

Evolución de los factores de éxito e indicadores de rendimiento de las mipyme del estado de Tabasco

Área de investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa

Juan José Chablé Sangeado.

División Académica de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
México
jjchable48@hotmail.com

Nélida Aurea Ramírez Montalvo.

Dirección de posgrado
Universidad Autónoma de Guadalajara
México
naramirezm@hotmail.com

Elmer López Velázquez

División Académica de Ciencias Económico Administrativas
Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
México
naramirezm@hotmail.com



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVII
CONGRESO
INTERNACIONAL
DE
CONTADURÍA
ADMINISTRACIÓN
E
INFORMÁTICA

División FCA, Facultad de Ciencias Económico Administrativas | Fotografía: Rutilo López-Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

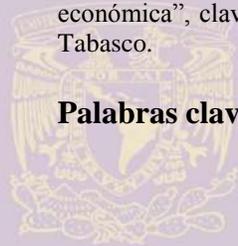
Evolución de los factores de éxito e indicadores de rendimiento de las mipyme del estado de Tabasco

Resumen

Uno de los objetivos de la investigación* de la que se deriva éste trabajo, fue determinar la percepción empresarial sobre algunos de los factores de éxito competitivo y la evolución que ha tenido en el lapso 2007- 2010, y relacionarlos con el nivel de rentabilidad de las empresas. El procedimiento consistió en un análisis comparativo de dos investigaciones sobre la competitividad de las MIPYMES tabasqueñas realizadas con la misma metodología. Se aplicó en ambos casos una encuesta personal al dueño/gerente de la empresa, en muestras estadísticamente representativas. Los factores de éxito considerados fueron: satisfacción de los clientes, calidad del producto/servicio, posicionamiento de la imagen, rapidez de adaptación a los mercados, motivación de los trabajadores, incremento de la productividad, organización de las tareas, eficiencia de los procesos, participación o cuota de mercado, reducción del ausentismo y rotación del personal, que se correlacionaron con la rentabilidad de las empresas vía la Ji cuadrada.

* “Análisis comparativo de la competitividad del sector empresarial tabasqueño por ramas de actividad económica”, clave: TAB-2009-C17-120751, financiado por el FOMIX CONACYT-Gobierno del Estado de Tabasco.

Palabras claves: Competitividad, rentabilidad, factores de éxito, MIPYME, Tabasco.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>
informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Introducción

La competitividad de las organizaciones es un tema de estudio recurrente, particularmente en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) debido a su gran número y a su relevante contribución al Producto Interno Bruto del país, al empleo, al desarrollo de las regiones, entre otros factores (Gómez, 2005; Arce 2009).

En el contexto mexicano la mayoría de las MIPYME se enfrentan a constantes riesgos de desaparecer por factores internos que no son debidamente controlados y factores externos que no han sido sorteados apropiadamente. Estos riesgos mantienen a la MIPYME en situación siempre vulnerable, que no les da oportunidad de crecimiento y desarrollo, por lo que su gestión es generalmente a corto plazo. La falta de competitividad es percibida primeramente por el dueño y por el cliente, debido a que el producto o servicio de la MIPYME, en muchas ocasiones, carece de confiabilidad en su calidad, precio y entrega (Chablé y Aragón., 2009), además el personal de las MIPYME hace también comparaciones de su situación laboral con empresas de la zona que son más grandes y desarrolladas, dándose cuenta de sus carencias, generándose en muchos casos, inconformidad con su situación actual.

Marco teórico

Las MIPYME han sido evaluadas desde distintas perspectivas para determinar su grado de competitividad; sin embargo, dice Sobrino (2010), que el concepto de competitividad no se define ni mide fácilmente porque su propia naturaleza tiene distintas fases, y factores condicionantes ejemplos de esto son: las causas de la competitividad, su proceso mismo de competencia y los efectos que tiene en los ámbitos macro y microeconómicos. También Sobrino (2005) explica que los indicadores de competitividad normalmente corresponden a medidas cuantitativas de la competitividad de una organización, pero que no explican su desempeño; a las variables que explican su desempeño este autor las denomina factores o determinantes de la competitividad.

