

XIV Congreso Internacional de Análisis Organizacional
Educación Superior y Desarrollo Sustentable

El Ciclo de Vida de las MIPYMES en el Estado de Tabasco

Mesa Temática: MIPYMES y Empresa Familiar

Modalidad: Investigación Concluida

Autor(es): Alumna Linda Cristhel Hernández Valencia.

Lindahernandez1124@gmail.com

Dra. Herminia Banda Izeta.

hbi05@hotmail.com

Mtro. David Gustavo Pérez Ballinas

dperez_ballinas@hotmail.com

Mtro. Rubén Pérez salvador.

rbnpsalvador@gmail.com

Mtra. Raquel López García

rakelopezg@gmail.com

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. Av. Universidad S/N Zona de la
Cultura, Col. Magisterial C.P. 86040. Villahermosa, Tabasco, México. Tels. 993

3122993 y 993 3581504

Guanajuato, Gto.

8 al 11 de noviembre, 2016

El Ciclo de Vida de las MIPYMES en el Estado de Tabasco

Resumen

El objetivo de esta investigación es conocer las causas que ocasionan que el ciclo de vida de las MIPYMES en el Estado de Tabasco sea demasiado corta; la participación de estas empresas es muy importante para la economía tabasqueña ya que la mayoría de los empleos se encuentran en este sector. El gobierno ha tratado de contribuir a impulsar a los emprendedores para el desarrollo y el crecimiento de sus empresas, tomando en cuenta los elementos del negocio interno como externo que influyen para su desarrollo. La descripción del documento es explicativo, contiene propuestas de mejora ante la competencia, que ayudan a las empresas a alcanzar sus metas y objetivos que le permitirán crecer de tal forma que generarán más y mejores empleos que garantizarán su permanencia en el mercado, haciendo que el éxito para ellos sea posible.

Palabras clave:Ciclo de vida, desarrollo de MIPYMES.

Introducción.

El presente trabajo se refiere a los principales factores que involucran la inestabilidad en el ciclo de vida de las MIPYMES (acrónimo de "micro, pequeñas y medianas empresas") siendo la principal fuente de economía tabasqueña, por ello, en esta investigación se hace un análisis en el comportamiento interno como externo de las micros, pequeñas y medianas empresas de Tabasco. Los factores más comunes en esta problemática que llevan al desequilibrio a las MIPYMES, son: que los propietarios no cuentan con conocimientos empresariales, no poseen financiamiento, la falta de recursos, los equipos tecnológicos son obsoletos, una mala infraestructura, el personal poco calificado, y no cuentan con una estrategia para lograr sus objetivos, entre otras tantas. Esto limita la expansión y permanencia en el mercado.

En México constituyen el 94% del total de las empresas, generadoras de empleo del 79% de la población y generan ingresos equivalentes al 23% del PIB, lo anterior es una clara señal que debemos poner atención a este tipo de empresas y verlas como lo que en realidad son: la base de la economía mexicana. (INEGI, 2015)

Otros datos, que impactan a la situación actual de las MIPYMES son: de cada 100 empresas que se crean, 90 no llegan a los 2 años (Grabinsky, 1992), siendo el índice de mortalidad altísimo. ¿Cómo explicar entonces el hecho de la existencia de un universo de empresas casi (99% sector manufacturero) totalmente formado por MIPYMES? Esto se explica por la existencia también de

una alta tasa de rotación de estas empresas: así como desaparecen casi todas las empresas que se crean y mueren en menos de 2 años, se crean una gran cantidad de empresas nuevas. En México nos dice (Durán, 2002), los datos censales de 1998 comparados con los del 1993 dan un crecimiento de 123, 617 nuevas empresas por año. Este proceso estuvo dominado por empresas pequeñas, el incremento explica el 97.54% de estas empresas. El problema de esta expansión empresarial ha sido que la mayor parte de estos negocios se trata de iniciativas de autoempleo, de sobrevivencia precaria. En el caso mexicano, la empresa manufacturera tan sólo genera en promedio 3,775 dólares al mes por hombre ocupado, comparado con la gran empresa que genera mensualmente 21,469 dólares, es decir, 5.7 veces más. El sector de pequeñas y medianas empresas ha mostrado resultados más positivos según Ruiz (Durán, 2002).

Este problema, de la falta de competencia y de la desaparición de las MIPYMES en México se agudiza más con la apertura económica que se empieza a dar desde el año de 1982 hasta la época actual. El mercado mexicano ya no está protegido por barreras arancelarias y no arancelarias que den a las MIPYMES un posicionamiento en un nicho específico, sino que hoy deben competir con los productos venidos del exterior, con valor agregado y a precios más bajos.

La mortandad de las pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) en nuestro país presenta cifras preocupantes, el director general de Estadísticas Económicas del organismo INEGI (2015), Arturo Blancas, quien reveló que para los primeros cinco años 70% de los negocios muere y a los 20 años sólo sobrevive 11 por

ciento. Y es que de cada 100 negocios que nacen en México, 64% sobrevive; mientras que a los cinco años ya cerró 70% y llegan a la edad de 20 años tan sólo 11. (INEGI, 2015)

La duración de vida de las MIPYMES es relativamente corta en el mercado actual en el Estado de Tabasco. La investigación ayudara a la comprensión del comportamiento y a saber cuáles son las causas del fracaso y la resistencia al cambio, a lo cual se brindarán estrategias para mejorar la gestión de las empresas MIPYMES. Tomando en cuenta los riesgos que tienen al constituir una empresa y los factores que intervienen en el desarrollo de las MIPYMES, de igual manera sabremos si es necesario establecer un modelo específico de mejoramiento de la productividad, realizando un diagnóstico sobre la situación actual de las MIPYMES en Tabasco.

Importancia

Las micro, pequeñas y medianas empresas también conocidas como MIPYMES son de gran importancia en México para la economía nacional, por las aportaciones de producción, distribución de bienes y servicios, de igual manera es un gran potencial de generación de empleos y flexibilidad de adecuarse a los cambios tecnológicos. Excelente medio para impulsar una mejor distribución de la riqueza y desarrollo económico.

