estrategia defensiva (48.8%), seguidas por las pequeñas (38.2%) y las medianas por adoptar una estrategia exploradora (47.4%). Al parecer las MIPYMES tabasqueñas jóvenes y maduras, tienen un mismo comportamiento respecto a su tipo de estrategia dado que ambas no superan el 26% en emplear estrategias exploradoras, no rebasan el 33% las que emplean la estrategia analizadora y su mayor porcentaje establece una estrategia defensiva por arriba del 40%.

Tabla 59.

Tipo de estrategia de las empresas-tipología de Miles y Snow – según tamaño (%) (2007)

	E. Exploradora	E. Analizadora	E. Defensiva	Total
Microempresas (<10 empleados)	26.8***	34.4***	38.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	43.5***	30.6***	25.9***	100
Medianas (≥50 empleados)	29.3***	41.5***	29.3***	100
Tipo de estrategia de las empresas –tipología de Miles y Snow- según antigüedad (%)				
Jóvenes (≤ 10 años)	33.2	36.9	29.9	100
Maduras (> 10 años)	31.8	30.8	37.4	100
Tipo de estrategia de las empresas –tipología de Miles y Snow- según sector (%)				
Agroindustria	45.7**	34.8**	19.6**	100
Industria de transformación	40.7**	22.2**	37.0**	100
Industria textil y confección	22.7**	40.9**	36.4**	100
Industria de la construcción	17.2**	34.5**	48.3**	100
Comercio	30.5**	36.6**	32.9**	100
Hostelería	30.2**	28.1**	41.7**	100
Transporte y comunicaciones	16.7**	61.1**	22.2**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	37.7**	29.7**	32.6**	100
Total	32.4	33.6	34.0	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Los resultados comparativos de los años 2010 y 2007, por tamaño se identifica que las medianas empresas con estrategias exploradoras se han incrementado en 18.1 puntos porcentuales, mientras que las pequeñas y las microempresas se han incrementado en 12.3 y 9.9 puntos porcentuales hacia la estrategia defensiva, respectivamente. En los sectores se ha tenido que: comunicaciones y transportes ha incrementado en 16.2 puntos porcentuales las empresas que utilizan estrategia exploradora y en segundo lugar está la industria de la construcción con 4.7 puntos porcentuales, el resto de los sectores resultaron con valores negativos en este tipo de estrategia. Con estrategia analizadora se identificaron los sectores de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

con un incremento de tan solo 3.6 puntos porcentuales y la industria de la transformación con 1.6 puntos porcentuales, el resto de los sectores tienen valores negativos. El sector que encabeza la mayor cantidad de puntos porcentuales en la estrategia defensiva es el sector de la agroindustria con 38.3 puntos porcentuales, seguido por la industria de la transformación que presenta 20.1 puntos porcentuales y la industria textil y de confección en tercer lugar con 13.6 puntos porcentuales, el resto de los sectores muestran un incremento desde un punto porcentual hasta 9.4 puntos porcentuales en el uso de la estrategia defensiva respecto al año 2007.

Tabla 60.

Tipo de estrategia de las empresas (Porter) según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	Costos	Diferenciación	Segmentación	Otra	Total
Microempresas (≤ 10 empleados)	37.2**	25.4**	17.3**	20.1**	100
Pequeñas (>10 y ≤ 50 empleados)	30.8**	23.2**	29.3**	16.7**	100
Medianas (>50 empleados)	30.2**	27.9**	25.6**	16.3**	100
Antigüedad de la empresa					
Jóvenes (≤ 10 años)	37.4	23.6	22.7	16.3	100
Maduras (>10 años)	33.4	25.8	19.8	21.0	100
Sector					
Agroindustria	28.1***	20.3***	25.0***	26.6***	100
Industria de la transformación	33.0***	35.2***	19.8***	12.1***	100
Industria textil y confección	34.7***	17.3***	21.3***	26.7***	100
Industria de la construcción	30.0***	12.5***	40.0***	17.5***	100
Comercio	54.1***	23.5***	13.3***	9.2***	100
Hostelería	33.3***	32.0***	8.8***	25.9***	100
Transporte y Comunicaciones	35.8***	17.3***	19.8***	27.2***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	28.9***	32.0***	30.9***	8.2***	100
Promedio	35.1	25.0	21.0	19.0	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) $p < 0,1$; (**) $p < 0,05$; (***) $p < 0,01$

En cuanto a las diferencias por tamaño, y sector, en la estrategia seguida por la empresa de acuerdo con la clasificación de Porter, es de resaltar que las empresas medianas (30.2%) y las empresas pequeñas (30.8%); así como, las microempresas destacan por tener en mayor medida estrategias ligadas a la reducción de costos (37.2%).

Por sectores, el comercio y el sector de transporte y comunicaciones, son los que en mayor medida siguen estrategias de costos y están arriba de la media de esa tipología (35.1%); industria de transformación, hostelería

y las de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales son las que aplican estrategias de diferenciación por arriba del promedio de ese grupo (25.0%); industria de la construcción destaca por seguir una estrategia de segmentación; finalmente, en los sectores donde existe un grupo significativo de empresas que siguen otra estrategia diferente de las anteriores, están los de agroindustria e industria textil. Es de resaltar que hay algunos sectores que no siguen una única estrategia, sino que están siguiendo y destacan por seguir o alternar dos estrategias según esta tipología.

Tabla 61.

Tipo de estrategia de las empresas –tipología de Porter –según tamaño (%) (2007)

	Costos	Diferenciación	Segmentación	Otras	Total
Microempresas (<10 empleados)	41.3**	23.6**	22.8**	12.3**	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	35.5**	31.5**	25.9**	7.1**	100
Medianas (≥ 50 empleados)	21.4**	23.8**	40.5**	14.3**	100
Tipo de estrategia de las empresas –tipología de Porter- según antigüedad (%)					
Jóvenes (≤ 10 años)	39.0	27.1	23.3	10.6	100
Maduras (> 10 años)	37.4	25.2	26.4	11.0	100
Tipo de estrategia de las empresas –tipología de Porter- según sector (%)					
Agroindustria	34.7*	30.6*	22.4*	12.2*	100
Industria de transformación	35.7*	28.6*	21.4*	14.3*	100
Industria textil y confección	40.0*	28.0*	24.0*	8.0*	100
Industria de la construcción	46.9*	21.9*	28.1*	3.1*	100
Comercio	41.3*	28.0*	23.6*	7.1*	100
Hostelería	44.8*	18.1*	21.0*	16.2*	100
Transporte y comunicaciones	10.5*	26.3*	31.6*	31.6*	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	31.5*	27.4*	30.1*	11.0*	100
Total	38.2	26.1	25.0	10.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación de año 2010 y 2007, por tamaño de empresas, resulta en que las microempresas optan más por las estrategias ligadas a la diferenciación en 1.8 puntos porcentuales, las pequeñas por la segmentación con 3.4 puntos porcentuales de incremento, las medianas empresas, con 4.1 puntos porcentuales, se orientan más hacia estrategias diferenciadoras, además de mostrar un incremento de 8.8 puntos porcentuales de las empresas orientadas en los costos. En un comparativo por antigüedad se tiene que sólo en las empresas maduras se observó un valor incremental de 0.6 puntos porcentuales en estrategias de diferenciación, en las demás estrategias de la tipología de Porter, tanto

las empresas jóvenes como las maduras, presentan valores negativos. Por sectores, transportes y comunicaciones tienen un incremento de 25.3 puntos porcentuales en la aplicación de estrategias de costos, seguidos por el sector de comercio con 12.8 puntos porcentuales; con una estrategia de diferenciación se tiene, en primer lugar, al sector de hostelería con 13.9 puntos porcentuales. Industria de la transformación con 6.6 puntos porcentuales de incremento en su afiliación con esa estrategia de diferenciación; en las estrategias de segmentación se tiene a la industria de la construcción con 11.9 puntos porcentuales más que en el periodo de comparación seguido por el sector agroindustria con sólo 2.6 puntos porcentuales de incremento en el número de empresas que emplean este tipo de estrategias.

Factores para el desarrollo y éxito de la empresa

Los cuatro factores que las empresas tabasqueñas han valorado como más importantes para su desarrollo y éxito son: la atención al cliente, con una media de 4.68 en una escala de 1 a 5, la calidad del producto/servicio (4.64), la reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa (4.33) y el desarrollo de nuevos productos / servicios (3.76) (v. Tabla 62). Por el contrario, muchas empresas consideran que el esfuerzo en investigación y desarrollo es el factor menos importante para alcanzar una buena posición competitiva (2.98), seguido por las habilidades y esfuerzos en actividades de mercadotecnia (3.16).

Tabla 62.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa (escala 1-5 ⁴⁵) (2010)

Factores	Media
1. Desarrollo de nuevos productos/Servicios	3.76
2. Acceso a nuevos mercados	3.48
3. Calidad del producto/Servicio	4.64
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	2.98
5. Preparación y capacitación del personal	3.51
6. Servicio al cliente	4.68
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.16
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.33

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

^aEn una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Al comparar la información anterior con la tabla siguiente, obtenida en 2007, se observa que no cambia el orden de importancia de los factores y los promedios son muy parecidos a los que se obtuvieron en 2010. Posicionándose nuevamente la atención al cliente en mayor escala y el esfuerzo en investigación y desarrollo como la menos importante.

Tabla 63.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa (escala 1-5^a) (2017)

Factores	Media
1. Desarrollo de nuevos productos/Servicios	4.03
2. Acceso a nuevos mercados	3.71
3. Calidad del producto/Servicio	4.69
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	3.29
5. Preparación y capacitación del personal	3.97
6. Servicio al cliente	4.80
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.39
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.61

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J,y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Se han dado ligeros cambios con valores negativos en la importancia media de todos los diferentes factores estudiados para el desarrollo de las MIPYMES, según los resultados comparativos entre 2010 y 2007, pero de ellos el mayor es la preparación y capacitación del personal que pierde 0.46 puntos porcentuales respecto al valor medio obtenido en 2007.

Se analiza también la importancia media de los diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según tamaño, antigüedad y sector, presentando en primera instancia los resultados en función del tamaño de las organizaciones estudiadas.

Cabe destacar que para el factor desarrollo de nuevos productos/servicios, calidad del producto/servicio y servicio al cliente son factores importantes para todas las empresas independientemente del tamaño de ellas.

La reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa, el servicio al cliente, la preparación y formación del personal así como el acceso a nuevos mercados son valorados como factores especialmente importantes para competir con las empresas de mayor tamaño, seguidas por las pequeñas; las que menos los valoran son las microempresas, que destacan especialmente por dar la puntuación más alta al factor servicio al cliente con un valor medio de 4.70.

Tabla 64.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Factores	Microempresas	Pequeñas	Medianas
1. Desarrollo de nuevos productos/Servicios	3.71	3.92	3.67
2. Acceso a nuevos mercados	3.34***	3.79***	3.63***
3. Calidad del producto/Servicio	4.67	4.56	4.65
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	2.76***	3.43***	3.40***
5. Preparación y capacitación del personal	3.28***	3.94***	4.12***
6. Servicio al cliente	4.70	4.62	4.60
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.00***	3.51***	3.49***
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.26**	4.47**	4.58**

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Tabla 65.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Factores	Microempresas	Pequeñas	Medianas
1. Desarrollo de nuevos productos/Servicios	3.96*	4.18*	3.90*
2. Acceso a nuevos mercados	3.53***	4.04***	3.86***
3. Calidad del producto/Servicio	4.67	4.74	4.76
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	3.07***	3.69***	3.55***
5. Preparación y capacitación del personal	3.82***	4.22***	4.17***
6. Servicio al cliente	4.84*	4.74*	4.81*
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.23***	3.68***	3.55***
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.56**	4.62**	4.93**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J.y Aragón, A. (2009).

^a 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Al comparar los años 2010 y 2007 se detecta que son 3 los puntos considerados necesarios para lograr el éxito en las empresas tabasqueñas en ambos años: la calidad del producto/servicio, el servicio al cliente y la reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa, aunque todos estos factores tuvieron una media menor en décimas de puntos porcentuales respecto al año 2007, encabezando esta pérdida de importancia la preparación y capacitación del personal en las microempresas con 0.54 puntos porcentuales y en las pequeñas empresas con 0.28 puntos porcentuales, en las medianas empresas perdió 0.35 puntos porcentuales la importancia media de la reputación y posicionamiento de la imagen de la empresa.

Tabla 66.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Factores	Jóvenes (≤10 años)	Maduras (>10 años)
1. Desarrollo de nuevos productos/ Servicios	3.77	3.75
2. Acceso a nuevos mercados	3.50	3.46
3. Calidad del producto/Servicio	4.64	4.64
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	3.02	2.95
5. Preparación y capacitación del personal	3.57	3.47
6. Servicio al cliente	4.63	4.71
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.26	3.09
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.31	4.35

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados de 2010 muestran que tanto las empresas jóvenes como las maduras valoran de forma muy similar sus factores de desarrollo y éxito, dando la máxima importancia media al servicio al cliente, la calidad del producto o servicio y la reputación y posicionamiento de la imagen de la empresa.

Tabla 67.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Factores	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
1. Desarrollo de nuevos productos/ Servicios	4.13**	3.94**
2. Acceso a nuevos mercados	3.79	3.64
3. Calidad del producto/Servicio	4.76**	4.64**
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	3.30	3.29
5. Preparación y capacitación del personal	4.00	3.94
6. Servicio al cliente	4.84	4.77
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.42	3.36
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.60	4.61

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a 1 = Nada importante a 5 = Muy importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Comparando los resultados de 2010 y de 2007 se muestra que las empresas jóvenes y las maduras dan la casi la misma importancia media a lo que consideran sus factores de desarrollo y éxito, dando la máxima importancia media a: el servicio al cliente, la calidad del producto o servicio y la reputación y posicionamiento de la imagen de la empresa. Sin embargo haciendo una evaluación más exhaustiva se identifica que todos los factores muestran una reducción de su importancia media respecto al año 2007, encabezando esta disminución la preparación y capacitación con menos 0.43 puntos porcentuales en su importancia media para las empresas jóvenes y en 0.47 puntos porcentuales para las empresas maduras.

Tabla 68.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según sector (escala 1-5^a) (2010)

Factores	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Desarrollo de nuevos productos/Servicios	3.53*	3.84*	4.19*	3.56*	3.77*	3.70*	3.79*	3.76*
2. Acceso a nuevos mercados	3.19***	3.43***	3.93***	3.50***	3.53***	3.12***	3.75***	3.62***
3. Calidad del producto/Servicio	4.78***	4.68***	4.84***	4.44***	4.71***	4.47***	4.48***	4.82***
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	2.66**	2.92**	3.00**	3.50**	3.01**	2.78**	3.14**	2.93**
5. Preparación y capacitación del personal	2.94**	3.29***	3.33***	4.11***	3.49***	3.34***	3.64***	3.92***
6. Servicio al cliente	4.64	4.65	4.80	4.58	4.69	4.63	4.58	4.85
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	2.70***	3.21***	2.69***	3.39***	3.45***	3.04***	3.25***	3.43***
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.12	4.33	4.28	4.54	4.32	4.33	4.38	4.33

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

La calidad del producto/servicio; el servicio al cliente y la reputación y posicionamiento de la imagen de la empresa son los factores más valorados para el éxito de las empresas de todos los factores estudiados. En el caso de agroindustria, transformación, textil y confección, comercio, hostelería, transportes y comunicaciones consideran en cuarto lugar de importancia al desarrollo de nuevos productos y servicios, además de los anteriores. Los restantes ponen en ese lugar a la preparación y capacitación del personal.

Tabla 69.

Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según sector (escala 1-5^a) (2007)

Factores	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Desarrollo de nuevos productos/Servicios	3.84**	3.86**	3.72**	3.78**	4.25**	3.77**	3.84**	4.10**
2. Acceso a nuevos mercados	3.92***	4.11***	3.60***	3.97***	3.86***	3.15***	3.37***	3.75***
3. Calidad del producto/Servicio	4.73**	4.64**	4.60**	4.69**	4.71**	4.60**	4.26**	4.81**
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	3.53**	3.61**	3.04**	3.56**	3.15**	3.05**	2.79**	3.60**
5. Preparación y capacitación del personal	4.18***	3.96***	3.84***	4.16***	3.78***	3.91***	3.37***	4.28***
6. Servicio al cliente	4.73**	4.68**	4.72**	4.81**	4.85**	4.75**	4.47**	4.88**
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	3.39	3.57	3.28	3.44	3.47	3.11	2.74	3.53
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	4.59**	4.36**	4.64**	4.66**	4.62**	4.43**	4.37**	4.77**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J y Aragón, A. (2009).

^a 1 = Nada importante a 5 = Muy importante

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Si se hace una comparación del año 2010 con el año 2007, los factores a los que se da mayor importancia media son: calidad del producto/servicio, servicio al cliente y el posicionamiento de la imagen.

Capítulo 4

**Evolución de la
estructura
organizativa y de
los recursos humanos**

En este apartado se examina, en primer lugar, la situación de las MIPYMES del estado de Tabasco en lo relativo al grado de desarrollo de los departamentos organizacionales de la empresa (comercialización/ventas, recursos humanos, investigación + desarrollo, operaciones/compras, administración/contabilidad y calidad); en segundo lugar, se analizan diversos aspectos de la flexibilidad en el manejo de los recursos humanos; en tercer lugar, se estudia el desarrollo de los procesos básicos de gestión de recursos humanos: reclutamiento y selección de personal, valoración del desempeño, capacitación del personal, promoción del personal y programa de incentivos y; por último, se indaga acerca de cuáles son las principales acciones de formación que demandan las empresas del estado.

Estructura organizativa

Se les ha preguntado a las empresas que indiquen si tienen diferenciados en su estructura organizativa los departamentos de comercialización/ventas, recursos humanos, investigación + desarrollo, operaciones/compras, administración/contabilidad y calidad. Cabe señalar que la diferenciación de dichos departamentos puede ser funcional y no necesariamente estructural; es decir, que exista una persona encargada de estas actividades, denotando que no es que exista físicamente el departamento, sino funcionalmente.

Tabla 70.

Porcentaje de empresas que tienen diferenciado el departamento (2010)

Departamento	%
1. Comercialización / ventas	32.1
2. Recursos Humanos	24.4
3. Investigación + desarrollo	10.0
4. Operaciones / compras	41.6
5. Administración / contabilidad	63.7
6. Calidad	20.6

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Los datos recogidos para la investigación del año 2010 manifiestan que las MIPYMES de Tabasco tienen diferenciados e implantados en su estructura administrativa los departamentos de administración/

contabilidad (63.7%), operaciones/compras (41.6%) y comercialización/ventas (32.1%). Las áreas menos desarrolladas son las de investigación + desarrollo (10.0%), calidad (20.6%) y recursos humanos (24.4%).

Tabla 71.

Porcentaje de empresas que tienen diferenciado el departamento (2007)

Departamento	%
1. Comercialización / ventas	54.2
2. Recursos Humanos	36.7
3. Investigación + desarrollo	16.2
4. Operaciones / compras	67.9
5. Administración / contabilidad	75.8
6. Calidad	37.0

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Los resultados comparados entre los años 2010 y 2007 indican hay una disminución general del porcentaje de MIPYMES de Tabasco que tienen diferenciados los departamentos pero en los primeros lugares están los de operaciones y compras con una disminución 26.3 puntos porcentuales, comercialización y ventas con menos 22.1 puntos porcentuales y calidad con menos 16.4 puntos porcentuales respecto al 2007.

Tabla 72.

Existencia del departamento de comercialización/ventas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	76.0***	24.0***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	53.0***	47.0***	100
Medianas (≥50 empleados)	44.2***	55.8***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	70.0	30.0	100
Maduras (>10 años)	66.3	33.7	100
Sector			
Agroindustria	76.6***	23.4***	100
Industria de la transformación	71.4***	28.6***	100
Industria textil y confección	88.0***	12.0***	100
Industria de la construcción	55.0***	45.0***	100
Comercio	41.8***	58.2***	100
Hostelería	73.5***	26.5***	100
Transporte y Comunicaciones	59.3***	40.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	79.4***	20.6***	100
Promedio	67.9	32.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

A medida que la empresa es mayor, es mayor la diferencia en la estructura organizativa, las empresas pequeñas y medianas cuentan con el departamento de comercialización y ventas en el 47.0% y en el 55.8% de los casos respectivamente. En el grupo de microempresas sólo hay un 24.0% que tiene diferenciado el departamento de comercialización/ventas en la estructura.

Según los resultados no existe una gran diferencia entre las empresas jóvenes o maduras por el departamento de comercialización/ventas, las empresas jóvenes reportan 30% y las maduras sólo 3.7 puntos porcentuales por encima de las primeras (33.7%).

En un análisis por sector se tiene que en los sectores donde hay una mayor presencia del departamento de comercialización/ventas son los de comercio (58.2%); industria de la construcción (45.0%); y transporte y comunicación (40.7%).

Los sectores que en menor medida tienen diferenciado dicho departamento son servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales donde sólo lo tienen el 20.6% de las empresas y la industria textil y confección (12.0%).

Tabla 73.

La empresa tiene departamento de comercialización/ventas según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	53.1***	46.9***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	35.0***	65.0***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	28.6***	71.4***	100
La empresa tiene departamento de comercialización/ventas según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	44.5	55.5	100
Maduras (> 10 años)	46.9	53.1	100
La empresa tiene departamento de comercialización/ventas según sector (%)			
Agroindustria	34.7***	65.3***	100
Industria de transformación	35.7***	64.3***	100
Industria textil y confección	52.0***	48.0***	100
Industria de la construcción	46.9***	53.1***	100
Comercio	30.7***	69.3***	100
Hostelería	76.2***	23.8***	100
Transporte y comunicaciones	63.2***	36.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	49.3***	50.7***	100
Total	45.8	54.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Los resultados al comparar por tamaño, antigüedad y sector el porcentaje de MIPYMES tabasqueñas que tienen diferenciado el departamento de comercialización y ventas en los años 2010 y 2007, respectivamente. En el análisis por tamaño las microempresas tienen una diferencia negativa respecto al año 2007 de 22.9 puntos porcentuales, 18 puntos porcentuales menos para las pequeñas empresas y 15.6 puntos porcentuales menos para las medianas empresas. La comparación, según el análisis por sectores, arroja que la mayoría de ellos han tenido una disminución generalizada, excepto los sectores de transportes y comunicaciones y hostelería con 3.9 y 2.7 puntos porcentuales de incremento; la disminución la encabeza agroindustria que disminuyó en 41.9 puntos porcentuales, seguido por la industria textil con 36 puntos porcentuales y en tercer lugar está la industria de la transformación con 35.7 puntos porcentuales.

Tabla 74.
Existencia del departamento de Recursos Humanos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	86.8***	13.2***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	58.1***	41.9***	100
Medianas (≥50 empleados)	27.9***	72.1***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes(≤10 años)	77.3	22.7	100
Maduras (>10 años)	74.2	25.8	100
Sector			
Agroindustria	95.3***	4.7***	100
Industria de la transformación	90.1***	9.9***	100
Industria textil y confección	92.0***	8.0***	100
Industria de la construcción	38.8***	61.3***	100
Comercio	66.3***	33.7***	100
Hostelería	81.0***	19.0***	100
Transporte y Comunicaciones	65.4***	34.6***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	76.3***	23.7***	100
Promedio	75.6	24.4	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Según el estudio para 2010 las empresas medianas son las que en mayor porcentaje (72.1%) tienen diferenciado el departamento de recursos humanos, las pequeñas con el 41.9% y las microempresas con 13.2%; desde el punto de vista de la antigüedad de las MIPYMES tabasqueñas estudiadas no hay gran diferencia porque el 22.7% de las empresas

jóvenes y el 25.8% de las empresas maduras tienen un departamento de recursos humanos; en el análisis por sector se tiene que los tres primeros lugares son para la industria de la construcción con el 61.3% de empresas que cuentan con este departamento, transportes y comunicaciones con el 34.6% y el sector comercio con 33.7%.

Tabla 75.

La empresa tiene departamento de Recursos Humanos según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	74.4***	25.6***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	48.7***	51.3***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	28.6***	71.4***	100
La empresa tiene departamento de Recursos Humanos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	65.1	34.9	100
Maduras (> 10 años)	61.7	38.3	100
La empresa tiene departamento de Recursos Humanos según sector (%)			
Agroindustria	67.3***	32.7***	100
Industria de transformación	75.0***	25.0***	100
Industria textil y confección	68.0***	32.0***	100
Industria de la construcción	43.8***	56.3***	100
Comercio	57.3***	42.7***	100
Hostelería	80.0***	20.0***	100
Transporte y comunicaciones	52.6***	47.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	61.6***	38.4***	100
Total	63.3	36.7	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J,y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al comparar, entre los años 2010 y 2007, la existencia del departamento de recursos humanos según tamaño, antigüedad y sector se tienen datos que indican que: por tamaño las microempresas tienen 12.4 puntos porcentuales menos de empresas con la integración del área de recursos humanos, las pequeñas empresas muestran 9.4 puntos porcentuales menos y las medianas empresas reportan un ligero incremento de 0.7 puntos porcentuales respecto al año 2007. Los análisis por antigüedad muestran también un descenso en la existencia del área de recursos humanos en las empresas jóvenes (12.2 puntos porcentuales menos) y las maduras (12.5 puntos porcentuales menos) en referencia al año 2007. Siete de los ocho sectores estudiados reportaron una disminución de la existencia del departamento de recursos humanos, agroindustria reporta 28 puntos porcentuales menos, la industria textil y de confección tiene 24 puntos porcentuales menos respecto al año de comparación.

Sólo el sector de la construcción muestra un incremento de 5 puntos porcentuales de empresas que cuentan con el área de recursos humanos.

Tabla 76.

Existencia del departamento de Investigación y Desarrollo según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	94.9***	5.1***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	81.3***	18.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	74.4***	25.6***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	90.7	9.3	100
Maduras (>10 años)	89.5	10.5	100
Sector			
Agroindustria	90.6***	9.4***	100
Industria de la transformación	93.4***	6.6***	100
Industria textil y confección	97.3***	2.7***	100
Industria de la construcción	83.8***	16.3***	100
Comercio	83.7***	16.3***	100
Hostelería	95.2***	4.8***	100
Transporte y Comunicaciones	85.2***	14.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	88.7***	11.3***	100
Promedio	90.0	10.0	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (**): $p < 0,01$

Son pocas las MIPYME del estado de Tabasco que tienen un departamento de investigación y desarrollo (I+D) según los datos obtenidos y analizados por tamaño, antigüedad y sector. De las medianas empresas el 25.6% de ellas cuentan con esa área, las pequeñas empresas reportan el 18.7% de empresas que sí tienen un área de I+D y sólo el 5.1% de las microempresas respondieron afirmativamente. La clasificación por antigüedad indica que el 9.3% de las empresas jóvenes y el 10.5% de las empresas maduras cuentan con áreas de investigación y desarrollo. El sector de la industria textil y confección y el de construcción tienen un 16.3% de empresas con áreas de I+D, transportes y comunicaciones tienen un 14.8% de empresas que respondieron afirmativamente y el 11.3% de empresas de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.

Tabla 77.

La empresa tiene departamento de Investigación y Desarrollo según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	90.5***	9.5***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	72.6***	27.4***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	73.8***	26.2***	100
La empresa tiene departamento de Investigación + Desarrollo según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	83.2	16.8	100
Maduras (> 10 años)	84.3	15.7	100
La empresa tiene departamento de Investigación + Desarrollo según sector (%)			
Agroindustria	79.6**	20.4**	100
Industria de transformación	82.1**	17.9**	100
Industria textil y confección	84.0**	16.0**	100
Industria de la construcción	75.0**	25.0**	100
Comercio	81.8**	18.2**	100
Hostelería	96.2**	3.8**	100
Transporte y comunicaciones	84.2**	15.8**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	81.5**	18.5**	100
Total	83.8	16.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J.y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al estudiar la creación del área de I+D en las MIPYMES tabasqueñas entre los años 2007 y 2010, bajo enfoques de tamaño, antigüedad y sector se obtuvieron los resultados encabezados por las pequeñas empresas en 8.7 puntos porcentuales menos respecto al 2007, las microempresas disminuyeron en 4.4 puntos porcentuales y las medianas empresas tuvieron un ligero descenso respecto al 2007 por 0.6 puntos porcentuales. Desde la perspectiva de la antigüedad se tiene que las empresas jóvenes tuvieron un descenso de 7.5 puntos porcentuales y las empresas maduras descendieron 5.2 puntos porcentuales respecto al año 2007. La industria textil y de confección tiene una disminución de 13.3 puntos porcentuales, la industria de la transformación descendió 11.3 puntos porcentuales y la agroindustria con 11 puntos porcentuales menos respecto al 2007. Sólo hostelería presenta un incremento de 1 punto porcentual respecto al año 2007 en la existencia de la función de I+D.

Tabla 78.

Existencia del departamento de Operaciones/Compras según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	71.7***	28.3***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	33.3***	66.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	20.9***	79.1***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	62.0**	38.0**	100
Maduras (>10 años)	55.6**	44.4**	100
Sector			
Agroindustria	78.1***	21.9***	100
Industria de la transformación	74.7***	25.3***	100
Industria textil y confección	78.7***	21.3***	100
Industria de la construcción	12.5***	87.5***	100
Comercio	38.8***	61.2***	100
Hostelería	59.2***	40.8***	100
Transporte y Comunicaciones	58.0***	42.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	71.1***	28.9***	100
Promedio	58.4	41.6	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La existencia del departamento de operaciones y compras, según el tamaño de las organizaciones estudiadas, se tiene en el 79.1% de las medianas empresas, en el 66.7% de las empresas pequeñas y en el 28.3% de las microempresas. El 38% de las empresas jóvenes y el 44.4% de las empresas maduras indicaron contar con el área de operaciones y compras. El 87.5% de las empresas de la industria de la construcción, el 61.2% de las empresas comerciales y el 40.8% del sector de la hostelería son los que tienen los primeros lugares en la existencia de departamentos de operaciones y compras.

Tabla 79 .

La empresa tiene departamento de Operaciones/Compras según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	41.3***	58.7***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	17.3***	82.7***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	16.7***	83.3***	100
<i>La empresa tiene departamento de Operaciones / Compras según antigüedad (%)</i>			
Jóvenes (≤ 10 años)	31.8	68.2	100
Maduras (> 10 años)	32.3	67.7	100
<i>La empresa tiene departamento de Operaciones / Compras según sector (%)</i>			
Agroindustria	22.4***	77.6***	100
Industria de transformación	35.7***	64.3***	100
Industria textil y confección	44.0***	56.0***	100
Industria de la construcción	12.5***	87.5***	100
Comercio	21.3***	78.7***	100
Hostelería	50.5***	49.5***	100
Transporte y comunicaciones	42.1***	57.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	39.0***	61.0***	100
Total	32.1	67.9	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J,y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La investigación sobre la evolución de las MIPYMES del año 2007 al 2010 respecto a la existencia del departamento de operaciones y compras según tamaño, antigüedad y sector reportan que ha disminuido en 30.4 puntos porcentuales el porcentaje de microempresas que indican contar con este departamento o función, en 16 puntos porcentuales en las pequeñas empresas y en 4.2 en las medianas empresas. Las empresas jóvenes tienen una disminución de 30.2 puntos porcentuales de disminución en la existencia de esta función o área respecto al estudio reportado en el año 2007, las empresas maduras registraron 23.3 puntos porcentuales menos; en el análisis por sector se tienen disminuciones importantes en la agroindustria con 55.7 puntos porcentuales, en la industria de la transformación por 39 puntos porcentuales y en la industria textil y de confección resultaron 34.7 puntos porcentuales menos respecto al año de comparación.

Tabla 80.

Existencia del departamento de Administración/Contabilidad según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	46.1***	53.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	17.2***	82.8***	100
Medianas (≥50 empleados)	11.6***	88.4***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	41.9***	58.1***	100
Maduras (>10 años)	32.0***	68.0***	100
Sector			
Agroindustria	60.9***	39.1***	100
Industria de la transformación	52.7***	47.3***	100
Industria textil y confección	76.0***	24.0***	100
Industria de la construcción	7.5***	92.5***	100
Comercio	16.3***	83.7***	100
Hostelería	27.9***	72.1***	100
Transporte y comunicaciones	37.0***	63.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	29.9***	70.1***	100
Promedio	36.3	63.7	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La existencia del departamento de administración y contabilidad entre las MIPYMES investigadas se registró en el 88.4% de los casos de las empresas medianas y las pequeñas en el 82.8%, de las microempresas estudiadas el 53.9% de ellas reportaron contar con ese departamento. Respecto a la antigüedad de las empresas y la existencia del departamento de administración y contabilidad se encontró que el 58.1% de las empresas jóvenes respondió afirmativamente mientras que en las empresas maduras se dio en el 68% de los casos. Los sectores en los que en mayor medida está diferenciado el departamento de administración/contabilidad son los de industria de la construcción con el 92.5% de los casos, comercio con el 83.7% de las empresas estudiadas y hostelería con el 72.1% de ellas. Por el contrario, industria textil y confección con el 24.0% de las empresas y agroindustria con el 39.1% son los sectores que en menor medida tienen diferenciada la citada área.

Tabla 81.

La empresa tiene departamento de Administración/Contabilidad según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	31.3***	68.7***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	14.2***	85.8***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	4.8***	95.2***	100
La empresa tiene departamento de Administración/Contabilidad según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	20.2**	79.8**	100
Maduras (> 10 años)	27.6**	72.4**	100
La empresa tiene departamento de Administración/Contabilidad según sector (%)			
Agroindustria	30.6***	69.4***	100
Industria de transformación	10.7***	89.3***	100
Industria textil y confección	40.0***	60.0***	100
Industria de la construcción	3.1***	96.9***	100
Comercio	17.8***	82.2***	100
Hostelería	44.8***	55.2***	100
Transporte y comunicaciones	21.1***	78.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	21.9***	78.1***	100
Total	24.2	75.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J.y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados comparativos entre los años 2010 y 2007 por tamaño, antigüedad y sector muestran a las MIPYMES del estado de Tabasco que cuentan con el departamento de administración y contabilidad; en las microempresas han disminuido en 14.8 puntos porcentuales, en las pequeñas empresas en 3 puntos porcentuales y en las medianas empresas en 6.8 puntos porcentuales la existencia del departamento de administración y contabilidad respecto al año 2007. En las empresas jóvenes se obtuvo una disminución de 21.7 puntos porcentuales y en las empresas maduras la disminución fue de 4.4 puntos porcentuales. En los sectores se reportaron sólo incrementos en la creación del departamento de administración y contabilidad en hostelería con 16.9 puntos porcentuales más que en el año 2007 y en comercio con 1.5 puntos porcentuales, hubieron disminuciones importantes en la industria de la transformación en 42 puntos porcentuales, en la industria textil y de confección de 36 puntos porcentuales y en la agroindustria de 30.3 puntos porcentuales.

Tabla 82.

Existencia del departamento de Calidad según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	84.1***	15.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	72.2***	27.8***	100
Medianas (≥50 empleados)	58.1***	41.9***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	79.6	20.4	100
Maduras (>10 años)	79.2	20.8	100
Sector			
Agroindustria	84.4*	15.6*	100
Industria de la transformación	79.1*	20.9*	100
Industria textil y confección	89.3*	10.7*	100
Industria de la construcción	71.3*	28.8*	100
Comercio	74.5*	25.5*	100
Hostelería	75.5*	24.5*	100
Transporte y Comunicaciones	84.0*	16.0*	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	82.5*	17.5*	100
Promedio	79.4	20.6	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CÓNACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010
Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Las empresas medianas cuentan con el departamento de calidad en el 41.9% de los casos y las pequeñas en 27.8%, mientras que las microempresas tienen diferenciado dicho departamento o función sólo en el 15.9% de los casos. Respecto a la antigüedad de las empresas y la existencia del departamento de calidad se muestra que menos del 21% de las empresas jóvenes o maduras cuentan con esa función. Los sectores en los que en mayor medida hay una presencia del departamento de calidad son los de industria de la construcción (28.8%), comercio (25.5%) y hostelería (24.5%). El citado departamento está menos diferenciado en el sector de industria textil y de confección (10.7%) y de agroindustria (15.6%).

Tabla 83.

La empresa tiene departamento de Calidad según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	71.0***	29.0***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	50.8***	49.2***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	45.2***	54.8***	100
La empresa tiene departamento de Calidad según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	63.7	36.3	100
Maduras (> 10 años)	62.3	37.7	100
La empresa tiene departamento de Calidad según sector (%)			
Agroindustria	49.0**	51.0**	100
Industria de transformación	42.9**	57.1**	100
Industria textil y confección	68.0**	32.0**	100
Industria de la construcción	50.0**	50.0**	100
Comercio	63.6**	36.4**	100
Hostelería	71.4**	28.6**	100
Transporte y comunicaciones	78.9**	21.1**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	64.4**	35.6**	100
Total	63.0	37.0	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J.y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados comparativos de los años 2010 y 2007 por tamaño, antigüedad y sector de las MIPYMES tabasqueñas respecto a la existencia de un área o departamento de calidad indican disminuciones en todos los casos; en las microempresas disminuyó en 13.1 puntos porcentuales, en las pequeñas empresas en 21.4 puntos porcentuales y en las empresas medianas en 12.9 puntos porcentuales respecto al 2007; en las empresas jóvenes disminuyó en 15.9 puntos porcentuales mientras que en las empresas maduras la disminución registrada fue de 16.9 puntos porcentuales respecto al año de comparación; por sectores, la disminución está encabezada por la industria de la transformación con 36.2 puntos porcentuales menos, la agroindustria con 35.4 puntos porcentuales menos y la industria textil y de confección con 21.3 puntos porcentuales menos.

Tabla 84.*Número medio de departamentos y de prácticas de Recursos Humanos según tamaño (2010)*

Clasificación	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Número de departamentos que tiene la empresa	1.40***	2.85***	3.63***
Número de Prácticas de recursos humanos que aplica	1.66***	2.80***	3.32***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

En una escala de 1 a 6 (número de departamentos)

En una escala de 1 a 5 (prácticas de Recursos humanos)

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (**): $p < 0,01$

Respecto al número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos de las MIPYMES tabasqueñas, se observa que las empresas medianas tienen los valores más altos con una media de 3.63 para el número de departamentos que tiene la empresa, las pequeñas tienen una media de 2.85 y las microempresas resultaron con 1.4 como número medio de departamentos en ellas; en lo tocante al número medio de prácticas de recursos humanos que aplican se obtuvo una media de 3.32 para las empresas medianas, de 2.80 para las empresas pequeñas y de 1.66 para las microempresas.

Tabla 85.*Número medio de departamentos y de prácticas de Recursos Humanos según tamaño (2007)*

Clasificación	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Número de departamentos que tiene la empresa	2.38***	3.61***	4.02***
Número de Prácticas de recursos humanos que aplica	2.81***	3.73***	3.98***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (**): $p < 0,01$

Las comparaciones de los números medios obtenidos entre los años 2010 y 2007, según tamaño, indican que hay una disminución de los valores medios de las empresas medianas en 0.39 puntos respecto al número de departamentos que tenía la empresa respecto al 2007, de 0.76 puntos menos de la media registrada en las pequeñas empresas y de 0.98 puntos respecto a la media de las microempresas según el año 2007. Respecto al número de prácticas de recursos humanos que aplican las MIPYMES se tienen disminuciones de 1.15 puntos porcentuales en las microempresas, de 0.93 puntos porcentuales en las pequeñas empresas y de 0.66 puntos porcentuales en las medianas empresas.

Tabla 86.*Número medio de departamentos y de prácticas de Recursos Humanos según antigüedad (2010)*

Clasificación	Jóvenes (≤10 Años)	Maduras (>10 años)
Número de departamentos que tiene la empresa	1.78*	2.04*
Número de Prácticas de recursos humanos que aplica	2.11	2.04

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Los resultados del número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según la antigüedad de las MIPYMES tabasqueñas mostraron que las empresas jóvenes tienen un número medio de departamentos de 1.78 puntos contra 2.04 como número medio de las empresas maduras. Respecto al número de prácticas de recursos humanos las empresas jóvenes reportan un número medio de 2.11 frente a 2.04 como número medio de prácticas que aplican las empresas maduras. El sector de construcción muestra una media más alta que el resto de los sectores con 2.97 puntos, seguidos por el sector de transportes y comunicaciones con 2.51 y con 2.23 puntos el sector comercio.

Tabla 87.*Número medio de departamentos y de prácticas de Recursos Humanos según antigüedad (2007)*

Clasificación	Jóvenes (≤10 Años)	Maduras (>10 años)
Número de departamentos que tiene la empresa	2.91	2.85
Número de Prácticas de recursos humanos que aplica	3.17	3.18

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Las comparaciones de los números medios obtenidos entre los años 2010 y 2007, según la antigüedad de las MIPYMES tabasqueñas respecto al número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos, mostraron el número medio de departamentos que tenían las empresas jóvenes en 1.13 puntos menos respecto a la media obtenida en el año 2007 y en las empresas maduras la disminución fue de 0.81 puntos porcentuales respecto a la media del año 2007. El número de prácticas de recursos humanos también disminuyó en las empresas jóvenes en 1.13 puntos menos y en las empresas maduras en 1.14 puntos respecto al año de comparación.

Tabla 88.

Número medio de departamentos y de prácticas de Recursos Humanos según Sector (2010)

Clasificación	1	2	3	4	5	6	7	8
Número de departamentos que tiene la empresa	1.14***	1.39***	0.79***	3.31***	2.79***	1.88***	2.11***	1.93***
Número de Prácticas de recursos humanos que aplica	1.20***	1.90***	1.49***	2.97***	2.23***	2.02***	2.51***	2.05***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria
2: Industrias de Transformación
3: Industria textil y confección
4: Industria de la construcción
5: Comercio
6: Hostelería
7: Transporte y comunicación
8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

Los resultados del estudio de 2010 en el número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según sector indican que la media más alta respecto al número de departamentos corresponde al sector de la construcción con una media de 3.31 seguido por el sector comercio con una media de 2.79 y tercer lugar se sitúa el sector de comunicaciones y transportes con una media de 2.11 puntos.

Tabla 89.

Número de departamentos y de prácticas de Recursos Humanos según Sector (2007)

Clasificación	1	2	3	4	5	6	7	8
Número de departamentos que tiene la empresa	3.16***	3.18***	2.44***	3.69***	3.28***	1.81***	2.58***	2.82***
Número de Prácticas de recursos humanos que aplica	1.20	2.02	1.67	2.76	1.89	2.31	2.79	3.30

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria
2: Industrias de Transformación
3: Industria textil y confección
4: Industria de la construcción
5: Comercio
6: Hostelería
7: Transporte y comunicación
8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

Las comparaciones del número medio de departamentos de recursos humanos y de prácticas de recursos humanos por sector, entre los años 2007 y 2010, reflejan que todos los sectores disminuyeron en el número medio de departamentos excepto hostelería, en el número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos, encabezado por la agroindustria que disminuyó en 2.02 puntos sobre la media del número de departamentos que tiene la empresa contra el año 2007, seguido por la industria de la transformación con 1.79 puntos menos y en tercer lugar por la industria textil y de confección que disminuyó en 1.65 puntos la media con respecto al 2007.

