

**DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y
HUMANIDADES**

ADMINISTRACIÓN



UNIDAD IZTAPALAPA

**“EFICIENCIA FINANCIERA DE LAS EMPRESAS
INTEGRADORAS EN LA CIUDAD DE MÉXICO”**

**TESIS QUE PRESENTA:
SILVIA MARTINEZ MAQUEDA**

**PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN**

**ASESOR DE TESIS:
DR. MARTÍN ABREU BERISTAIN**

MEXICO, DF.

AGOSTO 2002 P.

A mis queridos padres que día a día han inculcado en mi el entusiasmo, perseverancia, fuerza, valor.

A mi madre que con cariño, sacrificio y esfuerzo ve hoy fructificado el trabajo que tantas veces apoyo.

A mi padre que siempre espero que este momento llegara con gran entusiasmo y esperanza.

A cada uno de mis hermanos que de manera indirecta han contribuido a que esto sea posible.

En agradecimiento al Dr. Martín Abreu Beristain por ser guía y pieza clave en la realización de esta tesis con sus amplios conocimientos bien transmitidos.

INDICE

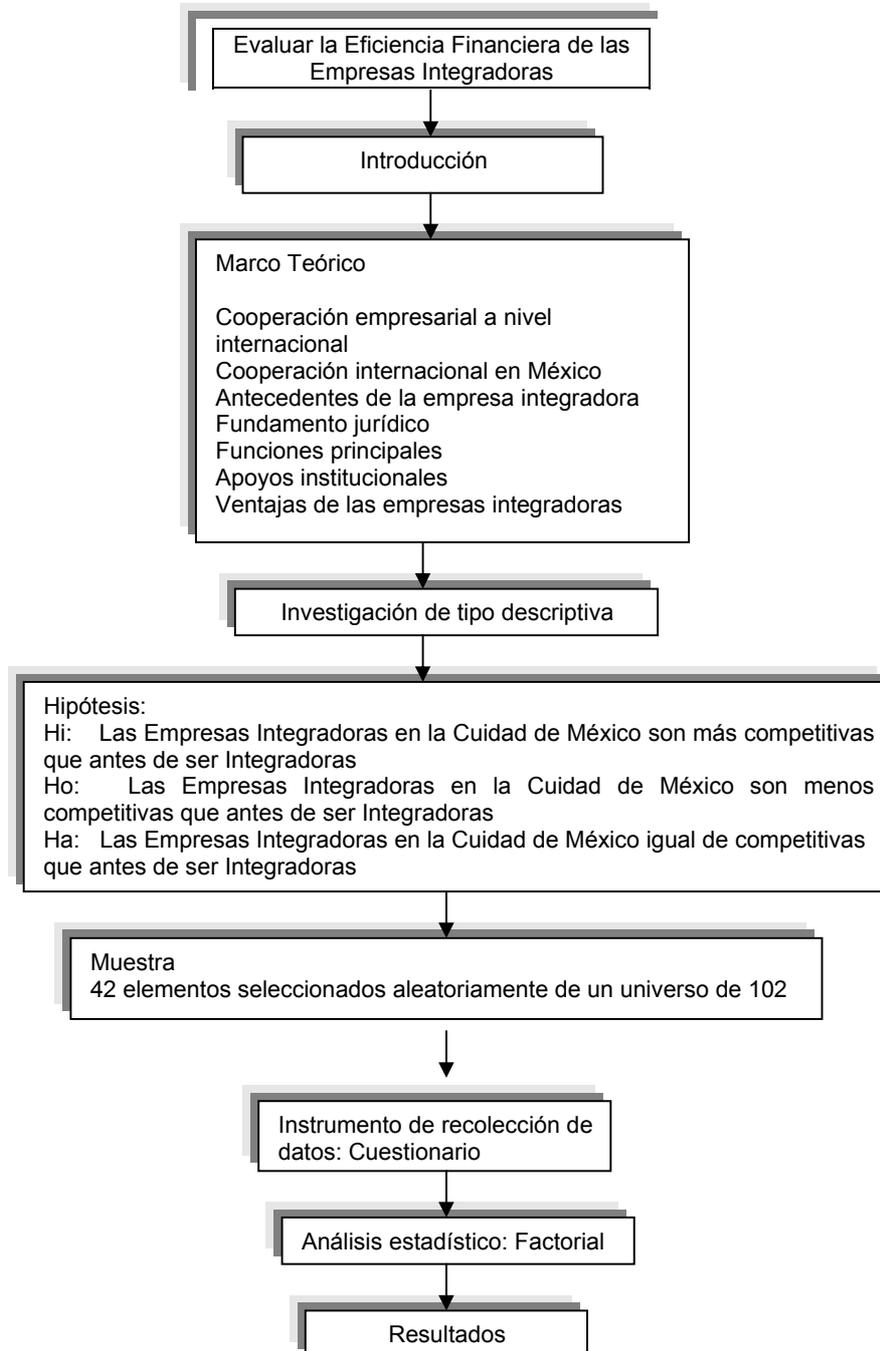
Introducción	7
1. Las Empresas Integradoras	
1.1 Cooperación empresarial nivel internacional	12
1.2 Cooperación empresarial en México	22
1.3 Antecedentes de la Empresa Integradora	24
1.4 Concepto de Empresa Integradora	30
1.5 Fundamento jurídico de las Empresas Integradoras	31
1.6 Funciones principales	31
1.7 Socios potenciales.	34
1.8 Condiciones del ámbito empresarial.	35
1.9 Requisitos de inscripción	36
1.10 Apoyos institucionales	37
1.11 Programas de la Secretaría de Economía que se vinculan con un esquema de integración	39
1.12 Vínculos de las Empresas Integradoras	
1.12.1 NAFIN	40
1.12.2 BANCOMEXT	41
1.12.3 FIRA	42
1.12.4 FUNTEC	42
1.12.5 CIMO	43
1.12.6 FONAES	44
1.13 ¿ Qué se debe tomar en cuenta al formar una Empresa Integradora?	45
1.14 Ventajas de las Empresas Integradoras	48
1.15 Requisitos para la constitución de una Empresa Integradora	49

