

# **COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN MYPES DEL SECTOR SERVICIOS EN EL ESTADO DE TABASCO, MÉXICO**

Juan Carlos Mandujano Contreras, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

juancarlosmandujano@hotmail.com

María Fernanda Ramos Alegría, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

marifer1102@hotmail.com

Concepción Reyes De La Cruz, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

concepcionreyesdelacruz@hotmail.com

Leticia Rodríguez Ocaña, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

letiro6@hotmail.com

## **RESUMEN**

Este estudio surge ante la situación de decremento de empresas de servicios en el estado de Tabasco en los últimos años, específicamente de Micro y pequeñas empresas (MyPEs) del sector servicios. Tiene como objetivo ofrecer una herramienta que permita mejorar la atención al cliente con base en la gestión del conocimiento y competencias emprendedoras que faculte a los empresarios tabasqueños para sobrevivir al mercado, y a los nuevos empresarios los provea de información elemental para el desarrollo de su negocio y brinde las pautas para que estas no sean parte de las empresas que año con año cesan operaciones. El estudio consta de dos fases, la primera desea conocer por medio de entrevistas las técnicas de gestión de conocimiento aplicadas actualmente por los empresarios tabasqueños, así como la satisfacción de los clientes a través de indicadores indirectos; y en la segunda fase, determinar a través de encuestas las competencias emprendedoras más comunes en los empresarios tabasqueños. Esta última variable será la que se abordará en el presente trabajo.

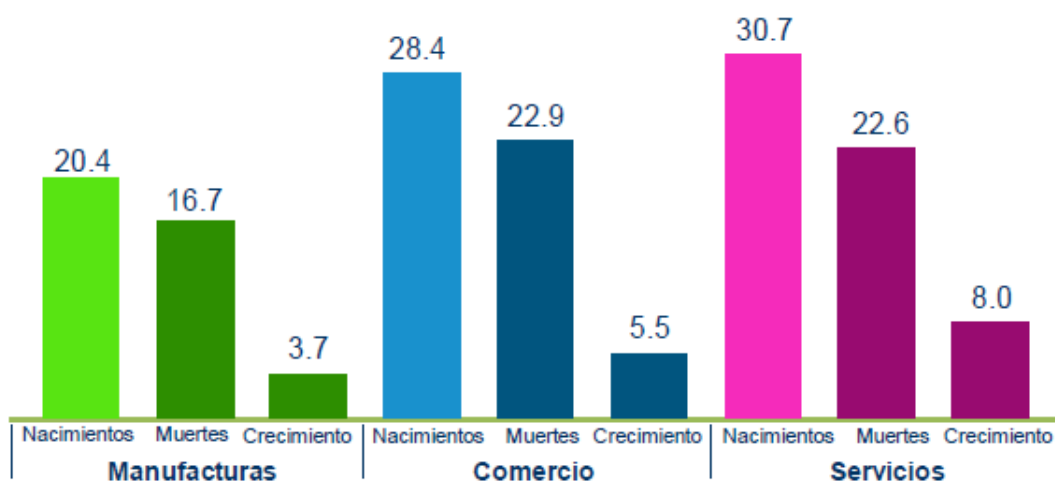
## **REVISION LITERARIA**

Tabasco es considerado puerta de entrada al sureste mexicano debido a su situación geográfica y a la infraestructura con la que cuenta. Se considera la principal entidad prestadora de servicios de la región.

En 2012, el INEGI presentó el Análisis de la demografía de los establecimientos 2012, ubicados en el territorio nacional, para los sectores de industrias manufactureras, comercio y servicios privados no financieros (INEGI, 2013).

Según los datos de este análisis se observó que, a nivel nacional, los establecimientos de servicios tienen el mayor dinamismo, con un crecimiento neto de 8.0%, mientras que el sector con menor dinamismo es el de industrias manufactureras con un crecimiento neto de 3.7% a nivel nacional. En total, nacieron 1,135,089 establecimientos, de los cuales el sector de industrias manufactureras presentó la menor proporción con 20.4%, el sector comercio de 28.4% y el sector de servicios privados no financieros registró la mayor proporción con 30.7%.

Con respecto a las muertes de establecimientos (884,240), el sector de industrias manufactureras fue el que obtuvo la menor proporción con 16.7%, el sector de servicios el 22.6%, en tanto que el sector de comercio registró la proporción más alta con 22.9%.



*Figura 1*

*Porcentaje de nacimientos y muertes de establecimientos por sector de actividad en un periodo de 37 meses a nivel nacional (INEGI, 2013)*

Mientras que a nivel nacional, se presenta un crecimiento medio del 6.2% y estados como Colima y Puebla presentan crecimientos del 23.6% y 23.0%, respectivamente, el estado de Tabasco mostró, en el transcurso de 37 meses, un decremento de establecimientos. De los establecimientos existentes en 2009 (52,663); en los meses posteriores, nacieron el 18.3% y murieron el 26.4%. Por lo tanto, el crecimiento de establecimiento en Tabasco fue de -8.1%.