Flexibilidad organizacional

La flexibilidad de la estructura organizacional es una de las principales fuentes de ventaja competitiva en las MIPYMES. Se define como la capacidad de respuesta de la empresa para adaptarse o para anticiparse a los continuos cambios que afectan a las organizaciones.

Por lo general, las MIPYMES presentan estructuras poco jerarquizadas que les permiten responder de forma rápida y eficiente a los cambios. Consecuentemente, la flexibilidad organizacional está muy relacionada con la innovación y con el éxito competitivo (Díez de Castro, Redondo, Barreiro y López, 2002).

La inflexibilidad de la estructura organizativa se sustenta en que la organización cuenta con unos límites definidos normalmente de forma rígida que han de permeabilizarse. Esto significa que los límites entre niveles jerárquicos (límites verticales), entre funciones y puestos de trabajo (límites horizontales) deben hacerse más permeables.

Un aspecto a tener en cuenta al tratar de la flexibilidad organizacional es el relativo a la flexibilidad numérica (Albizu, 1997); es decir, la capacidad de la empresa para ajustar sus recursos humanos a las variaciones de la demanda. Tiene varios componentes, entre los que cabe destacar la flexibilidad de distanciamiento (referida a los trabajadores sin relación laboral, es decir, la subcontratación, los trabajadores autónomos que operan para la empresa) y la flexibilidad contractual (referida a los trabajadores con contrato temporal, a tiempo parcial y en prácticas).

Tabla 90.
Flexibilidad numérica (2010)

Tipo de flexibilidad	%
% de empresas que subcontratan/externalizan trabajos a otras empresas o trabajadores autónomos.	40.2
% de empresas que contratan trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo real.	50.5

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Se les ha preguntado a las empresas de la muestra sobre la flexibilidad de distanciamiento y la contractual. Hay un 40.2% de empresas que en los dos últimos años han subcontratado o externalizado trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos; por otra parte se observa que 50.5% de las empresas han contratado a trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial.

Tabla 91.

Flexibilidad numérica (2007)

Tipo de flexibilidad	%
% de empresas que subcontratan/externalizan trabajos a otras empresas o trabajadores autónomos.	45.3
% de empresas que contratan trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo real.	48.0

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Los resultados de la evolución, entre los años 2010 y 2007, en la flexibilidad numérica de los recursos humanos de las MIPYMES registran que la subcontratación o externalización de trabajos ha disminuido en 5.1 puntos porcentuales y que se ha incrementado en 2.5 puntos porcentuales la contratación de trabajadores temporales o en prácticas profesionales.

Tabla 92.

La empresa subcontrata/externaliza trabajos a otras empresas o trabajadores autónomos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	68.1***	31.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	43.4***	56.6***	100
Medianas (≥50 empleados)	39.5***	60.5***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	61.3	38.7	100
Maduras (>10 años)	58.7	41.3	100
Sector			
Agroindustria	60.9***	39.1***	100
Industria de la transformación	49.5***	50.5***	100
Industria textil y confección	38.7***	61.3***	100
Industria de la construcción	27.5***	72.5***	100
Comercio	78.6***	21.4***	100
Hostelería	73.5***	26.5***	100
Transporte y Comunicaciones	54.3***	45.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y Profesionales.	76.3***	23.7***	100
Promedio	59.8	40.2	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Por el contrario, las microempresas son el grupo que en menor medida subcontratan o externalizan trabajos a otras empresas (en muchas ocasiones las micro son las subcontratistas de las empresas de mayor tamaño). No obstante, hay un 31.9% que aseguran que subcontratan o externalizan parte de sus trabajos.

En relación con la antigüedad, se comprueba que son las empresas maduras las que en mayor medida (41.3%) subcontratan o externalizan trabajos a otras empresas.

Por sector, las empresas de la industria de la construcción (72.5%), industria textil y de confección (61.3%) e industria de la transformación (50.5%), han realizado en gran medida la subcontratación o internalización de operaciones. Y los que menos llevan a cabo esta práctica son comercio (21.4%) y servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales (23.7%).

Tabla 93.

La empresa subcontrata/externaliza trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	59.5***	40.5***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	47.7***	52.3***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	42.9***	57.1***	100
La empresa subcontrata/externaliza trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	57.9*	42.1*	100
Maduras (> 10 años)	51.9*	48.1*	100
La empresa subcontrata/externaliza trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos según sector (%)			
Agroindustria	55.1***	44.9***	100
Industria de transformación	64.3***	35.7***	100
Industria textil y confección	60.0***	40.0***	100
Industria de la construcción	21.9***	78.1***	100
Comercio	67.6***	32.4***	100
Hostelería	41.0***	59.0***	100
Transporte y comunicaciones	63.2***	36.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	47.9***	52.1***	100
Total	54.7	45.3	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al comparar el comportamiento de los años 2010 y 2007 de las MIPYMES tabasqueñas por tamaño, antigüedad y sector en el tema de subcontratación y externalización de trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos se obtuvo que las microempresas disminuyeron en esta práctica en 8.6 puntos porcentuales, mientras las pequeñas y las medianas empresas incrementaron esa práctica en 4.3 y 3.4 puntos porcentuales, respectivamente. Los sectores que incrementaron la subcontratación o externalización son la industria textil y de confección con 21.3 puntos porcentuales, industria de la transformación con 14.8

puntos porcentuales y transportes y comunicaciones en 8.9 puntos porcentuales; los sectores que mostraron una disminución importante son el sector hostelería con 32.5 puntos porcentuales menos, servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 28.4 puntos porcentuales y el comercio con 11 puntos porcentuales menos.

Tabla 94.

La empresa contrata trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	56.1***	43.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	39.4***	60.6***	100
Medianas (≥50 empleados)	20.9***	79.1***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	50.5	49.5	100
Maduras (>10 años)	48.9	51.1	100
Sector			
Agroindustria	62.5***	37.5***	100
Industria de la transformación	53.8***	46.2***	100
Industria textil y confección	38.7***	61.3***	100
Industria de la construcción	6.3***	93.8***	100
Comercio	56.1***	43.9***	100
Hostelería	51.7***	48.3***	100
Transporte y Comunicaciones	61.7***	38.3***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	60.8***	39.2***	100
Promedio	49.5	50.5	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La contratación de trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial es una práctica de mayor representatividad porcentual en las empresas medianas, decreciendo en las pequeñas y mucho más en las microempresas. También se observa que a mayor madurez de las organizaciones es ligeramente mayor el porcentaje de esta práctica evaluada. El 93.8% las empresas del sector de la construcción, el 61.3% de negocios de la industria textil y de confección y el 48.3% de las empresas de hostelería estudiadas contratan trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial. Los sectores que menos utilizan estas prácticas son los de agroindustria (37.5%) y transporte y comunicaciones (38.3%).

Tabla 95.

La empresa contrata trabajadores temporales, en prácticas o al tiempo parcial según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	60.3***	39.7***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	40.1***	59.9***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	31.0***	69.0***	100
La empresa contrata trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	51.0	49.0	100
Maduras (> 10 años)	52.8	47.2	100
La empresa contrata trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial según sector (%)			
Agroindustria	49.0***	51.0***	100
Industria de transformación	64.3***	35.7***	100
Industria textil y confección	44.0***	56.0***	100
Industria de la construcción	12.5***	87.5***	100
Comercio	51.6***	48.4***	100
Hostelería	66.7***	33.3***	100
Transporte y comunicaciones	47.4***	52.6***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	51.4***	48.6***	100
Total	52.0	48.0	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados, al comparar los años 2010 y 2007, indican que la contratación de trabajadores temporales en prácticas o a tiempo parcial según tamaño, antigüedad y sector se ha incrementado en 10.1 puntos porcentuales en las empresas medianas, en 4.2 puntos porcentuales en las microempresas y en 0.7 puntos porcentuales en las pequeñas empresas; las empresas maduras han incrementado en 3.9 puntos porcentuales esa práctica de contratación y en las empresas jóvenes sólo se ha incrementado 0.5 puntos porcentuales. En el análisis por sector se registran incrementos y decrementos, los sectores que han aumentado esta práctica son hostelería con 15 puntos porcentuales, industria de la transformación con 10.5 puntos porcentuales más que en 2007, seguidos por la industria de la construcción con 6.3 puntos porcentuales; los sectores que muestran los niveles más grandes de disminución en esa práctica son transportes y comunicaciones con 14.3 puntos porcentuales, agroindustria con 13.5 puntos porcentuales y servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 9.4 puntos porcentuales.

Procesos de recursos humanos

En este apartado se trata de conocer, en primer lugar, el grado de aplicación de los principales procesos o prácticas de recursos humanos: reclutamiento y selección de personal, sistemas de valoración del desempeño, capacitación del personal, promoción del personal y programa de incentivos que hacen las MIPYMES del estado de Tabasco; así como, valorar cuáles son las principales características de las empresas que utilizan cada una de estas prácticas por encima de la media del conjunto de empresas.

Tabla 96.

Porcentaje de empresas que realizan las siguientes prácticas de recursos humanos (2010)

Prácticas de Recursos Humanos	%
Reclutamiento y selección de personal	46.4
Valoración del desempeño	50.6
Capacitación del personal	60.3
Promoción del personal	18.1
Programa de incentivos	35.5

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-1205751.2010

Las prácticas de gestión de recursos humanos que más aplican las empresas del estado de Tabasco son: en primer lugar capacitación del personal con el 60.3%, valoración del desempeño con el 50.6% y reclutamiento y selección de empleados 46.4%. La promoción de personal es la práctica menos aplicada por las MIPYMES tabasqueñas estudiadas con sólo el 18.1%.

Tabla 97.

Porcentaje de empresas que realizan las siguientes prácticas de recursos humanos (2007)

Prácticas de Recursos Humanos	%
Reclutamiento y selección de personal	69.5
Valoración del desempeño	75.2
Capacitación del personal	74.7
Promoción del personal	43.7
Programa de incentivos	54.7

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Los datos obtenidos en el estudio para 2010 respecto al año 2007 indican que, en términos generales, todas las prácticas recursos humanos en las MIPYMES tabasqueñas fueron a la baja, la promoción de personal

disminuyó 25.6 puntos porcentuales respecto al año 2007, seguido por la valoración del desempeño en 24.6 puntos porcentuales menos, en tercer lugar resultó el proceso de reclutamiento y selección del personal con 23.1 puntos porcentuales menos que en 2007.

Tabla 98.

Reclutamiento y selección de personal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	67.1***	32.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	28.3***	71.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	16.3***	83.7***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	54.0	46.0	100
Maduras (>10 años)	53.2	46.8	100
Sector			
Agroindustria	76.6***	23.4***	100
Industria de la transformación	60.4***	39.6***	100
Industria textil y confección	74.7***	25.3***	100
Industria de la construcción	13.8***	86.3***	100
Comercio	49.0***	51.0***	100
Hostelería	54.4***	45.6***	100
Transporte y Comunicaciones	42.0***	58.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	61.9***	38.1***	100
Promedio	53.6	46.4	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al analizar la práctica de reclutamiento y selección de personal según tamaño, antigüedad y sector en 2010 se tiene el 83.7% de las medianas empresas emplean prácticas de reclutamiento y selección, el 71.7 de las pequeñas empresas y sólo el 32.9% de las pequeñas empresas. Desde la perspectiva de la edad de las empresas, el 46.8% de las empresas maduras y el 46% de las empresas jóvenes son quienes aplican procesos de reclutamiento y selección de personal. Las empresas que llevan a cabo reclutamiento y selección de personal, según sus sectores, están encabezadas por las de la industria de la construcción que reportó una utilización de esas técnicas en 86.3%, en segundo lugar, con el 58%, por empresas de comunicaciones y transportes, el tercer lugar lo ocupa el sector comercio con el 51% de empresas que practican el reclutamiento y selección de personal.

Tabla 99.

Reclutamiento y selección de personal según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	37.2***	62.8***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	20.8***	79.2***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	14.3***	85.7***	100
Reclutamiento y selección de personal según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	27.7*	72.3*	100
Maduras (> 10 años)	32.9*	67.1*	100
Reclutamiento y selección de personal según sector (%)			
Agroindustria	28.6	71.4	100
Industria de transformación	28.6	71.4	100
Industria textil y confección	40.0	60.0	100
Industria de la construcción	25.0	75.0	100
Comercio	31.1	68.9	100
Hostelería	38.1	61.9	100
Transporte y comunicaciones	21.1	78.9	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	26.0	74.0	100
Total	29.8	70.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al analizar los datos obtenidos del año 2010 con los del año 2007, respecto a las prácticas de reclutamiento y selección de personal por tamaño, antigüedad y sector se obtuvo que bajo todos esos enfoques ha disminuido esa práctica, excepto en la industria de la construcción por su incremento de 11.3 puntos porcentuales; pero en las microempresas la práctica ha disminuido 29.9 puntos porcentuales, en las pequeñas empresas ha disminuido 7.5 puntos porcentuales y 2 puntos porcentuales menos en las medianas empresas. Los sectores que encabezan la disminución de esta práctica son agroindustria con 48 puntos porcentuales menos, servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con una disminución de 35.9 puntos porcentuales y la industria textil y de confección con 34.7 puntos porcentuales menos respecto al año 2007.

Tabla 100.

Valoración del desempeño según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	56.7***	43.3***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	34.9***	65.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	30.8***	69.2***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	47.0	53.0	100
Maduras (>10 años)	51.1	48.9	100
Sector			
Agroindustria	69.8***	30.2***	100
Industria de la transformación	45.9***	54.1***	100
Industria textil y confección	56.3***	43.7***	100
Industria de la construcción	35.9***	64.1***	100
Comercio	46.2***	53.8***	100
Hostelería	50.3***	49.7***	100
Transporte y Comunicaciones	50.7***	49.3***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	45.3***	54.7***	100
Promedio	49.4	50.6	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

La práctica de valoración del desempeño de los recursos humanos, según el estudio del año 2010, la aplican en el 69.2% de las empresas medianas, en el 65.1% de las pequeñas y en el 43.3% de las microempresas. El 53% de las empresas jóvenes y el 48.9% de las empresas maduras realizan la valoración del desempeño de su personal. Los sectores que más aplican la valoración del desempeño son los de la industria de la construcción con el 64.1%, servicios a empresas, personales, técnicos con el 54.7% e industria de la transformación con el 54.1%; las empresas de los sectores que menos utilizan esta técnica son la industria textil y confección con el 43.7% y agroindustria con el 30.2%.

Tabla 101.*Valoración del desempeño según tamaño (%) (2007)*

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	31.0***	69.0***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	15.7***	84.3***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	9.5***	90.5***	100
Valoración del desempeño según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	24.3	75.7	100
Maduras (> 10 años)	25.2	74.8	100
Valoración del desempeño según sector (%)			
Agroindustria	30.6*	69.4*	100
Industria de transformación	17.9*	82.1*	100
Industria textil y confección	28.0*	72.0*	100
Industria de la construcción	12.5*	87.5*	100
Comercio	20.4*	79.6*	100
Hostelería	33.3*	66.7*	100
Transporte y comunicaciones	42.1*	57.9*	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	24.7*	75.3*	100
Total	24.8	75.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Las comparaciones, entre los años 2010 y 2007, por tamaño, sector y antigüedad indican que en general ha disminuido la práctica de valoración del desempeño que llevan a cabo las MIPYMES tabasqueñas; la valoración del desempeño ha disminuido en 25.7 puntos porcentuales en las microempresas, en las medianas empresas en 21.3 puntos porcentuales y en las pequeñas empresas en 19.2 puntos porcentuales; según la antigüedad de las empresas, las empresas maduras tuvieron 25.9 puntos porcentuales menos que en 2007 y las jóvenes 22.7 puntos porcentuales menos; por sectores se obtuvo que en la agroindustria la disminución fue de 39.2 puntos porcentuales menos, 28.3 puntos porcentuales en la industria textil y de confección y en 28 puntos porcentuales en la industria de la transformación respecto al año 2007.

Tabla 102.

Formación (capacitación del personal) según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	48.8***	51.2***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	22.2***	77.8***	100
Medianas (≥50 empleados)	16.3***	83.7***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	38.3	61.7	100
Maduras (>10 años)	40.6	59.4	100
Sector			
Agroindustria	59.4***	40.6***	100
Industria de la transformación	46.2***	53.8***	100
Industria textil y confección	58.7***	41.3***	100
Industria de la construcción	18.8***	81.3***	100
Comercio	30.6***	69.4***	100
Hostelería	46.3***	53.7***	100
Transporte y Comunicaciones	25.9***	74.1***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	34.0***	66.0***	100
Promedio	39.7	60.3	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

En general, se observa que más del 50% de la MIPYMES del estado de Tabasco reconocen la capacitación del personal como parte de las prácticas de recursos humanos. En la investigación según el tamaño de las empresas, vemos que un 83.7% de las empresas medianas y un 77.8% de las pequeñas empresas sí consideran la práctica de capacitación de personal. Desde la perspectiva de la antigüedad de las empresas se tiene que 61.7% de las empresas jóvenes y el 59.4% de las empresas maduras tienen la capacitación como parte de las prácticas en recursos humanos; en los sectores, el 81.3% de las empresas de la industria de la construcción respondió afirmativamente a la actividad de capacitación de personal, seguidos por comunicaciones y transportes con el 74.1% de las empresas estudiadas y el 69.4% de las empresas del sector comercio.

Tabla 103.

Capacitación del personal según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	31.8***	68.2***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	15.7***	84.3***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	9.5***	90.5***	100
Capacitación del personal según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	25.7	74.3	100
Maduras (> 10 años)	24.9	75.1	100
Capacitación del personal según sector (%)			
Agroindustria	20.4	79.6	100
Industria de transformación	21.4	78.6	100
Industria textil y confección	16.0	84.0	100
Industria de la construcción	21.9	78.1	100
Comercio	27.1	72.9	100
Hostelería	27.6	72.4	100
Transporte y comunicaciones	36.8	63.2	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	24.0	76.0	100
Total	25.3	74.7	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La comparación en las actividades de capacitación por tamaño, antigüedad y sector de las MIPYMES, entre los años 2007 y 2010, refleja que en la mayoría de los casos esta práctica decreció en 2010, con la excepción del sector de la industria de la construcción que mostró un incremento de 3.2 puntos porcentuales y transportes y comunicaciones con 10.9 puntos porcentuales respecto al año 2007, pero en la comparación por tamaños resultó que las microempresas disminuyeron esta práctica en 17 puntos porcentuales, las medianas empresas en 6.8 puntos porcentuales y las pequeñas empresas en 6.5 puntos porcentuales; desde la perspectiva de la antigüedad de las empresas se tiene que en las empresas maduras esta práctica decayó 15.7 puntos porcentuales y en las empresas jóvenes decayó 12.6 puntos porcentuales; sectorialmente se tiene que en la industria textil y de confección esta actividad disminuyó 42.7 puntos porcentuales, 39 puntos porcentuales en la agroindustria y 24.8 puntos porcentuales menos que en 2007 en la industria de la transformación.

Tabla 104.

Promoción del personal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	87.6***	12.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	73.2***	26.8***	100
Medianas (≥50 empleados)	55.8***	44.2***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	80.5	19.5	100
Maduras (>10 años)	83.1	16.9	100
Sector			
Agroindustria	93.7***	6.3***	100
Industria de la transformación	82.4***	17.6***	100
Industria textil y confección	90.7***	9.3***	100
Industria de la construcción	76.3***	23.8***	100
Comercio	78.6***	21.4***	100
Hostelería	86.4***	13.6***	100
Transporte y Comunicaciones	70.4***	29.6***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	77.3***	22.7***	100
Promedio	81.9	18.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

La promoción del personal es una práctica que se da en mayor medida en las empresas medianas, seguidas por las pequeñas y las microempresas; en las empresas jóvenes la práctica mencionada se da en el 19.5% de ellas y en el 16.9% de las empresas maduras. En el sector de comunicaciones y transportes la promoción de personal es una práctica del 29.6% de sus empresas, en el 23.8% de las empresas de la industria de la construcción y en el 22.7% de las empresas de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.

Tabla 105.

Promoción del personal según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	65.6***	34.4***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	41.1***	58.9***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	40.5***	59.5***	100
Promoción del personal según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	59.9**	40.1**	100
Maduras (> 10 años)	53.1**	46.9**	100
Promoción del personal según sector (%)			
Agroindustria	61.2	38.8	100
Industria de transformación	64.3	35.7	100
Industria textil y confección	56.0	44.0	100
Industria de la construcción	53.1	46.9	100
Comercio	52.0	48.0	100
Hostelería	66.7	33.3	100
Transporte y comunicaciones	63.2	36.8	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	52.1	47.9	100
Total	56.3	43.7	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La promoción del personal, analizada por tamaño, antigüedad y sector de las MIPYMES de Tabasco entre los años 2010 y 2007 también mostró resultados negativos respecto al año 2007; las pequeñas empresas redujeron en 32.1 puntos porcentuales la práctica de promoción de personal mientras que las microempresas y las empresas medianas redujeron en 22 y 15.3 puntos porcentuales la práctica de promoción de personal, respectivamente; en las empresas maduras se redujo la promoción de personal en 30 puntos porcentuales y en las empresas jóvenes la reducción fue de 20.6 puntos porcentuales; la industria textil y confección disminuyó 34.7 puntos porcentuales en la práctica de promoción de personal; la agroindustria tuvo una disminución importante en la promoción de personal de 32.5 puntos porcentuales y el sector comercio descendió 26.6 puntos porcentuales en esta práctica.

Tabla 106.

Programa de incentivos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	70.4***	29.6***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	55.6***	44.4***	100
Medianas (≥50 empleados)	35.9***	64.1***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	65.3	34.7	100
Maduras (>10 años)	63.8	36.2	100
Sector			
Agroindustria	79.4***	20.6***	100
Industria de la transformación	69.4***	30.6***	100
Industria textil y confección	66.2***	33.8***	100
Industria de la construcción	55.1***	44.9***	100
Comercio	65.9***	34.1***	100
Hostelería	58.0***	42.0***	100
Transporte y Comunicaciones	52.0***	48.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	74.7***	25.3***	100
Promedio	64.5	35.5	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Respecto al programa de incentivos (bono de productividad y/o incentivos no monetarios) que aplican las MIPYMES tabasqueñas se identificó que a mayor tamaño mayor aplicación de programas de incentivos porque el mayor porcentaje se da en las empresas medianas (64.1%), mientras que disminuye en las empresas pequeñas (44.4%) y en las microempresas (29.6%). Las empresas maduras y jóvenes tienen esta práctica en el 36.2 y 34.7%, respectivamente. El sector de comunicaciones y transportes tiene el primer lugar en el porcentaje de empresas que respondieron afirmativamente a la utilización del programa de incentivos con el 48% de sus empresas, le sigue el sector de la construcción con el 44.9% de sus empresas y hostelería con el 42% de ellas.

Tabla 107.

Programa de incentivos según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	53.1***	46.9***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	33.5***	66.5***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	28.6***	71.4***	100
Programa de incentivos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	45.2	54.8	100
Maduras (> 10 años)	45.4	54.6	100
Programa de incentivos según sector (%)			
Agroindustria	53.1**	46.9**	100
Industria de transformación	57.1**	42.9**	100
Industria textil y confección	32.0**	68.0**	100
Industria de la construcción	46.9**	53.1**	100
Comercio	38.2**	61.8**	100
Hostelería	57.1**	42.9**	100
Transporte y comunicaciones	57.9**	42.1**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	43.2**	56.8**	100
Total	48.2	51.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El análisis comparativo del programa de incentivos, entre los años 2010 y 2007, por tamaño, antigüedad y sector de las MIPYMES tabasqueñas resultó con valores decrecientes en la mayoría de los enfoques evaluados, sin embargo el sector de transportes y comunicaciones mostró un incremento de 5.9 puntos porcentuales respecto al programa de incentivos aplicados por las empresas de ese sector en el año 2007. Las pequeñas empresas resultaron con una disminución de 22.1 puntos porcentuales respecto a la aplicación de este programa en el 2007, las microempresas tuvieron 17.3 puntos porcentuales menos y las medianas empresas con 7.3 puntos porcentuales menos que en el año 2007. Las empresas jóvenes y maduras tuvieron reducciones de 20.1 y 18.4 puntos porcentuales respectivamente en su utilización del programa de incentivos. La industria textil y de confección mostró reducciones de 34.2 puntos porcentuales en la práctica del programa de incentivos, en el sector de servicio a empresas, personales, técnicos y profesionales la disminución fue de 31.5 puntos porcentuales y comercio indicó la reducción de 27.7 puntos porcentuales respecto al año 2007.

Acciones de capacitación de recursos humanos

El principal activo de una empresa son las personas que la integran. La productividad presente y futura del negocio y la capacidad de las empresas para satisfacer las expectativas de desarrollo personal depende de las acciones formativas. Sabemos que, las inversiones en tecnología, por sí mismas, no garantizan el crecimiento a largo plazo, sino que deben ir acompañadas de unas políticas de formación adecuadas.

Por eso, cuando les preguntamos a los empresarios del estado por la previsión de las necesidades de formación que tendrán que desarrollar en los próximos dos años, se está evaluando la importancia que concede la dirección a este apartado y las expectativas de las empresas sobre la evolución futura del negocio, a los efectos de aprovechar nuevas oportunidades o corregir cualquier deficiencia detectada.

En general, se observa una elevada preocupación por los aspectos formativos, especialmente en los apartados de cursos técnico operativos, en el que aproximadamente el 59.2% de las empresas encuestadas tienen previsto desarrollar actividades formativas, seguido de las técnicas de venta con el 51% y sobre dirección y estrategia empresarial con el 50.3% (Tabla 108).

Tabla 108.

Porcentaje de empresas que pretenden desarrollar en los dos próximos años las actividades de capacitación para operativos (2010)

Cursos	%
Cursos técnicos operativos	59.2
Técnicas de venta	51.0
Dirección y/o estrategia empresarial	50.3
Informática	41.6
Contabilidad y Finanzas	46.9
Control/ Gestión de calidad/Normas ISO	38.1
Recursos Humanos	35.9
Idiomas	21.6

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Debajo de la línea del 50% destacan los cursos sobre Contabilidad y Finanzas con el 46.9%, Informática con el 41.6% y Control/Gestión de calidad/Normas ISO (38.1%).

Tabla 109.

Porcentaje de empresas que pretenden desarrollar en los dos próximos años las actividades de formación que se indican (2007)

Cursos	%
Cursos técnicos operativos	79.2
Técnicas de venta	80.3
Dirección y/o estrategia empresarial	74.4
Informática	64.7
Contabilidad y Finanzas	68.5
Control/ Gestión de calidad/Normas ISO	50.7
Recursos Humanos	63.3
Idiomas	41.0

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Al comparar los datos anteriores (Tabla 108) respecto al 2007 (Tabla 109), se destaca en general que los empresarios han disminuido su interés de desarrollar actividades de capacitación en el futuro. Los cursos operativos sobre técnicas de ventas son los que mayor descenso mostraron, con 29.3 puntos porcentuales, seguidos por los relacionados con recursos humanos con 27.4 puntos porcentuales y los de dirección y estrategia empresarial indican disminución en 24.1 puntos porcentuales respecto al año de comparación. Mientras que el 2007 los cursos de técnicas de ventas estaban en la primera posición de temas capacitación intercambió la posición con cursos técnicos operativos y en tercer lugar permanece la temática Control/Gestión de Calidad/Normas ISO 9000.

En la búsqueda de las variables que pueden explicar la sensibilidad de las empresas de la muestra en este apartado, se analizan por tamaño, la antigüedad y el sector de actividad, en el sentido de descubrir si son variables relevantes.

Puede observarse, que el tamaño y la actividad son variables relevantes en la mayoría de los cursos, de manera que las empresas de mayor tamaño demandan más formación que las microempresas. Esto se muestra claramente en los cursos técnico operativos puesto que casi la totalidad de las empresas medianas de la muestra tienen previsto realizar este tipo de formación.

Por sectores, se tiene primeramente a industria de la construcción con un 90% como quien más emplea estos cursos operativos, le sigue comercio con 63.3%, y servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con porcentajes en un 59.8%. En el extremo opuesto y por debajo de la media se encuentra la Agroindustria con un 40.6% (Tabla 110).

Tabla 110.

Cursos técnicos-operativos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	48.6***	51.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	26.8***	73.2***	100
Medianas (≥50 empleados)	16.3***	83.7***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	42.4	57.6	100
Maduras (>10 años)	39.6	60.4	100
Sector			
Agroindustria	59.4***	40.6***	100
Industria de la transformación	42.9***	57.1***	100
Industria textil y confección	44.0***	56.0***	100
Industria de la construcción	10.0***	90.0***	100
Comercio	36.7***	63.3***	100
Hostelería	48.3***	51.7***	100
Transportes y Comunicaciones	43.2***	56.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	40.2***	59.8***	100
Promedio	40.8	59.2	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Tabla 111.

Cursos técnicos-operativos según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	26.7***	73.3***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	13.2***	86.8***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	2.4***	97.6***	100
Cursos técnico operativos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	18.8	81.2	100
Maduras (> 10 años)	22.6	77.4	100
Cursos técnico operativos según sector (%)			
Agroindustria	22.4***	77.6***	100
Industria de transformación	25.0***	75.0***	100
Industria textil y confección	24.0***	76.0***	100
Industria de la construcción	3.1***	96.9***	100
Comercio	20.0***	80.0***	100
Hostelería	33.3***	66.7***	100
Transporte y comunicaciones	5.3***	94.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	17.1***	82.9***	100
Total	20.8	79.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Comparando las tablas 110 y 111, que los cursos técnicos operativos muestra una disminución respecto al año 2007 desde cualquiera de las perspectivas de tamaño, antigüedad y sector. Las microempresas son las que muestran una mayor disminución en su intención con 21.9 puntos porcentuales menos que en el 2007. Desde la perspectiva de la antigüedad, son las empresas jóvenes las que disminuyen en su intención de llevar a cabo cursos técnicos operativos con 23.6 puntos porcentuales menos. Por sectores, transporte y comunicaciones muestra una disminución de 37.9 puntos porcentuales, seguido por agroindustria con 37 puntos porcentuales menos y por servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 23.1 puntos porcentuales menos.

La formación de personal en técnicas de ventas tiene el segundo lugar en importancia según el porcentaje de respuesta de los empresarios (Tabla 112).

Tabla 112.

Cursos de técnicas de venta según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	54.1***	45.9***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	37.4***	62.6***	100
Medianas (≥50 empleados)	44.2***	55.8***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	45.9	54.1	100
Maduras (>10 años)	51.3	48.7	100
Sector			
Agroindustria	51.6***	48.4***	100
Industria de la transformación	51.6***	48.4***	100
Industria textil y confección	66.7***	33.3***	100
Industria de la construcción	51.2***	48.8***	100
Comercio	27.6***	72.4***	100
Hostelería	38.8***	61.2***	100
Transportes y Comunicaciones	50.6***	49.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	64.9***	35.1***	100
Promedio	49.0	51.0	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al analizar la Tabla 112, por tamaño de la empresa se identifica que las empresas pequeñas son las que tienen el mayor porcentaje con un 62.6%, seguidas por las empresas medianas con el 55.8%. Por edad, las empresas jóvenes tienen un porcentaje más alto respecto a las empresas maduras

con un 54.1%. Por sectores, encabeza la lista el sector de comercio con el 72.4% de empresas que indican que formarán a su personal en técnicas de ventas, seguidos por hostelería con el 61.2% y por transportes y comunicaciones con el 49.4%.

Tabla 113.
Cursos de técnicas de venta según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	23.1	76.9	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	15.2	84.8	100
Medianas (≥ 50 empleados)	9.5	90.5	100
Cursos de técnicas de venta según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	16.8*	83.2*	100
Maduras (> 10 años)	22.3*	77.7*	100
Cursos de técnicas de venta según sector (%)			
Agroindustria	22.4***	77.6***	100
Industria de transformación	17.9***	82.1***	100
Industria textil y confección	16.0***	84.0***	100
Industria de la construcción	28.1***	71.9***	100
Comercio	8.9***	91.1***	100
Hostelería	26.7***	73.3***	100
Transporte y comunicaciones	5.3***	94.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	31.5***	68.5***	100
Total	19.7	80.3	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).
Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación de las tablas 112 y 113 indican una disminución en el porcentaje de realización futura de cursos de técnicas de venta según tamaño, antigüedad o sector. Por tamaño, las empresas medianas son las que disminuyeron en 34.7 puntos porcentuales, seguidas por las microempresas con 31 puntos porcentuales menos. Por antigüedad, tanto las jóvenes como las maduras disminuyen en 29 puntos porcentuales, en números cerrados. Por sectores, la mayor disminución se observa en la industria textil y de confección con 50.7 puntos porcentuales, transporte y comunicaciones con 45.3 puntos porcentuales y la industria de la transformación con 33.7 puntos porcentuales respecto al 2007.

La formación sobre temas de dirección y estrategia empresarial se identificaba con el tercer lugar según los datos de la Tabla 108. Ahora se analiza este mismo tema pero por tamaño, antigüedad y sector (Tabla 114).

Tabla 114.

Cursos sobre dirección y/o estrategia empresarial según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	60.2***	39.8***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	29.3***	70.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	23.3***	76.7***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	50.0	50.0	100
Maduras (>10 años)	49.4	50.6	100
Sector			
Agroindustria	64.1***	35.9***	100
Industria de la transformación	48.4***	51.6***	100
Industria textil y confección	73.3***	26.7***	100
Industria de la construcción	15.0***	85.0***	100
Comercio	43.9***	56.1***	100
Hostelería	48.3***	51.7***	100
Transportes y Comunicaciones	53.1***	46.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	56.7***	43.3***	100
Promedio	49.7	50.3	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Los datos de la Tabla 114, indican que a mayor tamaño de la organización se da un mayor énfasis en los cursos de formación y estrategia empresarial. Desde la perspectiva de la antigüedad se identifica una ligera diferencia de 3.7 puntos porcentuales más entre las empresas jóvenes y las maduras. Por sectores se identifica que la industria de la construcción, la industria de transporte y comunicaciones y el sector comercio son los que encabezan los porcentajes de empresas que tienen interés en este tipo de cursos.

Tabla 115.

Cursos sobre dirección y/o estrategia empresarial según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	31.5***	68.5***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	18.3***	81.7***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	4.8***	95.2***	100
Cursos sobre dirección y/o estrategia empresarial según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	23.6	76.4	100
Maduras (> 10 años)	27.3	72.7	100
Cursos sobre dirección y/o estrategia empresarial según sector (%)			
Agroindustria	34.7***	65.3***	100
Industria de transformación	32.1***	67.9***	100
Industria textil y confección	20.0***	80.0***	100
Industria de la construcción	9.4***	90.6***	100
Comercio	16.0***	84.0***	100
Hostelería	35.2***	64.8***	100
Transporte y comunicaciones	10.5***	89.5***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	35.6***	64.4***	100
Total	25.6	74.4	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al llevar a cabo un análisis comparativo entre los datos obtenidos en el 2010 (Tabla 114) y 2007 (Tabla 115), se identifica una disminución generalizada en la intención de tomar cursos sobre dirección y estrategia. Por tamaño, las microempresas son las que más disminuyeron con 28.7 puntos porcentuales seguidas por las empresas medianas con 18.5 puntos porcentuales. Por edades, las empresas jóvenes disminuyeron en 26.4 puntos porcentuales, con casi cuatro puntos porcentuales más que las empresas maduras. Por sectores, la industria textil y confección encabeza la disminución con 53.3 puntos porcentuales, seguida por el sector de transporte y comunicación con 42.6 puntos porcentuales menos y la agroindustria con 28.7 puntos porcentuales menos que en el 2007.

La demanda de formación en el campo de la informática es un indicador del grado de utilización de las nuevas tecnologías de la información en las empresas. La Tabla 116 refleja los resultados obtenidos en el estudio del año 2010.

Tabla 116.

Cursos de Informática según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	66.5***	33.5***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	44.9***	55.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	27.9***	72.1***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	61.1	38.9	100
Maduras(>10 años)	56.3	43.7	100
Sector			
Agroindustria	70.3***	29.7***	100
Industria de la transformación	61.5***	38.5***	100
Industria textil y confección	85.3***	14.7***	100
Industria de la construcción	38.8***	61.2***	100
Comercio	44.9***	55.1***	100
Hostelería	55.8***	44.2***	100
Transportes y Comunicaciones	61.7***	38.3***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	57.7***	42.3***	100
Promedio	58.4	41.6	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al analizar los resultados de la Tabla 116 se observa que cuanto mayor es el tamaño de la empresa, mayor es la presencia de las nuevas tecnologías y la demanda de formación en este ámbito. Por antigüedad, las empresas maduras tienen 4.8 puntos porcentuales más que las empresas jóvenes. Por sectores construcción, comercio y hostelería muestran el más elevado interés, mientras que los menores valores los encontramos en la industria textil y confección y en agroindustria.

Tabla 117.

Cursos sobre informática según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	40.0***	60.0***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	29.4***	70.6***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	19.0***	81.0***	100
Cursos sobre informática según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	33.9	66.1	100
Maduras (> 10 años)	36.5	63.5	100
Cursos sobre informática según sector (%)			
Agroindustria	36.7***	63.3***	100
Industria de transformación	46.4***	53.6***	100
Industria textil y confección	36.0***	64.0***	100
Industria de la construcción	18.8***	81.2***	100
Comercio	26.7***	73.3***	100
Hostelería	43.8***	56.2***	100
Transporte y comunicaciones	31.6***	68.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	43.8***	56.2***	100
Total	35.3	64.7	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados comparativos de las tablas 116 y 117, muestran que sin importar la perspectiva del tamaño, la antigüedad o el sector hay una disminución en la intención de formación en temas informáticos; particularmente por el tamaño de las organizaciones encuestadas, se identifica que a menor tamaño de la organización mayor disminución en la formación futura sobre informática, es así que las microempresas están con 26.5 puntos porcentuales menos, las pequeñas empresas con 15.5 puntos porcentuales menos y las medianas empresas con 8.9 puntos porcentuales menos respecto al año 2007. Desde el punto de vista de la edad se tienen que las empresas jóvenes encabezan la disminución con 27.2 puntos porcentuales menos que en el 2007. Por sectores, la disminución está dada en primer lugar, con 49.3 puntos porcentuales menos que en 2007, por industria textil y confección seguida por agroindustria con 33.6 puntos porcentuales menos y por transporte y comunicaciones con 30.1 puntos porcentuales menos respecto al año 2007.

En la Tabla 118, se establecen los resultados porcentuales del año 2010 de los cursos sobre contabilidad y finanzas según tamaño, antigüedad y sector.

Tabla 118.

Cursos sobre contabilidad y finanzas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	61.6***	38.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	37.9***	62.1***	100
Medianas (≥50 empleados)	25.6***	76.4***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	52.2	47.8	100
Maduras (>10 años)	53.7	46.3	100
Sector			
Agroindustria	68.8***	31.2***	100
Industria de transformación	60.4***	39.6***	100
Industria textil y confección	77.3***	22.7***	100
Industria de la construcción	25.0***	75.0***	100
Comercio	37.8***	62.2***	100
Hostelería	47.6***	52.4***	100
Transportes y Comunicaciones	53.1***	46.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	63.9***	36.1***	100
Promedio	53.1	46.9	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La demanda de formación sobre contabilidad y finanzas, por tamaño de la empresa muestra otra vez que a mayor tamaño de la organización mayor porcentaje de intención de formación; sin embargo, no se identifican diferencias importantes desde la perspectiva de la edad de las empresas. Por sectores se tiene que la industria de la construcción encabeza la intención de las organizaciones de formar recursos humanos en temas de contabilidad y finanzas con un 75%, seguido por comercio con 62.2% y por el sector de hostelería con 52.4% (Tabla 118).

Tabla 119.

Cursos sobre contabilidad y finanzas según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	35.6	64.4	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	25.4	74.6	100
Medianas (≥ 50 empleados)	21.4	78.6	100
Cursos sobre contabilidad y finanzas según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	29.8	70.2	100
Maduras (> 10 años)	32.9	67.1	100
Cursos sobre contabilidad y finanzas según sector (%)			
Agroindustria	38.8***	61.2***	100
Industria de transformación	21.4***	78.6***	100
Industria textil y confección	32.0***	68.0***	100
Industria de la construcción	21.9***	78.1***	100
Comercio	24.0***	76.0***	100
Hostelería	33.3***	66.7***	100
Transporte y comunicaciones	26.3***	73.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	43.8***	56.2***	100
Total	31.5	68.5	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la κ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al comparar la Tabla 118 del 2010 con datos del 2007 (Tabla 119), se observa que independientemente del tamaño, antigüedad o sector, se tiene una disminución en la intención de formación en los temas de capital humano, contabilidad y finanzas. Por tamaño se da una relación inversamente proporcional porque las microempresas encabezan la disminución, con 26 puntos porcentuales menos, seguidas por las pequeñas empresas con 12.5 puntos porcentuales y las medianas empresas con 4.2 puntos porcentuales. Por sectores, la disminución se presenta con mayores puntos porcentuales en la industria textil y confección con 45.3 puntos porcentuales, seguido la industria de la transformación con 39 puntos porcentuales y por agroindustria con 30 puntos porcentuales.

Las respuestas de los empresarios, en el año 2010, respecto a la formación en temas de control y gestión de calidad y las normas ISO, analizadas por tamaño antigüedad y sector (Tabla 120).

Tabla 120.

Cursos sobre control/gestión de calidad/normas ISO según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	70.3***	29.7***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	47.0***	53.0***	100
Medianas (≥50 empleados)	34.9***	65.1***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	63.4	36.6	100
Maduras (>10 años)	60.9	39.1	100
Sector			
Agroindustria	65.6***	34.4***	100
Industria de transformación	62.6***	37.4***	100
Industria textil y confección	77.3***	22.7***	100
Industria de la construcción	36.2***	63.8***	100
Comercio	62.2***	37.8***	100
Hostelería	57.1***	42.9***	100
Transportes y Comunicaciones	64.2***	35.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	73.2***	26.8***	100
Promedio	61.9	38.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Los resultados sobre la planificación de cursos sobre control, gestión de calidad y normas ISO (Tabla 120) analizados por tamaño, edad o sector indican que según se incrementa el tamaño de la organización también se incrementa la intención de desarrollar este tipo de cursos, no así desde la perspectiva de la edad de la organización, toda vez que las empresas maduras superan con sólo 2.5 puntos porcentuales a las empresas jóvenes. Por sectores, encabeza la industria de la construcción con el 63.8%, seguido por hostelería con el 42.9% y por comercio con el 37.8% que sí planea realizar este tipo de formación.