Una característica más de la competitividad es la capacidad del agente para actuar de forma intencionada, alterando los mercados por su conducta o por los resultados que obtiene. Es así que la competitividad tiene como condición a un agente que selecciona y determina estrategias e intenta controlar las variables que intervienen en su capacidad para competir (Rubio y Aragón, 2006).

Durante la revisión de evidencia empírica se buscaron las variables o factores que explican la competitividad de las MIPYME. Rubio y Aragón (2006) justifican la necesidad de estudiar los factores de competitividad de las MIPYME, dado que la mayoría de los estudios se enfocan en aspectos macroeconómicos o en las grandes empresas. En este trabajo se asume también la interrogante planteada por Saavedra y Tapia (2011) sobre la percepción de los empresarios acerca de los factores que afectan la competitividad.

Aragón y Rubio (2005) consideran como factores de la competitividad: la satisfacción de los clientes, es decir la percepción de los clientes acerca de capacidad de la organización para cubrir sus expectativas y necesidades (ISO 9000:2005); la calidad del producto/servicio refiriéndose al grado en que un producto o servicio cumple los requisitos

especificados (ISO 9000:2005); el posicionamiento de la imagen como la opinión que se genera en el público en función de sus percepciones acerca de la organización (Capriotti, P., 2008) y de las características funcionales y abstractas del producto o servicio (Rial, A., García, A., Varela, J., 2008); la rapidez de adaptación a los mercados por la flexibilidad (Fernández y Junquera, S. F.) y la agilidad para atender las demandas; y la motivación de los trabajadores, el incremento de la productividad, la organización de las tareas, la reducción del ausentismo y rotación del personal como parte esencial de la gestión de recursos humanos; por último la participación o cuota de mercado y la eficiencia de los procesos de las MIPYME.

Georgiadis y Pitelis (2008), a través de un estudio en el Reino Unido en las PYME de servicios de hostelería y ocio, llegaron a la conclusión de que la inversión en capacitación y desarrollo del personal provocaba resultados positivos en la innovación y desarrollo exitoso de los sectores de servicios.

Estudios realizados en Budapest, Hungría demuestran que la calidad es un factor determinante para las PYME de este país, tomando importancia además por pertenecer al contexto europeo, según Ionita, Popescu, Done, Andrei, Matei y Subic (2009). Camisón, Boronat, Villar y Puig (2009) muestran, a través de un estudio realizado a las industrias PYME en Valencia España, que aquellas que han adoptado un sistema de gestión de calidad no únicamente se ven influidas de manera directa en el desempeño organizativo sino que, adicionalmente, el sistema de calidad puede aportar en la mejora de la gestión del conocimiento y de la gestión de la I+D.

Metodología

La metodología utilizada en esta investigación, consistió en realizar un estudio empírico a partir de la información de una muestra representativa de 733 MIPYME del estado de Tabasco para 2010. La técnica de captación de la información fue una encuesta personal, utilizando como soporte un cuestionario autoadministrado dirigido al gerente/ dueño de la empresa. En la muestra utilizada no se incluyen empresas de menos de 4 trabajadores porque el diseño del cuestionario no se ajusta a negocios más pequeños.

Con base en las entrevistas hechas a los empresarios, se hizo el análisis de la evolución de los principales factores de éxito competitivo considerados. 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.

En 2007 se realizó un estudio, con metodología y procedimientos análogos, con el mismo cuestionario, sobre una muestra representativa de 629 negocios, el que se toma como referencia histórica para hacer el análisis comparativo.