El gobierno reconoce la importancia de las MIPYMES en contribución al desarrollo regional, local y por su puesto al crecimiento económico, por desgracia el tamaño resulta ser un conflicto en no alcanzar financiamiento, tienen niveles

bajo de capacitación de sus recursos humanos, niveles limitados de avances tecnológicos, niveles bajos de productividad, baja penetración en mercados internacionales, capacidad baja de asociación y administrativa. Estos argumentos llevan a considerar el alcance de este documental descriptivo y explicativo, siendo esto no experimental por no manipular variables de estudio.

Antecedentes de las MIPYMES en Tabasco

El entorno económico nacional ha repercutido a nivel regional y particularmente en el Estado de Tabasco. La integración tardía en la dinámica del desarrollo nacional fue un factor determinante en la conformación de la estructura productiva de nuestros días; en el primer término, los factores externos que interrumpieron (durante la década de los 70's), en el esquema tradicional de la organización para la producción generaron muy fuertes desequilibrios entre los factores de la productividad en el Estado.

En toda esta etapa de aislamiento que experimentó la entidad, se constituyó en un centro comercial de impacto regional. Su vinculación con mercados europeos le dio un especial atractivo para generar flujos de intercambio y concentrar una demanda proveniente del sur Estado de Veracruz, el norte de Chiapas y el este de Campeche. Para el año de 1999, el aparato productivo local estaba conformado por un total de 39 mil 656 unidades productivas conformadas en los subsectores de industria, comercio y servicios.

La productividad relativa de Tabasco es de 23.9% para el sector agropecuario; 155.1% para el industrial y 126.4% para servicios. Es decir, la productividad por

sectores en este Estado es heterogénea, de igual forma que la nacional, donde la productividad relativa es también desigual, variando de 27.3% en el sector agropecuario hasta 122.2% en el industrial. De tal forma que, si se toma la productividad relativa sectorial como un indicador de madurez de una economía, a mayor desigualdad en las productividades entre los sectores corresponde un nivel de menor madurez y viceversa. En este sentido, se puede afirmar que la economía del Estado de Tabasco tiene un grado de madurez similar que la economía nacional en su conjunto.

Las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas en Tabasco representan más del 90.0% de las unidades económicas registradas por el INEGI en el Censo Económico de 2014, y ocupan más del 91.3% de la población ocupada. Este sector económico es base de la economía, por ello en la (SEDECO, 2007) se han planteado objetivos y acciones que permitan fortalecer y consolidar a la MIPYMES conforme a lo señalado en el Plan Estatal de Desarrollo del Estado 2007 - 2012. Para apoyar a las MIPYMES, se han implementado esquemas que permitan incrementar los apoyos a empresas y emprendedores vinculando esfuerzo federales y estatales, a través del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME) que tiene como objetivo general, promover el desarrollo económico nacional, a través del otorgamiento de apoyos de carácter temporal a proyectos que fomenten la creación, desarrollo, consolidación, viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad.

En el caso del Estado de Tabasco su tasa de crecimiento es de 19.9% de las cuales mueren 28.8% teniendo un crecimiento de -8.9% siendo uno de los estados con menor crecimiento, así como lo muestra la siguiente tabla 1.

Tabla 1

Tasas de nacimientos y muertes de establecimientos por entidad federativa a mayo 2012.

ENTIDAD	TASA			COEFICIENTES DE VARIACION	
	NACIMIENT	MUERTE	CRECIMIENT	NACIMIENT	MUERTE
	O	S	O	O	S
	A	B	A-B		
TOTAL	26.6	20.7	5.9	1.5	2.1
TABASC					
O	19.9	28.8	-8.9	8.9	9.9

Fuente: Tomada de (INEGI, 2012).

Las MIPYMES.

Para (Figueroa, 2000) las pequeñas y medianas empresas pueden definirse como entidades que operando en forma organizada utilizan sus conocimientos y recursos para elaborar productos o prestar servicios que suministran a terceros, en la mayoría de los casos mediante lucro o ganancia.

Las estructura de MIPYMES son sencillas y de pocas jerarquía, por esta razón tiene la facilidad de reaccionar de manera inmediata y eficientemente a los diferentes cambios, ya sean internos o externo.

Su marco legal refleja la importancia que nos lleva a conocer los lineamientos bajo los cuales están constituida, debido a que sus derechos y obligaciones cambian de acuerdo a las necesidades, tamaño y forma que sea creada en cada entidad. Podemos encontrar que las MIPYMES se encuentran regidas por

diversas leyes como cualquier empresa, ya sea comercial, prestadoras de servicios o productivas, entre las cuales podemos observar el código de comercio, la ley del impuesto sobre la renta, la ley federal del trabajo, entre otras, presentando generalmente en sus primeros artículos un conjunto de preceptos que tienen por objeto ayudar a la creación de un ente activo, es decir, la empresa.

Es necesario mantener la documentación actualizada y que esta, cumpla con los requisitos legales, cuando la empresa crece y necesita, por ejemplo, apalancarse en un crédito, o que entran nuevos socios o algunos desean salirse o vender sus acciones deben cumplir ciertos requisitos.

Factores internos.

Existen diversas opiniones respecto a aquellos factores que hemos de considerar cuando se quiere analizar la situación interna de las empresas, sin embargo, destacan por su importancia los siguientes: recursos, estructura y habilidades.

Factores externos.

El empresario no puede evitar el impacto de las fuerzas externas, sin embargo, sí puede manejarlas en mayor o menor grado para disminuir tal impacto: puede estar alerta a las nuevas exigencias de sus clientes para proporcionarles productos adecuados; puede seguir de cerca a sus competidores para reaccionar más rápidamente ante sus nuevas prácticas; puede evaluar constantemente a sus proveedores y adaptarse a los cambios de condiciones.