2. Análisis del estudio	
2.1 Descripción del estudio.	54
2.1.1 Definición del tipo de investigación	54
2.1.2 Diseño de la investigación	54
2.2 Hipótesis	55
2.3 Característica de la prueba.	56
2.4 Selección de la muestra.	57
2.5 Determinación de la muestra.	57
2.6 Instrumento de medición.	59
3. Resultados	
3.1 Prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach	63
3.2 Análisis factorial	67
3.3 Regresión	68
3.5 Presentación de resultados	70
4. Conclusiones	77
7. Bibliografía	82
6. Anexos	84

INDICE DE TABLAS

1.- Matriz de correlación	66
2.- Análisis Factorial	68
3.- Regresión	69
4.- Sumario	69

FLUJOGRAMA



INTRODUCCIÓN

La investigación que se propone realizar trata acerca de las Empresas Integradoras y tiene como objetivo abrir el panorama acerca del conocimiento de este tema y fundamentarse como una opción para los empresarios que buscan mantenerse competitivos en el ambiente de las pequeñas y medianas empresas.

La temática central busca el acercamiento del empresario a este tema a fin de que considere como una opción en la cual puede sacar provecho y acercarse hacia una estabilidad competitiva en su medio.

La constitución de una Empresa Integradora es sin duda alguna una opción para el empresario que busca hacer una digna pelea a la competencia que hoy enfrenta.

Es por eso que se considera de relevante importancia profundizar en un tema en el cual es un conocimiento que los empresarios deben tener en cuenta para tener una opción más para enfrentar a la competencia marcada que representa estar

inmerso en un sistema económico en el cual la globalización es un fenómeno que esta presente cada vez con más fuerza y que en ningún caso es ignorable.

La presente investigación entonces es importante en el sentido de que amplía el panorama para los empresarios que busquen hacer una competencia y sobrevivir en este ambiente tan inestable.

La investigación que se propone realizada es de importancia significativa, ya que debido a la amplia competitividad que se presenta en México en el que los empresarios día con día buscan opciones con las cuales se acceda una sobrevivencia entre tan grande competencia nacional e internacional, además de que estas sean económicas y realizables, y que principalmente apoyen a la pequeña y mediana empresa en la Ciudad de México, primero porque la mayoría de las empresas establecidas aquí son de este tipo y segundo porque son ellas quien más duramente se enfrentan a la competencia de este nuevo siglo.

El problema que se evalúa la eficiencia financiera de las Empresas Integradoras de la Ciudad de México. Las hipótesis son: H_i : Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México son más competitivas que antes de ser Integradoras; H_o : Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México son menos competitivas que antes de ser Integradoras; H_a : Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México igual de competitivas que antes de ser Integradoras.

Para lo cual es necesario también plantearse unas preguntas que mas adelante en el desarrollo del trabajo se irán resolviendo: ¿ Que es una empresa integradora?, ¿ Cómo se constituye una empresa integradora?, ¿ Cuales son las ventajas de un empresa integradora?, ¿ Son mas eficientes financieramente hablando las empresas después de integrarse?. Y de igual manera es necesario tener siempre presente los objetivos:

- ✓ Conocer que es una empresa integradora.
- ✓ Conocer cual ha sido el panorama de la empresa integradora desde los años 80's a la actualidad.
- ✓ Analizar las ventajas y desventajas de estar inmerso en una empresa de este tipo.
- ✓ Conocer la eficiencia financiera de las Empresas Integradoras en la Ciudad de México.

Como consecuencia para el desarrollo del trabajo se hace a continuación una descripción capitular del contenido de la presente tesis.

En el primer capítulo se trabajó una reseña en donde se concentra el panorama internacional de las empresas integradoras en economías como la de Alemania, Japón, Italia, Noruega, Francia, Corea, Taiwán; así como el nacional, una cronología desde los años 60's a la actualidad, los fundamentos jurídicos y conceptuales de tal figura, así como aspectos generales que vinculan a este tipo

de empresas instituciones y programas de apoyo, por ultimo se pueden encontrar las ventajas de este tipo de empresas y los requisitos para su constitución.