El tamaño de las muestras representativas se determinó, de acuerdo a los rigurosos cánones estadísticos, 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 $p =$

<http://congreso.informacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

0.5 para las preguntas de respuestas dicotómicas clave del cuestionario, de acuerdo con la fórmula siguiente:

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

En donde n_i = al tamaño de la muestra a estimar de cada rama; p y q son las proporciones de respuestas dicotómicas.

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)

Estructura de la muestra

La muestra fue diseñada considerando los objetivos generales que se pretenden alcanzar en la presente investigación. Por ello, se trató 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:

“Agroindustria”: subsectores 311 y 312.

“Industrias de transformación”: sectores 31 a 33, excepto 311 a 315.

“Industria textil y confección”: subsectores 313, 314 y 315.

“Industria de la construcción”: sector 23.

“Comercio”: sectores 43 y 46.

“Hostelería”: sector 72.

“Transporte y comunicaciones”: sectores 48 y 49.

“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).

La variable utilidad neta sobre ventas (ítem 26 del cuestionario aludido) se determinó como indicador cuantitativo del éxito competitivo de la empresa. Bajo esta premisa se identifican como empresas más rentables a aquellas que en los dos últimos ejercicios mostraron una

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

utilidad neta superior a la mediana del grupo de empresas estudiadas (utilidad neta sobre ventas igual o superior al 10 por ciento), de forma opuesta como empresas menos rentables a aquellas que tuvieron una utilidad neta en los dos ejercicios anteriores, inferior al de la mediana (utilidad neta inferior al 10 por ciento).

Los estadísticos de prueba que se aplicaron, en el análisis interno de los cuadros, fueron: diferencia de medias, diferencia de proporciones y ANOVA de un factor.

Análisis de los resultados

Las tablas siguientes presentan los resultados del estudio comparativo del desempeño de las MIPYME, incluyendo su rentabilidad, entre los años 2010 y 2007 desde las perspectivas de: el tamaño, la antigüedad y el sector de las MIPYME en relación con los factores de éxito competitivo.

Tabla 1
Situación media de la empresa con respecto a su competencia
en relación a varios factores de éxito competitivo (Escala 1-5) (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 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

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 2
Situación media de la empresa con respecto a la competencia
en relación a varios factores (Escala 1-5) (2007)

* 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 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).

En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Al comparar los datos de los años 2010 y 2007 se tiene que las empresas 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 4º lugar en 2010; en 2007 lo 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 el 2007 en una escala del 1 al 5, con un valor de 4, quedando en el 2010 en 3.85. Esto último puede indicar que la motivación laboral para las empresas tabasqueñas está dejando de tener importancia, buscando más que los trabajadores cumplan al día con sus tareas.

Analizamos a continuación los factores de éxito aludidos bajo la óptica del tamaño, la antigüedad y el sector de actividad económica de las empresas.

Tabla 3
Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores de éxito competitivo según tamaño (Escala 1-5) (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 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 del ANOVA: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Las empresas medianas presentan una apreciación más favorable en general, que las micro y pequeñas, pero independientemente del tamaño el factor con una media más alta es la satisfacción del cliente, seguida de calidad en el producto servicio, en tercer lugar se

encuentra el posicionamiento de la imagen de la empresa y sus productos y en cuarto lugar la organización de las tareas del personal; el valor medio más alto, de 4.48 y es para la satisfacción de los clientes de las pequeñas y de las microempresas (Tabla 3).