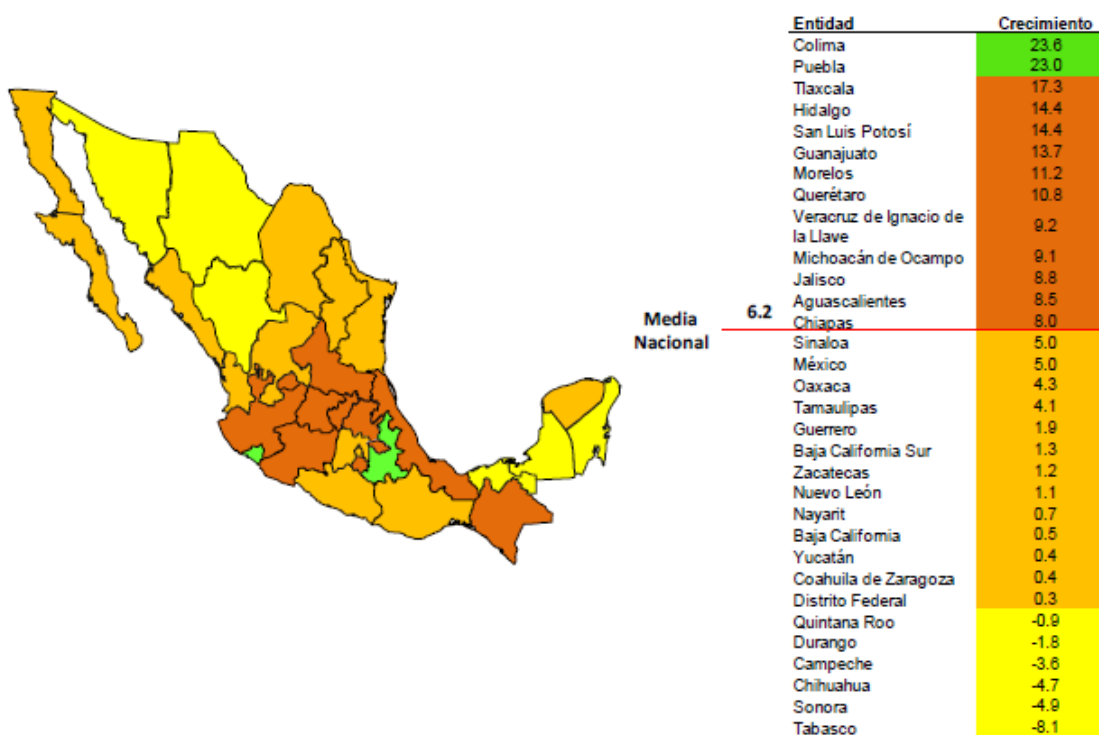
*Tabla 1*

*Proporciones de nacimientos y muertes de establecimientos en Tabasco en un periodo de 37 meses*

Entidad	Proporciones		
	Nacimientos	Muertes	Crecimiento
Tabasco	18.3	26.4	-8.1

Fuente: Elaboración propia con los datos recabados del INEGI, 2013

Como se muestra en el siguiente gráfico, Tabasco se encuentra en el último lugar de las entidades federativas en cuanto a Crecimiento de establecimientos con una cifra negativa de 8.1%.



*Figura 2*

*Crecimiento de establecimientos por entidad federativa en un periodo de 37 meses en porcentaje (INEGI, 2013)*

También es posible observar que las entidades en las que la proporción es superior a la media nacional, se encuentran localizadas en el centro del país, mientras que en las fronteras se ubican los establecimientos con un crecimiento menor a esta media, incluso las entidades que presentan un decremento.

Debido a la situación que presenta Tabasco en cuando al crecimiento de establecimientos, y la relación que existe entre esto y el personal ocupado en la entidad,

Tabasco se encuentra en la misma situación en cuanto al crecimiento que representa el personal ocupado en el mismo periodo de tiempo con un -9.6%.

A nivel nacional, nacen más establecimientos de Servicios y menos de industrias manufactureras. Mientras que en el estado de Tabasco, nacen más establecimientos dedicados al comercio y menos de servicios.

*Tabla 2*

*Proporciones de nacimientos y muertes de establecimientos por sector en el estado de Tabasco en un periodo de 37 meses*

Sector	Proporciones		
	Nacimientos	Muertes	Crecimiento
Comercio	21.5	25.8	-4.4
Servicios privados no financieros	15.5	28.8	-13.3
Industrias manufactureras	11.1	20.4	-9.3

Fuente: INEGI, 2013

En cuanto al personal ocupado por sector, en primer lugar se encuentran los de comercio, ya que son los que menos decrecen en comparación con los de servicios y manufactureras. Es el sector servicio el que menos empleos genera, ya que no ocupan mucho personal en las empresas que nacen, pero si son las que más desempleados dejan a su muerte.