Tabla 121. Cursos sobre / gestión de calidad / normas ISO según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	56.4***	43.6***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	39.6***	60.4***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	28.6***	71.4***	100
Cursos sobre control / gestión de calidad / normas ISO según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	46.9	53.1	100
Maduras (> 10 años)	51.3	48.7	100
Cursos sobre control / gestión de calidad / normas ISO según sector (%)			
Agroindustria	32.7***	67.3***	100
Industria de transformación	60.7***	39.3***	100
Industria textil y confección	40.0***	60.0***	100
Industria de la construcción	37.5***	62.5***	100
Comercio	45.3***	54.7***	100
Hostelería	48.6***	51.4***	100
Transporte y comunicaciones	52.6***	47.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	63.0***	37.0***	100
Total	49.3	50.7	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al comparar los datos de la tablas 120 (año 2010) y 121 (del año 2007) por tamaño de empresas y sectores se identifica que hay una disminución casi generalizada en el interés de llevar a cabo los cursos sobre temas de calidad de no ser por el sector de la construcción que identifica un ligero incremento de 1.9 puntos porcentuales respecto al año de comparación. Según los resultados, las microempresas redujeron en 13.9 puntos porcentuales, las empresas jóvenes en cambio mostraron una reducción de 16.5 puntos porcentuales y, por sectores, quienes indican mayor disminución son industria textil y confección con 37.3 puntos porcentuales, agroindustria con 32.9 puntos porcentuales y comercio con 16.9 puntos porcentuales menos respecto al año 2007 sobre su intención formar a su personal en estos temas.

Se preguntó a los empresarios sobre formación de personal en temas de recursos humanos, los resultados del estudio del año 2010 se presentan en la Tabla 122.

Tabla 122.

Cursos sobre recursos humanos según tamaño (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	72.6***	27.4***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	50.5***	49.5***	100
Medianas (≥50 empleados)	30.2***	69.8***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes(≤10 años)	64.3	35.7	100
Maduras (>10 años)	64.0	36.0	100
Sector			
Agroindustria	78.9***	21.9***	100
Industria de la transformación	65.9***	34.1***	100
Industria textil y confección	84.0***	16.0***	100
Industria de la construcción	47.5***	52.5***	100
Comercio	55.1***	44.9***	100
Hostelería	59.9***	40.1***	100
Transportes y Comunicaciones	54.3***	45.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	75.3***	24.7***	100
Promedio	64.1	35.9	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El análisis del tema por tamaño de empresas, antigüedad y sector (Tabla 122) indican que las empresas medianas tienen una mayor intención de desarrollar a su personal con temas de capacitación de recursos, con un resultado arriba del 50% de ellas con el 69.8%, mientras que las empresas pequeñas y medianas están por debajo del 50% hasta llegar al 27.4% de las microempresas. Se identifica que en la clasificación de las empresas por edades ellas no superan el 36% en su intención de llevar a cabo estos cursos, independientemente de ser jóvenes o maduras. Por sectores, la industria de la construcción muestra un interés de apenas 52.5%, encabezando a los tres sectores con porcentajes más altos, seguidos por transportes y comunicaciones con 45.7% y comercio con 44.9%.

Tabla 123.

Cursos sobre recursos humanos según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	44.4***	55.6***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	25.4***	74.6***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	19.0***	81.0***	100
Cursos sobre recursos humanos según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	34.6	65.4	100
Maduras (> 10 años)	38.6	61.4	100
Cursos sobre recursos humanos según sector (%)			
Agroindustria	38.8**	61.2**	100
Industria de transformación	39.3**	60.7**	100
Industria textil y confección	36.0**	64.0**	100
Industria de la construcción	34.4**	65.6**	100
Comercio	28.0**	72.0**	100
Hostelería	37.1**	62.9**	100
Transporte y comunicaciones	42.1**	57.9**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	48.6**	51.4**	100
Total	36.7	63.3	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados comparativos de las tablas 122 (año 2010) y 123 (año 2007) por antigüedad, tamaño o sector establecen que hay también una disminución generalizada respecto al año 2007; por ejemplo las microempresas encabezan esta disminución con 28.2 puntos porcentuales, mientras que las pequeñas y medianas empresas muestran 25.1 y 11.2 puntos porcentuales respectivamente. Por edades, también se aprecia una disminución, las empresas jóvenes disminuyeron con 29.7 puntos porcentuales, siendo 4.3 puntos porcentuales más que las empresas grandes. Por sectores, igualmente se percibe un descenso respecto al año 2007, se tiene que la industria textil y confección agroindustria encabeza esta disminución con 48 puntos porcentuales menos, agroindustria con 40.1 puntos porcentuales menos y comercio con 27.1 puntos porcentuales menos.

La Tabla 124, expone los resultados del año 2010 en la formación en idiomas según tamaño, antigüedad o sector. Bajo ninguna de estas perspectivas de análisis supera respuestas mayores al 50%.

Tabla 124.

Cursos sobre idiomas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	83.7***	16.3***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	70.7***	29.3***	100
Medianas (≥50 empleados)	53.5***	46.5***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	79.3	20.7	100
Maduras (>10 años)	77.8	22.2	100
Sector			
Agroindustria	85.9***	14.1***	100
Industria de la transformación	91.2***	8.8***	100
Industria textil y confección	94.7***	5.3***	100
Industria de la construcción	65.0***	35.0***	100
Comercio	81.6***	18.4***	100
Hostelería	66.7***	33.3***	100
Transportes y Comunicaciones	75.3***	24.7***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	77.3***	22.7***	100
Promedio	78.4	21.6	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Por tamaño se tiene que a mayor tamaño de las empresa mayor interés en formación en idiomas, por ello las empresas medianas reportan 46.5%, desde la perspectiva de la antigüedad se identifica que no hay gran diferencia porcentual entre las empresas maduras (22.2%) y las jóvenes (20.7%). Por sectores, quienes encabezan la tabla son la industria de la construcción con 35%, hostelería con 33.3% y transportes y comunicaciones con 24.7%.

Tabla 125.

Cursos sobre idiomas según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No realizará	Sí realizará	Total
Microempresas (<10 empleados)	65.1***	34.9***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	49.7***	50.3***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	45.2***	54.8***	100
Cursos sobre idiomas según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	59.6	40.4	100
Maduras (> 10 años)	58.5	41.5	100
Cursos sobre idiomas según sector (%)			
Agroindustria	59.2	40.8	100
Industria de transformación	85.7	14.3	100
Industria textil y confección	60.0	40.0	100
Industria de la construcción	46.9	53.1	100
Comercio	57.8	42.2	100
Hostelería	55.2	44.8	100
Transporte y comunicaciones	63.2	36.8	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	60.3	39.7	100
Total	59.0	41.0	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al llevar a cabo la comparación de datos del 2010 (Tabla 124) y 2007 (Tabla 125) bajo la visión de tamaño, antigüedad o sector se tiene otra vez una disminución respecto al año 2007. Por tamaño, las pequeñas empresas encabezan la disminución en 21 puntos porcentuales, le siguen las microempresas con 18.6 puntos porcentuales. Por edad de las empresas se tiene que tanto las empresas jóvenes y las maduras disminuyeron con valores que van ligeramente arriba de 19 puntos porcentuales. Por sectores, la disminución es encabezada por industria textil y confección con 34.7 puntos porcentuales menos, agroindustria con 26.7 puntos porcentuales menos y comercio con una disminución de 23.8 puntos porcentuales.

Capítulo 5

**Evolución de la
tecnología,
calidad e
innovación**

La posición tecnológica que tenga la empresa, puede ser considerada fuerte si se realiza un desarrollo interno de la tecnología que utiliza; buena si la tecnología es adquirida o su uso le posiciona delante de la competencia; es sostenible si se utilizan tecnologías idénticas a las de la mayoría de las empresas del sector y sólo se realizan nuevas inversiones cuando se observa que la competencia obtiene buenos resultados; es débil si nuestros principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna que la nuestra.

La tecnología, la calidad (especialmente si cuenta o no con una certificación de calidad) y la actitud ante la innovación, así como la realización de innovaciones son tres aspectos de la dirección de empresas actuales que se pueden calificar como determinantes, tanto para la orientación de la gestión como para la consecución y sostenimiento de ventajas competitivas.

Técnicas y procesos productivos

Las técnicas y procesos productivos de las MIPYMES del estado de Tabasco se estudiaron desde la percepción de los empresarios de los distintos sectores investigados, a continuación se presentan y analizan estos resultados comparando los años 2010 y 2007.

Tabla 126.

Posición tecnológica de la empresa (%) (2010)

Tipo de posición tecnológica	%
Fuerte	24.4
Buena	25.0
Sostenible	40.7
Débil	10.0

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Respecto a la pregunta de la posición tecnológica de las MIPYMES tabasqueñas, la respuesta alcanzó un nivel de fuerte o buena de cerca del 50% de las empresas y el 40% sostenible y sólo un 10% se encuentra en posición débil.

Tabla 127.

Posición tecnológica de la empresa (%) (2007)

Tipo de posición tecnológica	%
Fuerte	29.9
Buena	30.8
Sostenible	28.9
Débil	10.4

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Sin embargo, al realizar la comparación entre los años 2010 y 2007 se obtiene que las posición tecnológica de las empresas calificada como fuerte descendió 5.5 puntos porcentuales, la calificación de posición tecnológica buena descendió 5.8 puntos porcentuales, la posición tecnológica sostenible se incrementó en 11.8 puntos porcentuales de 2007 al 2010.

Tabla 128.

Posición tecnológica según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	Fuerte-buena	Sostenible-débil	Total
Microempresas (<10 empleados)	42.3***	57.7***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	63.1***	36.9***	100
Medianas (≥50 empleados)	67.4***	32.6***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	46.6	53.4	100
Maduras (>10 años)	51.3	48.7	100
Sector			
Agroindustria	39.1**	60.9**	100
Industria de la transformación	46.2**	53.8**	100
Industria textil y confección	53.3**	46.7**	100
Industria de la construcción	61.3**	38.8**	100
Comercio	52.0**	48.0**	100
Hostelería	40.1**	59.9**	100
Transporte y Comunicaciones	53.1**	46.9**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	54.6**	45.4**	100
Promedio	49.4	50.6	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Al analizar la posición tecnológica de las MIPYMES tabasqueñas por tamaño, antigüedad y sector, se observó que el 67.4% de las empresas medianas estudiadas, el 63.1% de las empresas las pequeñas y el 42.3% de las microempresas, indicaron tener una posición tecnológica fuerte o buena; el 51.3% de las empresas maduras y el 46.6% de las empresas

jóvenes identificaron su posición tecnológica como fuerte o buena; por sectores, la industria de la construcción es la que mejor posición tecnológica muestra, mientras que la agroindustria, la hostelería y la industria de la transformación son las que se encuentran en los rangos más bajos en cuanto a posición tecnológica.

Tabla 129.

Posición tecnológica según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	Fuerte-buena	Sostenible-débil	Total
Microempresas (<10 empleados)	51.8***	48.2***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	74.1***	25.9***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	81.0***	19.0***	100
Posición tecnológica según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	58.2	41.8	100
Maduras (> 10 años)	62.9	37.1	100
Posición tecnológica según sector (%)			
Agroindustria	67.3***	32.7***	100
Industria de transformación	64.3***	35.7***	100
Industria textil y confección	44.0***	56.0***	100
Industria de la construcción	65.6***	34.4***	100
Comercio	60.0***	40.0***	100
Hostelería	45.7***	54.3***	100
Transporte y comunicaciones	63.2***	36.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	71.2***	28.8***	100
Total	60.7	39.3	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La posición tecnológica según tamaño, antigüedad y sector, entre los años 2010 y 2007, muestra un descenso generalizado de una calificación de fuerte-buena a sostenible-débil, excepto por la industria textil y de la confección que muestra un incremento de 9.3 puntos porcentuales respecto al 2007. En tanto que las empresas jóvenes han descendido de una posición fuerte o buena a una posición sostenible o débil en 11.6 puntos porcentuales. Desde la visión de los sectores, la mayor transición hacia una posición de sostenible a débil ha sido para la agroindustria con 28.2 puntos porcentuales menos, industria de la transformación con 18.1 puntos porcentuales menos y el sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 16.6 puntos porcentuales menos que en 2007 en su posición tecnológica fuerte-buena.

Gestión de calidad

La norma internacional más popular para el desarrollo, implementación y certificación de sistemas de calidad para cualquier tipo de empresa independientemente de su tamaño es la norma ISO 9000, ella tiene como objetivo que se establezca un enfoque de procesos para satisfacer los requisitos del cliente, considerándose la certificación como una decisión estratégica de la alta dirección de cada empresa que toma el reto.

Tabla 130.

Disponibilidad de una certificación ISO de la serie 9000 o equivalente (%) (2010)

Certificación	%
Sí	7.4
No, pero estamos en proceso previo de certificación	9.5
No, y no estamos en proceso previo de certificación	83.1

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

La gestión de calidad mostrada en el año 2010 es muy baja, el porcentaje de las empresas que cuentan con una certificación ISO de la serie 9000 o equivalente es bajo, como también lo es el porcentaje de empresas que está en proceso de certificación en calidad; dando valor de 83% de empresas sin certificar y sin encontrarse en proceso de certificación ISO de la serie 9000 para los sistemas de gestión de la calidad.

Tabla 131.

¿Dispone su empresa de una certificación ISO de la serie 9000 o equivalente? (%) (2007)

Certificación	%
Sí	9.0
No, pero estamos en proceso previo de certificación	11.8
No, y no estamos en proceso previo de certificación	79.2

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Y al comparar los resultados entre los años 2010 y 2007, hay un descenso de 1.6 puntos porcentuales respecto a las empresas que en 2007 respondieron estar en certificados en calidad; es decir, si en 2007 sólo 9.0% de las empresas estaban certificadas, en el año 2010 sólo 7.4% de las empresas estudiadas indicaron estar certificadas; las empresas que en 2010 estaban en proceso de certificación respecto a las del 2007, disminuyeron en 2.3 puntos porcentuales; la respuesta de las MIPYMES que indicaron no estar en proceso de certificación registró un incremento de 3.9 puntos porcentuales respecto al año 2007.

Tabla 132.

Certificación de calidad según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Si o en Proceso	Total
Microempresas (<10 empleados)	87.2***	12.8***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	78.3***	21.7***	100
Medianas (≥50 empleados)	58.1***	41.9***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	85.0	15.0	100
Maduras (>10 años)	81.6	18.4	100
Sector			
Agroindustria	81.3	18.8	100
Industria de la transformación	86.8	13.2	100
Industria textil y confección	92.0	8.0	100
Industria de la construcción	71.3	28.8	100
Comercio	83.7	16.3	100
Hostelería	84.4	15.6	100
Transporte y Comunicaciones	76.5	23.5	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	86.6	13.4	100
Promedio	83.1	16.9	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Referente a la certificación de calidad (2010) según tamaño, antigüedad y sector, se observó una relación positiva entre el tamaño de la empresa y la certificación, es decir, a mayor tamaño de la empresa, mayor porcentaje de empresas certificadas; esa misma relación se encontró con la antigüedad de la empresa. El análisis por sector indicó que la industria de la construcción encabezó la lista de las empresas certificadas, con 28.8%, seguida por el sector de comunicaciones y transportes; mientras que la industria textil y de la confección encabezó la lista de las empresas con menor porcentaje de certificación de calidad seguida muy de cerca por la industria de la transformación.

Tabla 133.

Certificación de calidad según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí o en proceso	Total
Microempresas (<10 empleados)	88.2***	11.8***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	64.5***	35.5***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	64.3***	35.7***	100
Certificación de calidad según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	79.5	20.5	100
Maduras (> 10 años)	78.9	21.1	100
Certificación de calidad según sector (%)			
Agroindustria	75.5***	24.5***	100
Industria de transformación	89.3***	10.7***	100
Industria textil y confección	84.0***	16.0***	100
Industria de la construcción	71.9***	28.1***	100
Comercio	77.3***	22.7***	100
Hostelería	85.7***	14.3***	100
Transporte y comunicaciones	84.2***	15.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	76.7***	23.3***	100
Total	79.2	20.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación de los datos obtenidos en el año 2010 contra el año 2007 respecto a la certificación de las empresas en sistemas de calidad indicó que las medianas empresas que están certificadas o en proceso de certificación se incrementaron en 6.2 puntos porcentuales, en las microempresas hubo un incremento de 1 punto porcentual y en las pequeñas empresas el resultado fue de una disminución de 13.8 puntos porcentuales respecto al 2007; por sectores, en los primeros lugares, hay un incremento de 7.7 puntos porcentuales de las empresas de transportes y comunicaciones, de 2.5 puntos porcentuales en la industria de la transformación, de 1.3 puntos porcentuales en hostelería y en la industria de la construcción de 0.7 puntos porcentuales de empresas que están certificadas o en proceso de certificación, el resto de los sectores mostraron resultados decrecientes.

Innovación en la empresa

En esta sección se presentan los resultados de la importancia media que dan los empresarios de las MIPYMES tabasqueñas a los tres tipos de innovaciones que les fueron presentadas para su evaluación: innovaciones relacionadas con procesos productivos, innovaciones relacionadas con productos y servicios e innovaciones relacionadas con la gestión de la empresa.

Tabla 134.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa (escala 1-5^a) (2010)

Tipo	Media
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.34
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.32
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.12

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

*En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Los resultados de la importancia media que las empresas otorgan a estos tres tipos de innovación son muy parecidos entre sí, oscilando en una media de 4.34 para innovaciones de procesos productivos hasta 4.12 para las innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa.

Tabla 135.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa (escala 1-5^a) (2007)

Tipo	Media
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.15
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.39
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.28

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

*En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

La comparación de los resultados de los años 2010 y 2007 indican que hay ligero incremento de 0.19 puntos porcentuales a la importancia media que dan las empresas a las innovaciones de los procesos productivos; sin embargo, las medias de las innovaciones relacionadas con los productos y los servicios y las relacionadas con la gestión de la empresa disminuyeron ligeramente en 0.07 y 0.16 puntos porcentuales, respectivamente respecto al año de comparación.

Tabla 136.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según sector (escala 1-5^a) (2010)

Tipos	1	2	3	4	5	6	7	8
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.66***	4.25***	4.60***	4.16***	4.25***	4.41***	4.32***	4.16***
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.44***	4.13***	4.69***	4.05***	4.45***	4.40***	4.43***	4.09***
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.73***	3.58***	4.75***	4.36***	3.93***	4.05***	4.11***	4.18***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

De la importancia media que los sectores dan a cada una de las innovaciones presentadas, destacan la agroindustria y la industria textil y confección, que puntúan muchas veces con el máximo a las innovaciones relacionadas con los productos y servicios. La industria de la construcción y los servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales valoran de la misma manera las innovaciones en procesos y productos, aunque siempre con valores medios superiores a los tres puntos.

Tabla 137.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según sector (escala 1-5^a) (2007)

Tipos	1	2	3	4	5	6	7	8
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.53***	4.13***	4.20***	3.89***	4.06***	3.64***	4.42***	4.52***
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.25***	4.24***	4.50***	3.85***	4.46***	4.12***	4.71***	4.61***
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.41***	4.10***	4.21***	4.29***	4.27***	3.79***	4.72***	4.57***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

La evolución de la importancia media para cada tipo de innovaciones, del año 2010 comparada con el año 2007, en los distintos sectores mostró ligeros incrementos de décimas de puntos porcentuales en la agroindustria, en la industria de la textil y de la construcción y en hostelería; el resto de los sectores mostraron resultados menores y en algunos casos negativos como en las empresas de los servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.

Tabla 138.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Tipo	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.38	4.25	4.40
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.35	4.24	4.36
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.08	4.14	4.41

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

En el año 2010, las microempresas y las pequeñas empresas califican con una importancia media más alta a las innovaciones de procesos productivos, en segundo lugar a las de productos y servicios y en tercer lugar a las relacionadas con la gestión de su empresa; sin embargo, las medianas empresas calificaron, con una ligera diferencia, en primer lugar las innovaciones relacionadas con la gestión de las empresas, en segundo lugar las relacionadas con procesos productivos y en tercer lugar las relacionadas con los productos y servicios.

Tabla 139.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Tipo	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4,08	4,23	4,22
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4,36	4,48	4,18
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4,21	4,34	4,35

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01.

La comparación de la importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según tamaño, entre los años 2010 y 2007, indica que en las empresas medianas se obtienen ligeros incrementos (décimas de puntos porcentuales) en la importancia media atribuida para cada tipo de innovación, en las pequeñas y en las microempresas sólo la innovación en procesos productivos mostró un incremento de décimas o centésimas de puntos porcentuales respecto al año 2007 (Tabla 140).

Tabla 140.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Tipo	Jóvenes (≤10 años)	Maduras (>10 años)
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.31	4.36
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.28	4.37
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.00	4.22

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Las empresas jóvenes dan la mayor importancia media a las innovaciones relacionadas con los procesos productivos, en segundo lugar a las relacionadas con los productos y servicios y en tercer lugar a las relacionadas con la gestión de su empresa; las empresas maduras califican en primer lugar, con una importancia media ligeramente más alta a las innovaciones relacionadas con los productos y servicios, después a las relacionadas con los procesos productivos y en tercer lugar a las referentes a la gestión de la empresa.

Tabla 141.

Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Tipo	Jóvenes (≤10 años)	Maduras (>10 años)
Innovaciones relacionadas con procesos productivos	4.13	4.16
Innovaciones relacionadas con los productos/servicios	4.40	4.38
Innovaciones relacionadas con la gestión de su empresa	4.23	4.32

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01.

Al comparar la evolución, de los años 2010 y 2007, en la importancia media que dan las empresas jóvenes y maduras a los diferentes tipos de innovación se tiene que tanto para las empresas jóvenes como para las maduras las innovaciones relacionadas con procesos productivos muestran ligeros incrementos, sin embargo las innovaciones relacionadas con productos y servicios y de gestión de la empresa muestran ligeros valores negativos, aun cuando las diferencias entre los tipos señalados no son significativas.

Capítulo 6

**Evolución de las
tecnologías de la
información y
comunicación**

Un factor que logra incrementar el desarrollo eficaz y productivo en la MIPYMES es, sin duda, la inversión en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Su utilización y aplicación aporta una serie de ventajas potenciales en todas las áreas funcionales de la empresa, permitiendo una mayor agilidad en la generación, acceso y distribución de la información, una mayor coordinación en la toma de decisiones, una mejora en la conexión y asistencia a clientes y proveedores. La correcta utilización de las TIC en la organización de la MIPYMES puede resultar una importante ventaja competitiva.

En este sentido, las TIC deben constituir el soporte natural de la estrategia de la MIPYMES; es decir, ser lo suficientemente creativas como para permitir la obtención de las citadas ventajas competitivas. La informática ha pasado a desempeñar un rol activo en el desarrollo empresarial, abandonando la tradicional participación pasiva. Por lo tanto, es imprescindible una correcta inversión, en calidad y en cantidad suficientes, en aquellos avances que optimicen los recursos en la empresa y le coloquen en una posición de ventaja competitiva frente al resto.

Implantación de las tecnologías de la información y comunicación

En este sentido, las TIC juegan un papel decisivo en el proceso de selección de MIPYMES que permanecerán en el mercado, frente aquellas que saldrán de la realidad económica por no poder competir en igualdad de condiciones.

Así, en el estado de Tabasco se ha estudiado la implantación de las TIC, obteniendo los siguientes datos.

Tabla 142.

Porcentaje de implantación de las tecnologías de la información y comunicación (2010)

Tipo de tecnología	%
1. Disponer de correo electrónico (e-mail)	45.8
2. Disponer de página Web	23.2
3. Realizar ventas electrónicas usando Internet	19.1
4. Realizar compras electrónicas usando Internet	26.7
5. Utilizar banca electrónica	20.1
6. Realizar mercadotecnia usando Internet	18.8
7. Disponer de Intranet corporativa	15.1

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

La presencia de las TIC en las empresas del estado de Tabasco es moderada si tenemos en cuenta que la herramienta más utilizada, el correo electrónico, apenas es usada por el 45% de éstas; en segundo lugar de utilización está realizar compras electrónicas usando Internet con un 26.7% y en tercer lugar se posiciona disponer de una página web en un 23.2%. Como herramientas menos utilizadas se encuentran disponer de intranet corporativa y realizar mercadotecnia usando Internet.

Tabla 143.

Porcentaje de implantación de las tecnologías de la información y comunicación (2007)

Tipo de tecnología	%
1. Disponer de correo electrónico (e-mail)	56.5
2. Disponer de página Web	26.3
3. Realizar ventas electrónicas usando Internet	18.5
4. Realizar compras electrónicas usando Internet	28.7
5. Utilizar banca electrónica	48.8
6. Realizar mercadotecnia usando Internet	23.1
7. Disponer de Intranet corporativa	20.2

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Los datos para comparar los años 2010 y 2007 en el uso de las TIC mostraron una disminución en todos los renglones evaluados, en primer lugar está una disminución de 28.7 puntos porcentuales en la utilización de la banca electrónica entre las empresas estudiadas, en segundo lugar, con 10.7 puntos porcentuales menos que en el año 2007, disponer de correo electrónico y en tercer lugar se ubicó disponer de Internet corporativa con 5.1 puntos porcentuales menos que en el año 2007. Realizar ventas electrónicas por Internet tuvo un incremento de menos de un punto porcentual respecto al año de comparación.

Disponibilidad de correo electrónico

La disponibilidad de correo electrónico entre las MIPYMES se presenta a continuación analizándose por tamaño, antigüedad y sector de las empresas estudiadas.

Tabla 144.

Disponibilidad de correo electrónico según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	68.5***	31.5***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	28.8***	71.2***	100
Medianas (≥50 empleados)	7.0***	93.0***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤ 10 años)	54.1	45.9	100
Maduras (>10 años)	54.2	45.8	100
Sector			
Agroindustria	76.6***	23.4***	100
Industria de la transformación	59.3***	40.7***	100
Industria textil y confección	73.3***	26.7***	100
Industria de la construcción	10.0***	90.0***	100
Comercio	41.8***	58.2***	100
Hostelería	73.5***	26.5***	100
Transporte y Comunicaciones	39.5***	60.5***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	51.5***	48.5***	100
Promedio	54.2	45.8	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La disponibilidad del correo electrónico está en más del 90% de las empresas medianas, en más del 70% de las empresas pequeñas y en el 31.5% de las microempresas; respecto a la edad de las empresas, no se encuentra gran diferencia entre las empresas jóvenes o maduras, dado que ambas reportaron valores menores al 50%. Por sectores, la industria de la construcción encabeza la disponibilidad de correo electrónico con el 90% de las empresas entrevistadas, en segundo lugar están las empresas de transportes y comunicaciones (60.5%) y el sector comercio en tercer lugar con el 58.2%, en último lugar está la agroindustria con el 23.4%.

Tabla 145.

Disponibilidad de correo electrónico según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	58.1***	41.9***	100
Pequeñas (≥ 10 y <50 empleados)	22.3***	77.7***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	9.5***	90.5***	100
Disponer de correo electrónico según antigüedad (%)			
Jóvenes (<=10 años)	43.1	56.9	100
Maduras (> 10 años)	43.9	56.1	100
Disponer de correo electrónico según sector (%)			
Agroindustria	46.9***	53.1***	100
Industria de transformación	51.9***	48.1***	100
Industria textil y confección	36.0***	64.0***	100
Industria de la construcción	6.3***	93.8***	100
Comercio	45.5***	54.5***	100
Hostelería	64.8***	35.2***	100
Transporte y comunicaciones	47.4***	52.6***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	31.5***	68.5***	100
Total	43.5	56.5	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al comparar los datos obtenidos para el estudio de 2010 con los del año 2007 se observa que las empresas medianas incrementaron en 2.5 puntos porcentuales la disponibilidad del correo electrónico mientras que las microempresas y las pequeñas empresas disminuyeron en 10.4 y 6.5 puntos porcentuales respecto al año de comparación. La clasificación por antigüedad de las empresas mostró una disminución de entre 10 y 11 puntos porcentuales para las empresas maduras y jóvenes respecto al año 2007. Respecto a la disponibilidad del correo electrónico entre los sectores se tiene que sólo transportes y comunicaciones tuvo un crecimiento de 7.9 puntos porcentuales junto con comercio que incrementó 3.7 puntos porcentuales la disponibilidad de correo electrónico, en cambio la industria textil y de confección disminuyó 37.3 puntos porcentuales, la agroindustria decreció 29.7 puntos porcentuales y servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales disminuyó 20 puntos porcentuales.

Disponibilidad de página web

De acuerdo con los resultados obtenidos en el estudio de 2010, la disposición de página Web es claramente escasa entre las MIPYMES tabasqueñas.

Tabla 146.

Disponibilidad de página web según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	85.2***	14.8***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	64.1***	35.9***	100
Medianas (≥50 empleados)	39.5***	60.5***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	77.7	22.3	100
Maduras (>10 años)	76.1	23.9	100
Sector			
Agroindustria	90.6***	9.4***	100
Industria de la transformación	85.7***	14.3***	100
Industria textil y confección	88.0***	12.0***	100
Industria de la construcción	62.5***	37.5***	100
Comercio	61.2***	38.8***	100
Hostelería	85.0***	15.0***	100
Transporte y Comunicaciones	69.1***	30.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	72.2***	27.8***	100
Promedio	76.8	23.2	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la α : (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El 60.5% de las medianas empresas estudiadas cuentan con página web, el 35.9 puntos porcentuales de las pequeñas empresas y el 14.8% de las microempresas; el 22.3% de las empresas jóvenes y el 23.9% de las maduras disponen de páginas web. Por sectores, los primeros lugares en la disposición de páginas web se encontraron en el 38.8% de las empresas del sector comercio, en el 37.5% de las empresas de la industria de la construcción y en el 30.9% de las empresas de comunicaciones y transportes.

Tabla 147.

Disponer de página web según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	83.1***	16.9***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	61.9***	38.1***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	42.9***	57.1***	100
Disponer de página web según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 años)	74.3	25.7	100
Maduras (> 10 años)	73.1	26.9	100
Disponer de página web según sector (%)			
Agroindustria	81.6	18.4	100
Industria de transformación	81.5	18.5	100
Industria textil y confección	72.0	28.0	100
Industria de la construcción	71.9	28.1	100
Comercio	70.9	29.1	100
Hostelería	81.9	18.1	100
Transporte y comunicaciones	84.2	15.8	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	67.1	32.9	100
Total	73.7	26.3	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Los datos comparados para identificar la evolución, entre los años 2010 y 2007, en la disponibilidad de página web indican que ha habido un incremento de 3.4 puntos porcentuales en las medianas empresas y una disminución de 2.2 puntos porcentuales y 2.1 puntos porcentuales en las pequeñas empresas y en las microempresas, respectivamente. Existe una disminución de 3.4 puntos porcentuales en las empresas jóvenes y de 3 puntos porcentuales en las empresas maduras respecto al estudio del año 2007. Por sectores, transportes y comunicaciones muestra un incremento de 15.1 puntos porcentuales, 9.7 puntos en el sector comercio y 9.4 puntos porcentuales más en la industria de la construcción respecto al año 2007; la industria textil y de confección mostró un descenso de 16 puntos porcentuales en este mismo tema respecto al estudio del año 2007.

Ventas electrónicas usando Internet

Según los resultados obtenidos en este estudio, la venta electrónica a través de Internet es la herramienta menos utilizada por las MIPYMES del estado de Tabasco con un porcentaje del 20.0%.

Tabla 148.

Ventas electrónicas usando Internet según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	87.4***	12.6***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	68.7***	31.3***	100
Medianas (≥50 empleados)	62.8***	37.2***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	82.2	17.8	100
Maduras (>10 años)	80.0	20.0	100
Sector			
Agroindustria	87.5***	12.5***	100
Industria de la transformación	87.9***	12.1***	100
Industria textil y confección	94.7***	5.3***	100
Industria de la construcción	68.8***	31.3***	100
Comercio	74.5***	25.5***	100
Hostelería	88.4***	11.6***	100
Transporte y Comunicaciones	74.1***	25.9***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	70.1***	29.9***	100
Promedio	80.9	19.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

El 37% de las medianas empresas estudiadas realizan ventas electrónicas utilizando Internet, el 31.3% de las empresas pequeñas y el 12.6% de las microempresas; en el análisis por edad se tiene que no hay gran diferencia entre las empresas jóvenes y las maduras, ya que en las jóvenes se reportaron 17.8% de ventas a través de Internet y en las maduras se indicó en el 20% de los casos.

En los sectores se puede distinguir al sector de la industria de la construcción con una utilización superior al 30%; en segundo lugar, con más del 20% están los servicios a empresas, transporte y comunicaciones y comercio, y por último, aquellos sectores que apenas alcanzan el 12% en la realización de ventas electrónicas (agroindustria, industria de la transformación y hostelería).

Tabla 149.

Realiza ventas electrónicas usando Internet según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	87.2***	12.8***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	72.1***	27.9***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	73.8***	26.2***	100
Realiza ventas electrónicas usando Internet según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 años)	81.6	18.4	100
Maduras (> 10 años)	81.5	18.5	100
Realiza ventas electrónicas usando Internet según sector (%)			
Agroindustria	93.9**	6.1**	100
Industria de transformación	92.6**	7.4**	100
Industria textil y confección	72.0**	28.0**	100
Industria de la construcción	87.5**	12.5**	100
Comercio	80.0**	20.0**	100
Hostelería	83.8**	16.2**	100
Transporte y comunicaciones	94.7**	5.3**	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	74.7**	25.3**	100
Total	81.5	18.5	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al comparar los datos obtenidos en 2010 respecto al 2007 se observa que se incrementaron en 11 puntos porcentuales las medianas empresas que tienen ventas electrónicas, las pequeñas empresas lo hicieron en 3.4 puntos porcentuales y para las microempresas resultó una ligera disminución de 0.2 puntos porcentuales. Las empresas maduras resultaron con 1.5 puntos porcentuales más que en el año de comparación y las empresas jóvenes resultaron con 0.6 puntos porcentuales menos. En los sectores, mostraron valores positivos: transportes y comunicaciones, con 20.6 puntos porcentuales más que en el año 2007, industria de la construcción con un incremento de 18.8 puntos porcentuales en ventas electrónicas y la agroindustria con 6.4 puntos porcentuales más que en el año 2007; por el contrario, las empresas de la industria textil y confección encuestadas resultaron con una disminución de 22.7 porcentuales.

Compras electrónicas usando Internet

En este apartado se presenta el estudio sobre el comportamiento de las MIPYMES tabasqueñas, según su tamaño, antigüedad y sector, comprando a través del Internet.

Tabla 150.

Compras electrónicas usando Internet según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	83.9***	16.1***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	55.6***	44.4***	100
Medianas (≥50 empleados)	32.6***	67.4***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes(≤10 años)	74.8	25.2	100
Maduras(>10 años)	72.1	27.9	100
Sector			
Agroindustria	89.1***	10.9***	100
Industria de la transformación	79.9***	20.1***	100
Industria textil y confección	86.7***	13.3***	100
Industria de la construcción	50.5***	49.5***	100
Comercio	61.2***	38.8***	100
Hostelería	81.6***	18.4***	100
Transporte y Comunicaciones	82.7***	17.3***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	70.1***	29.9***	100
Promedio	73.3	26.7	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

El nivel de aprovechamiento de la red en la realización de compras está liderado por las empresas medianas con el 67.4% frente al 16.1% de las microempresas. Las empresas maduras, con el 27.9%, son las que en su mayoría llevan a cabo esta acción. En los primeros lugares por sectores, destaca la Industria de la construcción con el 49.5%, seguida de comercio con el 38.8% de las empresas y servicios a empresas con el 29.9%

Tabla 151.

Realiza compras electrónicas usando Internet según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	79.9***	20.1***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	60.9***	39.1***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	40.5***	59.5***	100
Realiza compras electrónicas usando Internet según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 años)	71.2	28.8	100
Maduras (> 10 años)	71.3	28.7	100
Realiza compras electrónicas usando Internet según sector (%)			
Agroindustria	81.6***	18.4***	100
Industria de transformación	74.1***	25.9***	100
Industria textil y confección	80.0***	20.0***	100
Industria de la construcción	43.8***	56.3***	100
Comercio	67.7***	32.3***	100
Hostelería	86.7***	13.3***	100
Transporte y comunicaciones	84.2***	15.8***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	64.4***	35.6***	100
Total	71.3	28.7	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Los resultados de la comparación entre los datos del año 2010 y el 2007 indican que en las empresas de tamaño mediano se observa un incremento de la práctica de las compras por Internet en 7.9 puntos porcentuales, en las pequeñas de 5.3 puntos porcentuales y en las microempresas registró una disminución de 4 puntos porcentuales respecto al año 2007. Desde la perspectiva de la antigüedad se observa que las empresas jóvenes tuvieron una disminución de 3.6 puntos porcentuales y las empresas maduras reportan una disminución de 0.8 puntos porcentuales respecto a la misma práctica en el año 2007. Los sectores que mostraron un incremento respecto a esta práctica están comercio, con 6.5 puntos porcentuales, hostelería con 5.1 puntos porcentuales más y transportes y comunicaciones con 1.5 puntos porcentuales más comparado con el año 2007; el resto de los sectores resultó con valores decrecientes que van desde 7.5 porcentuales en agroindustria hasta 5.7 puntos porcentuales menos en los servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.

Utilización de banca electrónica

La utilización de la banca electrónica de las MIPYMES estudiadas, se presenta en este apartado bajo los criterios de tamaño, antigüedad y sector.

Tabla 152.

Utilización de banca electrónica según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	88.0***	12.0***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	66.7***	33.3***	100
Medianas (≥50 empleados)	48.8***	51.2***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	82.1	17.9	100
Maduras (>10 años)	78.3	21.7	100
Sector			
Agroindustria	82.8***	17.2***	100
Industria de la transformación	85.7***	14.3***	100
Industria textil y confección	89.3***	10.7***	100
Industria de la construcción	30.0***	70.0***	100
Comercio	64.3***	35.7***	100
Hostelería	81.6***	18.4***	100
Transporte y Comunicaciones	60.5***	39.5***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	69.1***	30.9***	100
Promedio	71.9	28.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

El 52.1% de las empresas medianas estudiadas utilizan la banca electrónica, las pequeñas en el 33% de ellas y sólo el 12% de las microempresas; en el análisis por edades, el 21.7% de las empresas maduras y el 17.9% de las empresas jóvenes usan banca electrónica; por sectores, el 70% de las empresas de la industria de la construcción utilizan la Internet para comprar, el 39.5% de las empresas de comunicaciones y transportes y el 35.7% de las empresas comerciales, siendo estos los más altos.

Tabla 153.

Utilizar banca electrónica según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	65.4***	34.6***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	32.5***	67.5***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	9.5***	90.5***	100
Utilizar banca electrónica según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤10 años)	52.1	47.9	100
Maduras (> 10 años)	50.4	49.6	100
Utilizar banca electrónica según sector (%)			
Agroindustria	65.3***	34.7***	100
Industria de transformación	74.1***	25.9***	100
Industria textil y confección	56.0***	44.0***	100
Industria de la construcción	3.1***	96.9***	100
Comercio	46.4***	53.6***	100
Hostelería	67.6***	32.4***	100
Transporte y comunicaciones	52.6***	47.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	47.3***	52.7***	100
Total	51.2	48.8	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Las comparaciones de los resultados en la utilización de la banca electrónica entre los años 2010 y 2007 indican que en general decreció esta práctica en las MIPYMES, de forma particular se tiene que en las medianas empresas decreció esta práctica en 39.3 puntos porcentuales, en 34.2 puntos porcentuales en las empresas pequeñas y en 22.6 puntos porcentuales en las microempresas. En comparación con el año 2007; desde el renglón de la edad de las empresas, las empresas jóvenes muestran un valor decreciente en 30 puntos porcentuales y las empresas maduras en 27.9 puntos porcentuales; todos los sectores muestran valores decrecientes, encabezados por la industria textil y de la confección con 33.3 puntos porcentuales menos que en el año 2007, la industria de la construcción con 26.9 puntos porcentuales menos y los servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 21.8 puntos porcentuales menos que en el año 2007.

Mercadotecnia usando Internet

Las técnicas de mercadotecnia con Internet como vehículo se encuentran en un estado primario, apenas superando 18.8% de utilización.

Tabla 154.

Mercadotecnia usando Internet según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	84.7***	15.3***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	67.2***	32.8***	100
Medianas (≥50 empleados)	45.0***	55.0***	100
Antigüedad del sector			
Jóvenes (≤10 años)	78.7	21.3	100
Maduras (>10 años)	76.9	23.1	100
Sector			
Agroindustria	90.6***	9.4***	100
Industria de la transformación	83.5***	16.5***	100
Industria textil y confección	94.7***	5.3***	100
Industria de la construcción	60.00***	40.0***	100
Comercio	71.4***	28.6***	100
Hostelería	89.8***	10.2***	100
Transporte y Comunicaciones	71.6***	28.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	84.5***	15.5***	100
Promedio	81.2	18.8	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la α : (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

La mercadotecnia utilizando Internet, según el estudio de 2010, es una práctica del 55% de las empresas medianas, en el 32.8% de las empresas pequeñas y en el 15.3% de las microempresas; el 23.1% de las empresas maduras y el 21.3% de las empresas jóvenes aplican la Internet para actividades mercadológicas, en los sectores, quienes encabezan esta práctica son: la industria de la construcción con el 40%, comercio con el 28.6% y transportes y comunicaciones con el 28.4 puntos porcentuales.

Tabla 155.

Realizar mercadotecnia usando Internet según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	84.6***	15.4***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	67.0***	33.0***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	52.4***	47.6***	100
Realizar mercadotecnia usando Internet según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	78.1	21.9	100
Maduras (> 10 años)	75.8	24.2	100
Realizar mercadotecnia usando Internet según sector (%)			
Agroindustria	85.7***	14.3***	100
Industria de transformación	88.9***	11.1***	100
Industria textil y confección	80.0***	20.0***	100
Industria de la construcción	53.1***	46.9***	100
Comercio	75.9***	24.1***	100
Hostelería	84.8***	15.2***	100
Transporte y comunicaciones	100.0***	0.0***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	69.2***	30.8***	100
Total	76.9	23.1	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El análisis de la evolución de las MIPYMES en cuanto a la realización de actividades de mercadotecnia a través de la Internet, entre los años 2010 y 2007, mostró que entre las medianas empresas ha incrementado esa práctica en 7.4 puntos porcentuales, mientras que disminuyeron ligeramente entre las pequeñas y las microempresas en 0.2 y 0.1 puntos porcentuales; entre las empresas maduras y las jóvenes estudiadas se registró una reducción de 1.1 y de 0.6 puntos porcentuales respectivamente; la comparación de los sectores fue encabezada por las empresas de transportes y comunicaciones al registrarse un incremento de 28.4 puntos porcentuales con respecto al 2007, seguido por la industria de la transformación con 5.4 puntos porcentuales más y por comercio en 4.5 puntos porcentuales más que en el año 2007; los sectores que mostraron una disminución en realizar actividades de mercadotecnia a través del Internet son: las empresas de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con 15.3 puntos porcentuales y las de la industria de textil y de confección con 14.7 puntos porcentuales menos.