Tabla 4
Situación media de la empresa con respecto a su competencia en relación a varios factores según tamaño (Escala 1-5) (2007)

	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 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 del ANOVA: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$

El análisis comparativo de la competencia entre los años 2010 y 2007, por tamaño, presenta coincidencias y discrepancias en el factor de satisfacción de los clientes: manteniendo el primer lugar entre las empresas micro y pequeñas, aunque en el 2007, las empresas medianas clasificaban en el primer lugar al posicionamiento de la imagen de la empresa y, la satisfacción de los clientes en segunda posición, calidad del producto o servicio mantiene el segundo lugar en las empresas micro y pequeñas pero para las empresas medianas se ubica en la tercera posición, el posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos y servicios es el tercer lugar para las empresas micro y pequeñas pero en 2007, el tercer lugar era para calidad del producto y servicio en las empresas medianas; aparece el factor de la organización de las tareas personales con una calificación de 4 en el 2010 tanto para las micro, pequeñas y medianas empresas, cuando en el 2007 solo estaba en esa escala para las pequeñas y medianas; para las empresas tabasqueñas en 2010 no solo 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 5
Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores de éxito competitivo según antigüedad (Escala 1-5) (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

<http://congreso>

informacongreso

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

* 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 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

Diferencias Significativas de las medias: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

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 rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados, pero también las empresas maduras clasifican los mismos factores en los primeros cuatro lugares.

Tabla 6
Situación media de la empresa con respecto a su competencia en relación a varios factores de éxito competitivo según antigüedad (Escala 1-5) (2007)

	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 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).

^a En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

Diferencias Significativas de las Medias: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al analizar los datos del año 2010 y de 2007, los valores medios mayores se dan en la clasificación de las empresas jóvenes, en todos los factores, aunque también coincide que las empresas maduras dan a los factores de satisfacción de los clientes, calidad del producto o servicio, posicionamiento de la imagen de la empresa y la rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados los primeros cuatro lugares de importancia.

Al hacer el análisis por sector económico encontramos diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de las variables analizadas.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Tabla 7
Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores de éxito competitivo según sector (escala 1-5) (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 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; 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 Significativas del ANOVA: (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

El sector agroindustria presenta una media de 4.72 en calidad del producto o servicio, siendo la media más alta de los factores evaluados; el segundo lugar lo tiene el sector de comercio con una media de 4.64 en el factor de rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados; la satisfacción del cliente muestra el valor más alto en el sector agroindustria (4.58), ubicándose en tercer lugar general; el cuarto lugar es para el factor de posicionamiento de la imagen de la empresa y de los productos o servicios (4.47) y se dio en el sector de transportes y comunicaciones

Tabla 8
Situación media de la empresa con respecto a la competencia en relación a varios factores de éxito competitivo según sector (escala 1-5a) (2007)

	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 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**

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

* 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).

^a En una escala de 1 = Mucho peor a 5 = Mucho mejor

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 Significativas del ANOVA: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al comparar los resultados de los sectores en el año 2010 con los de 2007, se observó que en el 2010 el sector de industria textil y confección mejoró la percepción de su situación frente a la competencia, en una escala del 1 al 5, en la posición 4 tanto 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 el 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.

La calidad del producto o servicio, en 2007, también fue el factor con la media más alta y en el mismo sector, agroindustria, en segundo lugar la satisfacción del cliente en el sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales, en el tercer lugar el sector de transportes y comunicaciones con el factor posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos o servicios y el cuarto lugar se presentaba también en el sector transporte y comunicaciones pero también para el sector de servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales con el factor de organización de las tareas del personal y la rapidez de adaptación a las necesidades del mercado respectivamente.

Cuáles son los factores y variables que contribuyen más a la competitividad y al éxito económico de las MIPYME es un tema atractivo para académicos, directivos y profesionales del mundo empresarial (Chablé y Aragón, 2009). Interesa, por tanto, conocer cuáles son los principales determinantes de éxito y desarrollo de la empresa contrastando si algunas de estas características de los negocios o de su gestión explican una mayor o menor rentabilidad. Este planteamiento nos permitirá tener la respuesta, a nivel agregado, del éxito competitivo de las MIPYME del estado de Tabasco.