Para el segundo capitulo se realizó Este capitulo contiene la descripción detallada del método de análisis que se siguió para efectuar el estudio a las Empresas Integradoras, tales como cuales son las hipótesis a probar, información acerca de la muestra utilizada así como su delimitación y el instrumento que se empleo para la recolección y posterior operación de los datos.

En el capítulo tres Debido a la naturaleza del estudio que se realizó era necesario contar con una prueba que asegurara la validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos empleado, en este caso el cuestionario, para tener la seguridad de que lo que se analizaría posteriormente iba a ser lo correcto, en este capitulo encontrará la prueba de confiabilidad Alfa de Cronbach, el análisis factorial aplicado y la regresión múltiple.

En el ultimo apartado, se tienen las conclusiones generales a las que se llego con la investigación, en donde se destaca la importancia y la proyección de las empresas integradoras.

Capitulo 1



1.1 La Cooperación Empresarial a nivel internacional

A partir de la década de los 80's, el contexto de la economía presenta cambios en las formas de organización empresarial. Se observa a nivel nacional e internacional un incremento en la cooperación entre empresas¹.

Esta cooperación seguramente es el resultado de la mayor competencia que representa la globalización de los mercados. Por ello, existe un renovado interés en la articulación productiva, particularmente, entre las empresas de menor escala con un sólo objetivo: fortalecerse para producir y comercializar sus productos y servicios en mercados de alta competitividad².

Prueba de ello, han sido países industrializados como Alemania, Japón e Italia que han desarrollado desde tiempos de la posguerra diversas formas de asociación con el propósito de impulsar la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas con medidas gubernamentales de apoyo basadas en una estrategia de mediano y largo plazos³.

¹ SECOFI, “Guía para la creación de una Empresa Integradora”, SECOFI, México DF, 1999, p. 4.

² Idem, p. 4

³ idem, p. 4

A continuación, se presentan algunos casos que han sido la pauta para la adopción de esquemas de cooperación empresarial en el mundo.

ALEMANIA

En la región de Baden-Wurtemberg, la industria funciona como una red que articula a grandes y pequeñas empresas que generan el 95% del empleo. Las empresas de menor escala, mantienen total autonomía respecto a las grandes empresas, ya que se relacionan con varios contratistas, lo cual las diferencia del modelo tradicional de pequeñas empresas dedicadas a la subcontratación en donde éstas dependen de un sólo contratista⁴.

JAPON

Desde 1936, el gobierno japonés emitió una serie de leyes y medidas financieras, fiscales y de desarrollo tecnológico permitiendo a las micro, pequeñas y medianas empresas conformarse en cooperativas y fortalecer su actividad mediante la dinámica de grupos. De manera conjunta realizan compras, comercializan sus productos y establecen mecanismos de crédito entre los miembros y la agrupación. Durante la década de los sesenta, Japón tuvo un rápido crecimiento económico, en su estructura industrial se configuraron complejos horizontales de abastecimiento, sobre todo para la industria automotriz y electrónica. Su economía se basa en procesos de subcontratación industrial. Posteriormente, el

⁴ idem p. 4.

gobierno aprueba una Ley que abarca cuatro medidas de apoyo para las empresas micro, pequeñas y medianas en materia de desarrollo tecnológico: mejoramiento de los recursos humanos, difusión y orientación, desarrollo de tecnología básica e incentivos para el desarrollo tecnológico⁵.

ITALIA

La cooperación empresarial que se ha desarrollado en Italia a partir de la posguerra, tiene particularidades irrepetibles, ya que sus antecedentes vienen desde la Epoca del Renacimiento en que se iniciaron trabajos organizados en talleres dirigidos por un maestro que enseñaba sus habilidades a un grupo de aprendices, los cuales posteriormente organizaban otros talleres. Esta formación propició una cultura empresarial en su población permitiendo el desarrollo actual de las micro, pequeñas y medianas empresas, siguiendo tres modelos diferentes de acuerdo a las características naturales del país, como son:

1. El de las regiones más industrializadas del norte, con una estructura constituida por grandes empresas que para sobrevivir crearon una red de pequeñas y medianas empresas (consorcios italianos de exportación), descentralizando gran parte de la producción con el propósito de mantener la flexibilidad, siendo este modelo el más conocido mundialmente.

⁵ Idem , p. 5.

2. El de las regiones subdesarrolladas del sur, donde junto a polos de industrialización existe una estructura muy tradicional en microempresas, que sobreviven gracias a la asistencia del Estado y a la evasión de las obligaciones fiscales.
3. El de la llamada “Tercera Italia”, representada por las regiones centrales y del noreste, donde la pequeña y mediana empresa es la estructura industrial más importante, con características dinámicas y presencia en los mercados nacionales e internacionales⁶.

Una visión sintética del proceso de expansión experimentado en Italia por la pequeña y mediana empresa considera los factores de fuerza y las características de este proceso:

- a) La elección del producto y tipo de actividad industrial se realizó tras la consideración de los conocimientos técnicos y tradicionales de cada área, aprovechando las especializaciones artesanales, las posibilidades de utilizar el bajo costo de la mano de obra y subdividir el proceso productivo entre empresas.