Existen, sin embargo, factores adicionales que vienen a complicar el panorama. Se trata de cambios que afectan a toda una industria (o grupo de negocios dedicados a una misma actividad), o incluso, a todo el país y que, aunque no pueden ser controlados directamente por los empresarios, sí es obligación de éstos el vigilarlos estrechamente.

Los factores económicos se refieren a elementos tales como la inflación, el ingreso de los consumidores, las tasas de interés, etcétera. Los factores tecnológicos tienen que ver con los avances, tanto de la fabricación, distribución y materiales del producto o servicio, como de la forma de administrar el negocio. Los factores socioculturales tienen que ver con las actitudes, gustos, hábitos, necesidades del consumidor, cambios en su forma de vida, movimientos migratorios, etcétera. Por último, los factores internacionales se refieren a la apertura comercial, al conocimiento de nuevas formas de vida gracias a la difusión de lo que ocurre en otros países, a la competencia de productos importados, a la firma del Tratado de Libre Comercio, entre otros.

El criterio de la clasificación de las empresas es referente a su tamaño con base en el sector económico y el número de empleados como pueden observar la siguiente tabla 2.

Tabla 2

La clasificación vigente según el diario oficial de la federación 2013.

		ESTRATIFICACION		
TAMAÑO	SECTOR	RANGO DE NUMERO DE TRABAJADORE S	RANGO DE MONTO DE VENTAS ANUALES (MDP)	TOPE MAXIMO COMBNADO *
MICRO	TODAS	HASTA 10	HASTA \$4	4.6
PEQUEÑ A	COMERCIO	DESDE 11 HASTA 30	DESDE \$4.01 HASTA \$100	93
	INDUSTRIA Y COMERCIO	DESDE 11 HASTA 50	DESDE \$4.01 HASTA \$100	95
MEDIA	COMERCIO	DESDE 31 HASTA 100	DESDE \$100.01	235
	SERVICIO	DESDE 51 HASTA 100	HASTA 250	
	INDUSTRIA	DESDE 51 HASTA 250	DESDE \$100.01 HASTA 250	250

Fuente: Tomada de(Federación, 2013).

Dentro del sector MIPYMES podemos encontrar dos tipos las de subsistencia y las de acumulación.

La subsistencia se caracteriza por no tener capacidad de acumulación y por ser inestable, tener equipos de trabajos simples y combinar la actividad empresarial con la domestica; en la mayoría de los casos, el propietario comparte el trabajo con los subordinados u operarios. Por el bajo nivel tecnológico, este tipo de establecimiento solo tiene la capacidad de satisfacer una demanda de mercados reducidos y de bajo poder adquisitivo, lo que los coloca en un segmento inferior con un margen limitado de utilidad para su capitalización y crecimiento.

Las MIPYMES de acumulación realizan su actividad productora con un excedente lo que les permite adecuar sus equipos y mantener un flujo de producción conforme con los inventarios de materia prima y mercancías terminadas. Compiten en el mercado interno con cierto grado de calidad, diseño y funcionalidad, generalmente en segmentos de demanda insatisfechas de empresas medianas o grandes; además, sus trabajadores son asalariados con alta rotación por las condiciones contractuales, y la baja calificación técnica en el oficio. Dentro de las MIPYMES de acumulación existen dos subtipos, la simple y la aplicada.

- La de acumulación simple tiene un margen de acumulación reducido, una lenta incorporación de nuevas tecnologías productivas, y 5 o menos trabajadores.
- Las de acumulación aplicada, son más dinámicas, tienen capacidad de modernización y operan con más de 5 trabajadores.

Ciclo de las MIPYMES.

El biólogo alemán (Bertalanffy, s.f.) sentó las bases para entender las organizaciones humanas desde un enfoque natural o sistémico.

Las empresas son organizaciones humanas que se comportan de la misma manera que la naturaleza, tienen un ciclo de vida que podemos resumir de la siguiente manera:

Creación: desde la idea germinal, su desarrollo en la mente del creador hasta su organización básica es esta etapa de inicio. Aquí no hay negocio, hay la posibilidad y planeación

Nacimiento: esta es la etapa del "Startup", hay una idea clara, hay capital, pero sobretodo hay deseo de hacer y desarrollar, esta es la etapa más difícil, es cuando se presentan las mayores complejidades, pues hay que resolver y corregir procesos y estructuras, así como invertir, sin ganancias.

Mantenimiento: esta es la etapa de la paciencia, se logran los costos, pero no se ve un beneficio más que el de sostenerse y mantenerse, es dura pero muestra si el negocio es realmente viable y capaz de seguir adelante.

Crecimiento: aquí es cuando se logra el negocio verdadero, empieza a crecer, da ganancia y produce satisfacción inmediata, cuidado, aún falta mucho por seguir adelante.

Madurez: es el punto más álgido del negocio, está en su punto, es estable, da ganancia es satisfactorio. Momento de planear el nuevo ciclo para empezar un nuevo negocio.

Decaimiento: como todo ciclo tiene y viene una etapa en la cual el negocio se vuelve lento, pesado o se caen sus beneficios, es natural, momento de aceptar para desarrollar lo nuevo y hacer algo superior o mejorado.

Muerte: como todo, por servir se acaba, los negocios también tienen un punto en el cual hay que cerrar o cambiar por completo, cambiar o morir dice el dicho.

No existen lapsos específicos para cada etapa, se ven afectadas por el modelo de negocio, la estructura, el ciclo de la economía y una serie de variables del entorno que debemos monitorear constantemente para mantener al máximo la rentabilidad de nuestro proyecto.