*Tabla 3*

*Proporciones que representan el personal ocupado en los establecimientos que nacieron y los establecimientos que murieron en el estado de Tabasco por sector en un periodo de 37 meses*

Sector	Proporciones		
	Nacimientos	Muertes	Crecimiento
Comercio	24.0	26.1	-2.1
Servicios privados no financieros	13.8	32.5	-18.7
Industrias manufactureras	16.7	21.4	-4.7

Fuente: INEGI, 2013

Para lo sucesivo, es necesario apegarse a la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas según lo establecido por la Secretaría de Economía y publicado en el Diario Oficial de la Federación y que se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 4

*Estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas 2009*

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6
Pequeña	Comercio	Desde 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	Desde 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	Desde 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	Desde 51 hasta 100		
	Industria	Desde 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

\*Tope Máximo Combinado = (Trabajadores) X 10% + (Ventas Anuales) X 90%.

Fuente: Diario Oficial de la Federación, 2009

En el 2014, con fecha de actualización del 1 de Julio, el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM), tiene registradas 7,047 empresas en el estado de Tabasco, de las cuales el 98% está representado por las MyPEs. En su mayoría, estas empresas están localizadas en la ciudad de Villahermosa. Su distribución según su clasificación por número de empleados, se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 5

*Distribución de MiPyMes en el municipio de Centro*

Tamaño	Número de empresas	Proporción
Micro	3,992	83%
Pequeña	618	13%
Mediana	184	4%
<b>Total</b>	<b>4,794</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del SIEM, 2013

Las microempresas tienen una importante contribución en el crecimiento económico, la competitividad, la innovación y la creación de empleo en la capital del Estado. En el municipio de Centro existen empresas que, a pesar de todo, han sido exitosas, pero no está claro, por qué la mayoría de ellas se enfrentan a problemas

presentados por el mercado, sean éstos por parte de la competencia, los clientes, o de fuerzas internas.

El éxito o supervivencia de las empresas está relacionada con el éxito de los empleados, las buenas relaciones entre los integrantes del equipo de trabajo, el trato a los clientes, etc., es por ello que debe haber un equilibrio permanente entre las situaciones personales o familiares y las profesionales de cada uno de los integrantes de la empresa.

Debido a que existe una correlación entre gestión del conocimiento y éxito empresarial, es necesario que las empresas aprendan a adquirir información y transformarla en conocimiento, ya que es gracias a este que las empresas pueden innovar y volver eficaces sus rutinas organizativas (Arriaga, 2011).

En Villahermosa, existen casos de éxito en cuanto a servicio al cliente, pero no está claro cómo dichos casos están relacionados con la gestión del conocimiento. Además, el empresario no sabe qué hacer con la información que proviene tanto del interior de su empresa como del exterior, al parecer, no usan la gestión del conocimiento como estrategia para adquirir una ventaja competitiva frente a sus competidores, por lo que se pierde potencial creativo e innovador, con la consecuente pérdida de recursos económicos y financieros.

Por otra parte, no hay documentados mecanismos de transferencia que permitan que otras empresas sean exitosas o que se favorezca la formación de emprendedores jóvenes. Muchas empresas pierden oportunidad de tener éxito en el mercado tabasqueño no porque no ofrezcan un producto o servicio interesante, sino por la falta de información probablemente del mercado. Dejan de ganar participación en el mismo porque ofrecen productos que quizá no están de acuerdo con el perfil o hábitos del tabasqueño o con la región misma.

En general, se puede decir que en Villahermosa, las empresas de servicio son las que mayormente están dejando escapar la oportunidad de sobrevivir en el mercado por la falta de conocimiento de sus clientes y del entorno, ya que como se mencionó anteriormente son las que presentan un mayor decremento y por lo tanto pérdida de oportunidades de empleo para la población.

Este decremento en empresas de servicio podría encontrar solución con la aplicación de estrategias de gestión del conocimiento que permitan al empresario conocer la información proveniente de su entorno, en la parte interna, con qué cuenta la empresa, los conocimientos propios, las competencias emprendedoras de sus dirigentes, etc., para evitar fugas de capital intelectual, y en la parte externa, las que provengan de su mercado meta, las necesidades del mismo, expectativas, etc. y con esto incrementar la satisfacción de sus clientes. Estos elementos combinados, asegurarían la supervivencia en el mercado de estas empresas y ya que son muy pocos los empresarios que tienen el conocimiento de estos temas, con la elaboración de un modelo estratégico, las empresas de nueva creación podrían seguir los pasos de las empresas ya consolidadas y exitosas, mejorando su servicio al cliente con base en su gestión del conocimiento.

La gestión del conocimiento es considerada como un conjunto de procesos que sirven para identificar, crear, adquirir, transferir, usar o renovar el conocimiento estratégico de la empresa (Bárcena, Palma, & Dieste, 2005), el cual resulta benéfico a las empresas al facilitar su consolidación y crecimiento, sin embargo, en el estado de Tabasco, muchos empresarios desconocen la existencia de la misma, por lo que es necesario determinar, a partir de la experiencia de empresas tabasqueñas establecidas, cómo han logrado consolidarse, tomando en consideración las competencias emprendedoras de empresarios exitosos, ya que estas favorecen las iniciativas emprendedoras (Martínez & Carmona, 2009).