Disponibilidad de intranet corporativa

Se preguntó en las MIPYMES tabasqueñas, si cuentan con intranet corporativa y los resultados, según tamaño, antigüedad y sector, se muestran a continuación.

Tabla 156.

Disponibilidad de intranet corporativa según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	83.9***	16.1***	100
Pequeñas (≥10 y <50 empleados)	49.5***	50.5***	100
Medianas (≥50 empleados)	23.3***	76.7***	100
Antigüedad de la empresa			
Jóvenes (≤10 años)	73.6***	26.4***	100
Maduras (>10 años)	69.2	30.8	100
Sector			
Agroindustria	95.3***	4.7***	100
Industria de la transformación	94.5***	5.5***	100
Industria textil y confección	96.0***	4.0***	100
Industria de la construcción	65.0***	35.0***	100
Comercio	77.6***	22.4***	100
Hostelería	92.5***	7.5***	100
Transporte y Comunicaciones	71.6***	28.4***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.	83.5***	16.5***	100
Promedio	84.9	15.1	100

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La disponibilidad de intranet corporativa ha sido identificada en el 76.7% de las empresas medianas, en el 50.5% de las empresas pequeñas y en el 16.1% de las microempresas; en el 30.8% de las empresas maduras y en el 26.4% de las empresas jóvenes; en el 35% de las empresas de la industria de la construcción, en el 28.4% de las empresas de transportes y comunicaciones y en el 22.4% de las empresas comerciales, teniendo estos sectores los primeros lugares por la disponibilidad de intranet corporativa.

Tabla 157.

Disponer de intranet corporativa según tamaño (%) (2007)

Tamaño de la empresa	No	Sí	Total
Microempresas (<10 empleados)	88.5***	11.5***	100
Pequeñas (≥ 10 y < 50 empleados)	68.0***	32.0***	100
Medianas (≥ 50 empleados)	54.8***	45.2***	100
Disponer de intranet corporativa según antigüedad (%)			
Jóvenes (≤ 10 años)	78.1	21.9	100
Maduras (> 10 años)	81.2	18.8	100
Disponer de intranet corporativa según sector (%)			
Agroindustria	89.8***	10.2***	100
Industria de transformación	96.3***	3.7***	100
Industria textil y confección	80.0***	20.0***	100
Industria de la construcción	68.8***	31.3***	100
Comercio	73.6***	26.4***	100
Hostelería	90.5***	9.5***	100
Transporte y comunicaciones	89.5***	10.5***	100
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	76.0***	24.0***	100
Total	79.8	20.2	100

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la χ^2 : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los resultados de la comparación de la evolución en la disponibilidad de intranet corporativa entre las MIPYMES, en los años 2010 y 2007, muestran que en el renglón de las empresas medianas esta intranet corporativa tuvo un incremento de 31.5 puntos porcentuales; de 18.5 puntos porcentuales en las empresas pequeñas y 4.6 puntos porcentuales en las microempresas; los incrementos se han dado en los sectores de transportes y comunicaciones con 17.9 puntos porcentuales, construcción con 3.7 puntos porcentuales y 1.8 puntos porcentuales en el industria de la transformación, la disminución más alta se dio en la industria textil y de confección con 16 puntos porcentuales menos respecto al año de comparación.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas

Los resultados obtenidos sobre el grado de utilización de diferentes aplicaciones informáticas por parte de las MIPYMES del estado de Tabasco, están registrados en la información siguiente.

Tabla 158.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas (escala 1-5^a) (2010)

Aplicaciones informáticas	Media
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	3.95
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	3.98
3. Programas de gráficos (HG, Corel , otros)	2.85
4. Software de fax en la computadora	2.75
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	2.92
6. Software específico de contabilidad	2.98
7. Software específico de Nóminas y Seguros Sociales	2.86
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	2.83
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.68

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

* En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Las bases de datos y los procesadores de textos ocupan los primeros lugares, seguidos por el resto de aplicaciones, con niveles similares en su implantación. Dentro de las aplicaciones destinadas a la gestión empresarial, el software específico de contabilidad es el que presenta un mayor grado de utilización, seguido del destinado a la gestión contable, de personal, de almacenes y de facturación.

Tabla 159.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas (escala 1-5^a) (2007)

Aplicaciones informáticas	Media
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	3.15
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	2.68
3. Programas de gráficos (HG, Corel , otros)	2.14
4. Software de fax en la computadora	2.28
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	2.32
6. Software específico de contabilidad	2.43
7. Software específico de Nóminas y Seguros Sociales	2.24
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	2.30
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.35

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

* En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

El grado de utilización de aplicaciones informáticas ha evolucionado, mostrando los incrementos en bases de datos, con 1.3 puntos porcentuales en su calificación media anterior, los procesadores de textos han incrementado su importancia media en 0.8 puntos y los programas gráficos han incrementado su importancia media en 0.71 puntos.

Tabla 160.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Aplicaciones informáticas	Microempresas	Pequeñas	Medianas
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	3.65***	4.16***	4.56***
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	3.58***	4.28***	4.71***
3. Programas de gráficos (HG, Corel , otros)	2.59***	3.05***	3.29***
4. Software de fax en la computadora	2.25***	3.16***	3.59***
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	2.40***	3.30***	3.98***
6. Software específico de Contabilidad	2.42***	3.43***	3.98***
7. Software específico de Nóminas y Seguro Social	2.20***	3.34***	4.20***
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	2.31***	3.19***	3.98***
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.25***	2.98***	3.61***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

En el análisis desde el enfoque del tamaño de las organizaciones estudiadas se tiene que para las medianas empresas, las bases de datos, los procesadores de texto, el software específico de nóminas y seguro social tienen los tres valores más altos de calificación media. En las pequeñas empresas los tres valores de calificación media más altos fueron para las aplicaciones de bases de datos, procesador de textos y el software específico de contabilidad, en las micro empresas se calificó como la aplicación más importante la de procesador de textos, seguida por la de base de datos y por los programas gráficos.

Tabla 161.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Aplicaciones informáticas	Microempresas	Pequeñas	Medianas
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	2.74***	3.63***	4.33***
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	2.34***	3.09***	3.50***
3. Programas de gráficos (HG, Corel , otros)	1.85***	2.44***	3.14***
4. Software de fax en la computadora	2.01***	2.58***	3.07***
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	1.94***	2.64***	4.07***
6. Software específico de Contabilidad	2.00***	2.83***	4.14***
7. Software específico de Nóminas y Seguro Social	1.87***	2.61***	3.62***
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	1.92***	2.71***	3.55***
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.09***	2.55***	3.60***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

En las comparaciones de la evolución entre el grado de utilización de aplicaciones informáticas, en los años 2010 y 2007, se identifica que en las medianas empresas se incrementó 1.21 puntos porcentuales el grado de utilización de bases de datos, seguido por el software específico de nóminas y seguro social con 0.58 puntos porcentuales más y en tercer lugar el software de fax en la computadora con un incremento de 0.52 puntos porcentuales; en las pequeñas empresas los mayores incrementos del grado de utilización de aplicaciones informáticas se registraron en: la base de datos con 1.19 puntos porcentuales más, el software específico de nómina y seguro social con un incremento de 0.73 puntos porcentuales y en los programas de gráficos con 0.61 puntos porcentuales de incremento. En las microempresas los incrementos más altos se registraron en: bases de datos con 1.24 puntos porcentuales más que en el año 2007, en procesador de textos con 0.91 puntos porcentuales más y en programas gráficos con 0.74 puntos porcentuales más que en el año 2007.

Tabla 162.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Aplicaciones informáticas	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	3.91	3.97
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	3.98	3.97
3. Programas de gráficos (HG, Corel Draw, otros)	2.78	2.89
4. Software de fax en la computadora	2.75	2.75
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	2.86	2.97
6. Software específico de Contabilidad	2.96	2.99
7. Software específico de Nóminas y Seguro Social	2.76	2.92
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	2.67	2.94
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.7	2.66

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

La antigüedad de las empresas no resultó ser un factor determinante en este caso, tanto las empresas maduras como las jóvenes presentan resultados similares. Las herramientas más utilizadas siguen siendo los procesadores de texto y bases de datos a nivel general y el software de contabilidad en el campo específico de gestión empresarial.

Tabla 163.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Aplicaciones informáticas	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	3.22	3.09
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	2.68	2.68
3. Programas de gráficos (HG, Corel Draw, otros)	2.23	2.06
4. Software de fax en la computadora	2.22	2.33
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	2.33	2.32
6. Software específico de Contabilidad	2.45	2.41
7. Software específico de Nóminas y Seguro Social	2.25	2.24
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	2.29	2.30
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.42	2.29

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^aEn una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los datos comparados, entre los años 2010 y 2007, de las empresas jóvenes y maduras muestran incrementos en las mismas aplicaciones aunque con intensidades diferentes, en primer lugar están la aplicación de base de datos, en segundo está el procesador de textos y en tercer lugar está el programa de gráficos.

Tabla 164.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas según sector (escala 1-5^a) (2010)

Aplicaciones informáticas	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	3.38***	3.37***	3.19***	4.40***	3.99***	3.30***	3.12***	4.45***
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	4.13***	3.17***	3.24***	4.49***	4.08***	3.55***	2.96***	4.36***
3. Programas de gráficos (HG, Corel, otros)	1.63***	3.56***	3.24***	3.95***	2.51***	1.77***	1.86***	2.67***
4. Software de fax en la computadora	2.69***	2.31***	2.43***	3.70***	2.67***	2.38***	1.91***	2.55***
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	3.06***	2.31***	2.38***	3.66***	3.26***	2.58***	1.99***	2.67***
6. Software específico de Contabilidad	3.25***	2.27***	2.33***	3.96***	3.22***	2.53***	1.95***	2.83***
7. Software específico de Nóminas y Seguros Sociales	2.88***	1.83***	2.29***	3.86***	3.16***	2.49***	2.11***	2.47***
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	3.13***	2.40***	2.29***	3.61***	3.20***	2.34***	1.91***	2.43***
9. Software específico de Almacenes y Facturación	2.50***	2.08***	2.24***	3.07***	3.29***	2.60***	1.86***	2.28***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-12075

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Los tres sectores que calificaron con valores más altos a la utilización de las aplicaciones informáticas son: construcción; servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales y comercio; construcción dio la mayor utilización a las bases de datos, al procesador de textos y los software específicos de contabilidad; servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales dio la mayor calificación de utilización al procesador de textos, a las bases de datos y al software específico de contabilidad; el sector comercial calificó en primer lugar de utilización a las bases de datos, en segundo lugar a los procesadores de texto y en tercer lugar al software específico de almacenes y facturación.

Tabla 165.

Grado de utilización de aplicaciones informáticas según sector (escala 1-5^a) (2007)

Aplicaciones informáticas	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Procesador de textos (WP, MS WORD, otros)	2.61***	2.5***	2.96***	4.59***	3.34***	1.97***	3.82***	3.61***
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	2.22***	2.17***	1.71***	3.47***	3.01***	1.69***	3.41***	3.02***
3. Programas de gráficos (HG, Corel, otros)	1.63***	1.92***	2.83***	3.69***	1.99***	1.39***	1.94***	2.63***
4. Software de fax en la computadora	1.61***	2.21***	1.88***	3.31***	2.56***	1.65***	1.71***	2.43***
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc.) EN UN PAQUETE	1.80***	2.29***	1.79***	3.47***	2.62***	1.59***	2.00***	2.45***
6. Software específico de Contabilidad	2.13***	2.00***	1.67***	3.81***	2.76***	1.70***	2.35***	2.47***
7. Software específico de Nóminas y Seguros Sociales	1.70***	1.79***	1.88***	3.25***	2.56***	1.60***	2.82***	2.24***
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	1.83***	2.04***	1.54***	3.03***	2.63***	1.70***	2.59***	2.37***
9. Software específico de Almacenes y Facturación	1.91***	2.04***	1.79***	3.09***	3.01***	1.57***	1.65***	2.17***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^aEn una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

La evolución de los sectores acerca en la utilización de las aplicaciones informáticas muestra que hostelería tuvo el mayor incremento, seguida por los sectores de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales y de agroindustria; hostelería incrementó la calificación de la utilización de bases de datos en 1.86 punto porcentuales, de los procesadores de texto con 1.33 puntos porcentuales y del software específico de almacenes y facturación con 1.03 puntos porcentuales más que en 2007; el sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales incrementó la calificación de la utilización de las bases de datos en 1.34 puntos porcentuales, de los procesadores de textos en 0.84 puntos porcentuales y el software específico de contabilidad en 0.36 puntos porcentuales; agroindustria registró calificaciones más altas en la utilización de las bases de datos con 1.91 puntos porcentuales, de software fiscal (libros y declaraciones) con 1.3 puntos porcentuales y del software Multipack (contabilidad, personal, almacén) con 1.26 puntos porcentuales más que en el año 2007.

Capítulo 7

***Evolución de los
aspectos contables y
financieros***

Distintos mecanismos de control establecidos en las MIPYMES contribuyen a que la gerencia pueda tomar sus decisiones. La fuerte competencia actual provocada, entre otros factores, por la globalización de los mercados y el cambio tecnológico están motivando a las MIPYMES a desarrollar o implantar en el seno de su organización técnicas económico-financieras y contables adecuadas al momento en que vivimos (Chablé y Aragón, 2009).

“Lossistemasdecontabilidaddecostos,elaboracióndepresupuestos, los análisis económicos-financieros así como la determinación de sus períodos medios de pago y cobro permiten a la dirección de la empresa elaborar información útil y eficiente para la toma de decisiones respecto de la valoración de los inventarios, del control de costos, la medición de los ingresos-costos-beneficios, analizar la rentabilidad de los productos y mercados, ver sus desviaciones, compararse con la competencia, prever situaciones de tensión financiera, planificar sus inversiones y necesidades de financiamiento, entre otros“ (Chablé y Aragón, 2009, pág. 158).

Está suficientemente comprobado, tanto a nivel doctrinal como de la práctica cotidiana, que la implantación de estas técnicas y sistemas de control de la gestión en las MIPYMES pueden constituir una clara ventaja competitiva (Chablé y Aragón, 2009).

Grado de utilización de las técnicas contables

A continuación, se presentan los resultados del grado utilización de las técnicas económico-financieras de las MIPYMES tabasqueñas.

Tabla 166.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras (escala 1-5^a) (2010)

Técnicas económica-financieras	Media
1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	3.13
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.50
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.41

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto “Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica”. FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

* En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

El análisis de los resultados indica que el valor más alto de la media otorgada por los encuestados es para el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales, seguido por el análisis de la situación económico-financiera y por la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos.

Tabla 167.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras (escala 1-5^a) (2007)

Técnicas económica-financieras	Media
1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	3.25
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.43
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.66

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^aEn una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

La comparación de la información anterior respecto al año 2007 indica que existen pequeñas disminuciones en las calificaciones de las medias de la utilización de las técnicas económico-financieras, la mayor variación identificada se da en la disminución de 0.25 puntos porcentuales en el grado de utilización del análisis de la situación económico-financiera y la siguiente es en la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos con 0.12 puntos porcentuales; el incremento se da en el establecimiento de presupuesto de ingresos y gastos anuales.

Tabla 168.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Técnicas económico-financieras	Microempresas	Pequeñas	Medianas
1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	2.96***	3.45***	3.74***
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.32***	3.81***	4.14***
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.12***	3.94***	4.26***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^aEn una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Al revisar los resultados desde el tamaño de las organizaciones evaluadas se identifica que la utilización más alta se da entre las empresas medianas, después en las pequeñas empresas y por último en las microempresas; las empresas medianas y pequeñas calificaron con una media más alta al análisis de la situación económico financiera, después se calificó el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales y por último la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos; en las microempresas se calificó con mayor media al establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales, en segundo lugar el análisis de la situación económico-financiera y al final la implantación de un sistema de contabilidad de costos.

Tabla 169.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Técnicas económico-financieras	Microempresas	Pequeñas	Medianas
1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	3.07***	3.46***	3.95***
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.29***	3.58***	3.95***
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.49***	3.87***	4.26***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^aEn una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

En este mismo tema, los resultados comparados entre los años 2010 y 2007 indican algunas variaciones de incremento o disminución de décimas o centésimas de punto respecto al grado de utilización de las técnicas económico-financieras; el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales tuvo un incremento en el valor medio otorgado por las pequeñas empresas con 0.23 puntos porcentuales, por las empresas medianas con 0.19 puntos porcentuales y las microempresas con apenas 0.03 puntos porcentuales; el análisis de la situación financiera tuvo variaciones en su media de utilización con un incremento de 0.07 puntos porcentuales en las pequeñas empresas, una disminución de 0.37 puntos porcentuales en las microempresas y en las medianas empresas permaneció sin cambios; la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos ha decrecido en 0.21 puntos porcentuales en las medianas empresas, en 0.01 y 0.11 puntos porcentuales en las pequeñas y microempresas respectivamente.

Tabla 170.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Técnicas económico-financieras	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (>10 años)
1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	3.16	3.12
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.52	3.50
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.34	3.46

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^aEn una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

La antigüedad de las empresas no es un factor determinante para la utilización de las técnicas estudiadas en las organizaciones. En las empresas jóvenes y maduras el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales ocupa el mayor grado de utilización, seguido por análisis de la situación económico-financiera y con una media menor se registró a la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos.

Tabla 171.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Técnicas económico-financieras	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (>10 años)
1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	3.30	3.21
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.52	3.34
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.71	3.62

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Las comparaciones entre los estudios del año 2010 y 2007 muestran que hay una variación mínima en la media de utilización de las técnicas económico-financieras entre las empresas jóvenes y maduras; una disminución de 0.37 puntos porcentuales en el análisis de la situación económico-financiera y de 0.14 puntos porcentuales en la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos en las empresas jóvenes; en las empresas maduras la media disminuyó 0.16 puntos porcentuales en el análisis de la situación económico-financiera y 0.09 puntos porcentuales en la implantación y control de un sistema de contabilidad de costos; el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales se incrementó en 0.16 puntos porcentuales en las empresas maduras mientras que en las jóvenes permanece sin cambio.

Tabla 172.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según sector (escala 1-5^a) (2010)

Técnicas económico-financieras	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Implantación de un sistema de contabilidad de costos	3.06***	2.76***	2.86***	3.15***	3.54***	3.08***	3.10***	2.93***
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.20***	3.12***	3.18***	3.96***	3.18***	3.35***	3.56***	3.64***
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.05***	3.04***	3.53***	4.19***	3.47***	3.20***	3.74***	3.31***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1: Agroindustria | 5: Comercio |
| 2: Industrias de Transformación | 6: Hostelería |
| 3: Industria textil y confección | 7: Transporte y comunicación |
| 4: Industria de la construcción | 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales |

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Los sectores con mayor implantación en su gestión de técnicas económico-financieras son la industria de la construcción, de comercio y de transporte y comunicaciones; donde se realiza un menor uso de estas técnicas es en la Industria de la transformación dado que los niveles de implantación de un sistema de contabilidad de costos no alcanzan los 3 puntos; desde un análisis por herramienta utilizada tenemos que las técnicas para el establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales y para el análisis de la situación económico-financiera tienen los valores mayores de la media.

Tabla 173.

Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según sector (escala 1-5^a) (2007)

Técnicas económico-financieras	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Implantación de un sistema de contabilidad de costos	3.02***	2.96***	2.44***	3.66***	3.58***	2.83***	3.68***	3.16***
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	3.18***	3.36***	2.56***	3.56***	3.80***	2.84***	3.63***	3.47***
3. Análisis de la situación económico-financiera	3.41***	3.43***	2.68***	4.16***	3.97***	3.15***	3.74***	3.73***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

- | | |
|----------------------------------|---|
| 1: Agroindustria | 5: Comercio |
| 2: Industrias de Transformación | 6: Hostelería |
| 3: Industria textil y confección | 7: Transporte y comunicación |
| 4: Industria de la construcción | 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales |

^a En una escala de 1 = Mínimo a 5 = Máximo

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Al hacer un análisis comparativo con los datos obtenidos en 2007 podemos ver que en 2010 los sectores de la industria textil y de confección y hostelería incrementaron el valor de la media de utilización en las técnicas económico-financieras.

Períodos de cobro y pago

A continuación se presenta el análisis de los valores de la media de los períodos de cobro a los clientes y de pago a proveedores que resultaron en el estudio a las MIPYMES tabasqueñas en el año 2010 y la comparación con resultados de la investigación del año 2007.

Tabla 174.

Plazos de cobro y pago (días) (2010)

Tipo de plazo	Media
Plazo medio de cobro a clientes (días)	14.00
Plazo medio de pago a proveedores (días)	13.74

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Los datos reflejan lo corto que resultan los periodos medios de plazo tanto de cobro como de pago, dichos periodos se sitúan muy cerca de la modalidad de contado. El plazo medio de cobro es mayor que el de pago, es decir, se debe pagar en un periodo más corto del que se dispone para cobrar. Ello es un aspecto negativo que deberá abundarse en un análisis más calificado para identificar y caracterizar con detalle este fenómeno.

Tabla 175.

Plazos de cobro y pago (días) (2007)

Tipo de plazo	Media
Plazo medio de cobro a clientes (días)	16.62
Plazo medio de pago a proveedores (días)	19.94

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

La comparación de los datos de 2010 con los de 2007 indica que los plazos se han reducido dado que en 2007 el pago a los proveedores se realizaba en un plazo de casi 20 días, debiendo ser una de las fuentes de financiamiento más importantes; las reducciones son de 6.2 días en el plazo medio de pago a proveedores y de 2.62 días en el plazo medio de cobro a clientes.

Tabla 176.*Plazos de cobro y pago según tamaño (días) (2010)*

Tipo de plazo	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Plazo medio de cobro a clientes (días)	9.92***	21.74***	25.07***
Plazo medio de pago a proveedores (días)	9.95***	18.14***	37.46***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al efectuar el análisis en función del tamaño de las empresas, en 2010, las empresas medianas son las que presentan mejores condiciones globales, con una diferencia entre sus plazos de pago y de cobro de 12.39 días; las microempresas reportaron condiciones de cobro casi iguales a las de pago. Los datos resultantes del análisis de las empresas pequeñas son importantes puesto que los plazos medios de pago a proveedores son menores que los de cobro a sus clientes por 3 días.

Tabla 177.*Plazos de cobro y pago según tamaño (días) (2007)*

Tipo de plazo	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Plazo medio de cobro a clientes (días)	12.80	22.71	23.57
Plazo medio de pago a proveedores (días)	16.07	26.64	24.48

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Comparativamente, entre los años 2010 y 2007, las medianas empresas reportaron un incremento de 12.98 días para el pago a proveedores y de un día y medio más para el cobro a los clientes, sin embargo, las pequeñas empresas estudiadas reportaron una reducción de 8.5 días de plazo de pago a los proveedores y una reducción de casi un día para cobrar a los clientes; las microempresas tienen plazos pequeños que vieron reducidos en 6.12 días respecto a los plazos de pago a proveedores y de casi tres días menos para cobrar a sus clientes de acuerdo con el año de comparación.

Tabla 178.

Plazos de cobro y pago según antigüedad (días) (2010)

Tipo de plazo	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (>10 años)
Plazo medio de cobro a clientes (días)	14.83	13.41
Plazo medio de pago a proveedores (días)	12.19*	14.93*

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Las empresas jóvenes reportaron una media menor de plazo de pago a proveedores (alrededor de 12 días) y una media mayor para el cobro a los clientes de casi 15 días, mostrando un desbalance importante.

Tabla 179.

Plazos de cobro y pago según antigüedad (días) (2007)

Tipo de plazo	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (>10 años)
Plazo medio de cobro a clientes (días)	17.24	16.08
Plazo medio de pago a proveedores (días)	19.13	20.64

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Diferencias Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

La comparación entre los años 2010 y 2007 refleja que, en general, los plazos de cobro y pagos de las empresas jóvenes y maduras se han reducido; los días de la media de pago a proveedores se ha reducido en 6.94 días en las empresas jóvenes y en las maduras este plazo se redujo en 5.71 días; en cambio el plazo medio de cobro a los clientes se ha acortado 2.67 días en las empresa maduras y en 2.41 en las empresas jóvenes.

Tabla 180.

Plazos de cobro y pago según sector (días) (2010)

Tipo de plazo	1	2	3	4	5	6	7	8
Plazo medio de cobro a clientes (días)	7.14***	14.56***	15.92***	36.13***	15.14***	3.67***	9.50***	16.55***
Plazo medio de pago a proveedores (días)	8.22***	10.70***	12.95***	23.27***	23.95***	4.11***	23.03***	9.60***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

En el análisis sectorial, las empresas que mejores ciclos financieros presentan son las de transporte y comunicaciones (con 13 días más para pagar a los proveedores) y comercio (con 8.81 días). En situación contraria están la Industria de la Construcción con 12.86 días de déficit, Servicios con casi 7 días, Industria de la transformación con 4 días y por último textil y confección con 3 días de diferencia entre los plazos de tener que enfrentar compromisos de pago y los pagos de sus clientes.

Tabla 181.
Plazos de cobro y pago según sector (días) (2007)

Tipo de plazo	1	2	3	4	5	6	7	8
Plazo medio de cobro a clientes (días)	12.88***	18.04***	19.88***	31.59***	20.75***	3.67***	11.47***	17.38***
Plazo medio de pago a proveedores (días)	16.71***	15.61***	19.96***	20.41***	27.63***	3.45***	18.10***	14.71***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009). 1: Agroindustria 5: Comercio
2: Industrias de Transformación 6: Hostelería
3: Industria textil y confección 7: Transporte y comunicación
4: Industria de la construcción 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales
Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación sectorial, entre los años 2010 y 2007, de los datos obtenidos se tiene que las empresas que presentan mejores ciclos financieros son transportes y comunicaciones (7) y el sector comercio (5). En agroindustria (1), entre el año 2010 y el 2007, se presentan reducciones a casi la mitad de días de plazo tanto para el cobro como para el pago; el sector de la construcción tiene un incremento importante en el plazo de cobro de casi 5 días respecto al año de comparación pero sus plazos de pago sólo se incrementaron en casi 3 días, lo siguen el sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales y el sector de la industria de la transformación. Es importante señalar que estos sectores también se presentaron con déficit financiero en 2007.

Indicadores de rendimiento

Las empresas deben asegurar su funcionamiento buscando una posición de equilibrio con una situación financiera estable y un nivel de utilidad neta sobre ventas apropiado. No se trata de maximizar el beneficio en uno o pocos ejercicios a costa de poner en riesgo la empresa, sino de alcanzar el máximo beneficio en el largo plazo. Por lo anterior, el beneficio

debe cumplir la doble función de retribuir de manera conveniente a los propietarios del capital y capitalizar la empresa asegurando un correcto equilibrio financiero (Chablé y Aragón, 2009).

Tabla 182.

Utilidad neta sobre ventas (2010)

Rangos	% de empresas
Menos del 0% (pérdidas)	3.0%
Del 0% al 5%	34.2%
Del 6% al 10%	35.3%
Del 11% al 15%	16.6%
Más del 15%	10.8%

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

El 10.8% de las empresas del estado de Tabasco señalan obtener una utilidad neta superior al 15% y un 35.3% que obtienen una utilidad sobre ventas entre el 6 y el 10%; del mismo modo se identifica un 3.0% de empresas con resultados negativos.

Tabla 183.

Utilidad neta sobre ventas (% de empresas) (2007)

Rangos	Total
Menos del 0% (pérdidas)	3.8%
Del 0% al 5%	23.3%
Del 6% al 10%	34.0%
Del 11% al 15%	20.1%
Más del 15%	18.8%

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Al llevar a cabo un análisis comparativo con respecto al año 2007, las empresas con utilidades netas por encima del 15% se redujeron en 8 puntos porcentuales; las empresas que esperaban un máximo del 5% utilidades netas se incrementaron en casi 11 puntos porcentuales. Las empresas que se sitúan en utilidades netas entre el 11 y hasta el 15% se redujeron en 3.5 puntos porcentuales, las empresas que esperan utilidades netas entre el 6 y el 10% se incrementaron en 1.3 puntos porcentuales respecto al año 2007.

El análisis siguiente de la utilidad neta sobre ventas se realiza bajo los enfoques del tamaño, la edad y el sector de actividad de las MIPYMES tabasqueñas.

Tabla 184.

Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2010)

Rangos	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Menos del 0% (pérdidas)	2.2***	5.6***	0.0***
Del 0% al 5%	39.0***	23.7***	27.9***
Del 6% al 10%	34.3***	36.4***	41.9***
Del 11% al 15%	14.2***	22.2***	18.6***
Más del 15%	10.2***	12.1***	11.6***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la : (*) : p < 0,1; (**): p < 0,05; (***) : p < 0,01

El mayor porcentaje de las microempresas (39%), indicaron un máximo de utilidades del 5%, el 36.4% de las pequeñas empresas y el 41.9% de las empresas medianas, indicaron utilidades de entre el 6 y el 10%; los niveles de utilidades superiores al 15%, se identificaron en el 10.2% de las microempresas, en el 12.1% de las empresas pequeñas y en el 11.6% de las medianas. El 5.6% de las pequeñas empresas y el 2.2% de las microempresas reportaron pérdidas.

Tabla 185.

Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2007)

Rangos	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Menos del 0% (pérdidas)	3.9**	3.0**	7.1**
Del 0% al 5%	28.4**	15.7**	11.9**
Del 6% al 10%	33.8**	33.5**	38.1**
Del 11% al 15%	17.5**	24.9**	21.4**
Más del 15%	16.5**	22.8**	21.4**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la: (*) : p < 0,1; (**): p < 0,05; (***) : p < 0,01

En la comparación de la evolución en la utilidad neta sobre ventas se identifica que hay una disminución generalizada en el número de empresas con utilidades por arriba del 15%, esta disminución está encabezada por las pequeñas empresas en 10.7 puntos porcentuales menos que en 2007, le siguen las empresas medianas y las microempresas con 9.8 y 6.3 puntos porcentuales menos. Las empresas con un máximo del 5% de utilidad, están encabezadas por las empresas medianas, con 16 puntos porcentuales de incremento, mientras que las microempresas señalan 10.6 puntos porcentuales más y las pequeñas 8 puntos porcentuales.

Tabla 186.

Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2010)

Rango	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Menos del 0% (pérdidas)	3.2	2.9
Del 0% al 5%	32.6	35.3
Del 6% al 10%	35.1	35.6
Del 11% al 15%	17.9	15.8
Más del 15%	11.2	10.5

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Desde la perspectiva de la antigüedad, el mayor porcentaje de las empresas jóvenes o maduras se concentran en utilidades que van de cero hasta el 10%; ambas categorías de empresas indican que hay pérdidas entre el 3.2% de las jóvenes y el 2.9% de las maduras.

Tabla 187.

Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2007)

Rango	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Menos del 0% (pérdidas)	1.4**	6.0**
Del 0% al 5%	23.7**	22.9**
Del 6% al 10%	36.1**	32.1**
Del 11% al 15%	21.6**	18.8**
Más del 15%	17.2**	20.2**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación entre los dos años de las investigaciones realizadas indican que se han incrementado en 12.4 puntos porcentuales las empresas maduras que indican un máximo de 5% de utilidades, en 8.9 puntos porcentuales las empresas jóvenes que indican también un máximo de 5% de utilidad; en las empresas maduras se redujeron 9.7 puntos porcentuales aquellas con las utilidades superiores de 15% y en 6 puntos porcentuales para las empresas jóvenes. Las empresas jóvenes con pérdidas se incrementaron en 1.8 puntos porcentuales, mientras que las empresas maduras con pérdidas se redujeron en 3.1 puntos porcentuales.

Tabla 188.

Utilidad neta sobre ventas según sector (% de empresas) (2010)

Rango	1	2	3	4	5	6	7	8
Menos del 0% (pérdidas)	1.6***	5.5***	1.3***	5.0***	3.1***	2.0***	2.5***	3.1***
Del 0% al 5%	40.6***	41.8***	58.7***	26.3***	30.6***	30.6***	28.4***	24.7***
Del 6% al 10%	35.9***	30.8***	29.3***	41.3***	32.7***	36.7***	39.5***	36.1***
Del 11% al 15%	15.6***	9.9***	4.0***	18.8***	25.5***	19.0***	17.3***	18.6***
Más del 15%	6.3***	12.1***	6.7***	8.8***	8.2***	11.6***	12.3***	17.5***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

Significación de la (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Los resultados por sector en 2010 registran que en el 72.2% de las empresas del sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales se identificaron utilidades que van desde el 6 hasta más del 15%, en este porcentaje más alto de utilidad (más del 15% de utilidad neta sobre ventas) se registró el 17.5% de las empresas de ese sector, siendo además el porcentaje más alto de todos los sectores evaluados. En segundo lugar está el 69.1% de las empresas de transportes y comunicaciones, dentro del rango de 6 y hasta más del 15% de utilidad, aunque la mayor concentración de empresas (el 39.5%) se da en el rango de utilidad del 6 al 10%. En tercer lugar está el 68.9% de las empresas de construcción, también en el rango del 6 y hasta más del 15% de utilidad, aunque el mayor porcentaje de las empresas (41.3%) está ubicado en utilidades que van desde el 6 hasta el 10%; este sector también presenta uno de los porcentajes más altos de empresas con pérdidas (5%) después de la industria de transformación que resultó con el 5.5% de las empresas con pérdidas.

Tabla 189.

Utilidad neta sobre ventas según sector (% de empresas) (2007)

Rango	1	2	3	4	5	6	7	8
Menos del 0% (pérdidas)	8.2*	3.6*	8.3*	6.3*	3.1*	3.8*	10.5*	1.4*
Del 0% al 5%	20.4*	17.9*	25.0*	9.4*	20.9*	32.4*	36.8*	23.4*
Del 6% al 10%	24.5*	53.6*	41.7*	43.8*	37.3*	27.6*	21.1*	31.0*
Del 11% al 15%	24.5*	14.3*	16.7*	25.0*	20.4*	22.9*	10.5*	17.9*
Más del 15%	22.4*	10.7*	8.3*	15.6*	18.2*	13.3*	21.1*	26.2*

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

Significación de la (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Al comparar los resultados, de los años 2010 y 2007, por sectores se identifica a las empresas de transportes y comunicaciones (7) con 16.4 puntos porcentuales más que en el año 2007 en utilidades que van desde el 6 hasta más del 15%, seguidas por las empresas del sector de hostelería (6) con un ligero incremento de 3.5 puntos porcentuales con utilidades del 6 hasta más del 15%; los sectores con disminuciones importantes son la industria textil y de confección (3) y la industria de la transformación (2) con disminuciones de 26.7 y 25.8 puntos porcentuales respectivamente contra el año 2007, el resto de los sectores también mostró una disminución que va desde 2.9 hasta 26.7 puntos porcentuales.

También se les preguntó a los empresarios sobre la evolución esperada de su utilidad neta sobre ventas.

Tabla 190.
Utilidad neta sobre ventas (2010)

Evolución	% de empresas
Creciente	14.9
Estable	54.8
Decreciente	30.3

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

La mayor parte de las respuestas indicaron que las utilidades serán estables o decrecientes.

Tabla 191.
Evolución de la utilidad neta sobre ventas (% de empresas) (2007)

Evolución	Total
Creciente	39.9
Estable	50.4
Decreciente	9.7

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación entre la evolución esperada de las utilidades crecientes, en los años 2010 y 2007, descendió 25 puntos porcentuales mientras se incrementaron 20.6 puntos porcentuales las respuestas de utilidades decrecientes.

Tabla 192.

Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2010)

Evolución	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Creciente	13.4***	17.2***	20.9***
Estable	51.6***	62.6***	55.8***
Decreciente	35.0***	20.2***	23.3***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La evolución esperada de las utilidades será estable según más del 50% de las empresas estudiadas, el 35% de los microempresarios indicaron esperar utilidades decrecientes, lo mismo que el 23.3% de las empresas medianas. Las utilidades crecientes son esperadas por el 20.9% de las empresas medianas, por el 17.4% de las pequeñas empresas y por el 13.4% de las microempresas.

Tabla 193.

Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2007)

Evolución	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Creciente	34.4***	49.7***	45.2***
Estable	54.1***	44.7***	42.9***
Decreciente	11.5***	5.6***	11.9***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

La comparación entre los años 2010 y 2007 de la evolución esperada en las utilidades registra que las pequeñas empresas disminuyeron en 32.5 puntos porcentuales sus expectativas de utilidades crecientes, seguidos por las empresas medianas con 24.3 puntos porcentuales menos y las microempresas con 21 puntos porcentuales menos también; las pequeñas empresas reflejaron con un incremento de 17.9 puntos porcentuales su expectativa de mantener estables sus niveles de utilidad, las medianas empresas lo hicieron con 12.9 puntos porcentuales más; en cambio las microempresas redujeron las expectativas de estabilidad en sus utilidades con 2.5 puntos porcentuales menos que en 2007.

Tabla 194.*Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2010)*

Evolución	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Creciente	18.2***	12.2***
Estable	56.9***	53.5***
Decreciente	24.9***	34.4***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (**): $p < 0,01$

Las expectativas sobre utilidad neta sobre ventas según antigüedad de las empresas se consideraron como estables, seguidas por expectativas de utilidades decrecientes y menos del 20% de las empresas esperan utilidades crecientes.

Tabla 195.*Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2007)*

Evolución	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Creciente	45.5***	35.0***
Estable	47.9***	52.5***
Decreciente	6.5***	12.5***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (**): $p < 0,01$

La comparación de las expectativas de utilidad neta sobre ventas según antigüedad de las empresas, entre los años 2010 y 2007, indica que las empresas pequeñas redujeron en 32.5 puntos porcentuales las expectativas de utilidades crecientes y por ello se incrementaron en 17.9 puntos porcentuales sus expectativas de utilidades estables y en 14.6 puntos porcentuales sus expectativas de utilidades decrecientes. Las empresas medianas redujeron en 24.3 puntos porcentuales sus expectativas de utilidades crecientes, incrementando ese mismo puntaje en sus expectativas de utilidades estables (12.9) y decrecientes (11.4). Las microempresas redujeron en 21 puntos porcentuales sus expectativas de utilidades crecientes, en 2.5 puntos porcentuales las utilidades estables y un incremento del 23.5 puntos porcentuales en sus expectativas de utilidades decrecientes.

Tabla 196.

Evolución de la utilidad neta sobre ventas según sectores (% de empresas) (2010)

Evolución	1	2	3	4	5	6	7	8
Creciente	18.8**	13.2**	9.3**	15.0**	22.4**	10.9**	14.8**	16.5**
Estable	56.3**	54.9**	58.7**	66.3**	38.8**	52.4**	56.8**	59.8**
Decreciente	25.0**	31.9**	32.0**	18.8**	38.8**	36.7**	28.4**	23.7**

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria
 2: Industrias de Transformación
 3: Industria textil y confección
 4: Industria de la construcción
 5: Comercio
 6: Hostelería
 7: Transporte y comunicación
 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales
 Significación de la: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Los sectores que resultaron con expectativas de utilidad decreciente son: comercio (38.8%), hostelería (26.7%) e industria textil y confección (32%). El 66.3% de las empresas del sector de la construcción espera utilidades estables, seguido por el 59.8% de las empresas del sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales. El 22.4% de las empresas comerciales espera utilidades crecientes; así como, el 18.8% de las agroindustrias y el 16.5% del sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales.

Tabla 197.

Evolución de la utilidad neta sobre ventas según sectores (% de empresas) (2007)

Evolución	1	2	3	4	5	6	7	8
Creciente	40.8**	46.4**	44.0**	46.9**	44.0**	21.0**	21.1**	45.9**
Estable	51.0**	50.0**	40.0**	46.9**	45.8**	67.6**	63.2**	45.9**
Decreciente	8.2**	3.6**	16.0**	6.3**	10.2**	11.4**	15.8**	8.2**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria
 2: Industrias de Transformación
 3: Industria textil y confección
 4: Industria de la construcción
 5: Comercio
 6: Hostelería
 7: Transporte y comunicación
 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales
 Significación de la: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Los resultados comparativos, entre los años 2010 y 2007, de la evolución de la utilidad neta por sectores reflejan que las expectativas de utilidades crecientes disminuyeron en todos los sectores, por ejemplo disminuyó en 34.7 puntos porcentuales en la industria textil y de confección; la industria de la transformación redujo en 33.2 puntos porcentuales sus expectativas de utilidades crecientes, seguida por el sector de la construcción con 31.9 puntos porcentuales menos respecto al año 2007.

Fuentes de financiamiento

La estructura financiera de la empresa, da información sobre el origen y composición de los recursos financieros, propios o ajenos, aplicados en el conjunto de elementos que integran su estructura. La empresa se mantiene en un sano equilibrio al conjugar correctamente la obtención de recursos o fuentes financieras apropiadas para invertir, la disposición de esos recursos o fuentes en los montos y el momento adecuados y al menor costo posible (Chablé y Aragón, 2009).

Tabla 198.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos (escala 1-5^a) (2010)

Fuentes de financiamiento	Media
Aportaciones de los propietarios	3.55
Reinversión de utilidades	3.41
Financiamiento bancario superior a un año	1.43
Financiamiento bancario inferior a un año	1.43
Arrendamiento financiero	1.23
Préstamos fuera del sistema bancario	1.29

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

En Tabasco, las MIPYMES del estado de utilizan principalmente dos tipos de financiamiento para las inversiones de activos fijos: la reinversión de utilidades y las aportaciones de los propietarios.

El financiamiento bancario, el arrendamiento financiero y los préstamos fuera del sistema bancario fueron calificados con una media inferior al 1.5.

Tabla 199.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos (escala 1-5^a) (2007)

Fuentes de financiamiento	Media
Aportaciones de los propietarios	3.26
Reinversión de utilidades	4.03
Financiamiento bancario superior a un año	1.57
Financiamiento bancario inferior a un año	1.46
Arrendamiento financiero	1.29
Préstamos fuera del sistema bancario	1.43

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Al analizar los datos del año 2010 respecto al 2007, se observa que en 2010 se siguen utilizando más los dos tipos de financiamiento que se identificaron en el 2007: aportaciones de los propietarios y la reinversión de utilidades, dándole poca importancia a los otros tipos de financiamientos.

Tabla 200.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos según sector (escala 1-5^a) (2010)

Tipo de financiamiento	1	2	3	4	5	6	7	8
Aportaciones de los propietarios	4.02***	3.34***	4.43***	3.12***	3.17***	3.49***	3.35***	3.75***
Reinversión de utilidades	3.45	3.53	3.69	3.29	3.60	3.36	3.12	3.29
Financiamiento bancario inferior a un año	1.32***	1.20***	1.19***	1.81***	1.54***	1.48***	1.47***	1.39***
Financiamiento bancario superior a un año	1.17***	1.23***	1.11***	1.85***	1.79***	1.34***	1.74***	1.22***
Arrendamiento financiero	1.09***	1.14***	1.07***	1.56***	1.30***	1.18***	1.54***	1.04***
Préstamos fuera del sistema bancario	1.11***	1.29***	1.35***	1.53***	1.29***	1.22***	1.48***	1.11***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

* En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Si el análisis se realiza desde la perspectiva del sector, se mantienen las posiciones de importancia para las reinversiones de utilidades y las aportaciones de los propietarios, como es el caso de los sectores de la industria textil y confección (3), de la agroindustria (1) y de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales (8). En el caso del sector textil y de confección (3) los préstamos fuera del sistema bancario aparecen como la tercera opción en importancia.