Por ello, el INEGI desarrolló una línea de investigación denominada Demografía Económica, cuyo objetivo es dar a conocer los principales indicadores de fenómenos relacionados con los niveles de supervivencia, muerte y años de vida de los negocios en México. Entre los principales resultados se encuentran los siguientes:

Los indicadores de demografía económica tienen comportamientos diferentes por sector de actividad. Para el sector manufacturero casi 7 de cada 10 negocios llegan con vida al cumplir el primer año, para los sectores comercio y servicios privados no financieros este indicador se reduce a poco más de 6 de cada 10 que ingresan a la actividad económica. En cuanto a la esperanza de vida al nacer, los negocios manufactureros son los que tienen más alto este indicador, 9 años y medio por vivir en promedio, le siguen los servicios privados no financieros con 8 años, los de mayor volatilidad los comerciales con 6.6 años de vida. El promedio general de los tres sectores en conjunto se estima en 7.7 años de vida al nacer como lo muestra la tabla 3 siguiente:

Tabla 3

Probabilidad de supervivencia y esperanza de vida por sector de actividad en el primer año de vida de los negocios.

SECTOR	PROBABILIDAD DE SUPERVIVENCIA DURANTE EL PRIMER AÑO DE VIDA	ESPERANZA DE VIDA AL NACER (AÑOS DE VIDA FUTURA)
MANUFACTURAS	0.68	9.5
COMERCIO	0.62	6.6
SERVICIO PRIVADOS NO FINANCIEROS	0.64	8
LOS TRES SECTORES	0.64	7.7

Fuente: Tomada de INEGI, esperanza de vida de los negocios en México 2014.

Los indicadores de demografía económica tienen diferentes comportamientos dependiendo del tamaño de los negocios. La probabilidad de muerte es mayor conforme los negocios son más pequeños, por ejemplo los de 0-2 personas ocupadas; cuatro de cada diez mueren durante el primer año de vida y su esperanza de vida al nacer es de casi 7 años. Esta probabilidad decrece conforme los negocios son más grandes y la esperanza de vida tiene un comportamiento creciente conforme aumenta el tamaño tal como se denota en tabla 4.

Tabla 4

Probabilidad de muerte y esperanza de vida en el primer año para negocios de 0-100 personas ocupadas.

TAMAÑO DE LOS NEGOCIOS (PERSONAS OCUPADAS)	PROBABILIDAD DE MUERTE AL PRIMER AÑO DE VIDA	ESPERANZA DE VIDA AL NACER (AÑOS FUTUROS DE VIDA)
0-2	0.38	6.9
3-5	32	8.4
6-10	0.17	15
11-15	0.18	20.7
16-20	0.15	23.3
21-30	0.12	22
31-50	0.09	22
51-100	0.07	22

Fuente: tomada de INEGI, esperanza de vida de los negocios en México 2014.

Los resultados expuestos fueron calculados mediante una metodología basada en el seguimiento de varias generaciones de negocios sustentada en la fuente de información más robusta para este tipo de estudios: los Censos Económicos, desde 1989 hasta 2009. Los diversos procedimientos que estructuran la metodología empleada permitieron encontrar las funciones matemáticas que modelan el fenómeno de supervivencia de los negocios y por medio de éstas se obtuvieron las “tablas de supervivencia y mortalidad” que concentran la distribución por edad de los indicadores según sector económico y medida de tamaño de los negocios, con cobertura nacional.

La esperanza de vida de los negocios.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) publicó recientemente el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE 2015) cuya base de datos fue comparada con la edición de este producto de los años (2010-

2015). En este intervalo se observaron un conjunto de indicadores que expresan la movilidad demográfica en un lapso de cinco años de las muertes y nacimientos de los negocios. A continuación se muestran los principales resultados:

- En el DENUE 2010 se registraron 4.3 millones de negocios y durante el periodo mencionado se observaron 1.6 millones de establecimientos que murieron.
- En el DENUE 2015 se registraron 4.9 millones de establecimientos, observándose que 2.2 millones fueron nuevos negocios (nacimientos).
- De las muertes acaecidas durante el periodo, respecto al año 2010, el 17.4% corresponde al Comercio, 14.4% a los Servicios, 3.5% a las Manufacturas y el 2.3% a otros sectores.
- De los nacimientos con respecto a 2010, el 21.7% lo representa el Comercio, 21.5% los Servicios, 5.3% las Manufacturas y 2.8% otros sectores.
- Las muertes y nacimientos por tamaño están concentradas en los negocios de 0 a 5 personas ocupadas: 34.3% de las muertes y 46.4% de los nuevos establecimientos.

Las muertes por entidad federativa se presentan en mayor medida dentro de las entidades de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas, Guerrero, Morelos, Estado de México, Tabasco, Campeche y Quintana Roo; mismas que denotan porcentajes de muertes dentro en cada entidad que oscilan entre el 40.0 y el 53.0 por ciento. Las entidades con mayor porcentaje de nacimientos durante el periodo son: Baja California, Baja California

Sur, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Hidalgo, Estado de México, Morelos, Oaxaca, Tabasco y Quintana Roo; estas entidades muestran dentro de ellas porcentajes de nacimientos que van de 46.0 a 55.6 por ciento.

Los indicadores de demografía económica tienen diferentes comportamientos dependiendo del tamaño de los negocios, tal como se muestra a continuación en la tabla 5.

Tabla 5

Edad de madurez y porcentaje de negocios que sobreviven a partir de estas edades

TAMAÑO (PERSONAS OCUPADAS)	0 A 5	6 A 15	16 A 30	31 A 100
EDAD MADURA (AÑOS)	20	20	20	20
PORCENTAJE DE SOBREVIVIENTES A EDAD MADURA	11	25	43	65

Fuente: tomada de INEGI, esperanza de vida de los negocios en México 2014

De esta tabla es factible extender la interpretación de los indicadores de demografía en estos tamaños de negocios mediante el análisis siguiente:

- Para el caso de 0 a 5 personas ocupadas al llegar a la edad 20, sólo permanecen con vida 11 de cada 100 negocios que ingresaron.
- En el extremo opuesto del cuadro, los negocios a partir de los 20 años, permanecen con vida 65 de cada 100 negocios que ingresaron.