Es necesario que los empresarios tabasqueños estén conscientes que los actuales cambios en el mercado pueden llegar a afectar el rendimiento de su empresa y consecuentemente, el de sus ingresos. Con una buena gestión de los elementos internos de la empresa, adicionados con las competencias emprendedoras de su líder, las empresas tabasqueñas podrán incrementar la satisfacción de sus clientes, y así estimular el regreso frecuente y prolongado de estos debido a la satisfacción que saben les brindará esta (Valdivia, 2012), y así, podrán evitar, el fenómeno que se ha manifestado en los últimos años en Tabasco con el cese de operaciones de una gran cantidad de empresas.

Las competencias emprendedoras se refieren a aquellas que permiten a un individuo desarrollar un proyecto emprendedor con el que generar crecimiento económico y cohesión social, conformándose así como un proyecto social integrado (Martínez & Carmona, 2009). Estas tienen como característica principal que impulsan las iniciativas emprendedoras y le brindan al emprendedor una visión más amplia de las competencias más allá de lo laboral-empresarial.

Según Tejada (1999), existen cuatro características esenciales para el concepto de competencia (Martínez & Carmona, 2009):

- Conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes, que en combinación permiten al sujeto saber desenvolverse en lo profesional.
- Solo son definibles en la acción. Es necesario poner en práctica las competencias ya que no basta con el hecho de poseer tales cualidades.
- Experiencia. Esto implica la Es una de las características más destacables de las competencias ya que implica la formación y desarrollo de las capacidades del sujeto y supone una ventaja competitiva ya que de esta se derivan habilidades como fácil adaptación a las situaciones propias del empleo.
- Contexto. Las competencias no pueden existir si no están dentro del ambiente que permita ponerlas en práctica.

Sin embargo, Martínez y Carmona (2009), añadieron a estas características, el hecho de que las competencias son educables, misma que se encuentra relacionada con la

experiencia que propone Tejada (1999). Esta propuesta la representaron a través de un puzzle, ya que no se conciben las cinco características desligadas una de otras.

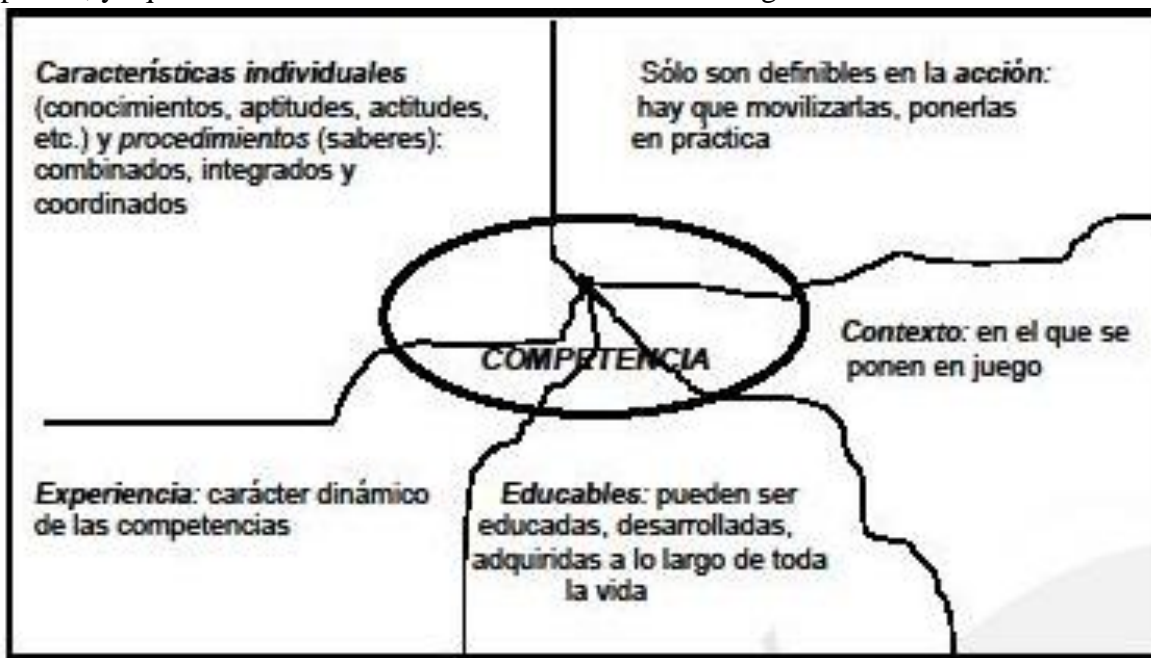


Figura 3

Representación en puzzle de la noción integrada de competencia (Martínez y Carmona, 2009)

### Tipos de competencias

Bunk (1994) asegura que las competencias están formadas a su vez por cuatro tipos de competencias, que van de lo técnico a lo social. En primer lugar menciona la competencia técnica, que es aquella en la que el individuo domina como experto las tareas y contenidos de su ambiente de trabajo, así como los conocimientos y destrezas para el mismo.

En segundo lugar se encuentra la competencia metodológica en la que el sujeto sabe reaccionar mediante la aplicación de procedimientos adecuados a las tareas que debe realizar. También hace mención de la competencia social, en la que el individuo sabe colaborar con otras personas de forma comunicativa y constructiva, y muestra un comportamiento orientado al equipo.

