9. Análisis de las causas que inciden en el fracaso de las microempresas en Comalcalco, Tabasco

Florelis Valenzuela Córdova*
José Ramón Peralta Jiménez**

DOI: https://doi.org/10.52501/cc.428.09

Resumen

Este artículo tiene como propósito examinar los factores que provocan el fracaso de las microempresas comalcalquenses, analizando las causas que las llevan a la quiebra; para ello, se utilizó un enfoque de investigación cualitativo. En el desarrollo del estudio se consideró la opinión de los microempresarios, recopilada mediante encuestas; posteriormente, la información obtenida fue tabulada; aunque los resultados se presentan de manera descriptiva. Desde una perspectiva de investigación aplicada, el trabajo busca aportar soluciones a una problemática mediante la generación de conocimiento. Entre los hallazgos más relevantes se identificó que los principales motivos de fracaso empresarial son la carencia de conocimientos administrativos, la ausencia de estrategias de *marketing* efectivas y una deficiente gestión de los recursos financieros; a pesar de que la mayoría de los microempresarios aplican procesos administrativos, lo hacen de forma empírica y no aprovechan adecuadamente las estrategias de mercadotecnia para competir con

* Doctora en Administración. Profesora de Tiempo Completo en la Universidad Politécnica del Golfo de México. Tabasco México. florelis.valenzuela@updelgolfo.mx ORCID: http://orcid.org/0009-0001-1473-0026

** Doctor en Educación y Doctor en Administración. Profesor de Tiempo Completo en la Universidad Politécnica del Golfo de México. Tabasco, México. jose.peralta@updelgolfo.mx. ORCID: http://orcid.org/0000-0001-7525-5049

otras empresas; además, su limitada comprensión de los aspectos financieros los conduce a una administración ineficiente de sus recursos económicos.

Palabras clave: *administración, fracaso,* marketing*, microempresa, procesos.*

Introducción

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) constituyen la base del sistema productivo en México, representando más de 99.8% del total de unidades económicas, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2019, este sector aporta aproximadamente 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y genera cerca de 78% del empleo formal en el país.

En el estado de Tabasco, la relevancia de las microempresas también es significativa, aunque en el segundo trimestre de 2025 se presentó una contracción económica de 7.0%, derivada principalmente de la disminución en las actividades secundarias, relacionada con la conclusión de la construcción de la Refinería Olmeca en Dos Bocas, que provocó un aumento en el desempleo (INEGI, 2025); sin embargo, las actividades primarias y terciarias han contribuido a mantener la estabilidad económica estatal.

Las actividades primarias se han visto fortalecidas por la implementación de programas gubernamentales como Sembrando Vida, Producción para el Bienestar, Bienpesca, Fertilizantes para el Bienestar y Cosechando Soberanía (Gobierno de México, 2025); por su parte, las actividades terciarias se han sostenido gracias al dinamismo de los microempresarios, quienes, ante la contracción del sector industrial, han optado por emprender negocios tanto en el ámbito formal como en el informal.

Las microempresas en México y en Tabasco enfrentan diversos desafíos que afectan su desempeño y sostenibilidad, tales como problemas financieros, baja demanda, competencia desleal, mala calidad en productos o servicios, y ubicación inadecuada. En el municipio de Comalcalco, estas unidades económicas son fundamentales para la generación de empleo y el dinamismo económico local, ya que la mayoría de los negocios corresponden a este sector. No obstante, las altas tasas de fracaso en estas microempresas reflejan que enfrentan dificultades específicas que aún no han sido

completamente estudiadas y comprendidas, aunque se sabe qué factores como la falta de conocimientos en gestión empresarial y de mercado contribuyen significativamente a su cierre (Jaloma et al., 2024).

Se plantea que uno de los principales motivos del fracaso de las microempresas en Comalcalco radica en la limitada experiencia y conocimientos en administración y mercadotecnia de los microempresarios, puesto que los negocios que se tienen en nuestro país en su gran mayoría carecen de conocimientos y herramientas administrativas que les ayuden a ser más eficientes y eficaces dentro de su empresa, sobre todo aquellas que son clasificadas como micro y pequeñas empresas (Hernández, 2014). Por lo tanto, resulta imprescindible analizar en profundidad las causas específicas del cierre de estos negocios para identificar los factores que influyen en su permanencia en el mercado.