Propuestas del éxito para las MIPYMES.

A fin de que la pequeña empresa tenga éxito, se debe saber tanto acerca de sus competidores como acerca de su propia empresa y sus propios negocios. Desafortunadamente, muchos dueños de pequeñas empresas cometen el error de esperar hasta que un competidor haya abierto una tienda enfrente y esté recibiendo ganancia para averiguar contra quién y qué están compitiendo.

Un análisis de la competencia le permite identificar a sus competidores y evaluar sus respectivas fortalezas y debilidades. Al conocer las acciones de sus competidores, comprenderá mejor qué productos o servicios debe ofrecer, cómo los puede comercializar de manera efectiva y cómo puede posicionar su negocio.

El análisis de la competencia es un proceso continuo. Siempre debe reunir información acerca de sus competidores. Visite sus sitios Web. Lea la literatura y folletos de sus productos. Investigue sus productos. Observe cómo se presentan en exposiciones comerciales. Lea sobre ellos en publicaciones comerciales de la industria. Hable con sus clientes para averiguar cómo se sienten respecto a los productos o servicios de la competencia.

Actualmente las pequeñas y medianas empresas se encuentran en una situación difícil debida a las condiciones poco favorables a consecuencia de la apertura comercial a falta de liquidez en el mercado, la exigencia cada vez mayor en la calidad de los productos y/o servicios que ofrecen, la creciente necesidad de obstruir tecnología obsoleta por una nueva.

En la presentación del modelo se plantea la siguiente priorización de problemas identificados comúnmente en las para MIPYMES.

1. Capacitación y reconocimiento de los empleados.
2. Planificación estratégica.
3. El sistema de gestión no considera el trabajo en equipo, como un elemento de aumento de la calidad y productividad.
4. Liderazgo y apoyo de la alta administración en actividades de fomento de la calidad
5. Ejecución y diseño de los trabajos deficientes.
6. Servicios de mantenimiento y garantía.
7. Incumplimiento en plazos de entrega de los productos y servicios.
8. No existen medidas de prevención, reducción y control de residuos contaminantes.

En el área de resolución de problemas es necesario distinguir entre la causa y el efecto, o lo que es lo mismo, tratar de identificar oportunidades para la mejora, una vez que sean definidas las causas o bien las oportunidades, se puede proceder a generar tantas mejoras como sea posible, considerando variadas estrategias y que incluyan, según sea conveniente acciones correctivas y/o preventivas, así como también mejoras activas, graduales o drásticas (Luis, 2014).

Para la realización de dicha investigación se deben tomar en cuenta las siguientes limitantes, que le permiten evaluar las operaciones internas de la

empresa, el empresario puede realizar su evaluación para determinar alternativas de solución a través de los siguientes esquemas de atención:

- Mercado: Cómo se exploran y utilizan las señales del mercado para desarrollar una posición competitiva fuerte dentro de él.
- Competencia: Hasta qué punto la empresa puede sostener a lo largo del tiempo una posición siempre competitiva a pesar de las acciones que desplieguen sus competidores.
- Mercadeo: En qué medida la empresa amplía sus mercados y multiplica su capacidad de penetración a través de acciones de promoción e instancias de distribución.
- Precios: Hasta qué punto los precios aseguran un buen equilibrio entre la satisfacción del cliente y las aspiraciones de rentabilidad de la empresa.
- Producto: En qué medida los productos de la empresa responden a las necesidades de sus clientes y generan a los accionistas beneficios significativos.
- Costos: Cómo se asegura un control adecuado de los costos desde su origen para procurar el máximo margen de beneficios.
- Compras: Cómo asegura la empresa la dotación oportuna de materiales y componentes a todo lo largo del proceso de producción.
- Calidad: Cómo responde la empresa a su compromiso de procurar la máxima satisfacción de las expectativas de sus clientes.

- Tecnología:En qué medida la experiencia productiva, los conocimientos y la investigación pueden contribuir a mejorar los resultados y la capacidad competitiva de la empresa.
- Medio Ambiente:En qué grado la empresa ha asumido y está enfrentando su responsabilidad de asegurar un desarrollo sustentable en el largo plazo.
- Energía:En qué medida se procura en la empresa el máximo aprovechamiento de los energéticos que utiliza.
- Personal:Cómo se propicia el desarrollo de una organización sana y dinámica, que ofrezca a todo su personal oportunidades interesantes de crecimiento.
- Capacitación:Cómo se estimula e impulsa el desarrollo del potencial de los miembros de la organización de la empresa para contribuir a su fortalecimiento.
- Dirección y Administración:Cómo se armonizan todos los recursos de la empresa para conducirla a la realización plena y creciente de sus propósitos.
- Finanzas:Cómo se consiguen, cuánto cuestan y cómo se aprovechan los recursos financieros invertidos en la empresa.
- Comercio Exterior:Como contribuye la exportación al desarrollo futuro de la empresa y cómo se prepara para ello.
- Informática:En qué medida se aprovechan en la empresa las ventajas de las Tecnologías de información para impulsar su desarrollo estratégico.

- **Mantenimiento:** Como se utilizan la experiencia y el conocimiento desarrollados a partir de la función de mantenimiento como contribución a la generación de valor.

El mejoramiento continuo es una herramienta fundamental para todas las empresas porque les permite renovar los procesos administrativos que ellos realizan, lo cual hace que las organizaciones estén en constante actualización; además permite que sean más eficientes y competitivas, fortalezas que le ayudarán a permanecer en el mercado.

Características de las propuestas de mejora. El proceso de Mejora de la Productividad y Calidad es una acción permanente e iterativa de toda la organización, es una actitud que se desarrolla por parte de todo el personal y que permite mantener el interés por la innovación, por la creatividad, por hacer las cosas cada vez mejor y satisfacer en mayor medida las necesidades de los clientes.