También menciona que la competencia participativa es aquella en la que el individuo sabe participar en la organización de su puesto y de su entorno de trabajo, este es capaz de organizar y decidir, y también está dispuesto a aceptar responsabilidades. Finalmente, Bunk menciona que estas cuatro competencias integradas, dan lugar a la competencia en acción. En la figura siguiente, se muestran los contenidos de cada una de estas competencias (Bunk, 1994).



<b>Competencia técnica</b> -Continuidad-	<b>Competencia metodológica</b> -Flexibilidad-	<b>Competencia social</b> -Sociabilidad-	<b>Competencia participativa</b> -Participación-
Conocimientos, destrezas, aptitudes	Procedimientos	Formas de comportamiento	Formas de organización
transciende los límites de la profesión	procedimiento de trabajo variable	individuales:	capacidad de coordinación
relacionada con la profesión	solución adaptada a la situación	disposición al trabajo	capacidad de organización
profundiza la profesión	resolución de problemas	capacidad de adaptación	capacidad de relación
amplía la profesión		capacidad de intervención	capacidad de convicción
relacionada con la empresa	pensamiento, trabajo, planificación, realización y control autónomos	interpersonales:	capacidad de decisión
	capacidad de adaptación	disposición a la cooperación	capacidad de responsabilidad
		honestidad	capacidad de dirección
		rectitud	
		altruismo	
		espíritu de equipo	
<b>Competencia de acción</b>			

*Figura 4*  
*Contenidos de las competencias (Bunk, 1994)*

En este estudio, se consideran las competencias emprendedoras de Palacios (1999), citadas por Barroso et al. (2013) que se enlistan a continuación:

1. **Espíritu emprendedor.** Se refiere a características propias de aquellos que identifican fácilmente oportunidades de negocio y que tienen contemplado ponerla en práctica bajo cualquier circunstancia.
2. **Necesidad de existir.** Implica sentir una gran necesidad de tener un negocio, con el conocimiento pleno que las ganancias no se verán reflejadas en el corto plazo o sacrificarlas con el objetivo de hacer crecer el negocio.
3. **Experiencia técnica previa.** Se refiere a tener conocimiento sobre el negocio mismo y lo que este implica.
4. **Tolerancia al riesgo.** Es la capacidad del sujeto a arriesgarse con estudios o planes como base.
5. **Trabajo arduo.** Se refiere al esfuerzo y dedicación al trabajo que el sujeto está dispuesto a realizar.
6. **Capacidad para reponerse y aprender.** Implica no darse por vencido ante situaciones de fracaso que se presenten, sino tomar lo mejor de estas y aprender para el futuro.
7. **Sociedad tolerante.** Se refiere a la capacidad de entendimiento entre los miembros de la empresa para aprender a trabajar en equipo.
8. **Credibilidad.** Se relaciona con ofrecer productos de calidad y tratar con respeto y aprecio a clientes y trabajadores.

9. **Priorizar.** Tener la habilidad para identificar y establecer prioridades para cumplirlas.
10. **Cultura familiar.** Gran parte del éxito de las empresas se logra otorgando el adecuado manejo a las relaciones familiares y las profesionales, debido a la creciente tendencia de crear empresas familiares.
11. **Profesionalismo del emprendedor.** Se refiere a la capacidad de desarrollar habilidades que permitan el crecimiento personal y de la empresa misma, así como el deseo de superación.

## METODOLOGIA

Como se mencionó al inicio de este trabajo, el presente estudio se enfoca en una de las fases de investigación del proyecto, esta fase es de tipo exploratorio, descriptivo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal en el que se utiliza un cuestionario de competencias emprendedoras para identificar cuáles son con las que cuentan los empresarios tabasqueños y determinar cuál es la más sobresaliente entre ellos.

### Muestra

De un total de 1,375 MyPEs del sector servicios en el estado de Tabasco registradas en el Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) al 2014, se calculó una muestra de 300 empresas considerando un 95% de confiabilidad y un 5% de error máximo permitido. Sin embargo, debido a que esta es una investigación en proceso, para fines de este trabajo, se presentan los datos obtenidos en la prueba piloto que representa un 5% de la muestra real. Ese número se prorateo entre las cinco subregiones en que se divide el estado de Tabasco en el acuerdo de actualización del Programa Estatal de Desarrollo Urbano y Ordenamiento Territorial (SEGOB, 1994), resultando la distribución que se muestra en la siguiente figura.



Figura 5

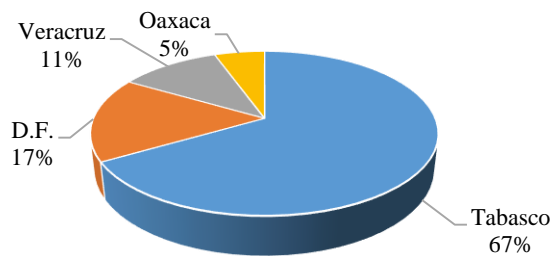
### *Distribución de participantes en el territorio de Tabasco*

Participan pequeños y medianos empresarios pertenecientes a las regiones, siendo entrevistados en cada una el dueño o responsable de la misma.