La presente investigación tiene como objetivo analizar las causas del fracaso de las microempresas en Comalcalco, Tabasco, para identificar los principales factores que contribuyen a su quiebra. La relevancia de este estudio radica en que permitirá diseñar estrategias y propuestas de mejora que puedan fortalecer la supervivencia y sostenibilidad de estos negocios, promoviendo así el desarrollo económico local y la reducción de la informalidad laboral en el municipio.

Para lograr este propósito, se adoptará un enfoque metodológico de carácter cualitativo, basado en una investigación descriptiva, que combinará técnicas de análisis documental, entrevistas en campo y encuestas a microempresarios. La investigación será longitudinal, considerando tanto aspectos del pasado como del futuro, mediante un enfoque retrospectivo-prospectivo. De esta manera, se analizará el proceso de cierre de los negocios a lo largo del tiempo, permitiendo identificar las causas principales y proyectar posibles soluciones. La selección de los participantes se realizará mediante muestreo por conveniencia en el centro del municipio, llegando hasta la saturación de información, con el fin de obtener una visión completa y contextualizada del fenómeno.

Para abordar el constructo, se plantea la siguiente hipótesis: Analizar las causas que inciden en el fracaso de las microempresas comalcalquenses, permitirá generar estrategias para mantener su competitividad y evitar con ello, la quiebra de las mismas.

Marco teórico-conceptual

En el contexto de la República Mexicana, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) representan un sector fundamental para la economía nacional. Las MIPYMES constituyen el 97.6% de las empresas del país y generan el 75.6% del empleo. Esta proporción es similar en todo el territorio nacional, aunque su impacto es más notable en la zona sur, donde la industria petrolera demanda diversos servicios que fomentan la creación de pequeños negocios. (INEGI, citado en Ramírez et al., 2022).

A pesar de su relevancia económica, las microempresas enfrentan importantes limitaciones tecnológicas y estructurales, el 74.5% de las microempresas no utiliza equipo de cómputo y el 73.4% no usa internet, lo que refleja una gran área de oportunidad en la digitalización de sus operaciones (INEGI, citado en Ramírez, et al., 2022). Esta carencia tecnológica puede ser una de las causas por las que muchos negocios no superan los dos años de antigüedad, aun cuando la pandemia de COVID-19 impulsó el uso de herramientas digitales para la promoción, comercialización y cobro de productos y servicios.

Asimismo, la probabilidad de supervivencia de una empresa es menor entre más pequeña sea; casi el 40% desaparece durante su primer año de operación en los sectores comercial y de servicios privados no financieros (INEGI, 2016); este dato resulta preocupante, ya que las microempresas representan una alternativa laboral para sectores de la población que no logran insertarse en empleos formales o que buscan independencia económica mediante un negocio propio.

Entre las principales causas que obstaculizan el crecimiento de las microempresas se encuentran el exceso de trámites y los altos impuestos (24%), la falta de crédito (14%) y la competencia desleal de negocios informales; además, muchas empresas rechazan créditos bancarios debido a los altos intereses (Torres et al., 2019; Bustos, 2013), en este sentido, el acceso al financiamiento y la capacitación empresarial son factores determinantes para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, pues la obtención de recursos resulta esencial para mantener una operación rentable.

Aunque las MIPYMES son consideradas el motor de la economía mexicana, su expansión se ve limitada por múltiples factores coexistentes, como

la escasa demanda, la falta de financiamiento, la presión por el uso de excedentes y la falta de planificación a largo plazo; a ello se suman debilidades internas, como la carencia de controles de gestión y la orientación hacia la satisfacción inmediata de expectativas (Aguilar, et ál., 2021).

Durante la crisis económica derivada de la pandemia, el gobierno mexicano implementó políticas temporales para mitigar los efectos financieros en las empresas, como transferencias en efectivo, aplazamiento de pagos, reducción de impuestos y acceso a nuevos créditos; sin embargo, solo 7% de las empresas recibió algún tipo de apoyo gubernamental (INEGI, citado en Osorio, et ál., 2024).

Para sobrevivir, las organizaciones requieren flexibilidad, resiliencia, aprendizaje organizacional e innovación, elementos que les permiten adaptarse a entornos cambiantes; la ausencia de estos factores puede conducir a la muerte organizacional (Guerrero, et ál., 2024). En el municipio de Comalcalco, Tabasco, por ejemplo, numerosos negocios han cesado operaciones debido a la falta de recursos, inseguridad social y escasez de mano de obra.