Alternativas de solución. En el área de resolución de problemas es necesario distinguir entre la causa y el efecto, o lo que es lo mismo, tratar de identificar oportunidades para la mejora, una vez que sean definidas las causas o bien las oportunidades, se puede proceder a generar tantas mejoras como sea posible, considerando variadas estrategias y que incluyan, según sea conveniente acciones correctivas y/o preventivas, así como también mejoras activas, graduales o drásticas.

1. Identificar la situación actual de las MIPYMES frente al comercio mundial.
2. Analizar las debilidades y las fortalezas de las MIPYMES.
3. Conocer la tecnología con que cuenta y como enfrenta el futuro inmediato, por lo que el desarrollar una análisis de Fortalezas, Amenazas, Oportunidades apoyaría como base en la mejora o alternativa de solución.

Una forma eficaz de posicionarse en la mente de sus prospectos es utilizar el servicio de atención al cliente como elemento diferenciador, actualmente es este uno de los puntos más vulnerables de su competencia, ya que según estudios realizados la atención al cliente por internet sigue siendo en muchos casos deficiente, por lo cual puede usar esta debilidad de su competencia en beneficio de sus clientes y para fortalecer su negocio. Las siguientes son algunas de las razones adicionales por las cuales un competidor puede tener ventaja sobre su negocio:

- Ubicación geográfica.
- Variedad y calidad de productos o servicios.
- Precios más bajos.
- Existencia permanente de productos.
- Promociones y publicidad.
- Ofrece otros atractivos a la clientela (servicios adicionales).
- La ventaja competitiva puede lograrse:
 - Teniendo costos más bajos que el competidor.
 - Ofreciendo productos diferentes de los del competidor.

- Especializándose en un grupo específico de clientes en vez de tratar de abarcar a todos los consumidores.

Para ello, existe toda una gama de servicios adicionales, atención, facilidades de pago, ubicación, horario, entre otros.

Apoyos Gubernamentales

El gobierno federal a través de sus diferentes dependencias ha buscado poner a su disposición de los sectores productivos del país una serie de programas que sirvan de apoyo para la consecución de los fines en ellos establecido. En la actualidad se han detectado 151 programas de apoyos que sirven para el fomento y desarrollo de las MIPYMES en México de acuerdo a la información emanada en el informe de la Comisión Intersecretarial de Política Industrial de mes de marzo del año 2003 como se muestra a continuación.

Tabla 6
Tipos de programas y cantidad de programas.

APOYOS Y ESTIMULOS FISCALES	22
APOYO A LAS ACTIVIDADES EXCLUSIVAS DE LAS DEPENDENCIA Y ENTIDADES	21
SISTEMA DE INFORMACION	2
SERVICIOS DE ORIENTACION Y CONCERTACION INTERINSTITUCIONAL	15
CAPACITACION, ASISTENCIA TECNICA Y CONSULTORIA EMPRESARIAL	39
CREDITOS, CAPITAL DE RIESGO Y SUBSIDIO DE CONSEJO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA (CONACYT), EL FONDO NACIONAL DE APOYO A EMPRESAS SOCIALES (FONAES) Y LA SECRETARIA DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (SEMARNAT)	13
CREDITOS Y SERVICIOS FINANCIEROS QUE OTORGA LA BANCA DE DESARROLLO	30
DESARROLLO REGIONAL Y ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS	9
TOTAL	151

Fuente: tomada de COMISION INTERSECRETARIAL DE POLITICA INDUSTRIAL 2003

De acuerdo con la información obtenida del catálogo de programas para el fomento empresarial 2009, las instituciones en donde se encuentran los programas de fomento son en la banca de desarrollo que corresponden 24 programas son opciones de financiamiento que se encuentran en algunas de las instituciones de la Banca de Desarrollo y 29 son administrados por alguna de las Secretarías del Estado por CONACYT, que corresponden a los programas de fomento, dando un total de 53 programas o productos financieros a los que pueden acceder los diferentes sectores económicos: empresarial, académico, de investigación, gubernamental y organismos mixtos, tal como se muestra en la *tabla 7* siguiente.

Tabla 7

Instituciones participantes en los programas de fomento a las MIPYMES.

INSTITUCION	Nº	INSTITUCION	Nº
CONACYT	15	SE	11
NAFIN	14	FIRA	5
BANCOMEX	5	S RE	1
STPS	1	SAGARPA	1
TOTAL DE PROGRAMAS			53

Fuente: Foro Consultivo Científico y Tecnológico, con Información obtenida en las páginas electrónicas de los diferentes programas y dependencias públicas.

Situación actual.

Actualmente Tabasco cuenta con un total de 59,973 unidades económicas de los cuales 11.65 pertenecen al sector de industrias manufactureras, 43.3 al sector comercio, 40.7 a los servicios privados no financieros y 5.5 al resto.(INEGI, 2015)se visualisa en la tabla 8.

Tabla 8*Características principales de las unidades económicas por tipo de actividad*

VARIABLE	SECTOR	UNIDADES ECONOMICAS TABASCO	% CON RESPECTO AL TOTAL NACIONAL	NACIONAL
UNIDADES ECONOMICAS	TOTAL DE LOS SECTORES	59,973	1.4	4,230,745
	PESCA Y ACUICULTURA	2,274	11.1	20,407
	MINERIA	37	1.2	3,032
	ELECTRICIDAD, AGUA Y GAS	17	0.6	2,721
	CONSTRUCCION	345	2	17,063
	MANUFACTURAS	5,075	1	489,530
	COMERCIO	27,197	1.3	2,042,641
	TRANSPORTE, CORREOS Y ALMACENAMIENTO	288	1.6	17,989
	SERVICIOS FINANCIEROS Y DE SEGUROS	351	1.5	23,761
	SERVICIOS PRIVADOS NO FINANCIEROS	24,389	1.5	1,613,601

Fuente: Tomada de (INEGI, 2015).