## **RESULTADOS**

En esta ocasión, se aplicaron los instrumentos de medición a restaurantes en el estado de Tabasco, este instrumento se divide en tres secciones, mismas que serán presentadas fielmente en esta investigación. La sección 1, buscaba ubicar a nuestros participantes con datos generales, mientras que en la segunda sección se presenta una escala de Likert en la que los participantes manifestarían las competencias emprendedoras que poseen. Finalmente, se presentan preguntas abiertas en las que se pretende conocer la percepción propia de las competencias de cada empresario, y de su entorno, así como comentarios adicionales que desearan manifestar.

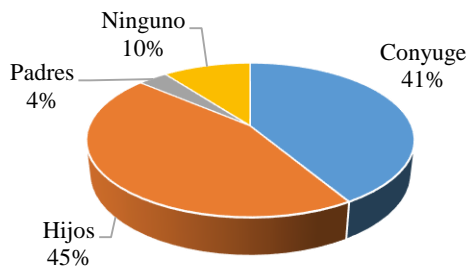
En la primera sección de la encuesta pudimos identificar que el 83% de los empresarios tabasqueños es de sexo masculino y en su mayoría (67%) son originarios de Tabasco, sin embargo en suma el 33% de los empresarios provienen de distintos estados.



*Gráfico 1*

*Estado de donde provienen los empresarios ubicados en el estado de Tabasco*

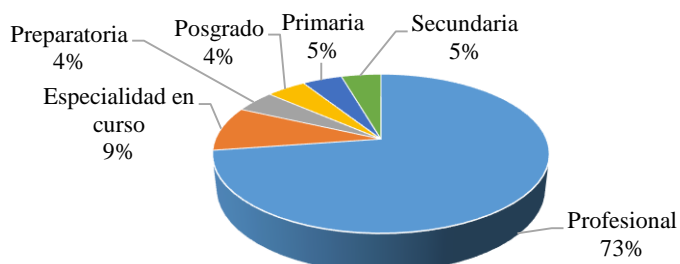
Solo poco más de la cuarta parte de la población encuestada son solteros, mientras que más de la mitad de los empresarios son casados, por lo que en un 90%, tienen dependientes económicos, principalmente hijos y conyugue.



*Gráfico 2*

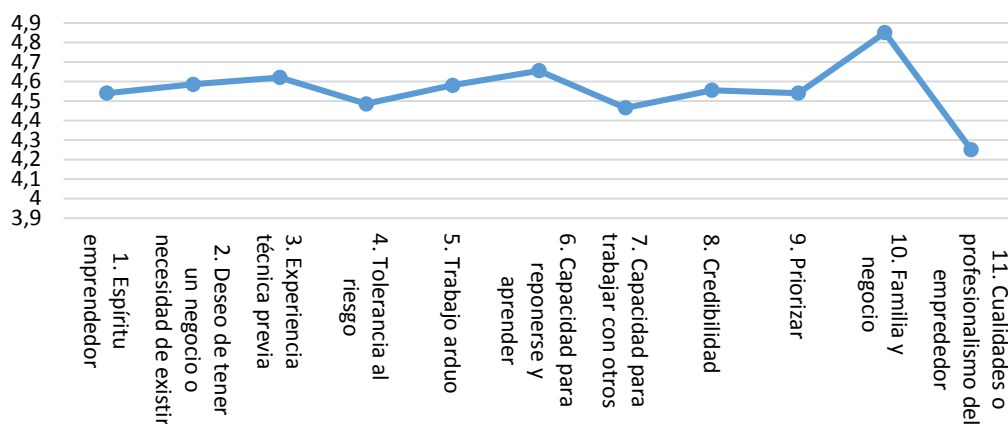
*Dependientes de los empresarios en Tabasco*

Actualmente, el 27% de los encuestados ya no estudia, sin embargo, el 14% de ellos tienen un nivel máximo de estudios de preparatoria o inferior. Mientras que los participantes que aún se encuentran estudiando son porque están cursando una especialidad. De los encuestados, solo el 77% tiene estudios profesionales o superiores.



*Gráfico 3*  
*Máximo nivel de estudios de los empresarios tabasqueños*

En la sección 2 se deseaba conocer cuáles son las competencias emprendedoras que están mayormente presentes entre los empresarios tabasqueños, al presentar una mayor puntuación en una escala de Likert de 1 a 5, el resultado fue el mostrado en la siguiente gráfica.



*Gráfico 4*  
*Grado de presencia de competencias emprendedoras en los empresarios tabasqueños*

La competencia que más presentan los empresarios tabasqueños es el de “Familia y negocio”, seguida por la “Capacidad para reponerse y aprender” y en tercer lugar, la “Experiencia técnica previa”.

Con esto podemos observar que los empresarios tabasqueños tienen muy presente el concepto de emprender un negocio como una idea familiar, que sea legado para futuras generaciones, sin embargo también es posible observar que los empresarios modernos saben manejar adecuadamente las relaciones familiares en beneficio del éxito empresarial,

administrar adecuadamente el negocio y preparar a los sucesores, ya que es la competencia emprendedora con la que más empresarios dijeron estar de acuerdo.