Tabla 9
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	***

<http://coinvestiga.fca.unam.mx>

informacion@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Hostelería	69.4	30.6	***
Transporte y comunicaciones	70.4	29.6	***
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	63.9	36.4	***

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 diferencia de proporciones: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

En cuanto al tamaño, las proporciones presentan diferencias estadísticamente significativas, además al aumentar el tamaño de la empresa aumenta el porcentaje del número de empresas rentables al pasar de micro a pequeña empresa y desciende al pasar de pequeña a mediana, lo que sugiere que el tamaño “pequeño” está relacionado con un mayor porcentaje de empresas rentables.

Las proporciones parecen indicar que las empresas jóvenes son más rentables que las empresas maduras. El tipo de actividad económica muestra variaciones en la proporción de empresas más rentables, así tenemos que el sector servicios presenta la proporción de empresas con mayor rentabilidad, seguido por comercio, en tercer lugar hostelería y en cuarto lugar transportes y comunicaciones. La actividad económica que menor proporción de empresas rentables presenta es la industria textil y de confección.

A continuación se presentan las tablas de los resultados obtenidos en el año 2007 para después hacer un análisis de su evolución entre ese año y 2010.

Tabla 10
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	

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

Significación de la diferencia de proporciones: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Al comparar los mismos factores de tamaño, antigüedad y sector, entre 2010 y 2007, en cuanto al tamaño, encontramos mayores proporciones de empresas rentables en 2007, apareciendo otra vez las pequeñas empresas con la mayor proporción. En cuanto al factor de antigüedad, la situación es semejante entre los años 2010 y 2007 pues la mayor

proporción de empresas rentables se dio en las empresas maduras este último año. La rentabilidad de los sectores parece cambiar a lo largo del tiempo porque en 2007 la proporción más alta de empresas más rentables correspondió a agroindustria, mientras que en 2010 fue para el sector servicios, este mismo sector ocupaba el segundo lugar en 2007. El sector de la construcción ocupa en 2007 el tercer lugar y para el 2010 había descendido hasta el quinto lugar. El comercio, que ocupaba el cuarto lugar en 2007 pasó al segundo lugar en el 2010. Este indicio nos hace pensar en una mayor tercerización de la economía.

Tabla 11
Comparativo de la evolución de la rentabilidad de las MIPYME (%) (2010-2007)

	Más rentables 2007	Más rentables 2010	
Microempresas	34.0	24.4	***
Pequeñas	47.7	34.4	***
Medianas	42.9	30.2	***
Jóvenes	38.8	29.0	***
Maduras	39.0	26.3	***
Agroindustria	46.9	21.9	***
Industria de transformación	25.0	22.0	*
Industrial textil y confección	25.0	10.6	***
Construcción	40.6	27.5	***
Comercio	38.7	33.7	**
Hostelería	36.2	30.6	***
Transporte y comunicaciones	31.6	29.6	*
Servicios a empresas, personales, técnicos y profesionales	44.1	36.4	***

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 diferencia de proporciones: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$

Del cuadro anterior podemos concluir que en términos generales el número de empresas de rentabilidad alta disminuyó entre 2007 y 2010, salvo el caso de los sectores transporte y comunicaciones e industria de transformación, donde las diferencias entre los estimadores no son significativas al 5 por ciento, en los demás sectores y tanto por tamaño como por antigüedad los estimadores se mueven a la baja.

Las tablas 12 y 13 presentan los resultados obtenidos entre los años 2010 y 2007, respecto a la rentabilidad y los factores del éxito competitivo.

Tabla 12
Rentabilidad de las empresas respecto a los factores de éxito (Media) (escala 1-5^a) (2010)

	Menos rentables	Más rentables	
* Calidad del producto / servicio	4.35	4.52	***
* Eficiencia de los procesos operativos internos	3.86	4.14	***
* Organización de las tareas del personal	3.96	4.20	***
* Satisfacción de los clientes	4.42	4.63	***
* Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	3.84	4.10	***
* Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos / servicios	4.12	4.40	***
* Incremento de la cuota de mercado	3.28	3.73	*

http://cc
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

* Incremento de la rentabilidad	3.40	3.86	***
* Incremento de la productividad	3.55	4.00	***
* Motivación/ satisfacción de los trabajadores	3.75	4.01	**
* Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.08	3.25	***
* Reducción del ausentismo laboral	3.11	3.37	*

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
Significación de la Ji²: (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

La satisfacción del cliente ocupa la media más alta para las empresas más rentables, seguido por calidad del producto o servicio, en tercer lugar el posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos y servicios y en cuarto lugar la organización de las tareas del personal.