⁶ Idem p. 6.

- b) A la división del trabajo entre empresas industriales se sumó una integración entre éstas y las empresas productoras de servicios para la industria (administración, exportaciones y créditos, entre otras).
- c) En algunos casos, se desarrolló un sistema de empresas bajo el liderazgo de una “empresa capofila o líder”, integrada por un sólo empresario, quien tiene como tarea la coordinación del trabajo de otras empresas, tanto en diseño y comercialización como en la producción y venta. Esta situación es muy común en Prato en Toscana, área de producción de manufacturas de lana.
- d) Otro factor muy importante para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas es la productividad y el volumen de las inversiones. Normalmente, estas empresas se ubican en lugares en donde pueden utilizar estructuras preexistentes como construcciones e infraestructura. La utilización de instalaciones antiguas es además un proceso dinámico y continuo, ya que el desarrollo de una empresa hacia un establecimiento más grande y eficiente deja libres las estructuras y maquinarias que antes utilizaba y que pueden ser ocupadas por otras empresas con un nivel de actividad menor del que tenían en ese momento las empresas preexistentes⁷.

⁷ Idem p. 6.

Este proceso de industrialización tuvo etapas y formas de realización diferentes, según las características del medio en que se desarrollaban. Sin embargo, hay dos conceptos bastante generales que pueden servir para ilustrar el proceso de difusión de la pequeña y mediana empresa: el área-sistema y la economía sumergida⁸.

Área-sistema

Sistema de empresas concentradas en un territorio determinado que producen bienes similares y están integradas de manera vertical.

El desarrollo de las áreas-sistema se dio principalmente en industrias donde el volumen de capitales fijos es bajo y la cuota de trabajo es alta; la innovación no tiene una importancia trascendente, siendo más bien significativo el proceso de aprendizaje.

En estos sistemas, cada empresa ocupa una fase precisa de la producción y es, al mismo tiempo, proveedora y utilizadora de bienes y servicios de modo que en conjunto es como una gran empresa que asegura el aprovechamiento de economías de escala. Contrariamente a lo que ocurre en la gran empresa, gracias a la independencia de cada una de ellas, se mantiene la flexibilidad, lo que permite la autonomía suficiente para diferenciar sus mercados de venta y abastecimiento,

⁸ Idem, p. 6.

así como para cambiar la tecnología utilizada. Por estas mismas razones, la competencia es un incentivo a la eficiencia productiva y al desarrollo tecnológico.

En los años sesenta, algunas de estas áreas-sistema dejaron de pertenecer a la caracterización de empresas monoproductoras, avanzando hacia una integración vertical más amplia: un mayor número de empresas desarrolló la producción de bienes de capital y maquinaria para la industria que constituía el origen del sistema⁹.

Economía sumergida

Estas estructuras productivas basan su fuerza económica en la red de relaciones entre las empresas. Normalmente se desarrollan en áreas periféricas, lejos de los grandes distritos industriales. Las industrias en las que este tipo de empresas está más difundido son las tradicionales: cuero, calzado, madera y textiles, entre otros¹⁰.

La fuerza de estas empresas, además de la flexibilidad, reside en la utilización de mano de obra “informal”, especialmente femenina, en peores condiciones que las

⁹ Idem p. 7.

¹⁰ Idem. p. 7.

del empleo formal. Esto se hace evidente en dos fenómenos que van aparejados al desarrollo de la economía sumergida: el trabajo a domicilio y el doble trabajo¹¹.

Las transformaciones en el papel y en el carácter de los empresarios de la pequeña y mediana empresa y los sistemas integrados de empresas se sustentan en el fenómeno de la cooperación entre empresas que, si bien no se ha producido en la totalidad de las regiones, ha actuado ampliamente sobre la estructura de las pequeñas y medianas empresas.

En el pasado, la colaboración entre empresas en la producción y comercialización del producto era el punto de fuerza de los sistemas de pequeña y mediana empresas. Posteriormente, la mayor complejidad de los mercados y la elevada competencia crearon la necesidad de más capacidad de información y de gestión, una definición de estrategias y una mayor atención a la calidad del producto y los servicios. De la desintegración productiva se pasó a formas de agregación para la producción de servicios de calidad comparable a aquellos que puede tener la gran empresa, con el fin de utilizar las economías de escala¹².

¹¹ Idem p. 7.

¹² Idem, p. 8.

NORUEGA

El Departamento Noruego de Desarrollo Industrial, cuenta con un programa de cadenas productivas, que busca impulsar relaciones de cooperación de largo plazo entre empresas independientes. Las empresas que operan bajo este esquema, han tenido resultados positivos como la disminución de costos del 20 al 30% y se han incrementado los conocimientos y habilidades por el sólo hecho del trabajo conjunto. Este esquema de cooperación empresarial, se ha aplicado con éxito en Australia, Nueva Zelanda y Canadá¹³.

FRANCIA

En el medio rural son notorios los beneficios que han alcanzado los productores mediante las cooperativas, las cuales les facilitan a sus socios equipo, herramientas, insumos, apoyos a la comercialización y otros servicios a costos relativamente bajos¹⁴.