La segunda competencia que está más presente en los empresarios tabasqueños es la “Capacidad para reponerse y aprender”, misma que implica no sentirse derrotado ante los fracasos, sino sacar provecho y aprender de estos. Esta competencia es una de las que mayor importancia posee, ya que como todo emprendedor, los empresarios no deben darse por vencidos ante situaciones desfavorables, la presencia de esta competencia, representa una ventaja para las empresas tabasqueñas.

Finalmente, la tercera competencia más sobresaliente es la “Experiencia técnica previa”, si bien es sabido que tener experiencia es uno de los requisitos principales que la mayor parte de las empresas mexicanas requiere, se puede apreciar que es también una de las máspreciadas por parte de aquellos que se encuentran al frente de las empresas tabasqueñas.

Por otra parte, las competencias que se encuentran presentes en menor escala son: “Cualidades o profesionalismo del emprendedor”, “Capacidad para trabajar con otros” y “Tolerancia al riesgo”.

El profesionalismo del emprendedor, implica tener la capacidad para desarrollar prácticas y estrategias que aseguren la supervivencia y el crecimiento de la empresa. No es sorprendente encontrar este dato dada la situación actual de decremento de empresas tabasqueñas, pero si confirma la necesidad de que las empresas aprendan a gestionar su conocimiento.

En cuanto a la capacidad para trabajar con otros, las empresas deben procurar mantener un ambiente de armonía que propicie el trabajo en equipo para obtener mejores resultados, y de la misma forma, los empresarios tabasqueños deben aprender a tomar riesgos para favorecer los avances que la empresa pueda obtener de estos.

Por último, en la sección 3, el 100% de los empresarios participantes de la investigación manifestaron saberse competentes para trabajar en una empresa, a lo que se les cuestionó la razón, siendo la de mayor importancia la experiencia que ellos tienen, seguido por las capacidades y conocimientos.

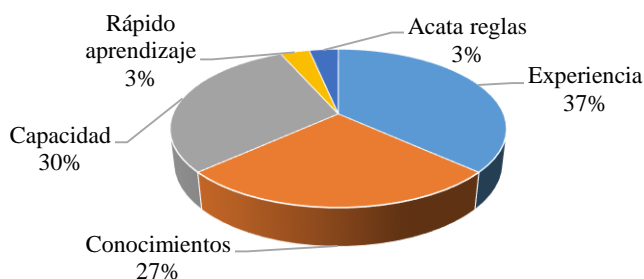
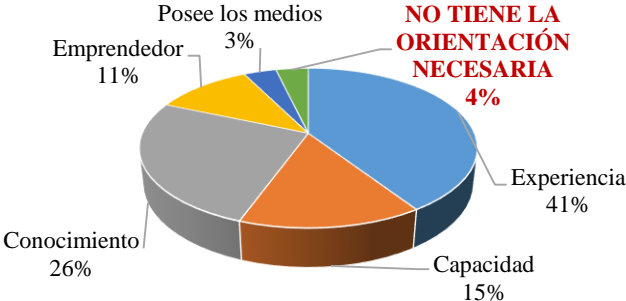


Gráfico 5

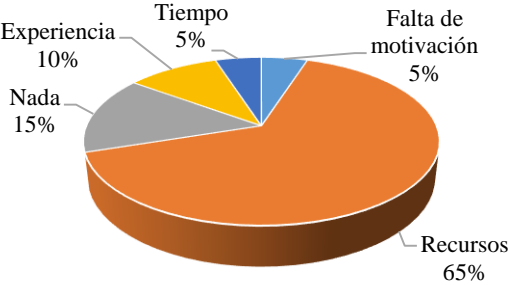
*Razones por las que se consideran competentes para trabajar en una empresa los empresarios tabasqueños*

Sin embargo, al momento de preguntarles si se sentían capaces de abrir su propio negocio, la seguridad manifestada en las preguntas anteriores disminuyó, ya que el 4% dijo no sentirse capaz alegando no tener la orientación necesaria para hacerlo. En la siguiente gráfica, se presenta en rojo, la respuesta de los que no se sienten capaces de abrir su propio negocio, y en negro la razón de los que si se sienten capaces de abrir su propio negocio.



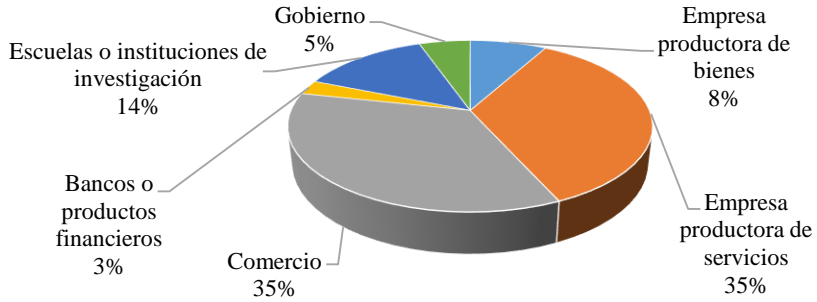
*Gráfico 6*  
*Razones por las que se consideran o no competentes para abrir su propio negocio los gerentes de empresas tabasqueñas*

Por otra parte, los que dijeron ser capaces de abrir su propio negocio, mencionaron que consideran tener la suficiente experiencia y conocimientos para hacerlo, sin embargo les hacen falta recursos para poder llevar a cabo su idea de negocios, ya sean estos financieros, humanos, entre otros.