Tabla 13

Rentabilidad de las empresas respecto a los factores de éxito (Media) (escala 1-5^a) (2007)

	Menos rentables	Más rentables	
* Calidad del producto / servicio	4.32	4.46	**
* Eficiencia de los procesos operativos internos	3.85	4.09	***
* Organización de las tareas del personal	8.83	4.17	***
* Satisfacción de los clientes	4.46	4.59	**
* Rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados	3.93	4.23	***
* Posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos / servicios	4.15	4.36	***
* Incremento de la cuota de mercado	3.67	4.05	***
* Incremento de la rentabilidad	3.70	4.09	***
* Incremento de la productividad	3.84	4.20	***
* Motivación/ satisfacción de los trabajadores	3.83	4.26	***
* Reducción de la rotación de personal (abandono voluntario de los trabajadores)	3.56	3.89	***
* Reducción del ausentismo laboral	3.65	3.94	***

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
Significación de la Ji²: (*): p < 0,1; (**): p < 0,05; (***): p < 0,01

El factor de satisfacción del cliente es el que presenta la media más alta, tanto en 2007 como en 2010, aunque ligeramente arriba en 2010. Calidad del producto o servicio se mantuvo en segundo lugar en ambos periodos así como posicionamiento de la imagen de la empresa y el producto, sin embargo en 2010 el cuarto factor con una media más alta fue para la organización de las tareas del personal mientras que en 2007 fue para motivación/satisfacción de los trabajadores. En general se observa que la mayoría de los factores tienen medias más altas en las empresas más rentables, resultando las diferencias de las medias de todos los factores estadísticamente significativas.



Conclusiones

De acuerdo con los análisis realizados se puede concluir que:

Desde el punto de vista de la edad, la percepción de los empresarios de organizaciones jóvenes, respecto de su competidor, es más alta que la calificación que dieron los empresarios de organizaciones maduras, aunque ambos tipos de empresas son consistentes al calificar con medias más altas a la satisfacción de los clientes, calidad del producto o servicio, posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos o servicios y la rapidez de adaptación a las necesidades de los mercados.

El tamaño “pequeño” parece ser el más rentable respecto de las empresas micro y medianas.

La evidencia de los datos parece indicar que la edad del negocio no influye en cuanto a la proporción de empresas más rentables.

La rentabilidad de los sectores parece cambiar a lo largo del tiempo porque en 2007 la proporción más alta de empresas más rentables correspondió a agroindustria, mientras que en 2010 fue para el sector servicios, este mismo sector ocupaba el segundo lugar en 2007. El sector de la construcción ocupa en 2007 el tercer lugar y para el 2010 había descendido hasta el quinto lugar. El comercio, que ocupaba el cuarto lugar en 2007 pasó al segundo lugar en el 2010. Este indicio nos hace pensar en una mayor tercerización de la economía del estado de Tabasco.

La percepción de los empresarios, de que es importante la satisfacción de los clientes, la calidad del producto o servicio y el posicionamiento de la imagen de la empresa y de sus productos o servicios, está relacionada con una mayor rentabilidad.

Hay otro dos factores importantes a lo largo del tiempo, pero que varían su posición promedio, siendo para el 2010 más alta la de la organización de las tareas del personal y en cambio para el 2007 la posición promedio más alta corresponde a la motivación/satisfacción de los trabajadores. Esto nos hace pensar en un cambio de estilo de liderazgo y de gestión de los recursos humanos en el sector empresarial tabasqueño.