La innovación se ha consolidado como una herramienta esencial para garantizar la permanencia de las empresas en el mercado y fomentar su crecimiento (Confederación Española de Organizaciones Empresariales [CEOE], 2018). En un entorno globalizado y digital, la originalidad y la capacidad de diferenciación son factores clave para la competitividad, especialmente considerando que los consumidores tienen acceso a productos y servicios de cualquier parte del mundo mediante plataformas digitales.

Dado que la mayoría de las MIPYMES opera en mercados locales, su crecimiento y permanencia son fundamentales para el desarrollo económico y social de las comunidades, ya que fortalecen la economía regional y generan empleos (Arenas, et ál., 2024); por ello, resulta indispensable establecer mecanismos que garanticen su supervivencia organizacional y promuevan su desarrollo sostenible.

En este contexto, el *marketing* de influencia, tradicionalmente empleado por grandes marcas, se presenta como una estrategia viable para micro y pequeñas empresas; debido a la escasez de recursos para implementar campañas publicitarias estructuradas, muchas de estas organizaciones recurren a acciones colaborativas y emergentes para promover sus productos o servicios (Sosa, et ál., 2024).

Las empresas mexicanas, particularmente las micro y pequeñas, enfrentan debilidades operativas derivadas de la falta de conocimientos y habilidades técnico-administrativas, lo que limita su competitividad, posicionamiento y permanencia en el mercado (Chiatchoua, 2021). En el caso de Comalcalco, Tabasco, se ha identificado que la carencia de personal capacitado para la gestión empresarial provoca una inadecuada administración de los ingresos, ausencia de estrategias de ventas y deficiencias en la gestión operativa, factores que contribuyen a su bajo desempeño y eventual cierre.

De acuerdo con Aznar y Col (citado en Silva, et ál., 2021), la calidad en el servicio está estrechamente relacionada con la satisfacción y lealtad del cliente, influyendo en la reputación de la empresa y el compromiso de los empleados; la falta de calidad en el servicio puede conducir a la pérdida de clientes y, en consecuencia, al fracaso empresarial, por ello, es esencial que las MIPYMES se esfuercen por ofrecer un servicio de alta calidad como elemento estratégico de supervivencia y crecimiento.

Resultados y discusión

El análisis de las encuestas aplicadas a los microempresarios de la zona centro del municipio de Comalcalco, Tabasco, permite comprender las características sociodemográficas, motivaciones, estrategias y problemáticas que enfrentan los propietarios de microempresas locales, así como los factores que influyen en su permanencia y crecimiento.

En primer lugar, se evidencia una predominancia del emprendimiento femenino, ya que 70% de las personas encuestadas son mujeres. Este dato refleja una tendencia importante hacia la participación activa de las mujeres en la economía local, impulsadas por el deseo de independencia económica y la necesidad de compatibilizar la vida laboral con las responsabilidades familiares. Esta situación concuerda con lo señalado por diversos estudios sobre el emprendimiento femenino en México, que destacan la microempresa como una alternativa viable para lograr autonomía y flexibilidad laboral. Por su parte, 30% de hombres participantes refuerza la idea de que el emprendimiento en la región sigue siendo un espacio compartido, aunque con una distribución desigual.

En relación con el rango de edad, se observa que 40% de los microempresarios tiene entre 21 y 30 años, lo que demuestra un interés significativo de la población joven por emprender. Este grupo se caracteriza por su dinamismo y disposición para asumir riesgos en busca de estabilidad económica. 25% se encuentra entre los 16 y 20 años, lo que revela un fenómeno de emprendimiento juvenil temprano, generalmente motivado por la falta de oportunidades laborales o el deseo de independencia. 35% restante, de entre 31 y 63 años, representa a emprendedores más experimentados que buscan mantener o consolidar sus negocios.

Las motivaciones para emprender se concentran principalmente en tres factores: el deseo de independencia económica (35%), la mejora de los ingresos familiares (30%) y la búsqueda de oportunidades o continuidad de negocios familiares (35%). Estos resultados indican que la microempresa es vista no solo como una fuente de ingresos, sino también como una forma de autosuficiencia y desarrollo personal. Asimismo, la herencia de negocios familiares destaca la importancia de la tradición y del conocimiento empírico como bases de la actividad empresarial local.

Respecto a los factores que determinan la ubicación del negocio, la cercanía con los clientes (31.67%) y el costo de la mano de obra (28.33%) fueron los aspectos más relevantes. Esto demuestra que los microempresarios priorizan la accesibilidad al mercado y la reducción de costos, estrategias lógicas para garantizar rentabilidad en entornos competitivos.