Tabla 201.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos según sector (escala 1-5^a) (2007)

Tipo de financiamiento	1	2	3	4	5	6	7	8
Aportaciones de los propietarios	3.22***	3.71***	4.04***	2.78***	3.21***	3.59***	4.00***	2.88***
Reinversión de utilidades	4.14	4.04	4.20	4.03	4.19	3.90	3.74	3.87
Financiamiento bancario inferior a un año	1.65**	1.43**	1.72**	2.09**	1.60**	1.32**	2.00**	1.51**
Financiamiento bancario superior a un año	1.55***	1.61***	1.52***	1.72***	1.37***	1.34***	2.37***	1.45***
Arrendamiento financiero	1.24	1.57	1.12	1.50	1.25	1.29	1.63	1.25
Préstamos fuera del sistema bancario	1.39***	1.18***	2.00***	1.63***	1.44***	1.21***	1.68***	1.45***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al llevar a cabo un análisis comparativo respecto al 2007 se identifican pequeñas diferencias de valores entre la importancia de las aportaciones de los propietarios y la reinversión de utilidades; en agroindustria, en 2007, se utilizaban más la reinversión de utilidades, distinto al 2010 donde se utilizan en su mayoría las aportaciones de los propietarios, lo mismo pasa con la industria textil y confección.

Tabla 202.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Tipo de financiamiento	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Aportaciones de los propietarios	3.72**	3.42**
Reinversión de utilidades	3.59***	3.28***
Financiamiento bancario inferior a un año	1.47	1.40
Financiamiento bancario superior a un año	1.33**	1.51**
Arrendamiento financiero	1.18	1.27
Préstamos fuera del sistema bancario	1.34	1.25

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Desde el enfoque de la antigüedad de las empresas, los datos obtenidos de las fuentes de financiamiento en 2010 hacen la diferencia entre las aportaciones de los propietarios y la reinversión de utilidades con el

resto de ellas, con especial énfasis en las empresas jóvenes que valoran más las aportaciones de los socios y la reinversión de utilidades.

Tabla 203.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Tipo de financiamiento	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Aportaciones de los propietarios	3.41**	3.12**
Reinversión de utilidades	4.12	3.96
Financiamiento bancario inferior a un año	1.65*	1.50*
Financiamiento bancario superior a un año	1.44	1.48
Arrendamiento financiero	1.28	1.30
Préstamos fuera del sistema bancario	1.47	1.40

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Respecto a la comparación de los años 2010 y 2007, nuevamente las empresas jóvenes siguen valorando más las aportaciones de los socios y la reinversión de utilidades, pero como dato sobresaliente podemos mencionar que en 2010 se obtuvo menor utilización de la reinversión de utilidades estando en la posición 3, en una escala del 1 al 5, en cambio en 2007 fue en la posición 4, indicando que ha ido descendiendo este tipo financiamiento pero a pesar de ello se mantiene como unos de los financiamientos fuertes para la empresas jóvenes junto con las aportaciones de los propietarios.

Tabla 204.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Tipo de financiamiento	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Aportaciones de los propietarios	3.77***	3.16***	2.88***
Reinversión de utilidades	3.42	3.42	3.30
Financiamiento bancario inferior a un año	1.33***	1.59***	1.86***
Financiamiento bancario superior a un año	1.27***	1.71***	1.98***
Arrendamiento financiero	1.12***	1.36***	2.00***
Préstamos fuera del sistema bancario	1.23***	1.36***	1.67***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010.

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

En relación con el tamaño de las MIPYMES tabasqueñas, se observa que aumenta la valoración de las fuentes secundarias (financiamiento bancario, arrendamiento financiero y préstamos fuera del sistema bancario) según aumenta el tamaño de las empresas.

Tabla 205.

Financiamiento de las inversiones en activos fijos según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Tipo de financiamiento	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Aportaciones de los propietarios	3.31	3.23	2.90
Reinversión de utilidades	4.00	4.08	4.14
Financiamiento bancario inferior a un año	1.44***	1.73***	2.02***
Financiamiento bancario superior a un año	1.33***	1.57***	2.24***
Arrendamiento financiero	1.18***	1.38***	1.83***
Préstamos fuera del sistema bancario	1.34***	1.59***	1.52***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al comparar estos datos de 2010 con los de 2007, se constata que en 2010 las microempresas seguían utilizando en mayor medida las aportaciones de los socios y reinversión de utilidades, pero en 2007 la reinversión de utilidades ocupaba la posición 4 y en la posición 3 en el estudio del 2010, en una escala de 1 a 5; se observa también que según aumenta el tamaño de la empresa los valores medios de estas dos fuentes de financiamiento predominantes disminuyen. En 2010, los arrendamientos financieros se dieron más en las medianas empresas.

Tabla 206.

Financiamiento de las inversiones en activos circulantes (escala 1-5^a) (2010)

Fuente de financiamiento	Media
Aplazamiento del pago a proveedores	1.98
Letras y pagarés	1.20
Crédito bancario anual	1.35
Factoraje	1.20
Recursos propios y aportación accionistas	3.27
Préstamos fuera del sistema bancario	1.24

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Para el financiamiento de los activos circulantes, en 2010, las MIPYMES del estado de Tabasco, utilizan los recursos propios y las aportaciones de los accionistas en primer lugar, seguidos del aplazamiento del pago a los proveedores.

Tabla 207.
Financiamiento de las inversiones en activos circulantes (escala 1-5^a) (2007)

Fuente de financiamiento	Media
Aplazamiento del pago a proveedores	2.10
Letras y pagarés	1.38
Crédito bancario anual	1.25
Factoraje	1.25
Recursos propios y aportación accionistas	3.41
Préstamos fuera del sistema bancario	1.32

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

* En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Al analizar los datos anteriores y compararlos con los de 2007, encontramos que en 2010 la mayoría de las empresas tabasqueñas siguen utilizando los recursos propios y las aportaciones de los accionistas en un primer lugar y casi en un mismo nivel como en 2007, seguidos nuevamente por el aplazamiento del pago a proveedores; sin embargo, en 2010, estas fuentes de financiamiento tienen valores medios menores.

Tabla 208.
Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Fuente de financiamiento	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Aplazamiento del pago a proveedores	1.87***	2.20***	2.30***
Crédito bancario anual	1.24***	1.52***	1.79***
Letras y pagarés	1.11***	1.35***	1.53***
Factoraje	1.10***	1.30***	1.81***
Recursos propios y aportación accionistas	3.32	3.21	2.98
Préstamos fuera del sistema bancario	1.21	1.26	1.42

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

* En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Las fuentes de financiamiento más importantes para las inversiones en activos circulantes, estudiadas desde la perspectiva del tamaño de las empresas, son los recursos propios y las aportaciones de los accionistas,

con dos características que deben observarse: primero, a mayor tamaño de las empresas, mayor el valor medio del uso del aplazamiento del pago a proveedores y segundo, a menor tamaño de la empresa mayor valor medio en el uso de recursos propios y aportaciones de los accionistas. Se muestra consistentemente un escaso acceso a fuentes de financiamiento bancario en las MIPYMES tabasqueñas.

Tabla 209.

Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Fuente de financiamiento	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Aplazamiento del pago a proveedores	1.99**	2.24**	2.40**
Crédito bancario anual	1.26***	1.52***	1.79***
Letras y pagarés	1.16***	1.35***	1.64***
Factoraje	1.14***	1.34***	1.83***
Recursos propios y aportación accionistas	3.34	3.53	3.40
Préstamos fuera del sistema bancario	1.27	1.41	1.36

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$ Diferencias estadísticamente Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El comparativo entre los resultados de estudio del 2010 y el de 2007 indican que, en general, las MIPYMES han disminuido, en décimas o centésimas de puntos, los valores medios de sus fuentes de financiamiento para activos circulantes; las empresas medianas han disminuido en 0.42 puntos el valor medio en la utilización de recursos propios y de aportación de sus accionistas pero el aplazamiento de pago a proveedores apenas disminuyó una centésima de punto respecto al año 2007; las microempresas redujeron 0.12 puntos el aplazamiento de pago a proveedores y en dos centésimas de punto las fuente de recursos propios y de aportación de los accionistas.

Tabla 210.

Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Fuentes de financiamiento	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Aplazamiento del pago a proveedores	2.05	1.94
Crédito bancario anual	1.37	1.33
Letras y pagarés	1.23	1.17
Factoraje	1.19	1.20
Recursos propios y aportación de accionistas	3.38*	3.18*
Préstamos fuera del sistema bancario	1.25	1.22

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

* En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

El análisis realizado desde la perspectiva de la antigüedad, en el año 2010, indica que no hay diferencias substanciales entre las empresas jóvenes y las maduras dado que la primera opción de financiamiento para las inversiones son los recursos propios y las aportaciones de accionistas, seguido del aplazamiento del pago a proveedores.

Tabla 211.

Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Fuentes de financiamiento	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Aplazamiento del pago a proveedores	2.20*	2.01*
Crédito bancario anual	1.48**	1.29**
Letras y pagarés	1.29	1.21
Factoraje	1.28	1.22
Recursos propios y aportación de accionistas	3.56**	3.27**
Préstamos fuera del sistema bancario	1.36	1.28

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

* En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Con los resultados comparados de los años 2010 y 2007 se observa que tanto las empresas jóvenes como maduras siguen planteando como primera opción los recursos propios y aportaciones de accionistas; las empresas jóvenes presentan los valores medios ligeramente más altos que las empresas maduras en ambos años; a pesar de la madurez de las empresas, el financiamiento bancario no es una opción que se haya incrementado (con 1.29 puntos más), sin embargo el aplazamiento del pago a proveedores se incrementó en 1.83 puntos respecto al valor medio de 2007.

Tabla 212.

Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según sector (escala 1-5^a) (2010).

Fuente de financiamiento	1	2	3	4	5	6	7	8
Aplazamiento del pago a proveedores	2.08***	1.96***	1.56***	2.34***	2.44***	1.78***	2.06***	1.77***
Crédito bancario anual	1.36***	1.24***	1.15***	1.81***	1.49***	1.21***	1.40***	1.24***
Letras y pagarés	1.11***	1.07***	1.08***	1.55***	1.31***	1.14***	1.32***	1.04***
Factoraje	1.08***	1.20***	1.05***	1.72***	1.16***	1.10***	1.26***	1.09***
Recursos propios y aportación accionistas	3.36***	3.42***	3.95***	3.14***	2.77***	3.43***	2.99***	3.13***
Préstamos fuera del sistema bancario	1.17	1.26	1.25	1.38	1.19	1.27	1.22	1.13

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria
2: Industrias de Transformación
3: Industria textil y confección
4: Industria de la construcción
5: Comercio
6: Hostelería
7: Transporte y comunicación
8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

El análisis sectorial tiene resultados similares, con recursos propios y aportación de los accionistas, en segundo lugar está el aplazamiento del pago a proveedores que es utilizado más por el sector comercio (5), industria de la construcción (4), agroindustria (1) y transportes y comunicaciones (7).

Tabla 213.

Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según sector (escala 1-5^a) (2007).

Fuente de financiamiento	1	2	3	4	5	6	7	8
Aplazamiento del pago a proveedores	2.24***	1.64***	2.00***	2.69***	2.49***	1.47***	2.05***	1.88***
Crédito bancario anual	1.37***	1.36***	1.64***	2.19***	1.37***	1.22***	1.42***	1.27***
Letras y pagarés	1.10***	1.21***	1.20***	1.63***	1.31***	1.09***	1.58***	1.21***
Factoraje	1.49***	1.39***	1.48***	1.91***	1.21***	1.12***	1.21***	1.10***
Recursos propios y aportación accionistas	3.5	3.96	3.72	3.16	3.45	3.51	2.58	3.28
Préstamos fuera del sistema bancario	1.35	1.14	1.56	1.50	1.32	1.16	1.37	1.36

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Valoración del ítem: 1, Nunca; 5, Siempre

1: Agroindustria
2: Industrias de Transformación
3: Industria textil y confección
4: Industria de la construcción
5: Comercio
6: Hostelería
7: Transporte y comunicación
8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Poco uso a 5 = Mucho uso

Diferencias estadísticamente Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

La comparación del análisis por sectores, entre los estudios de 2010 y 2007, mantienen resultados similares a los previos, de manera que los financiamientos más utilizados siguen siendo los recursos propios y las aportaciones de los accionistas, los sectores que han incrementado el uso de recursos propios y las aportaciones de los accionistas son transportes y comunicaciones (7) con 0.41 puntos más y la industria textil y de confección (3) con 0.23 puntos más respecto a la calificación media de 2010; la industria de la transformación (2) incrementó el valor medio en 0.32 puntos el aplazamiento de pago a proveedores junto con hostelería (6) que incrementó con 0.31 puntos el valor medio en el aplazamiento de pago a proveedores.

Capítulo 8

**Evolución de
indicadores de
rendimiento**

En la medición del rendimiento se utilizaron indicadores contruidos a partir de la percepción directiva de la posición competitiva de sus empresas, frente a la alternativa de emplear indicadores de la información contable, esta decisión se justifica porque esta información puede verse alterada por la normatividad contable o por las decisiones directivas, también por considerarse más como una medida del éxito pasado que del presente o del futuro, además las microempresas adolecen de serias limitaciones como apuntamos en el capítulo anterior (Chablé y Aragón, 2009).

Las variables de rendimiento utilizadas se tomaron de la clasificación que proponen Quinn y Rohrbaugh (1983), en la que establecen un marco para el análisis organizacional e indican que el criterio de eficiencia organizacional tiene tres ejes o dimensiones. La primera está relacionada con el enfoque de la organización, desde un punto de vista interno (basado en una visión micro sobre el buen entendimiento y el desarrollo del personal) a uno externo (énfasis a nivel macro del éxito de la empresa). La segunda, se centra en la estructura organizacional, haciendo hincapié desde la estabilidad hasta la flexibilidad. La tercera dimensión, tiene relación con los medios y fines organizacionales. (Chablé y Aragón, 2009).

De la combinación de estas tres dimensiones surgen cuatro modelos (Quinn y Rohrbaugh, 1983) (Figura 1).

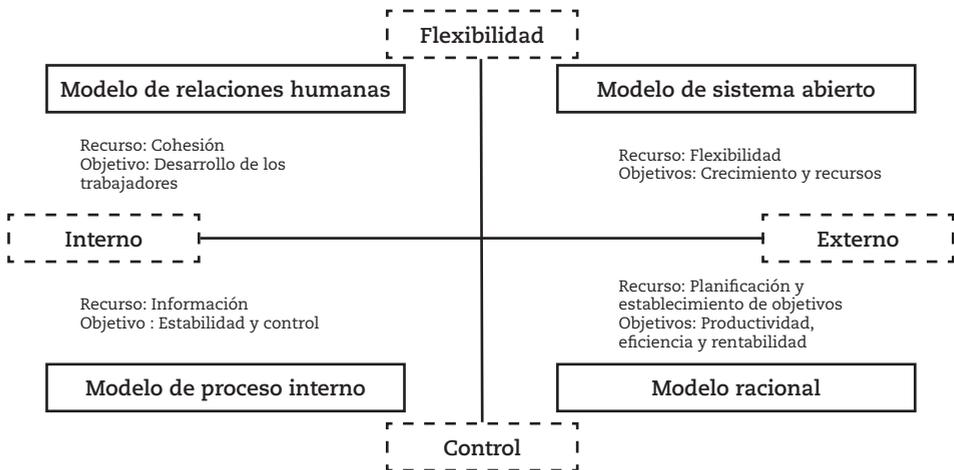


Figura 1. Modelos de eficiencia organizacional propuesta por QUINN Y ROHRBAUGH (1983)

* Otros trabajos recientes que han utilizado esta clasificación son Miron y Naveh (2004), Smart (2003) y Brockman y Morgan (2003).

- Modelo de relaciones humanas: se centra en la flexibilidad desde un punto de vista interno, planteando como principal objetivo el desarrollo de los recursos humanos.
- Modelo de sistema abierto: enfocado hacia la flexibilidad desde un punto de vista externo, planteando como principales objetivos el crecimiento, la adquisición de recursos y el apoyo externo.
- Modelo racional: dirigido hacia el control desde un punto de vista externo, dando especial importancia a los criterios de eficiencia y productividad.
- Modelo de procesos internos: centrado en el control desde el punto de vista interno, dando especial importancia a la comunicación de información y considerando como fines la estabilidad y el control.

Para valorar los distintos modelos se utilizan 12 ítems con una escala de 1 a 5 en donde 1 = “La empresa está mucho peor que los competidores” y 5 = “La empresa está mucho mejor que los competidores”. La variable del modelo organizacional global se construye a partir de la agregación de los cuatro modelos de relaciones humanas, de sistema abierto, racional y de proceso interno, también en una escala 1 a 5.

Tabla 214.

Situación media de la empresa con respecto a su competencia en relación a varios factores (escala 1-5^a) (2010)

Factor	Media
Satisfacción de los clientes	4.48
Calidad del producto / servicio	4.39
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.20
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	3.91
Motivación / satisfacción de los trabajadores	3.82
Incremento de la productividad	3.67
Organización de las tareas del personal	4.03
Eficiencia de los procesos operativos internos	3.94
Incremento de la rentabilidad	3.52
Incremento de la cuota de mercado	3.41
Reducción del ausentismo laboral	3.18
Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.12

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, “Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica”. FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

En la tabla anterior se muestra que los aspectos más favorecedores han sido: (i) la satisfacción de los clientes, (ii) la calidad del producto/servicio, (iii) el posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos y servicios y (iv) organización de las tareas del personal.

Tabla 215.

Situación media de la empresa con respecto a su competencia en relación a varios factores (escala 1-5^a) (2007)

Factor	Media
Satisfacción de los clientes	4.51
Calidad del producto / servicio	4.38
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.23
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	4.05
Motivación / satisfacción de los trabajadores	4.00
Incremento de la productividad	3.98
Organización de las tareas del personal	3.96
Eficiencia de los procesos operativos internos	3.94
Incremento de la rentabilidad	3.85
Incremento de la cuota de mercado	3.82
Reducción del ausentismo laboral	3.76
Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.69

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Al comparar los datos de los años 2010 y 2007 se tiene que los empresarios siguen opinando que están bien respecto a sus competidores en la satisfacción de los clientes, la calidad del producto/servicio, el posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios, la organización de las tareas del personal, que era el lugar que en 2007 tenía la rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados; el factor que involucra a la motivación/satisfacción del empleado ha disminuido su importancia, estando en 2007 en una escala del 1 al 5, con un valor de 4, quedando en 2010 en 3.82. Esto último puede indicar que la motivación para las empresas está dejando de tener importancia, buscando más que los trabajadores cumplan al día con sus tareas.

Los empresarios de las MIPYMES señalan estar en una posición menos favorable que sus competidores en aspectos relacionados con el modelo de recursos humanos y el modelo racional, como la reducción de la rotación del personal, la rentabilidad, la productividad y la cuota de mercado. En todo caso, es de resaltar que en una escala de 1 a 5, todos los factores puntúan por encima de 3, hecho que expone que las MIPYMES de Tabasco perciben que el rendimiento de su empresa es bastante satisfactorio.

Tabla 216.

Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Factor	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Calidad del producto/servicio	4.42	4.32	4.40
Eficiencia de los procesos operativos internos	3.90	4.01	4.05
Organización de las tareas del personal	4.00	4.07	4.14
Satisfacción de los clientes	4.48	4.48	4.42
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	3.83***	4.07***	4.09***
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.14*	4.28*	4.37*
Incremento de la cuota de mercado	3.30***	3.64***	3.56***
Incremento de la rentabilidad	3.42***	3.70***	3.86***
Incremento de la productividad	3.56***	3.89***	3.98***
Motivación/satisfacción de los trabajadores	3.77	3.89	4.05
Reducción de la rotación del personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.05*	3.23*	3.44*
Reducción del ausentismo laboral	3.08**	3.33**	3.60**

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

* En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Las diferencias de posición de las empresas con respecto a la competencia se analizan considerando el tamaño, la antigüedad y el sector como en los temas anteriores; las empresas medianas presentan una apreciación estadísticamente más favorable que las micro y pequeñas empresas, en el posicionamiento de la imagen de la empresa, organización de las tareas de personal, rapidez en la adaptación de personal, motivación/satisfacción de los trabajadores y productividad; el valor medio más alto, de 4.48, es para la satisfacción de los clientes de las pequeñas y de las microempresas.

Tabla 217.

Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Factor	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Calidad del producto/servicio	4.33	4.46	4.43
Eficiencia de los procesos operativos internos	3.87**	4.06**	4.07**
Organización de las tareas del personal	3.90*	4.06*	4.14*
Satisfacción de los clientes	4.50	4.54	4.48
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	3.92***	4.27***	4.19***
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.16**	4.30**	4.57**
Incremento de la cuota de mercado	3.69***	4.03***	4.10***
Incremento de la rentabilidad	3.74***	4.02***	4.14***
Incremento de la productividad	3.83***	4.21***	4.31***
Motivación/satisfacción de los trabajadores	3.94	4.11	3.95
Reducción de la rotación del personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.64	3.77	3.81
Reducción del ausentismo laboral	3.72	3.81	3.98

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas: (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El análisis comparativo de la competencia entre los años 2010 y 2007 presenta cambios significativos; en 2010 aparece el factor de la organización de las tareas personales en la posición 4 para las micro, pequeñas y medianas empresas, cuando en 2007 sólo estaba en esa escala para las pequeñas y medianas empresas; para las empresas tabasqueñas hoy no sólo es importante la calidad producto/servicio, la satisfacción a los clientes, el posicionamiento de la imagen de la empresa sino también la organización de las tareas del personal.

Tabla 218.

Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según antigüedad (escala 1-5^a) (2010)

Factor	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Calidad del producto/servicio	4.42	4.37
Eficiencia de los procesos operativos internos	4.02**	3.87**
Organización de las tareas del personal	4.08	3.98
Satisfacción de los clientes	4.51	4.46
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	3.94	3.89
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.15	4.23
Incremento de la cuota de mercado	3.52**	3.32**
Incremento de la rentabilidad	3.63**	3.44**
Incremento de la productividad	3.74	3.62
Motivación/satisfacción de los trabajadores	3.83	3.81
Reducción de la rotación del personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.18	3.08
Reducción del ausentismo laboral	3.27	3.11

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

En el factor antigüedad (año 2010) los resultados muestran que las empresas más jóvenes perciben que están mejor posicionadas en la satisfacción de los clientes, la calidad del producto/servicio, posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios y en organización de las tareas del personal.

Tabla 219.

Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según antigüedad (escala 1-5^a) (2007)

Factor	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Calidad del producto/servicio	4.39	4.36
Eficiencia de los procesos operativos internos	3.93	3.95
Organización de las tareas del personal	4.03*	3.91*
Satisfacción de los clientes	4.55	4.48
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	4.08	4.01
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.24	4.23
Incremento de la cuota de mercado	3.88	3.77
Incremento de la rentabilidad	3.88	3.83
Incremento de la productividad	4.04	3.93
Motivación/satisfacción de los trabajadores	4.07*	3.93*
Reducción de la rotación del personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.60*	3.77*
Reducción del ausentismo laboral	3.69	3.83

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

*En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Al analizar los datos del año 2010 y de 2007, se tiene que las empresas más jóvenes siguen mejor posicionadas en la calidad del producto/servicio, en la eficiencia de los procesos operativos internos, organización de las tareas del personal y la satisfacción de los clientes, teniendo en cuenta que mientras mayor sea, es mejor frente a su competencia; los factores que más disminuyeron en décimas su valor medio, en las empresas jóvenes y maduras, son: reducción del ausentismo laboral, reducción de la rotación del personal y la rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados, indicando que ahora la percepción de los empresarios sobre la mejor posición respecto a sus competidores descendió ligeramente.

El sector de actividad resulta determinante en el rendimiento de la empresa. Se encuentran diferencias estadísticamente significativas en gran parte de las variables analizadas para el año 2010.

Tabla 220.

Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según sector (escala 1-5^a) (2010)

Factor	1	2	3	4	5	6	7	8
Calidad del producto/servicio	4.72***	4.36***	4.49***	4.15***	4.36***	4.29***	4.33***	4.58***
Eficiencia de los procesos operativos internos	3.98*	3.98*	4.08*	3.76*	3.83*	3.81*	4.07*	4.08*
Organización de las tareas del personal	4.09	3.97	4.20	3.89	3.87	3.99	4.12	4.14
Satisfacción de los clientes	4.58	4.49	4.55	4.42	4.35	4.42	4.54	4.57
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	4.05***	4.09***	4.16***	3.95***	4.64***	3.68***	4.05***	3.92***
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/servicios	4.17**	4.27**	4.24**	4.10**	4.12**	4.03**	4.47**	4.28**
Incremento de la cuota de mercado	3.27**	3.35**	3.57**	3.50**	3.15**	3.31**	3.35**	3.53**
Incremento de la rentabilidad	3.31**	3.47**	3.61**	3.74**	3.33**	3.40**	3.77**	3.64**
Incremento de la productividad	3.59*	3.66*	3.72*	3.81*	3.48*	3.54*	3.93*	3.76*
Motivación/satisfacción de los trabajadores	3.86	3.74	4.05	3.78	3.70	3.71	4.00	3.85
Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.39***	3.23***	3.20***	3.30***	2.32***	3.21***	3.01***	3.41***
Reducción del ausentismo laboral	3.41***	3.27***	3.55***	3.55***	2.32***	2.29***	2.95***	3.49***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

*En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

En cuanto al modelo de procesos internos, destacan con una posición más favorable los sectores de industria textil y confección (3) dado que se califican con valores medios superiores a 4 en 7 de los 12 factores evaluados al igual que transporte y comunicaciones (7) y servicios a empresas y profesionales (8) que registra una sumatoria general de 47.25 puntos en sus valores medios, quedando en segundo lugar después de la industria textil y de confección que sumó 47.42 puntos respecto a los valores medios obtenidos. En el modelo de sistema abierto los sectores de industria textil y confección, agroindustria, transporte y comunicaciones y servicios a empresas y profesionales. En el modelo racional más relacionado con variables de rentabilidad, destaca el sector de transporte y el de la industria de la construcción. Finalmente, en las variables que configuran el modelo de relaciones humanas los sectores que tienen

una percepción más favorable de su rendimiento son transporte y comunicaciones y servicios a empresas y profesionales.

Tabla 221.

Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según sector (escala 1-5^a) (2007)

Factor	1	2	3	4	5	6	7	8
Calidad del producto/servicio	4.69***	4.43***	4.28***	4.09***	4.28***	4.25***	4.37***	4.58***
Eficiencia de los procesos operativos internos	4.06**	4.00**	3.64***	3.66**	3.93**	3.79**	4.00**	4.12**
Organización de las tareas del personal	3.98***	3.86***	3.72***	3.75***	4.06***	3.67***	4.32***	4.09***
Satisfacción de los clientes	4.59***	4.64***	4.56***	4.34***	4.49***	4.33***	4.32***	4.68***
Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	4.00***	3.93***	3.88***	3.91***	4.11***	3.65***	4.16***	4.32***
Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos/ servicios	4.02***	4.18***	4.12***	4.13***	4.28***	3.97***	4.47***	4.45***
Incremento de la cuota de mercado	3.88***	4.07***	3.88***	3.72***	3.88***	3.45***	3.89***	3.92***
Incremento de la rentabilidad	3.84***	4.18***	3.96***	3.84***	3.87***	3.50***	3.89***	4.00***
Incremento de la productividad	4.00***	4.14***	4.00***	3.88***	4.01***	3.59***	4.05***	4.19***
Motivación/satisfacción de los trabajadores	3.85***	3.82**	3.92***	3.59**	4.04***	3.71**	4.26***	4.27***
Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.45**	3.57**	3.52**	3.72**	3.66**	3.50**	4.00**	3.97**
Reducción del ausentismo laboral	3.51**	3.57**	3.40**	3.63**	3.79**	3.58**	4.05**	4.04**

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria

5: Comercio

2: Industrias de Transformación

6: Hostelería

3: Industria textil y confección

7: Transporte y comunicación

4: Industria de la construcción

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^aEn una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Al comparar los resultados de los sectores en el año 2010 con los de 2007, se observó que en 2010 el sector de industria textil y confección mejoró su situación frente a la competencia, en una escala del 1 al 5, en la posición 4 están la calidad del producto/ servicio, eficiencia de los procesos operativos internos, organización de tareas del personal, rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados y el posicionamiento de la imagen, cuando en 2007 estos factores estaban en una posición menor. Respecto al 2007, la mayoría de los sectores incrementaron los valores medios en el criterio de rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados excepto en los sectores de transportes y comunicaciones y servicios, que tuvieron reducciones de 0.11 y 0.4 puntos.

Características que influyen en la competitividad de la MIPYMES

Saber cuáles son los factores y variables que más contribuyen a la competitividad y al éxito de las MIPYMES es un tema atractivo para académicos, directivos y profesionales del mundo empresarial (Chablé y Aragón, 2009). Por esta razón, uno de los objetivos de este trabajo de investigación es determinar los factores determinantes de la rentabilidad de las MIPYMES del estado de Tabasco y la evolución que han tenido entre los estudios realizados en el año 2010 respecto al 2007.

Interesa, por tanto, conocer cuáles son los principales determinantes de éxito y desarrollo de la empresa contrastando si algunas características de las empresas o de su gestión explican una mayor o menor rentabilidad.

Tabla 222.
Caracterización de las empresas (%) (2010)

	Menos rentables	Más rentables	
Microempresas	75.6	24.4	**
Pequeñas	65.7	34.4	**
Medianas	69.8	30.2	**
Jóvenes	71.0	29.0	
Maduras	73.7	26.3	
Agroindustria	78.1	21.9	***
Industria de transformación	78.0	22.0	***
Industrial textil y confección	89.4	10.6	***
Construcción	72.5	27.5	***
Comercio	66.3	33.7	***
Hostelería	69.4	30.6	***
Transporte y comunicaciones	70.4	29.6	***
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	63.9	36.4	***
Empresa no integrada sociedad mercantil	75.0	25.0	**
Empresa integrada sociedad mercantil	66.5	33.5	**
Gerente con estudios básicos	83.3	16.7	***
Gerente con bachillerato	70.9	29.1	***
Gerente con nivel universitario	78.8	21.2	***
Gerente con licenciatura	65.0	35.0	***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la : (·) : $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Para determinar el éxito de la empresa, se usó como indicador cuantitativo de resultados organizacionales la variable utilidad neta sobre ventas (ítem 26 del cuestionario). Para este trabajo se han considerado como empresas más rentables a aquellas que en los dos últimos ejercicios tienen una utilidad neta superior a la mediana del grupo de empresas estudiadas (utilidad neta sobre ventas igual o superior al 10%). Se consideraron como empresas menos rentables a aquellas que tienen una utilidad neta en los dos ejercicios inferior al de la mediana (utilidad neta inferior al 10%).

Este planteamiento nos permitirá conocer, a nivel agregado, cuáles son las principales características o factores explicativos del éxito competitivo de las MIPYMES del estado de Tabasco, analizando las principales variables que se han ido examinando a lo largo de este informe.

Tabla 223.
Estrategia y factores competitivos (2010)

	Menos rentables	Más rentables	
Microempresas	78.5	21.5	***
Pequeñas	61.6	38.4	***
Medianas	53.3	46.7	***
Jóvenes	73.7	26.3	***
Maduras	80.7	19.3	***
Agroindustria	83.7	16.3	***
Industria de transformación	3.73	3.87	
Industrial textil y confección	3.38	3.75	***
Construcción	4.62	4.69	
Comercio	2.87	3.25	***
Hostelería	3.34	3.97	***
Transporte y comunicaciones	4.66	4.73	
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	3.00	3.60	***
Empresa no integrada sociedad mercantil	4.28	4.48	**
Empresa integrada sociedad mercantil	66.5	33.5	**
Gerente con estudios básicos	83.3	16.7	***
Gerente con bachillerato	70.9	29.1	***
Gerente con nivel universitario	78.8	21.2	***
Gerente con licenciatura	65.0	35.0	***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la : (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$; Escala 1 a 5: significación de la ANOVA

Tabla 224.

Tecnología, calidad e innovación (%) (2010)

	Menos rentables	Más rentables	
Posición tecnológica fuerte	60.9	39.1	***
Posición tecnológica buena	70.5	29.5	***
Posición tecnológica sostenible	79.9	20.1	***
Posición tecnológica débil	76.7	23.3	***
Empresas con certificación de calidad	44.4	55.6	***
Empresas que están en proceso de obtener certificación de calidad	64.3	35.7	*
Empresas que no disponen de certificación de calidad	76.0	24.0	***
No innovan en procesos	74.0	26.0	
Sí innovan en procesos	71.8	28.2	
No innovan en productos	75.9	24.1	***
Sí innovan en productos	67.5	32.5	***
No innovan en métodos de gestión	75.7	24.3	***
Sí innovan en métodos de gestión	64.9	35.1	***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

Significación de la : (*) : $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El grado de rentabilidad de las empresas de Tabasco aumenta en la medida que (Tablas 222 a 224 leídas verticalmente):

- Tienen un tamaño ligeramente mayor (son pequeñas o medianas empresas).
- Están configuradas como una sociedad mercantil.
- Tienen un gerente con un mayor nivel de estudios (técnico superior universitario o licenciatura).
- Tienen definido el plan estratégico formal.
- Siguen una estrategia de tipo exploradora o analizadora.
- Para competir valoran especialmente: el servicio al cliente la calidad del producto o servicio, la calificación del personal y la reputación e imagen de la empresa.
- Tienen una posición tecnológica fuerte o buena.
- Cuentan con certificación de calidad o pretenden obtenerla.
- Innovan en productos, en procesos y en sistemas de gestión.

A continuación, se presentan las tablas de los resultados obtenidos en el año 2007 para después analizar los resultados entre los años 2010 y 2007.

Tabla 225.

Caracterización de las empresas (%) (2007)

	Menos rentables	Más rentables	
Microempresas	66.0	34.0	***
Pequeñas	52.3	47.7	***
Medianas	57.1	42.9	***
Jóvenes	61.2	38.8	
Maduras	61.0	39.0	
Agroindustria	53.1	46.9	
Industria de transformación	75.0	25.0	
Industrial textil y confección	75.0	25.0	
Construcción	59.4	40.6	
Comercio	61.3	38.7	
Hostelería	63.8	36.2	
Transporte y comunicaciones	68.4	31.6	
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	55.9	44.1	
Empresa no integrada sociedad mercantil	63.3	36.7	*
Empresa integrada sociedad mercantil	55.4	44.6	*
Gerente con estudios básicos	75.8	24.2	***
Gerente con bachillerato	62.9	37.1	***
Gerente con nivel universitario	78.8	21.2	***
Gerente con licenciatura	65.0	35.0	***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la : (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Las principales características o factores explicativos del éxito competitivo de las empresas entre los resultados de los estudios comparados se mantienen similares, estas variables siguen presentando similitud en sus valores en ambos años, indicando que se siguen tomando en cuenta por las empresas para poder lograr el éxito que tienen.

Se debe resaltar la disminución, en el año 2010, de las diferencias estadísticamente significativas que tienen por tamaño y por sector; ya que por tamaño las empresas en el año 2007 era mayor, lo mismo pasa en los sectores, ya que se obtienen en los datos actuales, cuando en el 2007 no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas.

Cabe resaltar un dato relevante que se observa en la Tabla 226, en ésta se puede notar que las empresas analizadoras estaban en menos rentables en un 59.9%, cuando en el 2010 aparece con un 73.3%.

Tabla 226.

Estrategia y factores competitivos (2007)

	Menos rentables	Más rentables	
No realiza plan estratégico (%)	66.2	33.8	***
Sí realiza plan estratégico (%)	54.0	46.0	***
Empresas exploradoras (%)	52.4	47.6	***
Empresas analizadoras (%)	59.9	40.1	***
Empresas defensivas (%)	67.5	32.5	***
Empresas sin estrategia (%)	76.9	23.1	***
Desarrollo de nuevos productos / servicios	3.93	4.18	***
Acceso a nuevos mercados	3.59	3.92	***
Calidad del producto/servicio	4.65	4.76	***
Esfuerzo en I+D	3.16	3.51	***
Preparación y formación del personal	3.86	4.14	***
Servicio al cliente	4.78	4.84	***
Habilidades y esfuerzos en mercadotecnia	3.18	3.73	***
Reputación/imagen de la empresa	4.52	4.73	***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la ANOVA

Significación de la : (*) : $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Tabla 227.

Tecnología, calidad e innovación (%) (2007)

	Menos rentables	Más rentables	
Posición tecnológica fuerte	53.7	46.3	***
Posición tecnológica buena	56.0	44.0	***
Posición tecnológica sostenible	66.3	33.7	***
Posición tecnológica débil	83.1	16.9	***
Empresas con certificación de calidad	42.1	57.9	***
Empresas que están en proceso de obtener certificación de calidad	51.4	48.6	***
Empresas que no disponen de certificación de calidad	64.7	35.3	***
No innovan en procesos	69.0	3,0	***
Sí innovan en procesos	55.9	44.1	***
No innovan en productos	77.7	22.3	***
Sí innovan en productos	56.7	43.3	***
No innovan en métodos de gestión	71.5	28.5	***
Sí innovan en métodos de gestión	55.7	44.3	***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

Significación de la : (*) : $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Algunos temas a resaltar son: las jóvenes presentan el mayor porcentaje en la rentabilidad, ya que en 2007 las que presentaban un mayor porcentaje en su rentabilidad eran las maduras. Los grados de estudios con los que cuenta el nivel gerencial en las empresas, dándose nuevamente en 2010, como en 2007, que las empresas más rentables cuentan con gerentes con grados de licenciatura, siguiéndole los que tienen una carrera técnica universitaria.

Principales dificultades para el desarrollo de las MIPYMES

En este apartado se les preguntó a los directores/gerentes de las MIPYMES acerca de una batería de problemas externos que pueden limitar el desarrollo de su empresa. Destaca el hecho de la baja puntuación dada a la mayoría de los ítems. Esto pone de manifiesto que los directores/gerentes no perciben de forma relevante que estos factores puedan limitar el desarrollo de su empresa; o bien, que en la realidad tabasqueña no representan amenazas serias para el subsector empresarial analizado.

Tabla 228.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES (escala 1 a 5) (2010)*

Factor del entorno	Media
Situación financiera de su empresa	3.30
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.66
Problemas de mercado	1.91
Gestión de cobros y pagos	1.91
Problemas de organización y dirección	1.96
Calificación de recursos humanos	1.87
Problemas técnicos	1.94
Problemas de innovación	1.81
Problemas burocráticos con la Admón.	1.77
Problemas de calidad	1.67
Elevados costos salariales	1.67
Problemas de localización	1.60

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

* En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

El principal problema que perciben las MIPYMES de Tabasco para su desarrollo, es la situación financiera de la empresa, dada la insuficiencia de un sistema bancario que les permita acometer con normalidad su gestión financiera.

En segundo lugar, señalan como dificultad para su desarrollo, los problemas que se derivan de la inestabilidad (fluctuaciones) de la actividad empresarial. Y en tercer lugar, problemas relacionados con la organización y dirección. Sin embargo, factores relacionados con la calidad, los costos salariales y problemas de localización eran considerados por las empresas los problemas menos importantes para su desarrollo y éxito.

Tabla 229.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES (escala 1 a 5^a) (2007)

	Total
Situación financiera de su empresa	3.21
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.96
Problemas de mercado	2.81
Gestión de cobros y pagos	2.65
Problemas de organización y dirección	2.64
Calificación de recursos humanos	2.64
Problemas técnicos	2.57
Problemas de innovación	2.49
Problemas burocráticos con la Admón.	2.48
Problemas de calidad	2.38
Elevados costos salariales	2.28
Problemas de localización	1.97

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

Al comparar la tabla anterior respecto a los datos obtenidos en 2007, se repite el principal problema para las empresas tabasqueñas: su situación financiera, ubicándose en primer término en ambos años; así mismo la inestabilidad de la actividad empresarial, problemas de mercado que se presentan con una igualdad de importancia. Sin embargo existen factores en 2007 que presentan menos importancia y estos se volvieron a presentar en 2010, como los factores relacionados con la calidad, costos salariales y problemas de localización.

Tabla 230.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES según tamaño (escala 1 a 5^a) (2010)

Factor de entorno	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Situación financiera de su empresa	3.28	3.33	3.35
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.61	2.81	2.63
Problemas de organización y dirección	1.88**	2.19**	1.91**
Problemas técnicos	1.85***	2.17***	2.00***
Problemas burocráticos con la Admón.	1.62***	2.07***	2.16***
Problemas de mercado	1.78***	2.16***	2.33***
Gestión de cobros y pagos	1.73***	2.28***	2.28***
Problemas de localización	1.54	1.74	1.70
Calificación de recursos humanos	1.73***	2.10***	2.44***
Problemas de innovación	1.78	1.82	2.16
Problemas de calidad	1.59**	1.80**	1.95**
Elevados costos salariales	1.60*	1.83*	1.74*

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

* En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

Diferencias Significativas: (*) : $p < 0,1$; (**) : $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

Si se analiza la información de las empresas encuestadas según el tamaño (año 2010), puede notarse que existen diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de las variables analizadas. Destacando el hecho de que las empresas más grandes (empresas medianas y pequeñas) tienen una percepción de un mayor número de problemas que las microempresas. Esto obedece sin duda a la exigencia competitiva que enfrentan las empresas pequeñas y medianas. Entre todos destaca el problema de la situación financiera de las empresas medianas con una puntuación de 3.35 (sobre una escala de valor de 1 a 5).

Tabla 231.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES según tamaño (escala 1 a 5^a) (2010)

Factor de entorno	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Situación financiera de su empresa	3.04***	3.42***	3.81***
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.82**	3.15**	3.33**
Problemas de organización y dirección	2.49**	2.84**	3.05**
Problemas técnicos	2.39***	2.83***	2.98***
Problemas burocráticos con la Admón.	2.19***	2.93***	3.05***
Problemas de mercado	2.62***	3.08***	3.24***
Gestión de cobros y pagos	2.45***	2.97***	2.98***
Problemas de localización	1.93	2.05***	2.00***
Calificación de recursos humanos	2.42***	2.98***	3.12***
Problemas de innovación	2.40	2.61	2.81
Problemas de calidad	2.19***	2.64***	2.83***
Elevados costos salariales	1.96***	2.76***	2.98***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

Realizando un análisis comparativo respecto a los datos obtenidos en 2007, se observa cómo, en 2010, las pequeñas y medianas empresas aparecen con mayores escalas en problemas que se dan con regularidad en las empresas, tales como: problemas financieros, inestabilidad, problemas de organización, resultando diferentes al 2007, donde en su mayoría estos problemas tenían mayor importancia en las medianas empresas. Estos problemas están avanzando al grado de afectar hoy a las pequeñas empresas, pero un dato que continúa igual en ambos años es el de la situación financiera, que en una escala de 1 a 5, se ubica en la mayor importancia.