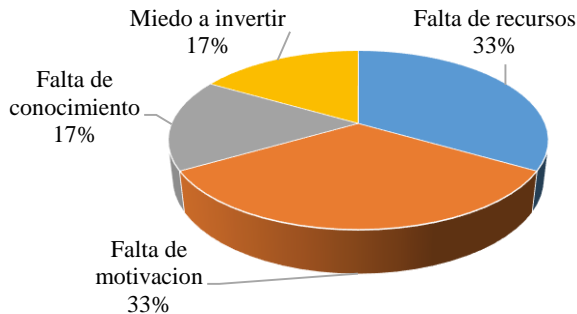
*Gráfico 7*  
*Razones por las que no han iniciado su propio los gerentes de empresas tabasqueñas*

También se cuestionó a los participantes en que trabajo se sienten más competentes, a lo que el 35% respondió que en una empresa productora de servicios, dato importante ya que confirma que estos empresarios se sienten cómodos con el trabajo que desempeñan actualmente ya que esta prueba piloto fue aplicada en restaurantes, mientras que la menor cantidad de ellos se siente competente para trabajar en bancos u otros de productos financieros.



*Gráfico 8*  
*Trabajo en el que se sienten más competentes los empresarios tabasqueños*

Finalmente se cuestionó a los participantes si las personas de su localidad emprenden sus propios negocios, a lo que aproximadamente la mitad respondió que no lo hacen, y dos terceras partes opinan que se puede deber a causas como la falta de recursos, incluso falta de motivación, mientras que el resto creen que es por falta de conocimientos o miedo a invertir.



*Gráfico 9*  
*Opinión de los empresarios tabasqueños sobre las razones por las que en Tabasco las personas no abren sus propios negocios*

Algunos participantes opinaron que es importante evaluar el esfuerzo que las empresas están realizando actualmente en Tabasco con el propósito de que mejoren en el futuro próximo. Así también, opinan que hace falta recurso intelectual, sin el cual, la incubación de negocios y los apoyos financieros no sirven.

## REFERENCIAS

- Arriaga, J. M. (12 de Junio de 2011). *La importancia de la gestión del conocimiento y su impacto en la competitividad de las empresas*. Recuperado el 21 de Octubre de 2013, de Arriaga asociados: <http://www.arriagaasociados.com/2011/06/la-importancia-de-la-gestion-del-conocimiento-y-su-impacto-en-la-competitividad-de-las-empresas/>
- Bárcena, L. S., Palma, A. M., & Dieste, M. R. (8 y 9 de Septiembre de 2005). *La Gestión del Conocimiento en Pymes de Servicios Artesanales (I): El Caso de las Empresas de Aplicación de Pinturas*. Gijón, España.
- Barroso, F. G., Santos, R. A., Ávila, J. I., & Córdova, M. N. (2013). *Gestión del conocimiento, competencias emprendedoras y desempeño organizacional de micro y pequeños empresarios de poblaciones del interior del estado de Yucatán*. Mérida: Universidad Anáhuac Mayab.
- Bunk, G. (1994). La transmisión de las competencias en la formación y perfeccionamiento profesionales de la RFA. *Revista Europea*, 8-14.
- INEGI. (2013). *Análisis de la demografía de los establecimientos 2012. Resultados*. Recuperado el 6 de Noviembre de 2013, de Instituto Nacional de Estadística y Geografía: [http://www.inegi.org.mx/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/economico/analisis\\_demog\\_12/Res\\_ade12.pdf](http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/economico/analisis_demog_12/Res_ade12.pdf)
- Martínez, F. M., & Carmona, G. (2009). *Aproximación al concepto de "Competencias emprendedoras": Valor social e implicaciones educativas*. Recuperado el 11 de Marzo de 2014, de REICE: [http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol7num3/art6\\_htm.htm](http://www.rinace.net/reice/numeros/arts/vol7num3/art6_htm.htm)
- Palacios, L. (1999). *Sabiduría popular en la empresa venezolana*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- SEGOB. (29 de Junio de 1994). *Estado de Tabasco*. Recuperado el 9 de Mayo de 2014, de Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México: <http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/EMM27tabasco/regionalizacion.html>
- Sistema de Información Empresarial Mexicano. (2014). *Directorio de empresas*. Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de Sistema de Información Empresarial



Mexicano:

<http://www.siem.gob.mx/siem/portal/consultas/respuesta.asp?language=0&captcha=1>

Valdivia, S. (1 de Octubre de 2012). *3 Beneficios de la Satisfacción del Cliente*.

Recuperado el 20 de Marzo de 2014, de Mexicana de Telecomunicaciones:

<http://www.mtnet.com.mx/blog/3-beneficios-de-la-satisfaccion-del-cliente/>