Los otros factores tienen una calificación menor en ambos años y parecen no jugar un papel importante en la percepción del empresariado tabasqueño y por ende la correlación que pudiéramos establecer con la rentabilidad es menor.

En términos generales el número de empresas de rentabilidad alta disminuyó entre 2007 y 2010, salvo el caso de los sectores transporte y comunicaciones e industria de transformación, en los demás sectores y tanto por tamaño como por antigüedad los estimadores se mueven a la baja. Lo que podemos interpretar como un indicador de fracaso de las políticas y programas públicos de estímulo y rescate del sector empresarial tabasqueño ante las crisis recurrentes durante el periodo de análisis. Habría que revisar el diseño y la implementación de dichas actuaciones para tratar de adecuarlas o replantearlas.

<http://ceia.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Referencias bibliográficas

Aragón Sánchez, A., Rubio Bañón, A. (mayo-agosto de 2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las PyMEs del estado de Veracruz. *Revista de Contaduría y Administración*, 35-69.

Arce Rodríguez, Lourdes M. (Enero 2009). Competitividad de las PYMES industriales internacionalizadas del estado de Jalisco, México: agenda para una investigación científica. *Inter Science Place. Revista científica Internacional*.

Camisón Zornoza, C., Boronat Navarro, M., Villar López, A., Puig Denia, A. (2009). Sistemas de gestión de la calidad y desempeño: Importancia de las prácticas de gestión del conocimiento y I+D. *Revista Europea de Dirección de Economía y de la Empresa*, 18(1), 123-134.

Capriotti, P., (2008) *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Ariel comunicación. Argentina.

Chablé Sangeado, Juan José y Aragón Sánchez Antonio (coordinadores) (2009). *Análisis estratégico para el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa del estado de Tabasco*. Villahermosa, Tabasco, México. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Fernández, E., Junquera, B., (S. F.) *Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas: una revisión de la literatura*. Universidad de Oviedo. España.

Georgiadis, A., Pitelis, C. N. (Febrero de 2008). HRM practices and Knowledge processes outcomes: Empirical Evidence from a Quasi-experiment from UK. SMEs in the Tourism Hospitality and Leisure Sector. CEP discussion paper (850).

Gómez Ortíz, Rosa Amalia, (2005). *Perfil deseable del empresario mexicano para la innovación y el desarrollo tecnológico*. Instituto de investigaciones económicas y empresariales. Instituto politécnico nacional. México.

International Organization for Standardization. (2005). *ISO 9001:2005. Quality management systems Fundamentals and vocabulary*. Switzerland.

Ionita, I., Popescu, F., Done, I., Andrei, J., Matei, M., & Subic, J. (2009). Quality- A factor for competitiveness Improvement for Small and Medium Enterprises. *The Annals of "Dunarea de Jos" Economics and Applied Informatics*, 215-224.

Rial, A., García, A., Varela, J. (2008) *Una aplicación metodológica para el estudio de imagen de marca de un destino turístico*. *Revista Pasos*. Vol. 6. No. 1.

<http://congreso.investigacion.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Rubio Bañón, A., y Aragón Sánchez, A. (Julio-septiembre de 2006). Competitividad y recursos estratégicos de las PYME. Revista de Empresa, 32-47.

Saavedra, M., Tapia, B. (2011). Las mejores prácticas en la MIPYME industrial mexicana. XVI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. UNAM.

Sobrino, Jaime (coordinador). (2010). Competitividad urbana: Una perspectiva global y para México. Centro de estudios demográficos, urbanos y ambientales. El Colegio de México.

Sobrino, Jaime. (2005). Competitividad Territorial. Ámbitos e indicadores de análisis. Economía, sociedad y territorio, 123-183.

XVI CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>
informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación. Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510