Resultados

La investigación del ciclo de vida de las MIPYMES en el Estado de Tabasco nos muestran que la economía tabasqueña tiene un menor crecimiento económico a nivel nacional en el sector de las micros, pequeñas y medianas empresas, con una tasa de crecimiento de 19.9% de las cuales mueren 28.8% teniendo un crecimiento de -8.9% para la entidad.

En los últimos años el gobierno ha contribuido al mejoramiento de las MIPYMES pero ésta no es suficiente ya que en los datos obtenidos en la investigación, arroja que para el caso de las micros empresas al llegar a la edad de 20, sólo permanecen con vida 11 de cada 100 negocios que ingresaron. En el extremo opuesto las medianas empresas a partir de los 20 años, permanecen con vida 65 de cada 100 negocios que ingresaron. El promedio general de los tres sectores en conjunto se estima en 7.7 años de vida al nacer.

La productividad relativa de Tabasco es de 23.9% para el sector agropecuario; 155.1% para el industrial y 126.4% para servicios. Es decir, la productividad por sectores en este Estado es heterogénea, se puede afirmar que la economía tabasqueña tiene un grado de madurez en el ciclo de vida de las MIPYMES en la entidad; donde es un punto muy importante el cual es estable y difícil de mantener por los constantes cambios ya sea tecnológico o rotación del personal, esto afectan los factores interno y externo de las MIPYMES.

Tabasco representa más del 95% de las unidades económicas que es un total de 59,973 de las micros, pequeñas y medianas empresas registradas por el INEGI, y ocupan más del 80% de la población de las cuales 11.65 pertenecen al sector de industrias manufactureras, 43.3 al sector comercio, 40.7 a los servicios privados no financieros y 5.5 al resto.(INEGI, 2015). La situación del Estado de Tabasco es preocupante teniendo un menor crecimiento económico, que afectan a las familias tabasqueñas.

Discusión.

El resaltar la importancia de las MIPYMES en el Estado de Tabasco representa un excelente medio para impulsar una mejor distribución de la riqueza y desarrollo económico. A pesar de esto tiene muchas limitantes como la falta de atención a la calidad, los recursos humanos son pocos calificados, la escases de recursos, falta de autoridad, factores políticos y tecnológicos sobretodo el comercio en el exterior, esto provoca problemas que hacen que las MIPYMES tenga una duración de vida al nacer de 7.7 en un promedio general en conjunto de los tres sectores, el cual se estima que el ciclo de vida de las MIPYMES es demasiada corta.

El descuido de no monitorear constantemente el entorno de los negocios, para mantener al máximo la rentabilidad del proyecto que ocasiona la muerte de las micros, pequeñas y medianas empresas; se debe de estar al pendiente de sus competidores, de los clientes y su equipos de trabajo, ya que estos son factores de iniciativas de riesgo al constituir una empresa, sobretodo en la permanencia de las MIPYMES.

Para el mejoramiento de la productividad es necesario establecer un modelo específico para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) de las MIPYMES.

En el mercado actual el Estado de Tabasco tiene un comportamiento de las MIPYMES en menor crecimiento, lo que causa que la economía tabasqueña decaiga, por lo tanto el ciclo de vida de las MIPYMES en el Estado de Tabasco es

demasiado corta, esto es lo que muestra la investigación previa, tomándolo como punto de partida de los hallazgos obtenidos para las futuras investigaciones sobre las micros, pequeñas y medianas empresas, para el mejoramiento y desarrollo de la economía tabasqueña y por supuesto, del país.

Conclusión.

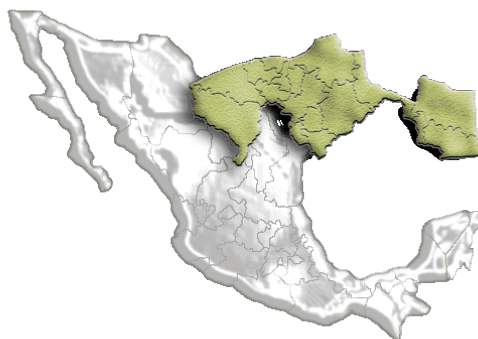
Este trabajo nos muestra la importancia y la relevancia que tiene el ciclo de vida de las micros, pequeñas y medianas empresas, las razones del alto índice de fracaso se atribuyen al entorno económico, político, y social. Un mercado competitivo que incluye desafíos para la superación; la falta de sistema y herramientas de información, control y planificación de la permanencia de las MIPYMES.

Las empresas evolucionan constantemente, por ello es esencial tener en cuenta las diferentes fases del ciclo de vida para las micros, pequeñas y medianas empresas, estar al tanto de su dinámica, retos y oportunidades que se presentan, pues nos permitirá interpretar el progreso del negocio y tomar decisiones al respecto para responder de una manera eficaz y eficiente a los constantes cambios y tendencias que se producen. Las propuestas de mejoramiento debe tener una continuidad porque en ella se refleja los resultados satisfactorios, con menor tiempo y utilizando el mínimo de los recursos posibles.

Apéndice

Figura 1

Representación del área geográfica del Estado de Tabasco



Tabasco

Figura 1: tomada de SIEM

La información obtenida pertenece sólo a las empresas registradas en el(SIEM, 2016) y no a la totalidad de las existentes en el país, como se muestra en la siguiente *tabla 9*.

Tabla 9

Empresas registradas en el SIEM

MUNICIPIOS	EMPRESAS
BALANCAN:	64
CARDENAS:	656
CENTLA:	45
CENTRO:	5065
COMALCALCO:	575
CUNDUACAN:	226
EMILIANO ZAPATA:	129
HUIMANGUILLO:	216
JALAPA:	73
JALPA DE MENDEZ:	114
JONUTA:	45
MACUSPANA:	292
NACAJUCA:	128
PARAISO:	248
TACOTALPA:	52
TEAPA:	66
TENOSIQUE:	82
TOTAL:	8076

Fuente: Tomada de SIEM (SIEM, 2016).