En cuanto a las actividades administrativas, 45% de los encuestados participa en todas las etapas del proceso administrativo (planeación, organización, dirección y control). Esto refleja una gestión centralizada donde el propietario asume múltiples funciones. No obstante, el hecho de que 35% se enfoque únicamente en la supervisión y que solo 10% utilice herramientas de planificación como listas o cronogramas, evidencia una falta de capacitación formal en administración, lo que podría limitar el crecimiento o la sostenibilidad de los negocios.

El establecimiento de metas empresariales muestra que 45% busca aumentar sus ganancias, 30% pretende expandir su negocio y 25% se enfoca en mejorar el servicio al cliente. Sin embargo, el cumplimiento de dichas metas depende de diversos factores internos y externos. En este sentido, 85% afirma haber alcanzado sus objetivos, principalmente mantenerse en

el mercado y generar ingresos estables, mientras que 15% restante no ha logrado cumplirlos debido a obstáculos financieros o competitivos.

Uno de los hallazgos más importantes es la percepción sobre los factores de fracaso empresarial. 40% considera que el mal manejo financiero es el principal problema, lo que resalta la necesidad de formación en temas contables y de gestión económica. A ello se suman el mal servicio al cliente (25%), la mala ubicación (10%), la combinación de varios factores (20%) y la falta de publicidad (5%). Estos datos coinciden con investigaciones previas que señalan que la carencia de conocimientos administrativos y la falta de planeación son causas comunes del cierre de microempresas.

En materia de publicidad y promoción, 70% de los microempresarios utiliza algún tipo de estrategia de difusión, principalmente mediante redes sociales o recomendaciones personales, mientras que 30% no realiza ninguna acción promocional por desconocimiento o falta de recursos. Esta situación refleja una brecha de conocimiento digital y limita el alcance de los negocios frente a un mercado cada vez más competitivo.

Con respecto a la competencia, 70% reconoce haber experimentado pérdidas por la existencia de negocios similares en su entorno, lo que subraya la necesidad de diferenciación mediante la calidad del producto, el servicio al cliente o la innovación. 30% restante no se ve afectado, probablemente porque ha logrado consolidar una clientela fiel o mantener un nivel superior de servicio.

En cuanto a las estrategias implementadas, 30% invierte en el desarrollo de nuevos productos o servicios, otro 30% ha optado por crear una página web, 25% mantiene un fondo de ahorro, 10% capacita a su personal y 5% realiza promociones. Estos resultados evidencian una inclinación hacia la innovación y el ahorro, aunque aún persiste una falta de capacitación en *marketing* digital y administración estratégica.

Finalmente, respecto a las estrategias para aumentar las ventas, 55% de los encuestados considera que realizar promociones es la clave para incrementar ingresos, mientras que 45% apuesta por mejorar la calidad del servicio. Ambas estrategias reflejan una orientación hacia el cliente y la búsqueda de competitividad en el mercado local.

Conclusiones

El presente estudio tuvo como objetivo analizar las causas del fracaso de las microempresas en Comalcalco, Tabasco, con el fin de identificar los principales factores que contribuyen a su quiebra. A partir del análisis realizado, se comprobó la hipótesis de que comprender dichas causas permite generar estrategias orientadas a mantener la competitividad de las microempresas y evitar su cierre.

Los resultados muestran que las principales razones del fracaso empresarial en la zona se relacionan con el deficiente manejo de las finanzas, la falta de estrategias efectivas de publicidad y la ejecución empírica del proceso administrativo, lo que limita la capacidad de las microempresas para adaptarse y crecer en un entorno cada vez más competitivo.

En síntesis, los hallazgos evidencian que los microempresarios de la zona centro de Comalcalco poseen una fuerte vocación emprendedora, impulsada por la necesidad económica, la búsqueda de independencia y el deseo de mejorar su calidad de vida. A pesar de ello, enfrentan limitaciones significativas derivadas de la falta de capacitación administrativa, financiera y tecnológica, factores que inciden directamente en su sostenibilidad.

Asimismo, destaca el papel de la mujer como motor del emprendimiento local y el interés creciente de los jóvenes por incursionar en el autoempleo, lo cual representa un potencial importante para el desarrollo económico del municipio. No obstante, persisten desafíos en materia de gestión empresarial, innovación y promoción, que podrían ser superados mediante programas de apoyo institucional, asesoría y formación continua dirigidos al fortalecimiento de las microempresas.