COREA

En su primera etapa de transformación industrial (inicio de los sesentas), el gobierno coreano promovió la creación de grandes empresas y grupos industriales, buscando economías de escala como fundamento de su desarrollo

¹³ Idem p. 8

¹⁴ idem, p. 8

económico. De la misma forma como en Japón pero en una época posterior, se apoyó a la pequeña empresa con la Ley Básica para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa conforme a dos políticas: una, se enfoca a la modernización de las empresas y, otra, cuando se relacionan con las grandes empresas a través de formas de cooperación o de complementación¹⁵.

TAIWAN

En el desarrollo de Taiwan fue importante la inversión extranjera directa y la subcontratación del fabricante original mediante contratos de otorgamiento de licencias y tecnología. Su experiencia es novedosa en cuanto a la aplicación de mecanismos para lograr la transferencia de tecnología, así como por el avance en su aplicación y mejora. El esquema aplicado en este país reside en que las grandes empresas (en alta proporción del estado), producen para el mercado interno y éste se mantiene altamente protegido, mientras que las pequeñas y medianas empresas surten la demanda de otros países y almacenes al menudeo, lo que las hace altamente exportadoras. No obstante, en los últimos años se ha reducido la participación de las pequeñas y medianas empresas en las exportaciones, debido a que en la segunda mitad de la década de los ochentas las grandes empresas emprendieron ambiciosos programas para elevar su productividad¹⁶.

¹⁵ Idem p. 8

¹⁶ Idem, p. 9.

1.2 La Cooperación Empresarial en México

En México se ha mantenido una línea de promoción para la cooperación empresarial, en especial, de las micro, pequeñas y medianas empresas. En el tiempo han existido diferentes opciones de agrupación, en ocasiones diseñadas para sectores de actividades específicas y con objetivos concretos.

Tal es el caso de las sociedades cooperativas, cuya vigencia permitió sumar recursos y experiencias de pequeños productores, apoyadas por un tratamiento especial en materia fiscal. A manera de ejemplo, también destaca la figura de la unión de crédito, cuyo desempeño ha permitido el desarrollo de varios sectores de la actividad económica, en virtud de que les facilitó el acceso a recursos frescos en condiciones favorables, así como realizar actividades en común¹⁷.

No obstante, las organizaciones descritas han disminuido su presencia como alternativas de asociación. Ante esta circunstancia, en los últimos años, se ha encausado el interés de las micro, pequeñas y medianas empresas hacia figuras novedosas de organización¹⁸.

¹⁷ Idem p. 9.

¹⁸ Idem p. 9.

Cuando se planteó la suscripción del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá y, posteriormente, con los países de América Latina: Chile, Venezuela, Colombia y Costa Rica, se estaban conformando áreas de libre comercio de productos y servicios, es decir, sin trabas¹⁹.

Al mismo tiempo, se hacían consideraciones sobre la manera en que el pequeño empresario mexicano podría aprovechar estas importantes oportunidades comerciales. Se tenía que asegurar que la mayoría de las empresas de escala micro, pequeña y mediana, pudiesen disponer de fórmulas para aprovechar cabalmente estos mercados, a partir de incrementos significativos en sus niveles de competitividad, sin que para ello requiriesen modificar el tamaño de su escala productiva, es decir que pudiesen seguir siendo pequeñas, pero eficientes y altamente competitivas²⁰.

El propio entorno económico, ahora globalizado, está produciendo entre los empresarios una visión clara de que es imprescindible asociarse para competir, “so pena” de verse diluido ante la creciente e inevitable competencia²¹.

¹⁹ Idem p. 10.

²⁰ Idem, p. 10

²¹ Idem, p. 10

1.3 Antecedentes de la empresa integradora

Ante la expansión de la miseria existe una respuesta sencilla, de rápida eficacia, económicamente viable y socialmente pertinente. implica, sin embargo, una decisión política y un impulso transformador importante. La propuesta parte de un diagnóstico sencillo. La producción popular no se encuentra en condiciones de participar en el mercado globalizado, en gran parte porque ha perdido sus mercados base, aquellos mercados comunitarios, regionales y nacionales en los que sí podía funcionar y conectar su oferta con las demandas de su entorno social²².

¿Qué impide volver a poner en marcha a decenas de miles de medianas, pequeñas y microempresas dedicadas al abasto popular?. Cerraron porque perdieron "su" mercado. La propuesta es restituirle sus mercados a la producción popular, sin darle la espalda a la globalización. Permitir que los dos Méxicos, el globalizado y el no globalizable convivan²³.

Esto se daría por la vía de la recreación de numerosos mercados locales y regionales que se constituyan en redes de intercambio recíproco y solidario entre

22 NAFINSA, “Empresas Integradoras”, NAFINSA, México DF. 1995. p. 11

23 *Idem*. p.12

productores y consumidores populares. Hacerlo demanda nuevas formas de organización y administración de los intercambios que permitan:

- a) Una vinculación eficiente entre ofertas y demandas populares en el ámbito regional.
- b) Una inserción también eficiente de los productores y consumidores populares con el mercado nacional y globalizado.