Apoyos a MIPYMES

El Plan Estatal de Desarrollo del Estado 2007 - 2012. Para apoyar a las MIPYMES, se han implementado esquemas que permitan incrementar los apoyos a empresas y emprendedores vinculando esfuerzo federales y estatales, a través del Fondo PYME.

Como ejemplo se tiene a fin de contribuir al Desarrollo Económico de Cárdenas, y como parte del Programa Emergente a Micros, Pequeñas y Medianas

Empresas (MIPYMES), se apoyó a empresarios de la localidad con créditos por el orden de un millón 172 mil pesos. Mario de la Cruz Sarabia, secretario de Desarrollo Económico, en gira por el municipio de Cárdenas, recorrió 3 empresas cardenenses: dos apoyadas por el Fondo Empresarial Tabasco (FET, 2012) y una más fue supervisada para su posible aprobación de crédito. De esta forma, y en respuesta al interés de Héctor Tapia Ortiz y María Melitona Quirarte Quintero para mejorar la empresa Bordados Marhec, S. A. de C. V., la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO, 2007) les otorgó un crédito de 372 mil pesos de los cuales 280 son vía refaccionario y 92 mil como crédito de avío, con límite de pago de 4 y 3 años respectivamente.

Lo anterior para la mejora y remodelación de infraestructura y compra de una maquinaria bordadora marca YIRET para incrementar la producción de la empresa textil dedicada a la fabricación de prendas de vestir y uniformes. Bordados Marhec fue fundada hace 5 años, tiene un total de 17 empleados, cuenta con 12 máquinas de costura y tres de bordados con capacidad para 14 prendas. Asimismo quedó latente la posibilidad de que la (SEDECO, 2007) amplié su crédito con esta empresa para fines de crecimiento. Acompañado de Enrique Nadal del Río, subsecretario de Competitividad y Fomento Empresarial, así como de Amín Palacios Espinosa, delegado de Nacional Financiera en el Estado, el titular de (SEDECO, 2007), supervisó las nuevas instalaciones de la empresa "Viajes Chontalpa, S. A. de C. V., propiedad de Miguel Moreno, que también fue apoyada con 800 mil pesos del (FET, 2012) y como parte de la gestión hecha por la Canaco, Cárdenas. Finalmente de la Cruz Sarabia recorrió la empresa "Bebidas y Botanas

del Sureste S.A. de C. V., propiedad de Gabriel Cordero Ramón quien desde hace 8 años produce la marca “Friolito” refresco sin gas y bolis de sabores y quien manifestó al funcionario estatal su interés por expandirse, teniendo como respuesta la oportunidad de que la (SEDECO, 2007) le brinde la orientación correspondiente para ser apoyado.

Referencias Bibliográficas

087/15I, B. D. (18 de FEBRERO de 2015). *INEGI*. Obtenido de

http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_02_38.pdf

Aguilera, R. E. (s.f.). *COLPARMEX.ORG*. Obtenido de

COLPARMEX.ORG/REVISTA:

<http://www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm>

Bertalanffy, V. (s.f.).

Correa, J. E. (s.f.). *EUMED.NET*.

CreceNegocios. (22 de 10 de 2010). *CreceNegocios* . Obtenido de

<http://www.crecenegocios.com/concepto-de-empresario/>

Durán, R. (2002).

Empresarial, f. (2009).

Federación, D. O. (28 de FEBRERO de 2013). *Fondo PYMES*. Obtenido de Fondo

PYMES:

http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5289919&fecha=28/02/201

3

Figuroa. (2000). *STUDYLIB*. Obtenido de

<http://studylib.es/doc/61885/pequ%C3%A9%C3%B1as-y-medianas-empresas>

Financiera, N. (s.f.). *instituto PYME* . Obtenido de

<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3533/Factores-internos>

Grabinsky. (1992).

HERRAMIENTAS PYMES. (2015).

<http://www.cnnexpansion.com/emprendedores/2012/04/05/el-fracaso-acecha-a-pymes-mexicanas>. (s.f.).

<http://www.colpamex.org/Revista/Art11/55.htm>. (s.f.).

<http://www.inegi.org.mx/>. (s.f.).

http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales2015_02_38.pdf. (s.f.).

INEGI. (2012).

INEGI. (18 de Febrero de 2015). *INEGI*. Obtenido de Esperanza de vida de los negocios :

http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2015/especiales/especiales_2015_02_38.pdf

Longenecker. (2001).

Luis, C. G. (2014).

M en C. Hortensia Eliseo Dantés, M. e. (2010). ANTECEDENTES EN TABASCO .
En *“Análisis Comparativo De La Competitividad De Los Estados De Tabasco Y. VILLAHERMOSA, TAB.* Obtenido de M en C. Elsi del Carmen Montejo Castro. .

Martha Esmeralda Zúñiga Castillo, D. G. (s.f.). LA PROPUESTAS DE MEJORA,
UNA ALTERNATIVA DE SOLUCIÓN PARA. *itson, PUBLICACIONES* .

Martinez, D. N. (diciembre de 2009). impacto económico de las pymes en México.
En *Instituto Politecnico Nacional* (págs. 37-38). MÉxico D.F.

Nacional Financiera, S. (2016). *HERRAMIENTAS PYMES* . Obtenido de
INSTITUTO PYMES, LOS COMPETIDORES :
<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/3530/Los-competidores>

Network, A. E. (s.f.). *HERRAMIENTAS PYMES* . Obtenido de FONDO PYMES,
Análisis efectivo de la competencia:
<http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/531/An%C3%A1lisis-efectivo-de-la-competencia>

PROMEXICO. (2015). *Promexico.gob*. Recuperado el 2016, de PROMEXICO:

<http://www.promexico.gob.mx/negocios-internacionales/pymes-eslabon-fundamental-para-el-crecimiento-en-mexico.html>

Rodríguez., F. A. (22 de agosto de 2013). *pymempresario*. Obtenido de

<http://www.pymempresario.com/2013/08/etapas-de-vida-del-negocio/>

SEDECO. (s.f.).