En conclusión, las microempresas de Comalcalco constituyen un pilar esencial de la economía local, generando empleo, ingresos y dinamismo comercial. Sin embargo, su consolidación y éxito a largo plazo dependen de la implementación de estrategias efectivas en administración, publicidad, financiamiento y capacitación, que permitan transformar el esfuerzo individual de los emprendedores en proyectos sostenibles, competitivos y con proyección de crecimiento.

Referencias

Aguilar Barceló, JG, y Orraca Romano, P. P. (2020). La expansión de la microempresa informal: ¿cuestión de desempeño o de empeño? *Contaduría y Administración, 66* (3), e269. https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2765

Arenas Muñoz, A., y Cortez Yacila, H. M. (2024). Innovación tecnológica en las PYMES de la región centro de Tlaxcala. Posibilidades para el desarrollo de la industrialización 4.0. *Región y Sociedad,* 36, e1947 https://doi.org/10.22198/rys2024/36/1947

Chiatchoua, C. (2021). Construcción de un modelo de competencias gerenciales para la competitividad de las MYPES. *Paradigma económico. Revista de economía regional y sectorial, 13*(1), 35-63.

Confederación Española de Organizaciones Empresariales. (06 de marzo de 2018). *Las MIPYMES generan el 28% del PIB en Latinoamérica, pero carecen aún del impulso necesario.* https://www.ceoe.es/es/ceoe-news/internacional/las-mipymes-generan-el-28-del-pib-en-latinoamerica-pero-carecen-aun-del

Hernández del Castillo, M. de la L. (2014). *El proceso administrativo y la logística empresarial como ventaja competitiva de la central de abastos* [Tesis de Maestría, Universidad Autónomas de Querétaro]. https://ri-ng.uaq.mx/xmlui/handle/123456789/6261

Gobierno de México (2025). *Programas para el bienestar.* https://programasparaelbienestar.gob.mx/programas-bienestar/

Guerrero Sánchez, P., Hernández Jaimes, BG, Bonilla Sánchez, FD, y Sánchez Guevara, I. (2024). Ecología de población, contingencia, complejidad y afectaciones de la muerte y sobrevivencia de las pymes mexicanas. *Política y Cultura*, (61), 143-166. https://doi.org/10.24275/QDP02671

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). *Esperanza de vida de los negocios a nivel nacional y por entidad federativa.* INEGI, chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/dn/2014/doc/evn_ent_fed.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2019). Micro, pequeñas y medianas empresas: Censos económicos 2019. INEGI. https://www.inegi.org.mx/programas/ce/2019/#Tabulados

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (29 de octubre de 2025). *Indicador Trimestral de la Actividad Económica Estatal (ITAEE), Tabasco.* INEGI. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2025/itaee/itaee2025_10_Tab.pdf

Jaloma, M. A. E., Jiménez, V. M., Mendieta, M. E. S., Hernández, A. I. A., Pérez, O. R., Patiño, L. R., y Vega, A. M. D. C. G. (2024). Problemáticas de las pequeñas empresas. El caso de las microempresas paleteras en Celaya, Guanajuato. JÓVENES EN LA CIENCIA, 28.

Osorio Novela, G., González Arzabal, N., y Mungaray Lagarda, A. (2024). Resiliencia Financiera en dueños de MiPyMe en México. Un estudio en contexto de crisis econó-

mica. *Análisis Económico, XXXIX* (100), 165-181. https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2024v39n100/Osorio

Ramírez Campos, M. A., Pérez Rodríguez, R., y Silva Olvera, M. de los A. (2022). Mejora en el Tiempo de Respuesta Mediante Simulación de Inventarios en una Microempresa Familiar. *Conciencia Tecnológica, (64)*.

Ruiz Torres, J., Ríos Flores, J. L., y Trejo Calzada, R. (2019). Microempresas en comunidades rurales y marginadas. *Revista Mexicana de Agronegocios, (44)*146-156.

Silva Treviño, J. G., Macías Hernández, B. A., Tello Leal, E., y Delgado Rivas, J. G. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *Ciencia UAT*, 15(2), 85-101. E pub 14 de abril de 2021.https://doi.org/10.29059/cienciauat.v15i2.1369

Sosa Zúñiga, D. G., Mendoza López, L. E., Coutiño López, G., y Chávez Toledo, A. D. (2024). Marketing de Influencers: panorama de las estrategias de las micro y pequeñas empresas en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 13 (36),* 23-38.