Esta inserción se daría no como productores y consumidores individuales, sino como grupos de productores y consumidores, de comunidades y regiones enteras, organizados para participar en los intercambios con escalas superiores de comercialización. La elevación de los niveles locales y regionales de autoabasto daría una mayor capacidad negociadora y permitiría destinar una porción creciente de los ingresos a la adquisición de medios e insumos productivos. Hablar de mercados locales y regionales puede ser una expresión meramente retórica, o puede ser un planteamiento sustentado en la concertación de acuerdos específicos y en el uso de instrumentos y formas de organización que le den verdadera fuerza. Los acuerdos se refieren a compromisos entre productores y consumidores para participar en un esquema de comercialización intrarregional fincado en el intercambio recíproco y solidario²⁴.

²⁴ idem p. 15

Ante la creciente competitividad existe una respuesta rápida eficaz y económicamente viable y socialmente pertinente pero esto implicaría una decisión política y un impulso transformador importante. Esta propuesta parte de un diagnóstico sencillo. La producción popular no se encuentra en condiciones de participar en el mercado globalizado en gran parte porque ha perdido su mercado base, aquellos mercados comunitarios, regionales y nacionalidad en los que si podía funcionar y conectar su oferta con sus demandas de su entorno social. La propuesta es restituirle su mercado a la producción popular sin darle la espalda a la globalización, ésto trae como consecuencia el surgimiento de empresas integradoras²⁵.

La empresa integradora es una forma de sociedad anónima relativamente nueva, instituida por el gobierno para fomentar la competitividad y la supervivencia de la pequeña y mediana empresa en México. Este tipo de empresa surge a raíz de los cambios tan drásticos que se han venido viviendo en las economías de mundo desde hace tiempo pero que ahora en la actualidad este cambio ya está 100% presente en el mercado nacional y en el caso de no producir cambios se corre el riesgo de quedarse obsoleto.

²⁵
idem p 16

A continuación se verá muy brevemente el panorama que se vivía en la economía y en la manera de pensar de los ejecutivos desde los años 60's a la actualidad²⁶.

En los años 60's predominaba un mercado donde la oferta era menor que la demanda lo cual daba como consecuencia que la empresa no se preocupaba por nada mas que por vender el ejecutivo de la empresa debía ser efectivo para producir y vender bienes como fuera posible ya que éstos eran necesarios en el mercado y le exigía mucho el cliente lo que llevaba a una planeación reactiva ya que se producía lo mas que se podía²⁷.

En los años 70's la oferta seguía siendo menos que la demanda pero con un poco mas de competencia pero eso no les preocupaba a las empresas ya que había mercado para todas lo único que tenían que hacer era producir y vender bienes de la mejor manera y tener un ejecutivo eficaz al cuál se le pudiera exigir mas, el tipo de planeación ya no era reactiva sino que se tenía que anticipar al futuro²⁸.

En los años 80's la demanda estaba igualada con la oferta lo cual trajo como consecuencia que los ejecutivos ya no fueran efectivos ni eficientes sino eficaces para que fueran capaces de producir y vender bienes adecuados al mercado y que

26 CNBV, "Manual para la constitución de una Empresa Integradora", CNBV, México DF., 1998, p. 13

27 Idem p. 14

28 Idem, p. 15

éste los aceptara; así la planeación seguía siendo anticipada a futuro para poder subsistir en el mercado²⁹.

En los años 90's la oferta supera a la demanda y el ejecutivo de la empresa debe ser excelente para que sea capaz de producir y vender bienes de la mejor manera para que así su empresa permanezca en el mercado y manejar un tipo de planeación proactiva³⁰.

En el momento actual las empresas que deseen alcanzar con éxito el año 2000 deberán tomar en cuenta que lo que hoy importa es sobrevivir y crecer como organización, Este crecimiento debe ser de todos los puntos de vista y niveles de la empresa tanto económico, social, laboral, comunitario, etc. Para lograr, este crecimiento y esta supervivencia en este entorno tan hostil las empresas deben tener como exigencia primordial el desarrollar habilidades básicas en toda la gente de la organización para poder manejar y adaptarse a los cambios que le presente el entorno en donde se desarrollan, el cual con la globalización que se vive actualmente el entorno somos todos y lo que le afecte al continente asiático le afecta a Sudamérica, esto es la globalización. Esto va a traer como consecuencia que tanto individuos, políticas y la empresa en general tendrá que volverse altamente flexible ante sus clientes en su pensamiento, visión y en

²⁹ idem p. 17.

³⁰ idem, p. 18

general en su manera de hacer negocios y la manera de mirar al cliente. Este reto va a exigir a los directivos y a todo el personal que como grupo o como empresa tienen que desarrollar la capacidad de responder a situaciones nuevas que se le presenten; deben aprender a saber apreciar el cambio y a verle el lado positivo a dicho cambio sobreviviendo, construyendo, motivando y creciendo todos como organización³¹.