Se constata que la mayoría de los problemas se perciben de forma más acentuada en las empresas jóvenes que en las maduras, resaltando problemas de tipo técnico y los relacionados con la gestión de cobros y pagos, como factores limitadores de su desarrollo.

Tabla 232.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES según antigüedad (escala 1 a 5ª) (2010)

Factor del entorno	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Situación financiera de su empresa	3.30	3.69
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.76*	2.59*
Problemas de organización y dirección	2.03	1.92
Problemas técnicos	1.98	1.92
Problemas burocráticos con la Admon.	1.80	1.75
Problemas de mercado	2.00	1.84
Gestión de cobros y pagos	2.01*	1.83*
Problemas de localización	1.74***	1.50***
Calificación de recursos humanos	1.97*	1.80*
Problemas de innovación	1.88	1.76
Problemas de calidad	1.69	1.64
Elevados costos salariales	1.74	1.62

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

Diferencias Significativas: (*) : p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Tabla 233.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES según antigüedad (escala 1 a 5ª) (2007)

Factor del entorno	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Situación financiera de su empresa	3.21	3.21
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.92	2.99
Problemas de organización y dirección	2.71	2.57
Problemas técnicos	2.68*	2.46*
Problemas burocráticos con la Admon.	2.53	2.44
Problemas de mercado	2.85	2.77
Gestión de cobros y pagos	2.78*	2.54*
Problemas de localización	2.04	1.91
Calificación de recursos humanos	2.65	2.64
Problemas de innovación	2.51	2.48
Problemas de calidad	2.45	2.31
Elevados costos salariales	2.25	2.31

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**) : p < 0,05; (***) : p < 0,01

Al comparar los datos de 2010 con la Tabla anterior (del año 2007) se identifica que no hay cambios muy relevantes respecto al 2010, teniendo nuevamente a las empresas jóvenes como las que dan mayor importancia los problemas que afectan a las empresas. Resaltando nuevamente la situación financiera y seguramente es un dato lógico ya que muchas empresas después de las inundaciones del 2007 tuvieron que verse en la necesidad de cerrar sus instalaciones y muchas otras tuvieron la necesidad de pedir préstamos o financiamientos para poder mantenerse con vida.

Tabla 234.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES según sector (escala 1 a 5^a) (2010)

Factor de entorno	1	2	3	4	5	6	7	8
Situación financiera de su empresa	3.16***	3.43***	3.28***	3.34***	3.76***	2.87***	3.15***	3.55***
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.66***	2.66***	3.25***	2.81***	2.45***	2.48***	2.89***	2.39***
Problemas de organización y dirección	1.91*	2.19*	1.63*	2.00*	1.91*	2.01*	2.21*	1.81*
Problemas técnicos	1.97**	2.03**	1.72**	1.91**	1.92**	1.95**	2.32**	1.74**
Problemas burocráticos con la Admón.	1.56***	1.84***	1.63***	2.46***	1.55***	1.69***	2.10***	1.47***
Problemas de mercado	1.77***	2.0***	1.65***	2.24***	2.01***	1.83***	2.35***	1.52***
Gestión de cobros y pagos	1.94***	2.20***	1.55***	2.43***	2.01***	1.56***	2.12***	1.71***
Problemas de localización	1.50	1.68	1.35	1.76	1.72	1.61	1.74	1.42
Calificación de recursos humanos	1.84**	1.82**	1.73**	2.30**	1.95**	1.72**	2.06**	1.70**
Problemas de innovación	1.92**	2.07**	1.53**	1.92**	1.98**	1.80**	1.83**	1.48**
Problemas de calidad	1.50***	1.85***	1.33***	1.90***	1.73***	1.58***	2.02***	1.43***
Elevados costos salariales	1.64***	1.89***	1.45***	1.98***	1.76***	1.53***	1.85***	1.38***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Diferencias Significativas: (*) p < 0,1; (**) p < 0,05; (***) p < 0,01

Al considerar el efecto sectorial se comprueba que surgen diferencias significativas en casi todas las variables estudiadas. Los sectores que perciben más problemas para su desarrollo son los sectores de industria textil y confección e industria de transformación. El principal problema que presentan las empresas de Tabasco es la situación financiera, especialmente percibida por las empresas de servicio a comercio, empresas, personales, técnicos y profesionales (valor medio de 3.76

en una escala de 1 a 5). Contrariamente, las empresas ubicadas en los sectores de hostelería, transporte y comunicaciones y agroindustria perciben menos problemas para su desarrollo.

Tabla 235.

Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de las MIPYMES según sector (escala 1 a 5^a) (2007)

Factor de entorno	1	2	3	4	5	6	7	8
Situación financiera de su empresa	3.02***	3.68***	3.24***	3.97***	3.40***	2.32***	3.32***	3.33***
Inestabilidad de la actividad empresarial	2.86***	3.61***	2.56***	3.84***	3.15***	2.35***	2.53***	2.93***
Problemas de organización y dirección	2.65***	2.82***	2.84***	3.16***	2.89***	1.97***	2.26***	2.58***
Problemas técnicos	2.80***	3.04***	2.08***	3.03***	2.76***	1.90***	2.53***	2.57***
Problemas burocráticos con la Admón.	2.55***	2.07***	1.72***	3.28***	2.52***	2.08***	2.84***	2.68***
Problemas de mercado	2.96***	3.11***	2.32***	3.69***	3.12***	2.09***	2.74***	2.64***
Gestión de cobros y pagos	2.51***	2.71***	2.16***	3.34***	3.07***	1.50***	2.26***	2.85***
Problemas de localización	2.16	1.82	2.04	1.75	2.14	1.70	1.89	1.90
Calificación de recursos humanos	2.67***	2.89***	2.60***	3.28***	2.79***	1.93***	2.53***	2.77***
Problemas de innovación	2.55***	2.36***	2.68***	2.81***	2.69***	1.96***	2.58***	2.47***
Problemas de calidad	2.27***	2.43***	2.24***	2.81***	2.52***	1.83***	2.89***	2.44***
Elevados costos salariales	2.24***	2.64***	2.24***	3.00***	2.44***	1.73***	2.47***	2.20***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

1: Agroindustria

2: Industrias de Transformación

3: Industria textil y confección

4: Industria de la construcción

Diferencias Significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

5: Comercio

6: Hostelería

7: Transporte y comunicación

8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

Al llevar a cabo un análisis comparativo referente al 2007, los sectores que percibían más problemas eran: industria de la transformación y de la construcción, su principal problema era la situación financiera, datos que en 2010 no son muy cambiantes y persisten más en industria textil y confección e industria de la construcción.

Propuestas de actuación para la mejora de la competitividad y éxito de las MIPYMES

Las MIPYMES del estado de Tabasco, consideran que las propuestas de actuación por parte del sector público más relevantes para ganar una mayor competitividad son: la reducción de impuestos (obligaciones fiscales) que en una escala de 1 al 5 se ubica en más de 4 puntos, el apoyo a la inversión, la necesidad de desarrollar programas de información y asesoramiento a la empresa con evaluaciones cercanas a 4 puntos.

Tabla 236.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES (escala 1 a 5^a) (2010)

Tipo de acción	Media
Apoyo a la inversión	3.99
Información y asesoramiento a la empresa	3.87
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.20
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	3.50
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	3.69
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.37
Flexibilidad laboral	3.61
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.33
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2.67

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Por el contrario, factores como los incentivos para el acceso a mercados internacionales y la reducción de las cuotas al seguro social, así como cuestiones relacionadas con la complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal son consideradas actuaciones menos importantes de cara a mejorar la competitividad y el éxito.

Tabla 237.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES (escala 1 a 5^a) (2007)

Tipo de acción	Media
Apoyo a la inversión	4.38
Información y asesoramiento a la empresa	4.32
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.22
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	4.07
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	4.04
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.87
Flexibilidad laboral	3.84
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.79
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3.07

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Mínima a 5 = Máxima

Los datos anteriores respecto al 2007 muestran cambios bastante notorios, por ejemplo en 2010 sólo se ubica la reducción de impuestos en más de 4 puntos, mostrando la poca importancia que se le da a las demás acciones para el desarrollo de las empresas. Se resalta que la acción de incentivos para el acceso a los mercados internacionales sigue siendo la de menos importancia para las empresas en ambos años, indicando que tal vez su prioridad es consolidarse primeramente en el ámbito local y estatal. En 2007 los datos eran diferentes porque las empresas ubicaban en más de 4 puntos, en una escala de 1 a 5, los siguientes factores: el apoyo a la inversión, información y asesoramiento a la empresa, reducción de impuestos, apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYMES, apoyo a la capacitación y reubicación del personal.

Tabla 238.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES según tamaño (escala 1-5^a) (2010)

Tipo de acción	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.13**	4.38**	4.23**
Flexibilidad laboral	3.49***	3.89***	3.77***
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	3.60**	3.87**	3.88**
Apoyo a la inversión	3.85***	4.25***	4.37***
Información y asesoramiento a la empresa	3.78**	4.09**	3.91**
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.07***	3.89***	3.79***
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.13***	3.89***	3.77***
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	3.37***	3.81***	3.53***
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2.41***	3.19***	3.14***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante
Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

El tamaño de las empresas (Tabla 238), puede explicar diferencias de apreciación de problemas entre los grupos analizados; así las empresas medianas demandan en mayor medida acciones relativas a: apoyo a la inversión por parte del sector público y reducción de impuestos, resultando con más de 4 puntos; la información y asesoramiento a la empresa, apoyo para la capacitación y reubicación del personal y por último reducción de las cuotas al seguro social son cercamos a los mencionados anteriormente.

Mientras que las empresas pequeñas solicitan en mayor medida la reducción de impuestos y las acciones relativas al apoyo a la inversión por parte del gobierno e información y asesoramiento, estando en los primeros lugares, ya que están en un grado de importancia mayor a 4 puntos en una escala de (1 al 5), luego están la flexibilidad laboral, la reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social y la complejidad del orden jurídico, contable y fiscal.

Las microempresas consideran la reducción de impuestos en primer lugar, después el apoyo a la inversión por parte del gobierno e información y asesoramiento a la empresa. El subconjunto de empresas pequeñas es el que percibe el mayor número de problemas.

Tabla 239.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES según tamaño (escala 1-5^a) (2007)

Tipo de acción	Microempresas	Pequeñas	Medianas
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.16	4.32	4.31
Flexibilidad laboral	3.72**	4.05**	3.93**
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	3.87***	4.34***	4.26***
Apoyo a la inversión	4.33	4.43	4.55
Información y asesoramiento a la empresa	4.25	4.43	4.38
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.61***	4.09***	4.14***
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.67***	4.13***	4.48***
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	4.07	4.10	3.83
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2.90***	3.27***	3.64***

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

Comparando los datos anteriores de 2010 con los del año 2007 (Tabla 239) se observan cambios en los tres tamaños de empresas; en las medianas empresas son menos las acciones que tienen importancia en cuanto al desarrollo de la MIPYMES, en cambio en 2007 se tenía en cuenta a la mayoría de ellas; en las microempresas, en 2010, sólo aparece la acción de reducción de impuestos con un grado de importancia mayor a 4, en una escala de 1 a 5, cuando en 2007 fueron: reducción de impuestos, apoyo a la inversión, información y asesoramiento a la empresa y apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYMES. En 2010, en las pequeñas empresas se le dio mayor importancia a la reducción de impuestos, apoyo a la inversión e información y asesoramiento a la empresa; sucediendo lo mismo en 2007, pero ahí fueron más acciones, teniendo menor escala únicamente los incentivos para el acceso a los mercados internacionales.

Tabla 240.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES según antigüedad (escala 1 a 5^a) (2010)

Tipo de acción	Jóvenes(≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.16	4.24
Flexibilidad laboral	3.64	3.59
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	3.69	3.68
Apoyo a la inversión	3.97	4.00
Información y asesoramiento a la empresa	3.88	3.86
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.31	3.34
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.40	3.35
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	3.50	3.49
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2.72	2.63

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante
Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

La antigüedad de la empresa (Tabla 240), es un factor poco relevante al valorar la apreciación de las actuaciones de mejora. Los resultados muestran que las empresas de mayor edad (> 10 años) solicitan en mayor medida acciones para: la reducción de impuestos y apoyo a la inversión, a la información y asesoramiento y acciones dirigidas al apoyo para la capacitación, casi la misma preferencia que las empresas jóvenes.

Tabla 241.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES según antigüedad (escala 1 a 5^a) (2007)

Tipo de acción	Jóvenes(≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.09**	4.33**
Flexibilidad laboral	3.80	3.87
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	3.93**	4.14**
Apoyo a la inversión	4.39	4.37
Información y asesoramiento a la empresa	4.32	4.31
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.65**	3.92**
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.75**	3.97**
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	4.00	4.12
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3.07	3.06

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

Al comparar los datos anteriores de 2010, respecto a los de 2007 (Tabla 241) encontramos similitud en los datos, al hallar que las empresas maduras siguen solicitando en mayor medida las acciones para la reducción de impuestos, apoyo a la inversión, notándose que a través de su experiencia y años en el medio necesitan de estos apoyos para poder continuar subsistiendo. Estos datos son diferentes a los obtenidos en 2007, donde efectivamente las empresas maduras llevaban la delantera en el grado de importancia de estas acciones, teniendo cinco temas, en una escala del 1 al 5, arriba de los 4 puntos, cuando en 2010 sólo fueron 2 puntos. La acción de los incentivos para mercados internacionales se sigue posicionando en último término como la que menos importancia tiene para las empresas en ambos años del estudio.

Tabla 242.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES según sector (escala 1 a 5°) (2010)

Tipo de acción	1	2	3	4	5	6	7	8
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.17***	4.21***	4.15***	4.41***	4.23***	4.35***	4.35***	3.73***
Flexibilidad laboral	3.34**	3.76**	3.32**	3.93**	3.60**	3.73**	3.65**	3.42**
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	3.53	3.73	3.84	3.93	3.48	3.74	3.78	3.49
Apoyo a la inversión	3.86**	3.98**	4.31**	4.32**	3.82**	3.90**	4.02**	3.85**
Información y asesoramiento a la empresa	4.05**	4.00**	4.12**	4.11**	3.48**	3.78**	3.85**	3.78**
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	2.59***	3.13***	2.83***	4.05***	3.56***	3.52***	3.58***	3.07***
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.19***	3.19***	3.36***	3.89***	3.24***	3.45***	3.65***	3.02***
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	3.44***	3.42***	3.72***	3.95***	3.21***	3.55***	3.70***	3.09***
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	2.61***	2.78***	2.51***	3.36***	2.34***	2.70***	2.84***	2.29***

Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la base del proyecto, "Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica". FOMIX-CONACYT-GOB DEL ESTADO TABASCO. CLAVE: TAB-2009-C17-120751.2010

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

1: Agroindustria, 2: Industrias de transformación, 3: Industria textil y confección, 4: Industria de la construcción, 5: Comercio, 6: Hostelería, 7: Transporte y comunicaciones, 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales
Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

La rama de actividad económica (Tabla 242), también es un factor poco relevante a la hora de valorar las diferentes actuaciones de mejora; por ello, casi todas las ramas coincidieron en considerar la reducción de impuestos (arriba de 4 en una escala de 5) excepto el sector de servicios a empresas, cuatro de los ocho sectores coincidieron en que la información y asesoramiento a la empresa es un factor muy importante, tales son: agroindustria, industria de la transformación, industria textil y confección e industria de la construcción (sector secundario), igualmente el apoyo a la inversión del cual de los ocho sectores, los tres sectores que le dieron importancia son la industria textil y confección, industria de la construcción y transporte y comunicaciones, no obstante se observa cómo la mayoría de las acciones son consideradas más importantes por las empresas de industria de la construcción e industria textil y confección que pertenecen al sector secundario.

Tabla 243.

Grado de importancia de acciones para el desarrollo de las MIPYMES según sector (escala 1 a 5^a) (2007)

Tipo de acción	1	2	3	4	5	6	7	8
Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)	4.39	3.86	3.84	4.47	4.22	4.34	4.47	4.12
Flexibilidad laboral	3.84**	3.61**	3.68**	4.38**	3.87**	3.96**	4.21**	3.60**
Apoyo a la capacitación y reubicación del personal	4.16	3.68	3.88	4.31	4.01	4.03	4.21	4.08
Apoyo a la inversión	4.35	4.21	4.24	4.72	4.39	4.16	4.63	4.47
Información y asesoramiento a la empresa	4.24	4.14	4.28	4.56	4.34	4.28	4.32	4.32
Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social	3.63*	3.21*	3.72*	4.28*	3.74*	3.82*	4.47*	3.84*
Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal	3.71**	3.46**	3.56**	4.38**	3.88**	3.69**	4.68**	3.95**
Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYME	4.16	4.11	4.28	4.34	4.05	3.99	3.95	4.02
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3.35	2.75	3.20	3.72	2.95	3.16	2.84	3.01

Nota: Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco. Chablé, J. y Aragón, A. (2009).

1: Agroindustria, 2: Industrias de transformación, 3: Industria textil y confección, 4: Industria de la construcción, 5: Comercio, 6: Hostelería, 7: Transporte y comunicaciones, 8: Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales

^a En una escala de 1 = Nada importante a 5 = Totalmente importante

Diferencias estadísticamente significativas: p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

En la comparación de los resultados de los sectores, del año 2010 con los del año 2007 (tabla 243), se observa que en la mayoría ha disminuido el grado de importancia que se le da a las acciones futuras, excepto en dos sectores: industria de la transformación e industria textil y de confección, que califican algunas acciones con más puntos que en 2007, tales como: reducción de impuestos, apoyo a la inversión y flexibilidad laboral.

Por sectores, en el 2007, el sector de industria de la construcción daba importancia a casi todas las acciones en una posición arriba de 4 puntos, excepto en incentivos para el acceso a los mercados internacionales, lo que es diferente en 2010, cuando disminuyó la importancia de tales acciones, sucediendo también para el sector de transporte y comunicaciones.

Capítulo 9

Conclusiones

Características de las empresas

El análisis de la antigüedad de la empresa refleja el dinamismo demográfico del tejido empresarial del estado de Tabasco. El 42.8% de las empresas han sido constituidas en la última década y presentan, en conjunto, una edad mediana de 12 años. Datos que son muy parecidos a los que se dieron en 2007 los cuales nos indican que en su mayoría las empresas maduras siguen persistiendo más que las de nueva creación.

La juventud de la estructura empresarial, es síntoma de la importancia de la cultura emprendedora en el ámbito social de Tabasco lo que es sin duda positivo, si bien supone, al menos temporalmente, un factor de debilidad consecuencia del mayor riesgo que han de soportar las empresas jóvenes. Además, los resultados obtenidos indican que el 44% de las empresas son micro o pequeñas empresas de reciente creación, datos los cuales son muy similares a los obtenidos en 2007 antes de las inundaciones, esto significa que muchos profesionistas al no encontrar trabajo han creado pequeñas empresas para poder subsistir.

Al clasificar a las empresas por su actividad, encontramos que las empresas más jóvenes corresponden a los sectores de: “servicio a empresas personales, técnicos y profesionales”, con una edad mediana de 10 años y en donde el 54% son jóvenes empresas; “industria textil y confección”, con un 50.0% de empresas jóvenes y una edad mediana de 10 años; e “agroindustria”, en donde el 46.9% de las empresas son jóvenes y la edad mediana para todo el giro es de 12 años. En contraposición, se configuran como sectores maduros “Transporte y comunicaciones”, al presentar una edad mediana global de 18 años y un porcentaje de jóvenes empresas de sólo el 24.7%, e “industrias de la transformación” con una edad mediana de 12 años y una participación del 38.5% de empresas jóvenes. Al hacerse la comparación con los datos obtenidos en 2007, las empresas más jóvenes ya no corresponden a industria textil y confección, comercio e industria de la construcción sino a sectores que en aquellos años estaban hasta por debajo de la media.

La amplia mayoría, un 79.9%, de las empresa tienen carácter familiar (tabla 13). A priori este hecho no se puede calificar como positivo o negativo sin tener en cuenta otros indicadores que permitan una delimitación más exacta de la forma de gestión de la compañía. No obstante, con carácter general, las empresas familiares conllevan una problemática específica asociada a la incorporación de las generaciones

siguientes al fundador. Por ello, tienden a estar menos profesionalizadas en su gestión y suelen ser menos duraderas que las no familiares, lo que conlleva un riesgo añadido de no trascender generacionalmente.

Respecto a la forma jurídica, de 71.9% de las empresas encuestadas se configuran como personas físicas (Tabla 10). El hecho de que las personas físicas sean amplia mayoría frente a las personas jurídicas puede ser interpretado como una señal de debilidad por cuanto es sintomático de un tejido empresarial menos estructurado y desarrollado. No obstante, el tamaño de la empresa es definitorio de la forma jurídica. La forma personal es la mayoritaria para las microempresas con el 88.4%, descendiendo hasta el 79.1% en las medianas empresas. En cambio, en las empresas pequeñas son las sociedades mercantiles más numerosas con el 58.1% (Tabla 12).

En consonancia con el dinamismo demográfico del tejido empresarial se observa que la gerencia es ocupada mayoritariamente por personas de mediana edad o jóvenes. La edad mediana del director-gerente es de 46 años y en un 30% de las empresas no supera los 40 años de edad (Tabla 14); sin dejar de mencionar que las empresas jóvenes son dirigidas en su mayoría por personas jóvenes (45.7%) y las empresas maduras en mayor porcentaje por personas de mediana edad (Tabla 16).

Además, destaca que sean mayoría los que cuentan con estudios universitarios con el 49.5% del total (Tabla 18). Este resultado muestra una fortaleza del tejido empresarial pues evidencia la tendencia a la profesionalización de la gestión de las empresas apostando por la formación del estamento directivo, no obstante este hecho también puede ser consecuencia de que los profesionales egresados de las Instituciones de Educación Superior al no encontrar trabajo relacionado con su carrera, tienen que optar por auto emplearse creando su propia empresa, sobre todo en los últimos 10 años aproximadamente.

En cuanto al tamaño de la empresa es evidente la importancia de las MIPYMES en el entramado económico del estado. Los datos del Censo 2009 elaborado por el INEGI, muestran que a finales del 2008, el 99.9% de las unidades económicas son micro, pequeñas o medianas empresas, que generaron el 83.4% del empleo. En general, la distribución de empresas por tamaños es muy similar a la que se observa para el total de la república. No obstante, el tamaño medio en Tabasco (5.1 empleados) es inferior al nacional (5.4 ocupados).

Al analizar a las empresas según su tamaño (Tabla 24) se observa que en las empresas no hay una correlación positiva, presentando un descenso tanto en las micro, las pequeñas y medianas empresas, esto debe constituir un elemento de preocupación ya que lo que nos muestran estos datos es que no hay un aumento positivo en las empresas en cuanto a la contratación de empleados. Por otra parte, si se considera la antigüedad, existirá la misma situación tanto en jóvenes y maduras se presenta un descenso en cuanto al número promedio de empleados.

Finalmente, al analizar el crecimiento del empleo por sectores se obtienen resultados muy variados dentro de cada actividad; así, se obtienen resultados estadísticamente significativos (lo que supone atribuir con carácter general la tendencia de decrecimiento a todo el sector) excepto para el caso de “agroindustria” y “comercio”.

Datos diferentes a los obtenidos en 2007 donde las empresas medianas experimentaron entre 2004 y 2006 un crecimiento medio del 7.8% anual, las pequeñas del 0.3 puntos porcentual y las micro un descenso del 0.4 puntos porcentual, asegurando un crecimiento dinámico en las empresas medianas, dato que constituía una preocupación por ser más MYPES que mayor empleo generaban.

Las empresas hacen un escaso uso de la contratación temporal. El 55% de las empresas declaran no utilizar este tipo de contrato y, globalmente, sólo el 11% de empleo es de carácter temporal (Tabla 26). No obstante, las empresas medianas son más proclives a utilizar la contratación temporal que, en este caso, alcanza al 47%. También por giros se encuentran notables diferencias que van desde el 70% de temporalidad para industria de la construcción hasta el 8.2% del sector de “hostelería” (Tabla 28).

El análisis de las ventas de las empresas según el mercado de destino refleja una clara concentración en el mercado interno puesto que el 94.1% de las ventas de productos o servicios se realiza a nivel local y estatal; sin embargo, por el lado de los aprovisionamientos el mercado interno sólo abastece un 80.2% de las compras (Tabla 30). Este desequilibrio es síntoma de un déficit comercial y de una orientación productiva poco especializada y sometida a una presión de la oferta que hace que los costes de transporte y el peso de las relaciones comerciales tradicionales (proximidad y conocimiento entre proveedores y clientes) sea una fuerte barrera para el acceso a mercados exteriores, ya sean nacionales o extranjeros. Ello puede ser consecuencia también del escaso

desarrollo del sector industrial y del retraso del sector primario, lo que propicia que se produzcan muchas de las “importaciones” de bienes y servicios que se requieren en el mercado local; por otro lado puede ser el tipo de empresas orientadas a la producción/mercado local tabasqueño lo que hace que el sector externo sea débil.

El mercado más diversificado y equilibrado corresponde a las empresas medianas (el 86.2% de la ventas y el 60% de las compras en el mercado interno) y el más concentrado, sobre el ámbito local, a las microempresas (el 95.7% de la ventas y el 81.9% de las compras en el mercado interno); asimismo, destaca la escasa importancia del mercado internacional, tanto en la vertiente de compras con 1.3%; como de ventas con el 0.7% (Tabla 32).

Estrategia y factores competitivos

Menos de la mitad de las empresas del estado de Tabasco (34.8%) realizan planeación estratégica formal, hecho que cabe calificar como una debilidad de las empresas del estado. De ellas, el 88.3% lo realiza a 1 año y sólo el 11.7% a un plazo superior, dándonos a entender la poca importancia que tiene esta acción dentro de las empresas de nuestro estado (Tabla 38).

El tamaño, la antigüedad y el sector explican diferencias estadísticamente significativas en la realización de planeación estratégica, aunque no en el plazo del mismo. Las pequeñas (entre 10 y 49 empleados) y las medianas (entre 50 y 250 empleados) empresas realizan planeación estratégica formal en el 55.1% y en el 67.4% de los casos respectivamente, mientras que las microempresas lo efectúan sólo en el 23.8%, dando a entender que entre más tamaño tenga la empresa más importancia le da a esta acción (Tabla 40).

Las empresas maduras efectúan planeación estratégica formal en el 35.8% de los casos, porcentaje significativamente superior al de las empresas más jóvenes. Situación cambiante en 2007 donde eran las empresas jóvenes las que en su mayoría realizaban planeación estratégica, aludíamos que era por el hecho de estar recientes y traer ideas nuevas para las empresas, pero hoy podemos decir que este hecho es más razonable por la simple razón que las empresas maduras tienen más experiencia en el mercado laboral y saben lo que necesitan y les hace falta como empresarios, teniendo a su favor la experiencia.

Al hacer el análisis comparativo entre los datos arrojados en 2010 y 2007, es notable que los primeros lugares entre las empresas que efectúan en mayor medida planeación estratégica formal son las pertenecientes a los sectores de la industria de la construcción, transporte y comunicaciones y comercio, desapareciendo de este grupo el sector de agroindustria.

No hay diferencias significativas en el plazo de la planificación según el tamaño, la antigüedad o el sector de la empresa, a diferencia de lo que sucede con la planeación estratégica formal.

Alianzas y acuerdos de cooperación

Las empresas del estado de Tabasco, en general, muestran una orientación reducida hacia la realización de acuerdos o alianzas de cooperación con otras empresas. El porcentaje de empresas que no ha efectuado ningún acuerdo con otras en los dos últimos años es del 86.1%, hecho que se puede explicar, al menos en parte, además de razones culturales, por la desconfianza entre las empresas para abordar estas iniciativas y también por el peso que en el estado de Tabasco tienen las microempresas; no obstante, es de destacar que hay un 13.9% que sí ha efectuado algún acuerdo de cooperación con otras.

Las empresas que realizan acuerdos los hacen principalmente para compras y abastecimientos (22.0%) y para comercializar productos (16.8%). Los acuerdos que en menor medida realizan las empresas son los relativos a investigación y desarrollo con el 5.5% y los de logística con el 11.0% (Tabla 44).

Por lo general, el tamaño y el sector explican diferencias en el número de acuerdos que realizan las empresas; la antigüedad, por el contrario, con la excepción de los acuerdos para logística, no explica diferencias en el número de acuerdos.

Son las empresas pequeñas y medianas las que en mayor medida realizan este tipo de acuerdos, resaltado que en las pequeñas se da más esta acción. Las microempresas, en todos los casos, efectúan los citados acuerdos en porcentajes inferiores a los de la media de empresas de la muestra. Los porcentajes de acuerdos o alianzas entre empresas pueden calificarse de reducidos si se comparan con los encontrados en otros estados, dándonos a entender que se tiene desconfianza por parte de los empresarios de poder poner en riesgo su capital.

Los sectores de transporte y comunicaciones y el sector comercial son los que, por lo general, realizan un mayor número de acuerdos en comparación con el resto de sectores analizados. Es importante mencionar que de la misma manera se dio en la investigación anterior (2007), dando la oportunidad de afirmar que aún se sigue trabajando de manera rutinaria como se ha hecho en años anteriores, no buscando crecer como organización.

Comportamiento estratégico

De acuerdo con la tipología de Miles y Snow (1978), la estrategia que siguen un tercio de las empresas es una estrategia defensiva, buscan ofrecer un conjunto relativamente estable de productos/servicios para un mercado relativamente inalterable, sin estar interesadas en las modificaciones a los productos, de hecho la siguen un 41.7% de las empresas.

La estrategia analizadora, es la opción para un 28.5% de las empresas, esto es tratan de mantener una base relativamente estable de productos/servicios y mercados mientras que al mismo tiempo desarrollan de forma selectiva nuevos productos/servicios y mercados tratando de imitar a las empresas que ya los desarrollaron y tuvieron éxito.

Por último, la estrategia exploradora; es decir, empresas que suelen realizar cambios y mejoras en los productos/servicios y mercados con relativa frecuencia, tratando de ser las primeras en desarrollar nuevos productos/servicios, aun con el riesgo de que estas innovaciones no tengan éxito-, la siguen un 23.1% de las empresas. En todo caso es de resaltar que hay prácticamente tres grupos de empresas con estrategias bien diferenciadas, destacando actualmente de forma clara la estrategia defensiva en más de un 40%, situación que en el año 2007 no se dio, ya que de las tres ninguna de ellas destacó claramente estando en más del 30% (Tablas 54 y 55).

Al analizar los datos según el tamaño, nos encontramos con que las empresas que en mayor medida siguen la estrategia defensiva son las microempresas (lo hacen en el 48.8% de los casos) situación que desde investigaciones pasadas no ha cambiado. Las medianas; es decir, las de mayor tamaño, optan por la estrategia exploradora (47.4%) hecho que sin lugar a dudas es bueno ya que por su tamaño deben innovar ante

nuevos productos y estar siempre en competencia, dato diferente al 2007 donde optaban por una estrategia analizadora, donde podríamos decir que estaban dudosos si apostar o no por un nuevo producto, esperando muchas veces a que la competencia lo sacara y tuviera éxito para después poderlo llevar acabo ellos también. Y en cuanto a las pequeñas éstas siguen la estrategia defensiva (38.2%) tomando una postura igual a las microempresas, en la cual sólo quieren estabilidad y no apuestan por modificaciones en sus productos, cambio bastante notorio cuando en 2007 optaban por una estrategia exploradora donde querían ser los primeros e innovar.

No hay diferencias estadísticamente significativas atendiendo a la antigüedad de las empresas ya que se presentan tanto en jóvenes como maduras porcentajes muy cercanos. Si se concentra en el sector de actividad, las empresas más exploradoras se sitúan en porcentajes muy cercanos (32.9 y 32.3%) en los sectores de transporte y comunicaciones y del sector servicios a empresas.

Las que siguen una estrategia defensiva las encontramos sobre todo en los sectores de agroindustria e industria de la transformación, estas en porcentajes cercanos (57.9 y 57.1%). Por último, las empresas de comercio seguidas transporte y comunicaciones destacan por tener una estrategia analizadora (Tablas 58 y 59).

De acuerdo con la tipología de Porter (1999), son mayor porcentaje (35.1%) las empresas que siguen una estrategia de costos inferiores a la competencia. A continuación, están las empresas con una estrategia de diferenciación de productos o servicios con un 25.1% del total; por último, están las empresas con una estrategia de segmentación que la siguen el 21.0% de las empresas (Tabla 56).

Si se toma en cuenta el tamaño de las empresas, se encuentra que tanto las microempresas, pequeñas y medianas tienen una estrategia de reducción de costos, pero en mayor porcentaje las microempresas que lo hace en un 37.2%, porcentaje diferente a las pequeñas y medianas que usan la misma estrategia, pero en un porcentaje un poco superior al 30% (Tabla 60).

Factores competitivos

Al analizar los factores competitivos más importantes de las MIPYMES en el estado de Tabasco encontramos que los empresarios le dan la máxima importancia para competir al servicio al cliente (4.68), a la calidad del producto o servicio (4.64) y a la reputación/posicionamiento de la empresa (4.33).

Los factores menos valorados son el esfuerzo en investigación y desarrollo (2.98) y las habilidades y esfuerzos en actividades de mercadotecnia (3.16). Cabe señalar que estos factores se presentaron también en 2007 en mayor prioridad, pero también se presentaba el desarrollo de nuevos productos/servicios, los cuales actualmente aparecen como importantes para las empresas tabasqueñas pero no en comparación como las tres que se mencionaron (Tabla 62).

Estructura organizativa y recursos humanos

Departamentos

Los departamentos que más diferenciados están en las empresas de Tabasco son los de administración/contabilidad con el 63.7%, operaciones/compras con el 41.6% y comercialización/ventas con el 32.1%. Los menos diferenciados en la estructura son los de investigación y desarrollo con el 10.0%, el de calidad con el 20.6% y el de recursos humanos con el 24.4% (Tabla 70).

Todos los departamentos están diferenciados en porcentajes significativamente superiores a la media en las empresas de mayor tamaño, tanto las pequeñas como las medianas.

En las microempresas la presencia de los departamentos analizados en la estructura organizativa es significativamente inferior a la media del conjunto de empresas, hecho que puede quedar claramente explicado por la variable, número de empleados, pues al ser menos, claramente el número de departamentos diferenciados en la estructura será más reducido.

La antigüedad de la empresa no explica diferencias estadísticamente significativas en el número de departamentos que están diferenciados en la estructura organizativa. Los sectores donde hay un

menor desarrollo de los diferentes departamentos son el de agroindustria, industria textil y confección e industria de la transformación. Los sectores con una estructura más desarrollada son los de comercio, industria de la construcción, hostelería y transporte y comunicaciones.

Flexibilidad organizacional

Por lo que respecta a la flexibilidad numérica, hay un 40.2% de empresas que subcontratan/externalizan trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos, dando a entender que estos trabajadores no tienen muchas veces relación laboral con la empresas directamente y también un 50.5% de empresas que contratan a trabajadores temporales, en prácticas o a tiempo parcial, siendo este un factor bastante conveniente para las empresas sobre todo en épocas vacacionales o decembrinas (Tabla 90). Las empresas pequeñas y medianas son las que en mayor porcentaje subcontratan o externalizan trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos; asimismo son las empresas maduras las que en mayor medida adoptan esta práctica.

Los sectores que más uso hacen de esta práctica son los de industria de la construcción, industria textil y confección e industria de la transformación, es importante mencionar que el sector de industria de la construcción en la investigación de 2007 también se colocó en primer lugar por encima de todos los demás sectores, dato diferente a los sectores de hostelería y servicio a empresas que en este año uno de ellos se ubicó por debajo de la media, para ser más exacto hostelería, tomando sus lugares los sectores de industria textil y confección e industria de la transformación (tablas 92 y 93).

Las empresas que en mayor porcentaje contratan a trabajadores en prácticas o a tiempo parcial nuevamente son las pequeñas y las medianas. Las microempresas lo hacen en porcentajes inferiores a la media.

Los sectores que en mayor porcentaje contratan a trabajadores en prácticas o a tiempo parcial son los de la industria de la construcción, la industria textil y de la confección, hostelería e industria de la transformación; por ello, esto datos dan a entender acciones muy acertadas ya que los sectores mencionados por el giro que tienen, acceden a contratar empleados de forma temporal (Tabla 94).

Procesos de recursos humanos

Los procesos de recursos humanos más utilizados por las empresas del estado de Tabasco son los de capacitación del personal (60.3%), valoración del desempeño (50.6%) y reclutamiento y selección (46.4%). Los menos utilizados son los de promoción del personal y el uso de programas de incentivos. Cabe señalar como dato importante que en la investigación que se llevó a cabo en 2007 en primer lugar estaba la valoración al desempeño, el cual cambió quedando la capacitación del personal como la que ocupa el primer lugar, y es de suponer ya que por los tiempos que estamos viviendo para competir, primero la plantilla de trabajo debe saber cuál es su función dentro de las diferentes empresas (Tablas 96 y 97).

Todos los procesos son utilizados en porcentajes significativamente superiores a la media por parte de las empresas pequeñas y medianas; las microempresas se sitúan por debajo de la media en todos los casos. Cabe señalar que se dio la misma situación en 2007.

No se observan diferencias significativas en la mayoría de las acciones —ni en las correspondientes a la antigüedad ni en las de los sectores—, pero se puede hacer hincapié en la capacitación del personal, acción que tomó el primer puesto. Actualmente las empresas jóvenes son las que más capacitan, lo que resulta lógico, ya que muchos gerentes son profesionistas, tienen una mejor preparación y apuestan a que sus trabajadores estén capacitados. En cuanto a los sectores, en 2007 el sector que estaba a la cabeza en esta acción era el de industria textil y confección, mientras que en 2010 el sector líder en este rubro es la industria de la construcción seguido por la hostelería, dato que nos hace pensar que por las inundaciones pasadas estos sectores se vieron saturados, con mucha actividad y optaron por capacitar en mayor medida a sus trabajadores.

Acciones de formación

Por lo que se refiere a las actividades de formación se destaca la poca importancia que las MIPYMES de Tabasco confieren a este apartado, ya que en todos los casos, menos de la mitad de las empresas encuestadas tienen previsto desarrollar actividades de capacitación en los dos años siguientes. Pero en orden de importancia, los cursos más demandados,

aunque en menos de la mitad de las empresas encuestadas, son: cursos técnico operativos, técnicas de venta, informática, control / gestión de calidad / normas ISO (éstos en más de un 20%), dirección empresarial y/o estrategia empresarial, contabilidad y finanzas, recursos humanos se ubican en porcentajes muy parecidos y por último tenemos a idiomas. De la misma manera es importante mencionar que estos datos son contradictorios ya que en 2007 todas estas actividades de formación se ubicaban en más del 50% de las empresas encuestadas, siendo idiomas la única acción que estaba por debajo de este porcentaje. Esto nos indica la poca importancia que le están dando a estas acciones, preocupándose muchas sólo por subsistir.

En todos los casos, la demanda de formación disminuye siendo las empresas jóvenes las más preocupadas por querer tener capacitados a sus trabajadores en años venideros y, en cuanto a los sectores son pocos los que se ubican por encima de la media, estando el sector de construcción, transformación, comercio y hostelería a la cabeza, buscando prepararse en las diferentes acciones mencionadas.

Tecnología, calidad e innovación

Más de la mitad de las empresas encuestadas califican su posición tecnológica como buena, es decir que, realiza un desarrollo interno de la tecnología o bien su uso les posiciona por delante de la competencia, lo cual es un factor importante de estabilidad y crecimiento económico. Desde la perspectiva del tamaño, se observa que las empresas pequeñas y medianas son las mejor posicionadas puesto que más de 60% de ellas aseguran encontrarse en una situación buena. Por lo que se refiere al análisis por sectores, destacan industria de la construcción, servicio a empresas, industria textil y confección y transporte y comunicaciones en más de un 50% y por arriba de la media, asegurando encontrarse en una situación buena en cuanto a posición tecnológica.

Sólo el 7% de las empresas encuestadas aseguran que disponen de certificación ISO de la serie 9000 o equivalente y, alrededor del 10% se encuentran en el proceso previo a la certificación. Existe por tanto un porcentaje muy elevado de empresas, más de 80%, que ni tienen certificación ni se encuentran en proceso de obtenerla, lo que se observa como un punto de debilidad, puesto que para competir con éxito, cada

vez es más necesario que se trabaje con la perspectiva de una calidad certificada, como factor competitivo importante, cabe aclarar que en 2007 se obtuvieron datos muy parecidos a los que tenemos actualmente, dándonos a entender que los empresarios tabasqueños no están preocupados por obtener una certificación de calidad de sus productos y, se comprueba al no mostrar avances en esta acción (Tablas 130 y 131).

También hemos analizado el grado de innovación de las MIPYMES, relacionado con procesos productivos, con los productos/servicios que ofrecen y con la gestión empresarial. En este sentido, los resultados muestran que la importancia media que las empresas otorgan a estos tres tipos de innovación es muy elevada y, sitúan por delante a las innovaciones relacionadas con los procesos productivos, a una distancia poco significativa están las relacionadas con los productos y servicios que ofrece el mercado y, después, a corta distancia, las vinculadas con la gestión de la empresa. Es importante señalar que en la investigación anterior (2007) en primer término se ubicó las innovaciones relacionadas con los productos y servicios que ofrecían al mercado, seguido de gestión de sus empresas y por último se ubicaban los procesos productivos. Esto nos lleva a connotar la importancia que se le está dando actualmente a los procesos de producción que se están llevando en las diferentes empresas y es lógico, ya que es la mejor manera de competir en nuestros mercados, dejando en último término la mejoría de la empresa, que sería la gestión de empresas.

Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación)

Un factor que logra incrementar el desarrollo eficaz y productivo en la MIPYMES es, sin duda, la inversión en las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). Su utilización y aplicación aporta una serie de ventajas potenciales en todas las áreas funcionales de la empresa, permitiendo una mayor agilidad en la generación, acceso y distribución de la información, una mayor coordinación en la toma de decisiones, una mejora en la conexión y asistencia a clientes y proveedores, definitivamente comparta la idea que hoy para cualquier empresas las TIC son primordiales y así estar en competencia.

La presencia de las TIC en las empresas del estado de Tabasco es moderada si tenemos en cuenta que la herramienta más utilizada, el

correo electrónico, apenas es usada por el 45.8% de las mismas. Tras ella y a cierta distancia se sitúa el realizar compras electrónicas usando Internet con un 26.7% y en un 23% tenemos el disponer de una página web.