En el año 2000 las estructuras de las empresas deberán adoptar nuevas formas de trabajo empleando al 100% las actividades en equipo deshaciendo todas las 'islas de autoridad ' que existan en la empresa y desarrollarlas para que éstas sean flexibles adecuando horarios organigramas, procesos, operaciones, etc. Ya no es posible tener éxito en organizaciones donde todo el mando se encuentra en los niveles altos y medios; es necesario impulsar los equipos de trabajo como una respuesta totalmente válida para sobrevivir y crecer con éxito el próximo siglo. Lo que ya esta sucediendo es que los empleados están cambiando' sus actitudes y expectativas en relación al Trabajo que desempeñan y aun mas están cambiando sus convicciones en cuanto a desarrollo ya no se conforman con poco sino que buscan la perfección día con día para ser mejores ante el cambio. Por otra parte las organizaciones están tratando por todos los medios posibles de reducir costos,

³¹
Idem p. 19

incrementar la productividad y de alguna forma vender sus productos y servicios en un mercado cada vez mas cambiante y recesivo³².

1.4 Concepto de empresa integradora

La empresa integradora es una persona moral con personalidad jurídica propia la cual está formada por empresas, ya sean personas físicas o morales del mismo ramo comercial preferentemente de escala pequeña o mediana. Esta misma tiene una organización formal y constituye una plataforma de despegue para el desarrollo económico y la modernización tecnológica de los pequeños comerciantes asociados a ésta. El esquema de integración de empresas persigue la eficiencia de éstas con el objeto de obtener bienes y servicios de calidad y precio competitivo, lo que favorece la concurrencia al mercado de exportación³³.

³² Idem p. 20

³³ SECOFI, "Lo que usted desea saber sobre empresas integradoras", 1a edición, México DF., 1996, p. 14

1.5 Se fundamentan jurídicamente en el:

- ✓ Programa de Política Industrial y Comercio Exterior, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de mayo de 1996³⁴.

- ✓ Decreto que promueve la organización de Empresas Integradoras, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de mayo de 1993 y sus modificaciones del 30 de mayo de 1995³⁵.

1.6 Sus funciones principales son:

Los empresarios que adopten este régimen de cooperación empresarial, podrán desarrollar conjuntamente los siguientes servicios especializados, sin detrimento de tener otros servicios que requieran para su operación:

A) TECNOLOGICOS

34 SECOFI, "Guía para la creación de una Empresa Integradora", SECOFI, México DF, 1999, p. 13

35 Idem, p. 14

- * Adquisición, adaptación, asimilación e innovación tecnológica.
- * Modernización de la maquinaria y equipo.
- * Planeación del proceso productivo.
- * Instalación de laboratorios para la investigación y desarrollo tecnológico, los que podrán elaborar prototipos; diversificación y desarrollo de nuevos productos, así como las pruebas de resistencia de materiales y control de calidad.

A) PROMOCION Y COMERCIALIZACION

- * Búsqueda de mercados tanto nacionales como de exportación.
- * Elaboración de catálogos promocionales.
- * Participación en ferias y exposiciones.
- * Aplicar técnicas de mercadotecnia y de publicidad para la venta de sus productos.

B) DISEÑO

- * Acceso a servicios especializados de diseño.
 - * Selección de diseños de vanguardia.
 - * Desarrollo de mejores diseños, novedosos, útiles y de calidad, que satisfagan las necesidades del consumidor, para lograr mayor penetración en los mercados.
-

- * Contar con servicios de información sobre las tendencias de la moda, tanto en el país como en el exterior.

C) SUBCONTRATACIÓN

- * Lograr la articulación y complementación de cadenas productivas.
- * Articular empresas de menor tamaño con las de mayor escala, para evitar integraciones verticales excesivas.
- * Contar con servicios de ingeniería especializada, para promover la venta de procesos industriales.
- * Homologar la producción de los subcontratistas.
- * Consolidar ofertas para la fabricación de partes, piezas y componentes.
- * Desarrollar los perfiles de subcontratación requeridos por otras empresas.

D) FINANCIAMIENTO

- * Gestionar, por cuenta de los socios, la obtención de crédito bancario.
- * Asesoría especializada para mejorar su posición financiera.
- * Promoción y formación de coinversiones y de alianzas estratégicas.

E) ACTIVIDADES EN COMUN

- * Vender la producción por cuenta de los socios.
 - * Promover la colocación de ofertas consolidadas.
 - * Comprar materias primas, refacciones o maquinaria y equipo en condiciones
-

favorables de precio y calidad, en función de los mayores volúmenes de compra.

- * Adquirir tecnología y asistencia técnica.
- * Promover la renovación e innovación de la maquinaria y el equipo.
- * Brindar capacitación a la fuerza laboral y a los niveles directivos.
- * Implantar programas para mejorar la calidad e incrementar la productividad.

G) APROVECHAMIENTO DE RESIDUOS INDUSTRIALES

- * Asesoría para lograr una mayor utilización de los materiales susceptibles de reciclarse, a fin de contribuir a la preservación del medio ambiente.
- * Proporcionar el desarrollo de tecnologías de reciclaje.

H) GESTIONES ADMINISTRATIVAS

- * Asesoría y Gestión en los trámites administrativos, contables, jurídicos, fiscales y de crédito que requieran para la operación de las empresas³⁶.

1.7 Socios Potenciales

A continuación se describe quienes pueden ser socios potenciales de una empresa integradora:

³⁶ Idem p. 17.