El disponer de intranet corporativa es la herramienta menos utilizada por las empresas del estado de Tabasco con un porcentaje del 15.1% y sin lugar a dudas es un dato lógico, ya que la infraestructura y disposición de ello requiere de costos elevados (Tabla 142). Las pequeñas y medianas empresas se sitúan por encima de la media respectivamente, bajando el índice de forma drástica para las microempresas. En cuanto a los subsectores, o ramas podemos mencionar a industria de la construcción que está por encima de todos los sectores siendo quien más utiliza cuestiones de las TIC, le sigue servicios, hostelería y transporte y comunicaciones.

Las técnicas de mercadotecnia con Internet como vehículo se encuentran en un estado elemental, apenas superando el 18% de implantación. Las empresas medianas triplican el grado de utilización de las microempresas (55.0% frente al 15.3%) y la Industria de la Construcción (40%) se sitúa a una distancia considerable de sus seguidores más cercanos, comercio con el 28.6% y transporte y comunicaciones con el 28.4% (Tabla 154).

El desglose por tamaño nos indica que la dimensión de la empresa es fundamental en la implantación de aplicaciones informáticas. Así, aquellas con un número de trabajadores igual o superior a 50 (medianas) presentan un grado de implantación bastante aceptable en general, disminuyendo esta calificación a medida que se reduce el tamaño de las empresas.

Aspectos contables y financieros

El grado de utilización de técnicas económico-financieras en las empresas del estado de Tabasco se encuentra en un nivel medio. Análisis económico-financiero, presupuestos de ingresos y gastos anuales e implantación de sistemas de contabilidad de costos es el orden de prioridad, si nos atenemos a la frecuencia registrada en la utilización de cada una de las técnicas.

Los errores en cualquiera de las funciones pueden mal lograr los objetivos alcanzados por otras, la gestión financiera y la organización administrativa generadora de información de la empresa se convierten

en elementos básicos para la toma de decisiones y para alcanzar un correcto equilibrio.

Cuanto mayor es el tamaño de la empresa, más alto es el grado de utilización de cada una de las técnicas económico-financieras aludidas. En las empresas medianas, la implantación de sistemas de contabilidad de costos iguala al establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos en cuanto a su grado de implantación, grado que en las tres técnicas analizadas se sitúa siempre próximo a 4 (sobre 5) o por encima de él, nivel que puede considerarse como aceptable.

Por lo que se refiere al ámbito de la contabilidad como sistema de información básico de las empresas, se observa una deficiencia de información interna sobre costos principalmente en las micro y pequeñas empresas.

En relación a los períodos de cobros y pagos podemos concluir que en general los periodos medios, tanto de cobro como de pago, en las relaciones comerciales de las empresas del estado de Tabasco, son más bien cortos estando cerca de la modalidad de contado, algo que puede denotar una cierta falta de confianza en la estabilidad financiera de unas empresas con otras aunque les permiten generar recursos a tiempo para cubrir sus compromisos.

Las empresas que mejores ciclos financieros presentan son las de transporte y comunicaciones con 13 días a favor, comercio con 8 días, agroindustria y hostelería con un día, situación no muy buena pero en el cual hay una pequeña diferencia de cobro y pago a proveedores. En el otro extremo está la industria de la construcción con más de 13 días de déficit, servicios con casi 7 días, Industria de la transformación con 4 días y por ultimo textil y confección con 3 días (Tabla 180).

Un 10.8% de las empresas del estado de Tabasco señalan obtener una utilidad neta superior al 15% y un 35.3% que obtienen una utilidad sobre ventas entre el 5% y el 10%; asimismo, destaca favorablemente el hecho de que un bajo porcentaje de empresas, el 3.0%, arrojaran utilidades negativas (Tabla 182).

En cuanto a la evolución esperada de su utilidad neta sobre ventas, la mayoría de ellas, el 54.8% contestaron que se mantendría estable, el 30.3% que su utilidad descendería, dato preocupante ya que puede ser por problema de liquidez y rentabilidad que se augura; y en menor medida 14.9% que la utilidad crecería, datos que son preocupantes ya que en 2007 se obtuvieron porcentajes en los cuales casi un 40% aseguraba que

su utilidad aumentaría y actualmente no es así; y puede decirse que es entendible, debido a que actualmente la economía está en decadencia cada día que pasa (Tablas 190 y 191).

Se infiere que las MIPYMES del estado de Tabasco utilizan principalmente tres tipos de fuentes de financiamiento, la reinversión de utilidades, las aportaciones de los propietarios y los proveedores, el subsector empresarial bajo análisis no se financia de manera importante de los intermediarios financieros bancarios, lo que puede deberse a una asimetría de información en el mercado del crédito del estado. El Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYMES es sentido por el subsector como uno de las principales acciones necesarias para su desarrollo poniendo de manifiesto una fuerte debilidad del mercado crediticio, que sin duda limita la competitividad de las empresas de Tabasco.

Al obtener pequeños márgenes de utilidad y ser su reinversión su principal fuente de financiamiento, las MIPYMES se enfrentan al dilema de no poder modernizarse administrativamente, ni comprar equipo y maquinaria de tecnología de punta, ni mejorar sus estándares de calidad, porque no tienen el financiamiento en los montos adecuados para todo ello y en consecuencia no pueden generar mejores utilidades que le permitirían capitalizarse mejor, lo que repercute en un nivel bajo de competitividad.

Principales líneas a seguir para el desarrollo y consolidación de las MIPYMES en Tabasco

Antes de comenzar con la enumeración y descripción de las que pueden ser las principales líneas a seguir, de cara al desarrollo y consolidación de las MIPYMES en el estado de Tabasco, procede efectuar una breve sinopsis respecto del objetivo que se pretende.

Hoy en día se vive en una economía global, los mercados cada vez son más exigentes, especialmente de nuestra área de influencia, buscando aumentar o mínimo mantener, el peso relativo del estado de Tabasco en el concierto nacional, lo que equivale a decir de sus empresas y especialmente de sus MIPYMES.

Como se ha venido indicado a lo largo del estudio, ello exige un importante cambio de mentalidad en cuanto a cuáles son las variables

que se han de utilizar para competir; no podemos quedarnos sólo en las ventajas comparativas de los precios de los factores productivos; es decir, hay que abandonar el competir sólo en costos, al tiempo que se han de ir incorporando con urgencia nuevos factores relacionados con la diferenciación, la calidad, el diseño, productos de mayor contenido tecnológico y más elaborados. Este es el reto de las MIPYMES de Tabasco para los próximos años.

Lo anterior implica exigencias para todos los agentes involucrados en el proceso: propietarios y directivos, organizaciones y asociaciones empresariales, trabajadores, sindicatos, representantes de los trabajadores y administración federal, estatal y local. De todos depende el futuro; cada uno tiene unas responsabilidades, unas exigencias y un nivel de contribución importante para los objetivos de reconstruir las actividades económicas y el desarrollo, de las MIPYMES en Tabasco, especialmente después de las contingencias de 2007- 2010.

Características de las empresas

El entorno empresarial hoy en día, y como ya lo hemos mencionado, juega un papel bastante importante en la económica tabasqueña y tomando en cuenta los datos obtenidos en la presente investigación, en cuanto a la antigüedad de las empresas, sus características, niveles gerenciales, juventud, forma jurídica, estudios, tamaño, niveles de compra y ventas. Para su mejora pueden tomarse en cuenta los siguientes elementos:

- Mayor apoyo económico a las empresas de nueva creación.
- Reestructuración de las empresas antiguas en cuanto a estructura de personal y administrativa.
- Apoyo a los subordinados para mejores niveles de estudio y poder de esta manera apoyar directamente a la empresa.
- Incitar a los dueños de las empresas a la contratación de personas ajenas a su círculo familiar, que estén preparados profesionalmente, para así tener una mayor perspectiva del negocio.
- Buscar que los dueños de las empresas tabasqueñas opten por estar en una sociedad moral y lograr con ello mayores beneficios para la empresa y para los socios , con ideas que ayuden a la competitividad de la misma.

- La contratación de personal en las diferentes empresas, de acuerdo a la especificación de cada puesto.
- Uso de niveles de jerarquía, tomando en cuenta que la gerencia debe ser ocupada por una persona que tenga metas claras y busque los mismos objetivos dentro de la empresa.
- La contratación de personal acorde al tamaño de la empresa y no que un mismo empleado tenga varias funciones.
- La capacidad de generar información comercial, financiera y tecnológica en las MIPYMES para mejorar su gestión e incorporar mayor valor a sus producciones.

Estrategias y factores competitivos

A nivel general de la estructura productiva puede hablarse de un denominador común en los distintos sectores, se trata del predominio de las micro y pequeñas empresas (MYPES), así y desde una perspectiva global se hace imprescindible potenciar desde la administración pública los siguientes elementos:

- La promoción de nuevas fuentes de financiamiento para estas empresas dadas las dificultades de obtener recursos financieros del sistema bancario formal en condiciones más favorables (en cuanto a oportunidad y suficiencia de los créditos).
- La capacidad tecnológica de las empresas a través de la creación de política de incentivos que prioricen los proyectos con alta implicación tecnológica.
- La cooperación interempresarial y la política de uniones, fusiones o formación de grupos empresariales que permitan definir dimensiones óptimas de las empresas que generen economías de escala.
- La difusión de todos los programas de ayudas existentes a nivel nacional y estatal mediante campañas permanentes de promoción “personal” de los mismos, a la vez que se trata de facilitar el acceso de las empresas y de los sectores más necesitados a los mismos, incrementando para ello la coordinación entre los distintos agentes involucrados. En este sentido, los esquemas tradicionales de promoción a través de la radio, la prensa y la televisión parece que no han surtido el efecto esperado y que es necesario otro tipo

de difusión más directa y personalizada hacia el subsector de las micro y pequeñas empresas especialmente, tal como sería la figura del promotor empresarial.

- La reducción de trámites burocráticos en los programas de apoyo a las MIPYMES.
- Acceso a nuevos mercados, buscando la mejora de nuestros productos y no buscando ser la copia de otros.
- Llevar a cabo una planeación estratégica que busque mejoras para las empresas, pero sobre todo que ubique al empresario en una plataforma que busque avanzar hacia una competitividad al frente de las demás empresas.
- Lograr acuerdos y alianzas que le permitan a las empresas una mejora en su entorno competitivo, pero sobre todo en su estructura y organización.

En este sentido, desde la perspectiva de los agentes implicados directamente en cada uno de los sectores productivos se deberá hacer un esfuerzo hacia la concreción de las anteriores líneas prioritarias de actuación.

Al mismo tiempo hay que hacer un esfuerzo paralelo hacia la diversificación productiva, hacia la articulación con subsectores de mayor contenido tecnológico y fuerte demanda como las actividades petroleras, propiciando la localización en Tabasco de inversiones extranjeras o nacionales, en petroquímica y refinerías por ejemplo.

No cabe duda que el sector de la construcción, dado su potencial de crecimiento y capacidad de generación de empleo tanto directo como indirecto, puede ser una base importante en el crecimiento de Tabasco. En este sentido se tendría que actuar tanto en la línea de agilizar los trámites para la obra pública y edificación, como desde una perspectiva más interna de las empresas. Para que respondan mejor y más eficientemente a las demandas del mercado sería preciso:

- Potenciar la formación empresarial, tanto en contabilidad de costos como en gestión financiera y planificación presupuestaria, como en organización interna de las empresas.
- Aumentar los grados de calificación profesional, a la vez que se potencia la gestión y el control de calidad.

Desde el punto de vista general cabe preguntarse por los recursos en que deben concentrarse las empresas. Es pertinente sugerir algunos, como contar con un factor humano mejor preparado, incrementar la capacidad tecnológica y de innovación-concretamente en su proceso productivo-, introducir cambios organizativos que faciliten el aprovechar las potencialidades de sus recursos, e introducir una dinámica de innovación.

Alianzas y acuerdos de cooperación

Tal vez el tema a tratar aquí sea una de las piedras angulares que puedan posibilitar lo propuesto en apartados anteriores. Términos como individualismo, autosuficiencia, miedo, recelo, escepticismo, rencillas o “idiosincrasia”... tendrán que dejar paso a otros como confianza, colaboración, cooperación, implicación, coaliciones, trabajo en grupo y proyectos compartidos, lo que implica provocar un auténtico cambio cultural.

La cooperación entre empresas puede ser un aspecto clave de cara al futuro, dado que han de competir en mercados más amplios, necesitan objetivamente aumentar de tamaño para ser eficientes y aprovechar así las economías de escala, sin perder de vista que éste puede ser un mecanismo que permita afrontar determinadas actividades de investigación e innovación no posibles para una sola empresa.

Para favorecer los acuerdos y la cooperación en primer lugar, hay que ser conscientes de que las MIPYMES de Tabasco son mayoritariamente persona física y que manifiestan no creer que la agrupación con otras empresas sea necesaria para crecer.

Por ello hay que empezar a desarrollar actuaciones que den lugar a un cambio de cultura en la empresa hacia la colaboración con el resto de homólogas. Colaboración que puede ser más factible a corto plazo, en temas relativos a innovación, tecnología o capacitación. Dentro de este contexto, habría que:

- Incentivar que las empresas se asocien y potenciar las fusiones como actuación más estructural, aunque más compleja, pero también potenciar que se establezcan acuerdos estables de colaboración para temas como: comercializar productos, compras y abastecimientos, compartir maquinaria, realizar investigación

e introducir tecnología (los centros tecnológicos, el observatorio MIPYMES y las organizaciones empresariales pueden ser una herramienta determinante para este fin).

- Profesionalizar la dirección de las empresas. De esta forma pensamos que será más fácil el cambio de actitud necesario respecto a la asociación y que crecerá la disposición para afrontar el futuro desde la colaboración y la realización de acuerdos de muy distinto tipo. Las empresas serán capaces de tener una perspectiva temporal de mayor plazo.
- Alcanzar acuerdos con otras empresas del sector para redistribuir actividades conforme a las especialidades en que cada uno es más competitivo.
- Disminuir costos mediante el establecimiento de una red de proveedores para bajar precios y acceder al mercado de forma más competitiva.
- Firmar alianzas con empresas más grandes (PEMEX por ejemplo), integrándose en su red de proveedores, suministrándoles productos que cubran nichos de su interés o simplemente fabricando componentes para su proceso de fabricación y administrativos.

Otro aspecto importante con vista al futuro es impulsar la cooperación, hacia dentro de la empresa (dirección/trabajadores), superando el conflicto capital/trabajo que obliga a utilizar exclusivamente mecanismos jerárquicos para conseguir la cooperación, así como hacia proveedores y clientes. Hay que buscar fórmulas de cooperación que fomenten la responsabilidad, el compromiso y la colaboración de todos los agentes con intereses en la empresa.

Aspectos organizativos, estructura de gestión, planificación; actitud y posicionamiento estratégico; comercialización

Respecto a la planeación y el plan estratégico, como se ha indicado a lo largo del informe, son muchas las empresas que no tienen plan estratégico (o lo realizan a muy corto plazo). En cuanto a la estrategia seguida por las empresas de Tabasco, centrándonos en los resultados del estudio empírico efectuado, se puede llegar a concluir que las empresas no formulan con claridad una estrategia típica que inspire y oriente sus actuaciones.

Pensamos que las acciones a poner en marcha deben concentrarse en la capacitación tanto a directivos (sobre cómo estudiar el sector, formular una estrategia y establecer el correspondiente plan estratégico para su implantación, en definitiva sobre la metodología de la dirección estratégica) como a mandos medios.

Por todo lo anterior, nuevamente es necesario insistir en la necesidad de la profesionalización del equipo directivo. En cualquier caso, hay que potenciar que las empresas tengan una estructura de gestión real con puestos diferenciados y profesionales, abandonando definitivamente las estructuras donde toda la actividad de la empresa se desarrolla alrededor del propietario/empresario, lo que en muchos casos limita las posibilidades de introducir técnicas y de utilizar criterios de dirección “más profesionales”.

Desde el punto de vista organizativo, hay que resaltar que los diferentes departamentos están todavía poco diferenciados, lo que puede ser positivo si nos encontramos en sectores dinámicos y entornos complejos, pero no parece que sea este el caso de la mayor parte de empresas de Tabasco.

Sin ninguna duda, hay que evolucionar hacia un modelo de producción caracterizado por la personalización del producto y la incorporación de nuevas tecnologías, lo que implica un mayor peso de puestos calificados que ofrezcan mayor versatilidad, por lo que también será preciso avanzar en la flexibilidad funcional necesaria para responder a la nueva situación de competencia en que se van a encontrar las empresas con posibilidades de éxito.

Por otra parte, para competir centrados en variables como la calidad de los productos, el servicio, la imagen de la empresa y el conocimiento de las necesidades del cliente, hay que dar mayor importancia a los beneficios a largo plazo, dado que la excesiva preocupación por los beneficios a corto plazo puede limitar el proceso de acumulación de recursos intangibles necesarios de cara al desarrollo futuro del estado. Por ello, como ya se ha indicado, se hace indispensable el financiamiento externo, específicamente el bancario.

Mención especial hay que hacer de la calidad como factor clave con visión de futuro. Partir de la base de que la calidad es rentable por cuanto reduce despilfarros, defectos y reclamaciones con la consiguiente disminución de costos, al tiempo que aumenta la fiabilidad de los procesos, la satisfacción de los clientes y en consecuencia las ventas.

Por ello, hay que dar pasos y orientarse con realismo hacia la paulatina adaptación a los sistemas de calidad, empezando por la iniciación, continuando con el diseño e implantación de un sistema de aseguramiento, para, en una última fase, introducir la calidad total y la mejora continua.

Por lo que respecta a la comercialización e internacionalización de las empresas, es pertinente hacer las siguientes recomendaciones generales:

1. Hace falta realizar un mayor esfuerzo decidido para que las MIPYMES conozcan las ayudas existentes en cuanto a la prospección de mercados, asistencias a ferias y otras acciones dirigidas a los mercados exteriores, potenciando lo que ya se viene haciendo vía Bancomext y las Cámaras.
2. También sería deseable una mayor coordinación de los programas de los diferentes órdenes de gobierno que apoyan a las MIPYMES para el comercio exterior de Tabasco. Ello posibilitará una optimización de los recursos invertidos.
3. Las empresas deberán prestar atención a mejorar sus organizaciones y a la forma de tomar decisiones, debiendo tender a una mayor profesionalización y a la realización de mayor número de alianzas y acuerdos con otras empresas del mismo giro o mediante integraciones verticales.
4. Cuando las MIPYMES trabajen en mercado maduros deberán buscar nuevos mercados para anticiparse al previsible declive de aquellos. En este sentido la prospección de nuevos negocios debe considerarse como un elemento fundamental para tomar decisiones estratégicas y no como una vía para encontrar soluciones a corto plazo a situaciones de hecho.
5. De cara al crecimiento en mayores mercados habría que apoyar a las diversas empresas por rama o sub-rama de actividad para promover mejor sus artículos contemplando al incremento del número de clientes.

Estrategias para los recursos humanos

A nivel internacional, parece existir un amplio acuerdo acerca de la importancia que tienen los conocimientos y por tanto, las personas, como

elementos determinantes de la capacidad de la empresa para competir. Así, es habitual escuchar que en una sociedad moderna y sobre todo visualizando el futuro, el trabajo de los “conocimientos” (inteligencia) está remplazando cada vez más al trabajo de los “músculos”.

La mayor competencia a la que hoy se enfrentan las empresas exige darle una mayor importancia a la gestión de recursos humanos. El punto de vista tradicional del personal, entendido como un coste a minimizar, ha de sustituirse paulatinamente por un planteamiento en que se reconozca el papel de las personas como elementos que pueden aportar valor a la empresa.

Se puede afirmar que las personas que forman parte de la empresa, sus conocimientos, habilidades y actitudes, pero también la forma en que interactúan y forman un grupo cohesionado que trabaja en equipo y se compromete con los objetivos de la organización, van a ser factores clave para el desarrollo de la misma.

Partiendo de esta orientación necesaria en la gestión de personal, a continuación, se indican algunas líneas de actuación detectadas como más importantes, en cada una de las áreas de este ámbito de la empresa, partiendo del estudio efectuado.

Adquisición de competencias: reclutamiento y selección

La principal preocupación para la gestión de recursos humanos ha de ser conseguir un equipo humano que pueda aportar valor a la empresa. En este sentido, hay que desarrollar una serie de actuaciones. En primer lugar, el punto de partida es la realización de un análisis de los puestos de trabajo de la empresa (que incluya tanto la descripción de las tareas, como los requisitos que ha de poseer la persona que lo desempeñe) y su comparación con el inventario de personal disponible en la actualidad.

Por otro lado, se precisa asimismo una mayor profesionalización del proceso de selección. En este sentido, si bien la experiencia es un criterio importante, se ha de valorar más la formación del individuo, ya que eso permite más polivalencia y la posibilidad de adaptación ante nuevas situaciones.

En lo que se refiere a las formas de contratación, la orientación debe ser a largo plazo. Esto no quiere decir realizar contratos fijos en todos los casos, sino más bien, dotar a los contratos de la posibilidad de futuro según su contribución a la empresa.

Para implantar las iniciativas anteriores, pueden existir varias alternativas:

- Crear en la propia empresa (si no se dispone ya de él) el puesto o la figura del responsable de personal y que empiece a trabajar en los aspectos enunciados anteriormente.
- Caso de no poder actuar como se plantea en el punto anterior, las empresas no tienen más alternativa que contar con el asesoramiento de profesionales o expertos en gestión de recursos humanos externos a la misma. En este aspecto las Instituciones de Educación Superior (IES) vía sus alumnos de servicio social, pueden jugar un papel muy importante.

Estrategias de estímulo de competencias: compensaciones

La cooperación y el trabajo en equipo necesarios para fomentar la mejora de la calidad y la innovación en la empresa requieren de la implicación y compromiso de las personas. Para conseguirlos, el elemento más utilizado y también altamente valorado por los trabajadores es la remuneración. Sin embargo, los actuales sistemas retributivos encontrados en la investigación de campo no consideran, en su mayoría (microempresas), el esfuerzo de las personas.

A nuestro juicio es conveniente aumentar el peso de la remuneración variable, ya sea relacionándola con el resultado, con la consecución de objetivos, con la actuación del trabajador o con su rendimiento.

Junto con los nuevos sistemas de remuneración, hay que introducir otras formas de motivación, que consigan involucrar al trabajador, pero que no supongan mayor coste para la empresa, entre ellas cabe señalar la posibilidad de promoción, lo que, sin duda estará condicionado por el tamaño, el compartir con los empleados información sobre la organización, el rendimiento y los objetivos, la posibilidad de recibir capacitación (permite mantener el nivel de competencias y por tanto, el grado de “empleabilidad” del individuo), el poder intervenir en las decisiones que le atañen, o al menos que sus propuestas o sugerencias sean tenidas en consideración.

Estrategias de desarrollo de competencias: capacitación

Sin duda una de las acciones que requiere mayor atención para mejorar la competitividad de nuestras empresas es la capacitación ya que en casi todos los casos es un prerequisite para la innovación y la calidad, fomentar la cooperación entre empresas, la participación de los empleados y mejorar los procedimientos de dirección y gestión. Y para ello debe tomarse en cuenta:

- Capacitación constante de los empresarios y al mismo tiempo la de sus subordinados.
- Fomentar programas de incentivos que logren motivar a los empleados a tener una mejor producción dentro de la empresa.
- Buscar actividades de formación para directivos y operativos que ayuden a la empresa en su evolución y competitividad.

Las acciones de capacitación aisladas no tienen gran utilidad, Es preciso que se coordinen y respondan a un plan. Para ello, es necesario detectar previamente las deficiencias formativas de éste subsector empresarial para lograr sus objetivos.

Además de desarrollar acciones de capacitación específicas centradas en aspectos de tipo técnico o aquellos otros más directamente relacionados con el puesto de trabajo, de acuerdo con las necesidades detectadas en cada empresa o sector, existen acciones concretas que habría que potenciar con carácter general para todas las empresas, vía el sector público y las IES. Actuaciones que deben orientarse a:

- La calidad.
- Las nuevas tecnologías como: tecnología de la información, tecnología de materiales y biotecnología.
- La dirección y gestión.
- Capacitación en la interpretación de la información financiera.
- Crear y dinamizar en los distintos ámbitos educativos el espíritu de colaboración que potencie el entusiasmo por la creación de nuevas formas de asociación y alianzas ínter empresa.

Como prerequisite para todo ello, la capacitación de los directivos es determinante. Hay que informar a quien es responsable de la toma de

decisiones, e implicarle en el proceso como protagonista destacado. Es preciso efectuar un esfuerzo para la modernización y la ampliación de la mentalidad de los empresarios en cuanto al asociacionismo y la formación de alianzas.

El principal problema de las MIPYMES de Tabasco frente a la capacitación de nuevo es que cuentan con pocos recursos como consecuencia de su reducido tamaño. Dos opciones para salvar este obstáculo serían, por un lado, cooperar con otras empresas para realizar acciones formativas conjuntas (vía las Cámaras Empresariales) o bien, que los diferentes órdenes de gobierno apoyen las acciones de formación de una manera más coordinada y vigorosa.

Finalmente, la realización de estas acciones de gestión de personal, no van a ser posibles sin la incidencia previa en el propio empresario, como piedra angular del cambio en la empresa y de una nueva cultura orientada a la competitividad y al compromiso de todos. Para ello se hace precisa su sensibilización hacia esta nueva exigencia del entorno y su mayor participación en cadenas productivas.

Tecnología, innovación, desarrollo tecnológico y calidad

Dada la importancia de la continua innovación y de contar con nuevas tecnologías para competir y salir del uso de tecnologías obsoletas, cabe plantear diversas medidas que apoyen el desarrollo de las empresas y del propio estado en esta línea.

Así, una propuesta interesante y de gran calado de cara al desarrollo tecnológico y para la innovación, es la relativa a creación de centros tecnológicos u observatorios MIPYMES. Múltiples experiencias internacionales han corroborado la eficacia de un modelo de estrategia industrial basado en el estímulo al nacimiento y desarrollo de empresas de tecnología avanzada (microelectrónica, informática, automatización industrial, robótica, telecomunicación, nuevos materiales, biotecnología, láser, energías alternativas, etc.), mediante la constitución de estructuras innovadoras de organización industrial, la promoción de acuerdos de cooperación y el fomento de sistemas productivos locales.

Las funciones que pueden desempeñar los citados centros u observatorios son:

- Información/documentación específica del sector (sobre el mercado: oportunidades de venta, evolución y tendencias; sobre nuevos productos, procesos y métodos de gestión que afecten a las empresas del mismo), sobre ayudas de los diferentes órdenes de gobierno, biblioteca, Internet, legislación, normas, bases de datos....
- Centro de formación técnica y empresarial (formación profesional no formal, diseño, informática, gestión de calidad, seminarios empresariales).
- Asistencia técnica en diseño y mejora de productos, procesos y gestión. También asesoría tecnológica, laboratorios de control de calidad, asesoramiento sobre nuevos equipos y ayuda a proyectos.
- Asesoría y centro de calidad divulgando normativas, reglamentos y planes de calidad. También pueden colaborar en el aseguramiento de la calidad, en la realización de ensayos para el cumplimiento de normas y certificaciones realizadas en laboratorio. Análisis de materias primas y de productos terminados.
- Normalización, homologación y certificación de productos y procesos.
- Investigación y Desarrollo (I+D) e innovación: detección de proyectos de investigación aplicada, centro de enlace entre centros de investigación y entidades colaboradoras.
- Detección de necesidades tecnológicas del sector y proponer a las empresas proyectos conjuntos de investigación y/o desarrollo tecnológico que las MIPYMES por sí mismas, dado el volumen de inversión necesario, no pueden acometer.

Parece clave insistir en la importancia de la investigación, la tecnología y la innovación. Por consiguiente, habrá que tomar medidas claras que se orienten hacia ella, como:

- Desde la universidad, prestar atención prioritaria y promover todas aquellas investigaciones y formación que sean de interés preferente para las empresas de Tabasco, especialmente para las micro, pequeñas y medianas, con apoyo en infraestructura tecnológica básica. Igualmente, es preciso articular mecanismos para la transferencia tecnológica desde los centros de I+D al sector productivo.

- Las empresas, sus propietarios y directivos, tienen que concientizarse de que en el futuro es clave destinar recursos a investigación, innovación y tecnología; las empresas no pueden seguir dejando a lo último de la gestión el destino de recursos a I+D.

Con carácter general, hay que efectuar un esfuerzo para que las empresas incorporen y se adapten a las nuevas tecnologías de la información. Igualmente hay que apoyar las infraestructuras telemáticas, informáticas y de telecomunicaciones.

Aspectos contables y financieros

El marco genérico en el que se desenvuelven las MIPYMES gira en torno a dos premisas básicas, asegurar su funcionamiento en el futuro y conseguir que esta se desenvuelva en las mejores condiciones de rentabilidad posibles. Para que estos objetivos se cumplan, la empresa debe actuar aceptablemente en todas las funciones esenciales en las que la misma se estructura.

Los errores en cualquiera de las funciones pueden malograr los objetivos alcanzados por otras. En este sentido, la gestión financiera y la organización administrativa generadora de información de la empresa se convierten en elementos básicos para la toma de decisiones y para alcanzar un correcto equilibrio.

Una forma de tratar el problema de la asimetría de la información en el mercado del crédito de Tabasco es fomentar los programas de información y asesoramiento a la empresa, pero de una manera diferente de la que se ha seguido hasta ahora, porque la promoción de los programas de apoyo financiero del gobierno parece no haber llegado a su destino-meta, o al menos no ha causado el efecto que se esperaba si consideramos que las respuestas a los ítems de financiamiento fuera del sistema bancario y del propio sistema bancario fueron bajas.

Por otro lado el reclamo de mayor y mejor información y asesoramiento a la empresa fue considerado como una de las acciones más importantes para el desarrollo por parte de los empresarios entrevistados. De aquí que se proponga la figura del promotor de gestión empresarial que llegaría hasta el domicilio del negocio a realizar su labor de promoción, asesoramiento, información y capacitación.

La contabilidad de gestión y la de costos deberán constituirse en herramientas comunes en los sistemas organizativos de todas las empresas con independencia de su volumen de facturación, se vuelve imperativo desarrollar un modelo y procedimientos de contabilidad de costos y de gestión adecuados, accesibles, para los micro y pequeños negocios que permitan a los empresarios generar información ágil y suficiente para la toma de decisiones y para los Intermediarios Financieros Formales. Aquí también las IES pueden jugar un papel muy importante.

Como consecuencia de la utilización de esta información las MIPYMES deberán aplicar medidas que conduzcan hacia la reducción de costos, sin que ello repercuta en la calidad de los productos, apoyándose tanto en el control de los mismos, como en mejoras técnicas de los procesos productivos.

Las causas que han provocado la situación de la estructura del financiamiento de las MIPYMES en Tabasco evidentemente son diversas, por ejemplo:

- a. Una de ellas es la inadecuada planificación y gestión financiera de la empresa, cuando no inexistentes, sobre todo en las empresas micro. Por ello, cualquier tipo de estrategia externa a las empresas que se adopte no podrá cosechar todos sus frutos si no mejora la situación y capacidad de la gestión financiera interna de los negocios, mediante la información y capacitación adecuadas del empresario.
- b. Los programas de apoyo financiero, por lo que se refiere a capital de trabajo, deberían de concentrarse más en las ramas de actividad económica que mostraron periodos de cobro mayores a los de pago pues ello probablemente ocasiona problemas de liquidez tal es el caso de las ramas de la Industria de la construcción, de la transformación y los servicios.

Algunas sugerencias a esta situación pueden ser:

- Mayor concientización para los empresarios, en qué consiste un crédito y cuál es su función en las empresas, sobre todo hacerles ver que éste, les permitiría mayor liquidez.
- Información de los diferentes créditos que existen y sus financiamientos.

- Facilidad por parte de los bancos para tramitar créditos para sus empresas y sin tantos trámites burocráticos.
- Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYMES en los diferentes sectores que se analizaron.
- Lograr en los empresarios por medio de pláticas o cursos de MIPYMES, sobre la importancia de una reinversión en sus empresas.

La canalización de recursos crediticios del sector bancario hacia éste subsector resulta estratégica, dada la baja modernización del aparato productivo estatal. De aquí la necesidad de desarrollar mecanismos, procedimientos y políticas crediticias bancarias más adecuados a las características estructurales y de funcionamiento de estas MIPYMES, por parte de los Intermediarios Financieros Formales.

Asimismo, procede el fomento de los programas de apoyo de garantías colaterales a las MIPYMES, los cuales coadyuvarían a bajar la percepción del riesgo que tienen los bancos sobre estas empresas y por lo mismo bajar los tipos de interés y aumentar la fluidez del crédito, facilitándoles emprender proyectos que requirieran mayores volúmenes de inversión o periodos de madurez mayores y adoptar tecnologías modernas y en consecuencia mejorar su competitividad.

Con ello se concluye el análisis de la evolución de la competitividad en el sector empresarial de Tabasco, esperando que los resultados y las alternativas ofrecidas sirvan para atender y satisfacer a las distintas problemáticas que enfrentan las MIPYMES en nuestro estado.

Anexo

Cuestionario

Encuesta sobre la competitividad de MIPYMES

El objetivo de esta encuesta es obtener la información para realizar un estudio sobre la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas en el estado de Tabasco, como una contribución de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco al desarrollo del sector empresarial tabasqueño.

Mucho le agradeceremos la información que nos proporcione, la cual le garantizamos será manejada con absoluta confidencialidad, en el anonimato y únicamente para fines académicos.

Folio No. _____

Marque con una "X" donde proceda si se encuentra con un cuadro ?,
y rodee con un círculo si se encuentra con una escala del tipo:

1-2-3-4-5

1. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa? _____ años.

2. ¿El control mayoritario de su empresa es familiar? (La familia es dueña de más del 50% del capital):

Sí No

3. ¿Está integrada su empresa en una sociedad mercantil?*

Sí (especifique cuál _____)

No (es persona física)

4. De no importarle, favor de indicar la edad del director/gerente de la empresa: _____ años.

5. ¿Cual es el nivel de estudios realizado por el director/gerente de la empresa? (MARQUE SÓLO UNA RESPUESTA):

1. Educación básica (primaria y secundaria)

2. Bachillerato/Preparación general

3. Técnico superior universitario

4. Educación superior

6.- Indique el promedio de empleados de su empresa en los años que se indican:

	2007 (Promedio)	2008 (Promedio)	2009 (actual)
1. Fijos			
2. Temporales			
Total			

7.- ¿Cuál ha sido el volumen aproximado de ventas netas de su empresa en los años que se indican (EN PESOS)

	2007	2008	2009 (estimación)
Volumen de ventas netas			

7b.- ¿Cuál es la tendencia de las ventas de su empresa para 2010?

En aumento

Igual

En disminución

8.- Como promedio ¿qué porcentaje aproximado de sus ventas netas y de sus compras totales destina o provienen de cada uno de los siguientes mercados?

	% de las ventas netas	% de las compras totales
1. Local		
2. Estatal		
3. Nacional		
4. Internacional		
Total	100%	100%

* Ejemplificar

Bloque II. Dirección

9.- Indique si su empresa realiza habitualmente planeación estratégica (por escrito) y, en su caso, a que tiempo la realiza:

Realiza plan estratégico	<input type="checkbox"/> SÍ	¿A qué tiempo?	
	<input type="checkbox"/> NO	1 año ?	Más de 1 año ?
¿Por qué no la realiza? No sabe cómo <input type="checkbox"/> Falta de información <input type="checkbox"/> otra: <input type="checkbox"/>			

10.- Indique si su empresa, en los dos últimos años, ha establecido alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas para (Señale las que procedan):

- | | | | | |
|--|--------------------------|----|--------------------------|----|
| 1. Comercializar productos | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 2. Compras y abastecimientos | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 3. Logística (transporte, almacenes, etc.) | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 4. Actividades de investigación y desarrollo | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |

11.- A continuación se le presentan cuatro tipos de empresas. Por favor, indique con cuál de ellas se identifica la suya atendiendo a su actuación en los dos últimos años (Marque sólo una respuesta):

- Tipo A.** Acostumbra realizar cambios y mejoras en los productos/servicios y mercados con relativa frecuencia, tratando de ser la primera en desarrollar nuevos productos/servicios, aun con el riesgo de que estas innovaciones no tengan éxito.
- Tipo B.** Mantiene una base relativamente estable de productos/servicios y mercados, mientras que al mismo tiempo desarrolla de forma selectiva nuevos productos/servicios y mercados, tratando de imitar a las empresas que ya los desarrollaron y tuvieron éxito.
- Tipo C.** Ofrece un conjunto relativamente estable de productos/servicios para un mercado relativamente estable. No está interesada en las modificaciones sino que se concentra en la mejora continua del trabajo dentro de su campo de actuación.
- Tipo D.** Normalmente actúa forzada por las presiones del entorno y de la competencia. No cuenta con un área de producto-mercado duradera y estable.

12.- Indique el nivel de importancia que han tenido en los dos últimos años los siguientes factores para el desarrollo y éxito de su empresa.

(1 = nada importante, 5 = totalmente importante)

1. Desarrollo de nuevos productos/servicios	1	2	3	4	5
2. Acceso a nuevos mercados	1	2	3	4	5
3. Calidad del producto/servicio	1	2	3	4	5
4. Esfuerzo en investigación y desarrollo	1	2	3	4	5
5. Capacitación y adiestramiento del personal	1	2	3	4	5
6. Atención y servicio al cliente	1	2	3	4	5
7. Habilidades y esfuerzos en actividades de Mercadotecnia	1	2	3	4	5
8. Reputación/posicionamiento de la imagen de la empresa	1	2	3	4	5

13.- Indique cuál de los siguientes aspectos identifica en mayor medida la estrategia seguida por su empresa (MARQUE SÓLO UNA RESPUESTA):

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Costos inferiores a la competencia | <input type="checkbox"/> |
| 2. Diferenciación de productos | <input type="checkbox"/> |
| 3. Especialización en un segmento del mercado | <input type="checkbox"/> |
| 4. Ninguna de las anteriores | <input type="checkbox"/> |

Bloque III. Organización/ Recursos humanos

14.- Indique si en su empresa existe la asignación de los siguientes departamentos (señale lo que proceda):

- | | | | | |
|---|--------------------------|----|--------------------------|----|
| 1. Dpto. de comercialización | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 2. Dpto. de recursos humanos | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 3. Dpto. de investigación y desarrollo | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 4. Dpto. de operaciones/compras | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 5. Dpto. de administración/contabilidad | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 6. Dpto. de calidad | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |

14.- Indique si en su empresa se han realizado las siguientes acciones en los dos últimos años:

- | | | | | |
|--|--------------------------|----|--------------------------|----|
| 1. Subcontrataciones/externalización de trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 2. Contratación de trabajadores temporales, en practicas o a tiempo parcial | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |

16.- Indique si su empresa realiza o no las siguientes actividades de administración de recursos humanos:

- | | | | | |
|--|--------------------------|----|--------------------------|----|
| 1. Planificación de personal | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 2. Diseño de puestos de trabajo | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 3. Reclutamiento y selección de personal | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 4. Formación | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 5. Desarrollo de carreras profesionales | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 6. Evaluación del desempeño | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 7. Política retributiva | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 8. Admón. de personal (contratos/nóminas) | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 9. Relaciones laborales (negociación del convenio colectivo, relaciones con los representantes sindicales) | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |
| 10. Gestión de la prevención de riesgos laborales, seguridad y salud laboral | <input type="checkbox"/> | Sí | <input type="checkbox"/> | No |

17.- De las siguientes actividades de capacitación, indique aquellas que, a su juicio, tendrá que desarrollar su empresa tanto para directivos como para el resto del personal en los dos próximos años:

	Para directivos		Para operativos	
1. Cursos técnico-operativos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
2. Técnicas de venta	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
3. Dirección y/o estrategia empresarial	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
4. Informática	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
5. Contabilidad y Finanzas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
6. Control/gestión de calidad/normas ISO	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
7. Recursos humanos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
8. Idiomas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No
9. Otras (especificar)	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No

Bloque IV. Tecnología, innovación, calidad, nuevas tecnologías (T.I.C.)

18.- La tecnología de su empresa se puede considerar como que (marque sólo una respuesta):

- Tipo A.** Desarrolla internamente la tecnología que utiliza con el fin de obtener mejores resultados que la competencia.
- Tipo B.** La tecnología adquirida por la empresa o el uso que se hace de ella nos posiciona por delante de la competencia.
- Tipo C.** La tecnología que utiliza es la misma que aplican la mayoría de empresas del sector y sólo se realizan nuevas inversiones cuando se comprueba que la competencia obtiene buenos resultados.
- Tipo D.** Nuestros principales competidores tienen una tecnología más eficiente o moderna que la nuestra.

19.- ¿Dispone su empresa de una certificación ISO de la serie 9000 o equivalentes?

Sí Indique la norma y el organismo que lo certificó _____.

No Pero estamos en el proceso previo para la certificación de la calidad

No Y no estamos en el proceso previo para la certificación de la calidad

20.- Señale las áreas de su empresa donde se han efectuado innovaciones en los dos últimos años, así como la importancia que da a las mismas (1 = nada importante, 5 = totalmente importante)

			Si ha realizado innovación				
			1	2	3	4	5
Productos/servicios							
-Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5
-Comercialización nuevos productos/servicios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5
Procesos							
-Cambios o mejoras en los procesos de producción/servicios	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5
-Adquisición de nuevos bienes de equipos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5
Sistemas de gestión							
-Dirección y gestión	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5
-Compras y aprovisionamientos	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5
-Comercial/Ventas	<input type="checkbox"/> Sí	<input type="checkbox"/> No	1	2	3	4	5

21.- Señale cómo considera la situación de su empresa respecto de sus principales competidores en los siguientes aspectos:

(1 = mucho peor, 5 = mucho mejor)

1. Calidad del producto / servicio	1	2	3	4	5
2. Eficiencia de los procesos operativos internos	1	2	3	4	5
3. Organización de las tareas del personal	1	2	3	4	5
4. Satisfacción de los clientes	1	2	3	4	5
5. Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	1	2	3	4	5
6. Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos / servicios	1	2	3	4	5
7. Incremento de la cuota de mercado	1	2	3	4	5
8. Incremento de la rentabilidad	1	2	3	4	5
9. Incremento de la productividad	1	2	3	4	5
10. Motivación / satisfacción de los trabajadores	1	2	3	4	5
11. Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	1	2	3	4	5
12. Reducción del ausentismo laboral	1	2	3	4	5

22.- Indique si dispone de la siguiente infraestructura en su empresa:

- | | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|---|
| 1. ¿Usa usted computadora en su negocio?* | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | |
| 2. ¿Dispone de correo electrónico (e-mail)? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | |
| 3. ¿Tiene página web? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | |
| 4. ¿Realiza ventas electrónicas usando Internet? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | % |
| 5. ¿Realiza compras electrónicas usando Internet? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | % |
| 6. ¿Utiliza banca electrónica? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | |
| 7. ¿Realiza mercadotecnia usando Internet? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | |
| 8. ¿Tiene Intranet corporativa? | <input type="checkbox"/> Sí | <input type="checkbox"/> No | |

*Si la respuesta es negativa pase a la pregunta 24

23. Indique el grado de utilización de las siguientes aplicaciones informáticas en su empresa:

(1 = mínimo, 5 = máximo)

1. Procesador de textos (WP, MS Word, otros)	1	2	3	4	5
2. Bases de datos (Excel, Access, DB, otros)	1	2	3	4	5
3. Programa de gráficos (HG, Corel Draw, otros)	1	2	3	4	5
4. Software de fax en la computadora	1	2	3	4	5
5. Multipack (Contabilidad, Personal, Almacén, etc. EN UN PAQUETE)	1	2	3	4	5
6. Software específico de Contabilidad	1	2	3	4	5
7. Software específico de Nóminas y Seguros Sociales	1	2	3	4	5
8. Fiscal (libros, declaraciones, etc.)	1	2	3	4	5
9. Software específico de Almacenes y Facturación	1	2	3	4	5

Bloque V.- Contabilidad y finanzas

24.- Indique qué nivel de utilización se efectúa en su empresa de las siguientes técnicas económico-financieras:

(1= Mínimo, 5= Máximo)

1. Implantación y control de un sistema de contabilidad de costos	1	2	3	4	5
2. Establecimiento de presupuestos de ingresos y gastos anuales	1	2	3	4	5
3. Análisis de la situación económico-financiera	1	2	3	4	5

25 .- ¿Cuál es el plazo promedio de cobro a sus clientes? _____ días.
¿Y el plazo promedio de pago a sus proveedores? _____ días.

26.- ¿Cuál fue la utilidad neta sobre ventas o facturación de su empresa en los dos últimos años?

Menos del 0% (Perdidas)	Del 0% al 5%	Del 6% al 10%	Del 11% al 15%	Más del 15%

27.- En relación con los últimos dos años la utilidad promedio sobre ventas ha sido:

Creciente

Estable

Decreciente

28.- A la hora de financiar las inversiones en **ACTIVOS FIJOS** (maquinaria, equipo, vehículos, infraestructura, etc.), indique la frecuencia con la que utiliza las siguientes fuentes de financiamiento:

(1 = poco uso, 5 = mucho uso)

1. Aportaciones de los accionistas (propietarios).
2. Reinversión de utilidades
3. Financiamiento bancario a plazo inferior a un año
4. Financiamiento bancario a plazo superior a un año
5. Arrendamiento Financiero
6. Préstamos fuera del sistema bancario
7. Préstamos del gobierno
8. Préstamos de fuentes informales*

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

Especificar:

* Ejemplo: proveedores, clientes, tandas, familiares, amigos, prestamistas, casas de empeño, cajas de ahorro.

29.- Indique el grado de frecuencia con el que utiliza las siguientes fuentes para financiar los **ACTIVOS CIRCULANTES** (crédito a clientes, existencias, etc.) de su empresa:

(1 = poco uso, 5 = mucho uso)

1. Aplazamiento del pago a proveedores
2. Crédito bancario anual
3. Letras y pagarés
4. Factoraje (venta o ceder la admón. de la cartera a un tercero)
5. Recursos propios y aportación de los accionistas
6. Préstamos fuera del sistema bancario
7. Préstamos del gobierno
8. Préstamos de fuentes informales

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

Especificar:

30.- Indique el nivel de importancia de las siguientes acciones para el desarrollo futuro de su empresa:

(1 = nada importante, 5 = totalmente importante)

1. Reducción de impuestos (obligaciones fiscales)
2. Flexibilidad laboral
3. Apoyo a la capacitación y reubicación del personal
4. Apoyo a la inversión
5. Información y asesoramiento a la empresa
6. Reducción de las cuotas que la empresa abona para el seguro social
7. Complejidad del ordenamiento jurídico, contable y fiscal
8. Apoyo bancario para el financiamiento de las MIPYMES
9. Incentivos para el acceso a los mercados internacionales

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

31.- De los siguientes problemas, indique la regularidad o importancia que tienen en su empresa:

(1 = mínima, 5 = máxima)

1. Situación financiera de su empresa
2. Inestabilidad (cambios imprevistos) en el entorno del negocio
3. Problemas de organización y dirección
4. Problemas técnicos
5. Problemas burocráticos con la Administración Pública
6. Problemas de mercado
7. Gestión de cobros y pagos
8. Problemas de ubicación
9. Profesionalización y calificación del recurso humano
10. Problemas de innovación
11. Problemas de calidad
12. Elevados costos salariales

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

32.- Valore de 0 a 10 la situación actual del CLIMA EMPRESARIAL: _____

El clima empresarial mide la confianza y expectativas del empresario en su entorno económico.

33.- Respecto al clima empresarial, y comparando con 2008, el entorno general en que se desenvuelve su empresa 2009 es:

Mejor

Igual

Peor

34. Indique su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones respecto de su sector:

(1 = total desacuerdo, 5 = total acuerdo)

1. Es fácil que entren nuevas empresas

1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5
1	2	3	4	5

2. Existe una elevada competencia entre las empresas del sector

3. Los clientes tienen más poder en la negociación que las empresas de su sector

4. Los proveedores tienen más poder en la negociación que las empresas de su sector

5. Existe facilidad para crear productos sustitutivos a los fabricados por su sector

Identificación del empresario y la empresa

Nombre: _____

Domicilio: _____

Municipio: _____

Tel: _____

e-mail: _____

Rama económica: _____

Nombre del negocio: _____

Índice de tablas y figuras

Tabla 1.	Distribución de la muestra de empresas	27
Tabla 2.	Antigüedad de las empresas (2010)	31
Tabla 3.	Antigüedad de las empresas (2007)	31
Tabla 4.	Antigüedad de la empresa según tamaño y sector (2010)	32
Tabla 5.	Antigüedad de la empresa según tamaño (2007)	33
Tabla 6.	Empresa persona física (2010)	34
Tabla 7.	Empresa persona física (2007)	34
Tabla 8.	Empresa según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	34
Tabla 9.	Empresa según tamaño, antigüedad y sector (%) (2007)	35
Tabla 10.	Forma jurídica de la empresa (2010)	36
Tabla 11.	Forma jurídica de la empresa (2007)	36
Tabla 12.	Empresa integrada en una sociedad mercantil según tamaño (2010)	37
Tabla 13.	Empresa integrada en una sociedad mercantil según tamaño (2007)	38
Tabla 14.	Distribución de las empresas por edad del gerente (2010)	38
Tabla 15.	Distribución de las empresas por edad del gerente (2007)	39
Tabla 16.	Distribución de las empresas por edad del gerente según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	39
Tabla 17.	Edad del Gerente según tamaño (%) (2007)	40
Tabla 18.	Distribución de las empresas por estudios del gerente (2010)	42
Tabla 19.	Estudios del gerente (%) (2007)	42
Tabla 20.	Distribución de las empresas por estudios del gerente según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	43

Tabla 21.	Estudios del gerente según tamaño (%) (2007)	43
Tabla 22.	Unidades económicas y ocupados totales (2010)	45
Tabla 23.	Unidades económicas y ocupados totales (2007)	45
Tabla 24.	Número medio de empleados según tamaño, antigüedad y sector (2010)	46
Tabla 25.	Numero medio de empleados según tamaño (2007)	47
Tabla 26.	Distribución de empresas según porcentaje de empleados temporales (2010)	48
Tabla 27.	Distribución de empresas según porcentaje de empleados temporales (2007)	48
Tabla 28.	Porcentaje medio de empleados temporales según tamaño, antigüedad y sector (2010)	49
Tabla 29.	Porcentaje medio de empleados temporales según tamaño (2007)	49
Tabla 30.	Ventas y compras por mercados (2010)	51
Tabla 31.	Ventas y compras por mercados (2007)	51
Tabla 32.	Ventas y compras por mercados según tamaño de la empresa (%) (2010)	52
Tabla 33.	Porcentaje de ventas y compras por mercado según tamaño de las empresas (2007)	53
Tabla 34.	Ventas y compras por mercados según antigüedad de la empresa (%) (2010)	54
Tabla 35.	Porcentaje de ventas y compras por mercados según antigüedad de la empresa (2007)	55
Tabla 36.	Ventas y compras por mercados según sector de actividad de la empresa (%) (2010)	56
Tabla 37.	Porcentaje de ventas y compras por mercados según sector de actividad de la empresa (2007)	57
Tabla 38.	Planeación estratégica formal y su horizonte temporal (2010)	62
Tabla 39.	Planeación estratégica formal y su horizonte temporal (2007)	62
Tabla 40.	Planeación estratégica formal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	63
Tabla 41.	Planeación estratégica formal según tamaño (%) (2007)	63

Tabla 42.	Plazo de planeación estratégica formal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	64
Tabla 43.	Plazo de planeación estratégica formal según tamaño (%) (2007)	65
Tabla 44.	Establecimiento de alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas (%) (2010)	66
Tabla 45.	Establecimiento de alianzas o acuerdos de cooperación con otras empresas (%) (2007)	66
Tabla 46.	Alianzas o acuerdos para comercializar productos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	67
Tabla 47.	Alianzas o cooperación para comercializar productos según tamaño (%) (2007)	67
Tabla 48.	Alianzas o acuerdos para compras y abastecimientos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	68
Tabla 49.	Alianzas o cooperación para compras y abastecimientos según tamaño (%) (2007)	69
Tabla 50.	Alianzas o acuerdos para logística según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	70
Tabla 51.	Alianzas o cooperación para logística según tamaño (%) (2007)	70
Tabla 52.	Alianzas o acuerdos para actividades de I+D según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	71
Tabla 53.	Alianzas o cooperación para actividades de I+D según tamaño (%) (2007)	72
Tabla 54.	Tipo de estrategia adoptada por las empresas (Miles y Snow) (2010)	74
Tabla 55.	Tipo de estrategia adoptada por las empresas – tipología de Miles y Snow (2007)	74
Tabla 56.	Tipo de estrategia adoptada por las empresas (Porter) (2010)	74
Tabla 57.	Tipo de estrategia adoptada por las empresas – Tipología de Porter (%) (2007)	75
Tabla 58.	Tipo de estrategia adoptada por las empresas (Miles y Snow) según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	75
Tabla 59.	Tipo de estrategia de las empresas-tipología de Miles y Snow – según tamaño (%) (2007)	59

Tabla 60.	Tipo de estrategia de las empresas (Porter) según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	77
Tabla 61.	Tipo de estrategia de las empresas –tipología de Porter -según tamaño (%) (2007)	78
Tabla 62.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa (escala 1-5) (2010)	79
Tabla 63.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa (escala 1-5) (2007)	80
Tabla 64.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según tamaño (escala 1-5) (2010)	81
Tabla 65.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según tamaño (escala 1-5) (2007)	81
Tabla 66.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según antigüedad (escala 1-5) (2010)	82
Tabla 67.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según antigüedad (escala 1-5) (2007)	83
Tabla 68.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según sector (escala 1-5) (2010)	84
Tabla 69.	Importancia media que han tenido diferentes factores para el desarrollo y éxito de la empresa según sector (escala 1-5) (2007)	85
Tabla 70.	Porcentaje de empresas que tienen diferenciado el departamento (2010)	89
Tabla 71.	Porcentaje de empresas que tienen diferenciado el departamento (2007)	90
Tabla 72.	Existencia del departamento de comercialización/ventas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	90
Tabla 73.	La empresa tiene departamento de comercialización/ventas según tamaño (%) (2007)	91

Tabla 74.	Existencia del departamento de Recursos Humanos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	92
Tabla 75.	La empresa tiene departamento de Recursos Humanos según tamaño (%) (2007)	93
Tabla 76.	Existencia del departamento de Investigación y Desarrollo según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	94
Tabla 77.	La empresa tiene departamento de Investigación y Desarrollo según tamaño (%) (2007)	95
Tabla 78.	Existencia del departamento de Operaciones/Compras según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	96
Tabla 79.	Existencia del departamento de Operaciones/Compras según tamaño (%) (2007)	97
Tabla 80.	Existencia del departamento de Administración/Contabilidad según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	98
Tabla 81.	La empresa tiene departamento de Administración/Contabilidad según tamaño (%) (2007)	99
Tabla 82.	Existencia del departamento de calidad según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	100
Tabla 83.	La empresa tiene departamento de calidad según tamaño (%) (2007)	101
Tabla 84.	Número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según tamaño (2010)	102
Tabla 85.	Numero de medio de departamento y de prácticas de recursos humanos según tamaño (2007)	102
Tabla 86.	Numero de medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según antigüedad (2010)	103
Tabla 87.	Numero medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según antigüedad (2007)	103
Tabla 88.	Número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según sector (2010)	104
Tabla 89.	Número medio de departamentos y de prácticas de recursos humanos según sector (2007)	104

Tabla 90.	Flexibilidad numérica (2010)	105
Tabla 91.	Flexibilidad numérica (2007)	106
Tabla 92.	La empresa subcontrata/externaliza trabajos a otras empresas o trabajadores autónomas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	106
Tabla 93.	La empresa subcontrata/externaliza trabajos a otras empresas o a trabajadores autónomos según tamaño (%) (2007)	107
Tabla 94.	La empresa contrata trabajadores temporales en prácticas o a tiempo parcial según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	108
Tabla 95.	La empresa contrata trabajadores temporales en prácticas o a tiempo parcial según tamaño (%) (2007)	109
Tabla 96.	Porcentaje de empresas que realizan las siguientes prácticas de recursos humanos (2010)	110
Tabla 97.	Porcentaje de empresas que realizan las siguientes prácticas de recursos humanos (2007)	110
Tabla 98.	Reclutamiento y selección de personal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	111
Tabla 99.	Reclutamiento y selección de personal según tamaño (%) (2007)	112
Tabla 100.	Valoración del desempeño según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	113
Tabla 101.	Valoración del desempeño según tamaño (%) (2007)	114
Tabla 102.	Formación (capacitación del personal) según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	115
Tabla 103.	Capacitación del personal según tamaño (%) (2007)	116
Tabla 104.	Promoción del personal según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	117
Tabla 105.	Promoción del personal según tamaño (%) (2007)	118
Tabla 106.	Programa de incentivos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	119
Tabla 107.	Programa de incentivos según tamaño (%) (2007)	120

Tabla 108.	Porcentaje de empresas que pretenden desarrollar en los dos próximos años las actividades de capacitación para operativos (2010)	121
Tabla 109.	Porcentaje de empresas que pretenden desarrollar en los dos próximos años las actividades de formación que de indican (2007)	122
Tabla 110.	Cursos técnicos-operativos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	123
Tabla 111.	Cursos técnicos-operativos según tamaño (%) (2007)	123
Tabla 112.	Cursos de técnicas de ventas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	124
Tabla 113.	Cursos de técnicas de venta según tamaño (%) (2007)	125
Tabla 114.	Cursos sobre dirección y/o estrategia empresarial según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	126
Tabla 115.	Cursos sobre dirección y/o estrategia empresarial según tamaño (%) (2007)	127
Tabla 116.	Cursos sobre informática según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	128
Tabla 117.	Cursos sobre informática según tamaño (%) (2007)	129
Tabla 118.	Cursos sobre contabilidad y finanzas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	130
Tabla 119.	Cursos sobre contabilidad y finanzas según tamaño (%) (2007)	131
Tabla 120.	Cursos sobre control/gestión de calidad/normas ISO según tamaño y antigüedad (%) (2010)	132
Tabla 121.	Cursos sobre control/gestión de calidad/normas ISO según tamaño (%) (2007)	133
Tabla 122.	Cursos sobre recursos humanos según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	134
Tabla 123.	Cursos sobre recursos humanos según tamaño (%) (2007)	135
Tabla 124.	Cursos sobre idiomas según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	136
Tabla 125.	Cursos sobre idiomas según tamaño (%) (2007)	137
Tabla 126.	Posición tecnológica de la empresa (%) (2010)	141
Tabla 127.	Posición tecnológica de la empresa (%) (2007)	142

Tabla 128.	Posición tecnológica de la empresa según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	142
Tabla 129.	Posición tecnológica según tamaño (%) (2007)	143
Tabla 130.	Disponibilidad de una certificación ISO de la serie 9000 o equivalente (%) (2010)	144
Tabla 131.	¿Dispone su empresa de una certificación ISO de la serie 9000 o equivalente? (%) (2007)	144
Tabla 132.	Certificación de calidad según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	145
Tabla 133.	Certificación de calidad según tamaño (%) (2007)	146
Tabla 134.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa (escala 1-5) (2010)	147
Tabla 135.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa (escala 1-5) (2007)	147
Tabla 136.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según sector (escala 1-5) (2010)	148
Tabla 137.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según sector (escala 1-5) (2007)	148
Tabla 138.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según tamaño (escala 1-5) (2010)	149
Tabla 139.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según tamaño (escala 1-5) (2007)	149
Tabla 140.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según antigüedad (escala 1-5) (2010)	150
Tabla 141.	Importancia media de diferentes tipos de innovación para la empresa según antigüedad (escala 1-5) (2007)	150
Tabla 142.	Porcentaje de implantación de las tecnologías de la información y comunicación (2010)	153
Tabla 143.	Porcentaje de implantación de las tecnologías de la información y comunicación (2007)	154
Tabla 144.	Disponibilidad de correo electrónico según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	155

Tabla 145.	Disponibilidad de correo electrónico según tamaño (%) (2007)	156
Tabla 146.	Disponibilidad de página web según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	157
Tabla 147.	Disponibilidad de página web según tamaño (%) (2007)	158
Tabla 148.	Ventas electrónicas usando Internet según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	159
Tabla 149.	Realiza ventas electrónicas usando Internet según tamaño (%) (2007)	160
Tabla 150.	Compras electrónicas usando Internet según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	161
Tabla 151.	Realiza compras electrónicas usando Internet según tamaño (%) (2007)	162
Tabla 152.	Utiliza banca electrónica según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	163
Tabla 153.	Utilizar banca electrónica según tamaño (%) (2007)	164
Tabla 154.	Mercadotecnia usando Internet según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	165
Tabla 155.	Realizar mercadotecnia usando Internet según tamaño (%) (2007)	166
Tabla 156.	Disponibilidad de intranet corporativa según tamaño, antigüedad y sector (%) (2010)	167
Tabla 157.	Disponer de intranet corporativa según tamaño (%) (2007)	168
Tabla 158.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas (escala 1-5) (2010)	169
Tabla 159.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas (escala 1-5)(2007)	169
Tabla 160.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas según tamaño (escala 1-5) (2010)	170
Tabla 161.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas según tamaño (escala 1-5) (2007)	171
Tabla 162.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas según antigüedad (escala 1-5) (2010)	172
Tabla 163.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas según antigüedad (escala 1-5) (2007)	173

Tabla 164.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas según sector (escala 1-5) (2010)	174
Tabla 165.	Grado de utilización de aplicaciones informáticas según sector (escala 1-5) (2007)	175
Tabla 166.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras (escala 1-5) (2010)	179
Tabla 167.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras (escala 1-5) (2007)	180
Tabla 168.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según tamaño (escala 1-5) (2010)	180
Tabla 169.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según tamaño (escala 1-5) (2007)	181
Tabla 170.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según antigüedad (escala 1-5) (2010)	181
Tabla 171.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según antigüedad (Escala 1-5) (2007)	182
Tabla 172.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según sector (Escala 1-5) (2010)	183
Tabla 173.	Grado de utilización de las técnicas económico-financieras según sector (Escala 1-5) (2007)	183
Tabla 174.	Plazo de cobro y pago (días) (2010)	184
Tabla 175.	Plazo de cobro y pago (días) (2007)	184
Tabla 176.	Plazo de cobro y pago según tamaño (días) (2010)	185
Tabla 177.	Plazo de cobro y pago según tamaño (días) (2007)	185
Tabla 178.	Plazo de cobro y pago según antigüedad (días) (2010)	186
Tabla 179.	Plazo de cobro y pago según antigüedad (días) (2007)	186
Tabla 180.	Plazo de cobro y pago según sector (días) (2010)	186
Tabla 181.	Plazo de cobro y pago según sector (días) (2007)	187
Tabla 182.	Utilidad neta sobre ventas (2010)	188
Tabla 183.	Utilidad neta sobre ventas (% de empresas) (2007)	188
Tabla 184.	Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2010)	189
Tabla 185.	Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2007)	189
Tabla 186.	Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2010)	190

Tabla 187.	Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2007)	190
Tabla 188.	Utilidad neta sobre ventas según sector (% de empresas) (2010)	191
Tabla 189.	Utilidad neta sobre ventas según sector (% de empresas) (2007)	191
Tabla 190.	Utilidad neta sobre ventas (2010)	192
Tabla 191.	Evolución de la utilidad neta sobre ventas (% de empresas) (2007)	192
Tabla 192.	Utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2010)	193
Tabla 193.	Evolución de la utilidad neta sobre ventas según tamaño (% de empresas) (2007)	193
Tabla 194.	Utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2010)	194
Tabla 195.	Evolución de la utilidad neta sobre ventas según antigüedad (% de empresas) (2007)	194
Tabla 196.	Evolución de la utilidad neta sobre ventas según sectores (% de empresas) (2010)	195
Tabla 197.	Evolución de la utilidad neta sobre ventas según sectores (% de empresas) (2007)	195
Tabla 198.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos (escala 1-5) (2010)	196
Tabla 199.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos (escala 1-5) (2007)	196
Tabla 200.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos según sector (escala 1-5) (2010)	197
Tabla 201.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos según sector (escala 1-5) (2007)	198
Tabla 202.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos según antigüedad (escala 1-5) (2010)	198
Tabla 203.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos según antigüedad (escala 1-5) (2007)	199
Tabla 204.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos según tamaño (escala 1-5) (2010)	199
Tabla 205.	Financiamiento de las inversiones en activos fijos según tamaño (escala 1-5) (2007)	200

Tabla 206.	Financiamiento de los activos circulantes (escala 1-5) (2010)	200
Tabla 207.	Financiamiento de los activos circulantes (Escala 1-5) (2007)	201
Tabla 208.	Financiamiento de los activos circulantes según tamaño (Escala 1-5)(2010)	201
Tabla 209.	Financiamiento de los activos circulantes según tamaño (Escala 1-5) (2007)	202
Tabla 210.	Financiamiento de los activos circulantes según antigüedad (Escala 1-5) (2010)	203
Tabla 211.	Financiamiento de los activos circulantes según antigüedad (Escala 1-5) (2007)	203
Tabla 212.	Financiamiento de las inversiones en activos circulantes según sector (escala 1-5) (2010)	204
Tabla 213.	Financiamiento de los activos circulantes según sector (Escala 1-5) (2007)	204
Tabla 214.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores (escala 1-5) (2010)	210
Tabla 215.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores (escala 1-5) (2007)	211
Tabla 216.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según tamaño (escala 1-5) (2010)	212
Tabla 217.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según tamaño (escala 1-5) (2007)	213
Tabla 218.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según antigüedad (escala 1-5) (2010)	214
Tabla 219.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según antigüedad (escala 1-5) (2007)	215
Tabla 220.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según sector (escala 1-5) (2010)	216

Tabla 221.	Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores según sector (escala 1-5) (2007)	217
Tabla 222.	Caracterización de las empresas (%) (2010)	218
Tabla 223.	Estrategia y factores competitivos (2010)	219
Tabla 224.	Tecnología, calidad e innovación (%) (2010)	220
Tabla 225.	Caracterización de las empresas (%) (2007)	221
Tabla 226.	Estrategia y factores competitivos (2007)	222
Tabla 227.	Tecnología, calidad e innovación (%) (2007)	222
Tabla 228.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES (escala 1-5) (2010)	223
Tabla 229.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES (escala 1-5) (2007)	225
Tabla 230.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES según tamaño (escala 1-5) (2010)	225
Tabla 231.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES según tamaño (escala 1-5) (2007)	226
Tabla 232.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES según antigüedad (escala 1-5) (2010)	227
Tabla 233.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES según antigüedad (escala 1-5) (2007)	227
Tabla 234.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES según sector (escala 1-5) (2010)	228
Tabla 235.	Grado de importancia del entorno competitivo para el desarrollo de la MIPYMES según sector (escala 1-5) (2007)	229
Tabla 236.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYME (escala 1-5) (2010)	230
Tabla 237.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES (escala 1-5) (2007)	231

Tabla 238.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES según tamaño (escala 1-5) (2010)	232
Tabla 239.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES según tamaño (escala 1-5) (2007)	233
Tabla 240.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES según antigüedad (escala 1-5) (2010)	234
Tabla 241.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES según antigüedad (escala 1-5) (2007)	235
Tabla 242.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES según sector (escala 1-5) (2010)	236
Tabla 243.	Grado de importancia de acciones para el desarrollo de la MIPYMES según sector (escala 1-5) (2007)	237
Figura 1.	Modelos de eficiencia organizacional propuesta por QUINN Y ROHRBAUGH (1983)	209

Bibliografía

- Acuña, E. y Pérez, E. (2004). *Trayectorias laborales, cambios y transiciones entre empleos dependientes e independientes: Estudios de casos*, Dirección del Trabajo. Ministerio del trabajo de Chile, Santiago.
- Adler, R.; Everett, A.M. y Waldron, M. (2000). *Advanced management accounting techniques in manufacturing: utilization, benefits, and barriers to implementation*. Accounting Forum 24(2) junio, pp. 131-150.
- AECA. (2005). *Estrategia e innovación de la MIPYME industrial en España*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, Madrid.
- Ai, C. y Norton, E.C. (2003). *Interaction terms in logit and probit models*. Economic Letters 80, pp. 123-129.
- Alonso, J.L. y Méndez, R. (2000). *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en Civitas*: Madrid, España.
- Albizu, U.E. (1997). *Flexibilidad laboral y gestión de los recursos humanos*. Ariel: Barcelona, España.
- Andrade D.M. (2006). *Quinto Informe de Gobierno. Anexo Estadístico*. México, D.F.
- Aragón S.A. y Sánchez M.G. (2003). *Orientación estratégica, características de gestión y resultados: un estudio empírico en las MIPYME españolas*. Información Comercial Española, n. 809, pp. 169-188.
- Aragón, A. y Rubio, A. (2005a). "Factores asociados con el éxito competitivo de las MIPYME industriales en España. *Universia Business Review*, Núm. 8, pp. 38-51. (ISSN: 1698-5117).
- Aragón, A. y Rubio, A. (2005b). *Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las MIPYME del estado de Veracruz*. Contaduría y Administración, Núm. 216 (mayo-agosto), pp. 35-69. (ISSN: 0186-1042).
- Aragón, A. Sánchez, G. (2005). *Strategic Orientation, Management Characteristics, and Performance: A study of Spanish SMEs*. *Journal of Small Business Management*, 43 (3), pp. 287-308.
- Arias-Lovillo, R. (2003). *Crecimiento económico, pobreza y medio ambiente; una propuesta de indicadores de sustentabilidad para Veracruz*. Tesis Doctoral 2003, Universidad de Barcelona, Xalapa, Veracruz, México.

- Armenta R. A., et. al. (2007). *Modelo insumo producto. (Integración de la matriz insumo-producto de Tabasco)* CONACYT- Gobierno del Estado de Tabasco. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Proyecto FOMIX/TAB-2003-CO-1-9544.
- Audretsch, D.B. (2001). Research issues relating to structure, competition, and performance of small technology-based firms. *Small Business Economics* 16, 37-51.
- Barney, J.B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bisbe, J. y Otley, D. (2004). The effects of the interactive use of management control systems on product innovation. *Accounting, Organizations and Society* 29, pp. 709-737.
- Bracker, J.S.; Keats, B.W. y Pearson, J.N. (1988). Planning and financial performance among small firm in a growth industry. *Strategic Management Journal*, 9, 591-603.
- Brown, R.M. y Gatian, A.W. (1995). *Strategic information systems and financial performance. Journal of management information systems*, 11(4), 215-249.
- Brockman, B. y Morgan, R.M. (2003). The role of existing knowledge in new product innovativeness and performance. *Decision science*, spring, Vol. 34 (2), pp. 385-420.
- Camisón, C. (1997). *La competitividad de la MIPYME industrial española: estrategia y competencias distintivas*. Civitas: Madrid.
- Camisón, C. (2000). Reflexiones sobre la investigación científica de la MIPYME. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 6, n. 2, pp. 13-30.
- Camisón, C. (1998). Factores críticos de competitividad, enfoque estratégico y desempeño: grupos estratégico en la MIPYME industrial española. *Información Comercial Española*, Núm. 773, septiembre-octubre, pp. 133-154.
- Camisón, C. (2001). *La competitividad de la empresa industrial de la Comunidad Valenciana: análisis del efecto del atractivo del entorno, los distritos industriales y las estrategias empresariales*. Tirant lo Blanch: Valencia.
- Chablé, J. y Aragón, A. (2009). *Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco*. UJAT, Tabasco, México, D.F.
- Chablé, J.J. (2006). *La importancia de la información financiera en el acceso al crédito de Micro y Pequeñas Empresas Manufactureras en Tabasco*. Tesis Doctoral, Facultad de Contaduría y Administración. UNAM. México D.F.
- Choe, J.M. (2004). The relationships among management accounting information, organizational learning and production performance. *Journal of Strategic Information Systems* 13, pp. 61-85.

- Davila A.A. y Pérez, G.E. (2002). Cultura en la empresa mexicana del software, Ciencia”, UANL, Vol. V, No.4, octubre-diciembre.
- Davila, A. (2000). An empirical study on the drivers of management control systems design in new product development. *Accounting, organizations and society* 25, pp. 383-410.
- De Saá, P. (2000). La influencia del sistema de recursos humanos en los resultados de las cajas de ahorro españolas. *Estudios financieros*, Núm. 4, pp. 135-195.
- Díez de Castro, J.; Redondo, C.; Barreiro, B. y López, M.A. (2002) *Administración de empresas. Dirigir en la sociedad de la información*. Pirámide: Madrid.
- Donrosoro, I.; García C.; González, M; Lezámiz, M.; Matey, J.; Moso, M. y Unzueta, M. (2001). El modelo de gestión de las MIPYMES vascas de éxito. Cluster del conocimiento (Portal de Gestión) y ediciones PMP: Bilbao.
- Elvira y Dávila (2005). Cultura y administración de recursos humanos en América Latina. *Universia Busines Review*, primer trimestre 2005.
- Fabrizio, F. (2003). *Economics language and assumptions: How theories can become self*, Seffrey Pfeffer, Graduate School of Busines.
- Fernández, J.C. y Arranz, N. (1999). *La cooperación entre empresas*. Esic: Madrid, España.
- Freel, M. (2000). External linkages and product innovation in small manufacturing firms. *Entrepreneurship and regional development*, Vol. 12, (3) pp. 245-266.
- Furio, E. (2005). Los lenguajes de la Economía. Edición digital a texto completo. Recuperado el 29 de marzo de 2011, de www.eumed.net/libros/2005/efb/29-03-11.
- García Pérez de Lema, D. -dir.- Aragón, A.; Calvo-Flores, A.; Hernándo, G.; Lastra, L.; Lizcano, J.L.; Madrid, A.; Martínez, F.J.; Martínez-Abarca, C.; Marín, S.; Miñarro, D.; Rubio, A.; Sánchez, G.; Somohano, F. (2005). *Estrategia e innovación de la MIPYME industrial en España*. AECA: (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- Garrido, C. y Granados, L. (octubre-diciembre 2004). Innovación, financiamiento y organización financiera nacional. *Revista Latinoamérica de Economía: Problemas del Desarrollo*, 35 (139), 163-184.
- Geert, H. (2000). *Culture's consequences: comparing values behaviors, institutions, and organizations across nations*. Sage Publications: Newbury Park, CA.
- Geroski, P. y Machin, S. (1993). Innovation, profitability and growth over the business cycle. *Empirica*, 20 (1), 35-50
- Gobierno del Estado de Tabasco. (2007- 2012). Cuarto informe de gobierno del Estado de Tabasco. Recuperado el 14 de noviembre de 2010, de http://seplades.tabasco.gob.mx/seplades/subsria_planeacion/4to_informe/completo.pdf

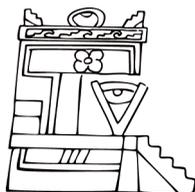
- Hahn, W. y Powers, T. (1999). The impact of strategic planning sophistication and implementation on firm performance. *Journal of Bussines & Economic Studies*, 5(2), 19-36
- Heunks, F. (1998). Innovation, creativity and success. *Small Business Economics*, 10, pp. 99-113
- Hsueh, L. y Tu, Y. (2004). Innovation and the Operational Performance of Newly Established Small and Medium Enterprises in Taiwan. *Small Business Economics* 23, pp. 99-113.
- Huerta, E. (ed.); Bayo, J.A.; García, C.; Merino, J. (2003). *Los desafíos de la competitividad. La innovación organizativa y tecnológica en la empresa española*. Fundación BBVA: Bilbao.
- Hughes, A. (2001) Innovation and business performance. Small entrepreneurial firms in the UK and the EU. *New economy* 8(3), pp. 157-163.
- Huck, J. y McEwen, T. (1991). Competencies needed form small business success: perceptions of Jamaican entrepreneurs. *Journal of small business managment*, 29 (4), 90-93
- INEGI, Censo de Población y Vivienda 2000. Recuperado el 5 de Mayo 2006, de <http://www.inegi.gob.mx>
- INEGI Censo de Población y Vivienda (2010). *Tabulados del cuestionario básico*. Recuperado en Febrero de 2010, de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/Default.aspx?c=27302&s=est>
- Informe MPYME Iberoamérica. (2009). Análisis estratégico para el desarrollo de la MPYME en Iberoamérica (FAEDPYME).
- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. (2000). *Censos económicos de 1988, 1993 y 1999*. México, D.F: Autor.
- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. (2001). Micro, Pequeña, Mediana y Gran empresa. Estratificación de los establecimientos. *Censos económicos 1999*. Aguascalientes, México: Autor.
- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. (2003). *Encuesta Nacional de los Micro Negocios 2002*. México, D.F: Autor.
- Instituto Nacional de Geografía Estadística e Informática. (2005). *Censos de Población y Vivienda 2000, 2005*. México, D.F: Autor.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2009). *Anuario estadístico, Tabasco*. México.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. (2010). *Censos económicos de 2009*. México, D.F: Autor.

- Julien, P.A.; Marchesnay, M. y Mundet, J. (1996). El control de la información como ventaja competitiva en el desarrollo de la MIPYME. Entornos cambiantes y cada vez más globalizados. *Economía industrial*, (310), 99-107.
- Kallman, E. A. y Shapiro, H. J. (1978). The motor freight industry: a case against planning. *Lon Range Planning*, 11 (1), pp. 81-86
- Kotabe, M. y Duhan, D.F. (1993). Strategy clusters in Japanese markets: firm performance implication. *Journal of the academy of marketing science*, 21 (1), 21-33.
- Lima, M.A.M. y Resende, M. (2000). Quality certification and performance of Brazilian firms: an empirical study. *International Journal of Production Economics*, vol. 66 (2), pp. 143-148.
- Llopis, J. (2000). *Dirigiendo: 11 factores clave del éxito empresarial*. Gestión 2000: Barcelona.
- Luck, S. (1996). Success in Hong Kong: Factors self-reported by successful small business owners. *Journal of small business management*, 34 (3), 68-75.
- Martinez Lorente, A.R. (2000). Relating TQM, marketing and business performance: an exploratory study. *International journal of production research*, Vol. 38, n. 14, pp. 3227-3246.
- Matsuno, K. y Mentzer, J.T. (2000). The effects of estrategic type on the market orientation performanece relationship. *Journal of marketing*, Vol. 64 (octubre).
- Mayans Canabal, H. (2005). Tabasco: El salto hacia el siglo XXI. Documento no editado.
- Méndez R, I. Et. Al. (1990). *El protocolo de investigación*. 2ª Edic. Trillas: México.
- Miles, R.E. y Snow, C.C. (1978). *Organizational strategy, structure and process*. New York, U.S.A: McGraw-Hill.
- Miron, E.; Erez, M. y Naveh, E. (2004). Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other? *Journal of organizational behavior*, Vol. 25 Issue 2, pp. 175-200.
- Mintzberg, Quinn y Voyer (1997). *El proceso estratégico. Concepto, contextos y casos*. Prentice Hall: México, D.F.
- Molina, M. H.; Conca, F. J. (2000). *Innovación tecnológica y competitividad empresarial*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Montaño, L. (2000). *La dimensión cultural de la organización, elementos para un debate en América Latina*, en E. de la Garza (coordinador), Tratado latinoamericano de sociología del trabajo, México, COLMEX, FLACSO, UNAM, FCE.
- Montes A.; Sabater, R. (2002). Alianzas estratégicas: modelo para la gestión del proceso de negociación. *Revista Empresa*, Octubre-Diciembre, n. 2, pp. 84-99.

- Morikawa, M. (2004). Information technology and the performance of Japanese SMEs. *Small business economics* 23, pp. 171-177.
- Olson, P.D. y Bokor, D.W. (1995). Strategy process-content interaction effects on growth performance in small, start-up firms. *Journal of small business management*, Vol.33. (1).
- Olivares, O., (2009). Competitividad y calidad factores críticos que contribuyen al éxito de Empresas de Menor Tamaño en mercados globales de país emergente. *Revista chilena de economía y sociedad*, 3, (1), 34-35.
- Orpen, C. (1985). The effects of long-range planning on small business performance: a further examination. *Journal of small business management*, 23 (1), pp- 16-23
- Pelled y Xin (2004). Group heterogeneity versus faultiness: comparing alignment and dispersion theories of group composition, Center for advanced studies in management of the Wharton School, Department of psychology, Rutgers University at Camden.
- Porter, M. E. (1999). Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Continental (CECSA): México.
- Quinn, R. E. y Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis. *Management science*, 29 (3), 363-377.
- Robinson, R.B. (1984). Research thrusts in small firm strategic planning. *Academy of management review*, 9 (1), pp. 128-137.
- Rodríguez, J.J. (2005). *La nueva fase de desarrollo económico y social del capitalismo mundial*. Tesis doctoral accesible a texto completo en <http://www.eumed.net/tesis/jjrv/>
- Rojas S, R. (2000). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Plaza y Valdez: México.
- Ruiz Durán C. y Enrique Dussel P. (1999) *Dinámica Regional y Competitividad Industrial*, Edit. Jus S.A. de C.V. México.
- Ruiz Durán C. Coordinador. (2002). *Desarrollo Empresarial en América Latina*, Nacional Financiera-UNAM. México.
- Ruiz Durán, Clemente. Coordinador. (2002). *Microfinanzas: mejores prácticas a nivel nacional e internacional*. ARCAPESA: México.
- Ruiz D, C. (1996). *Economía de la pequeña Empresa*. Ariel: México.
- Salvatore, D. (1991). *Econometría*. Mc Graw Hill: México.
- Sargent y Matthews (2001). Combining export processing zones and regional free trade agreements: lesson from the Mexican experience. *World development*, Vol.29, n° 10.

- Secretaría de Comunicaciones y Transportes (2004): Red de carreteras. Dirección General de Evaluación y Subsecretaría de Infraestructura, México.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (2009). Anuario estadístico del Sector Comunicaciones y Transportes. México.
- Secretaría de Economía (2004). México: Negociaciones Comerciales Internacionales. Mayo 2004. Documento de trabajo. México: Autor.
- Secretaría de Economía (2000): Programa sectorial empresarial 2000-2005. Documento oficial. México: Autor.
- Secretaría de Desarrollo Económico (2010). Tabasco, guía de parques industriales. Pág. 5-13. Recuperado el 29 de noviembre de 2010, de <http://sedeco.tabasco.gob.mx/archivo/Descarga/guia.pdf>
- Secretaría de Economía (2011). Programas de apoyo a las MIPYMES. Recuperado en abril 2011, de http://www.economia.gob.mx/swb/es/economia/p_cpyme_programas.
- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial. (1999). Clasificación de las micro y pequeñas empresas. Diario oficial de la Federación. 30 de Marzo. México D.F: Autor.
- Segura, G. I. (1998). El reto de la competitividad. CLACDS/INCAE.
- Sexton, D.L. y Van A. P. (1985). A longitudinal study of small business strategic planning. *Journal of small business management*, 23 (1), 7-15.
- Sharder, C.B.; Taylor, L.A. y Dalton, D.R. (1984). Strategic planning and organizational performance: a critical review 1. *Journal of management*, 10 (2), 149-171.
- Tirado, C.; Granger, J.; Nieto, M. (1995). La MIPYME del Siglo XXI: tecnologías de la información, mercados y organización empresarial. Fundesco.
- Torres, E. y K. García (2003). Empresa media: potencial económico de México. La evidencia de los Censo Económicos 1989, 1994, 1999. FUNDES: México.
- Torre P, J. (1997). Problemática actual de las micro, pequeñas y medianas empresas. Ejecutivos de Finanzas. Año 26:10 Octubre.
- Treviño, Rubén (2001): *Publicidad, comunicación integral de mercadotecnia*. México: Mc Graw-Hill.
- Universidad Veracruzana. (2003). *Estudio de pertinencia de Programas Educativos Universitarios en la MIPYMES. Resumen Ejecutivo*, Universidad Veracruzana, México: Autor.
- Universidad Autónoma de Aguascalientes. (2007). Análisis estratégico para el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa del estado de Aguascalientes. Aguascalientes, México: Autor.

- Universidad Autónoma de Durango. (2007). Análisis estratégico para el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa del estado de Durango, Durango, México: Autor.
- Universidad Autónoma de Nayarit. (2007) Análisis estratégico para el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa del estado de Nayarit, Nayarit, México: Autor.
- Universidad Autónoma Veracruzana. (2007). Análisis estratégico para el desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana empresa del estado de Veracruz. Xalapa-Veracruz, México: Autor.
- Vermeulen, P. (2004): "Managing Product Innovation in Financial Service Firms. *European management journal* 22(1), pp. 43-50.
- Warren, L.; Hutchinson, W. (2000). Success factors for high-technology SMEs: A case Study from Australia. *Journal of small business managemnet*, Julio, pp.86-91.
- Wilkens y Pawlowsky. (2003). *Organizational competencies in knowledge management and competitive advantages*, in: Morley, MS et al (Eds).
- Watts, L.R. y Ornsby, I.C. (1990). Small business performance as a function of planning formal. A laboratory study. *Journal of business and entrepreneurships*, 2 (1), 1-8.
- Yasuda, T. (2005). Firm growth, size, age and behavior in Japanese Manufacturing. *Small business economics* 24, pp. 1-15.



Difusión y Divulgación
Científica y Tecnológica

José Manuel Piña Gutiérrez
Rector

Wilfrido Miguel Contreras Sánchez
Secretario de Investigación, Posgrado y Vinculación

Fabián Chablé Falcón
Director de Difusión y Divulgación Científica y Tecnológica

Francisco Morales Hoil
Jefe del Departamento Editorial de Publicaciones No Periódicas

Esta obra se terminó de imprimir el 14 de marzo de 2014, con un tiraje de 500 ejemplares en los talleres de Impresora Mercantil; Calle Iguala 113; Colonia Centro; Villahermosa, Tabasco, México. El cuidado estuvo a cargo de los autores y del Departamento Editorial de Publicaciones No Periódicas de la Dirección de Difusión y Divulgación Científica y Tecnológica de la UJAT.