- ✓ Personas Físicas y/o Morales
- ✓ Empresas de nueva creación o en operación.
- ✓ Empresas con un proyecto conjunto de negocios.
- ✓ Empresas que deseen proveer a otra de mayor escala³⁷.

1.8 Condiciones Del Ámbito Empresarial

Para que un proyecto de empresa integradora tenga más probabilidades de éxito, se requiere que el grupo de empresarios interesados en agruparse consideren los siguientes aspectos:

- ✓ Que el proyecto de asociación surja de la base empresarial. Presencia de un líder.
- ✓ Cohesión de grupo.
- ✓ Contar con un proyecto de factibilidad económica-financiera que sustente la integración.
- ✓ Compromiso explícito de los socios para cumplir con los objetivos del proyecto.
- ✓ Las expectativas de rentabilidad del proyecto, no sólo sean a corto plazo.
- ✓ Empresas con una estructura orgánica y operativa mínima³⁸.

37 CNBV, “Manual para la constitución de empresas integradoras”, CNBV, México DF, 1996, p.10.

38 *idem*, p.12.

1.9 Requisitos De Inscripción

Para obtener su inscripción en el Registro Nacional de Empresas Integradoras, deberán cumplir los siguientes requisitos:

1. Tener personalidad jurídica propia
2. Contar con un capital mínimo de \$50,000.00.
3. Participación accionaria de cada socio, no puede exceder del 30% del capital social.
4. Presentar la siguiente documentación:
 - * Proyecto de factibilidad económica-financiera que sustente la integración.
 - * Proyecto de acta constitutiva que contenga lo señalado en la Ley de Sociedades Mercantiles y lo previsto en el Artículo 4o. del Decreto que promueve la organización de Empresas Integradoras publicado en el Diario Oficial de la Federación el 7 de Mayo de 1993 y sus modificaciones del 30 de Mayo de 1995³⁹.

³⁹ SECOFI, “Guía para la creación de Empresas Integradoras”, SECOFI, México DF, 1996, p.17

1.10 Apoyos institucionales a la Empresa Integradora

Los apoyos señalados en el Decreto que promueve la organización de estas empresas son:

FISCALES

- ✓ Régimen Simplificado de Tributación por 10 años, sin límite de ingresos, lo que permitirá la capitalización de la empresa integradora; y
- ✓ El régimen fiscal aplicable a las empresas integradoras, se explica en la resolución que otorga facilidades administrativas a los sectores de contribuyentes que en la misma se señalan, publicados en el DOF, el 30 de marzo de 1998⁴⁰.

FINANCIEROS

- ✓ Asesoría y orientación para habilitar a las empresas integradoras y/o asociadas como sujetas de crédito de los programas normales Financieros;
- ✓ Nacional Financiera, SNC, de conformidad con el artículo 6o. del Decreto que modifica al diverso que promueve la organización de empresas integradoras, otorgará crédito y/o capital de riesgo a las empresas

40 Reyes Mora, "Estudio Jurídico-Fiscal de las Empresas Integradoras", SICCO, México DF, 1998, p 25.

integradoras y a las asociadas. Asimismo, desarrollará esquemas de garantías;

- ✓ Impartirá programas de capacitación a las empresas integradoras y a sus socios; y
- ✓ El Banco Mexicano de Comercio Exterior, SNC, de conformidad con lo dispuesto en el Decreto citado, otorgará crédito y/o capital de, riesgo a las empresas integradoras y a sus asociadas para la preexportación y exportación, directa e indirecta y desarrollará esquemas de garantías⁴¹.

FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Facilidades administrativas para acceder a los programas de Ecex, Altex y Maquila de Exportación. Las empresas integradoras podrán acreditar cualesquiera de los programas de fomento a la exportación administrados por la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior. En primera instancia, podrán suscribir su registro como Empresa de Comercio Exterior (Ecex), toda vez que esta figura es la única que permite a las empresas "que no son productoras de mercancías", obtener el registro como Empresa Altamente Exportadora (Altex) y Programa de Importación Temporal (Pitex), de acuerdo con la mecánica operativo instrumentada por las delegaciones y subdelegaciones de la SECOFI, con fecha 16 de julio de 1996.

⁴¹ Idem p 26

Asimismo, las empresas integradoras podrán obtener el registro como maquiladoras de exportación, en la Dirección General de Servicios al Comercio Exterior⁴².

1.11 Programas de la Secretaría de Economía que se Vinculan con un Esquema de Integración

Desarrollo de Proveedores

Promoción de la Industria Maquiladora y sus Proveedores

Sistema para la Subcontratación Industrial

Bolsa de Oportunidades Industriales

Programa de Promoción de Artesanías

Programa de Apoyo al Diseño Artesanal

Sistema para Evaluación de la Competitividad

Promoción de Agrupamientos Industriales

Programa COMPITE

Centro Regional para la Competitividad Empresarial (CRECE)

Programa Nacional de Calidad para PYME'S

Sistemas de Autodiagnóstico Temáticos

⁴² Idem p 27.

Guías de Negocios

Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)⁴³

1.12 El Programa de Empresas Integradoras tiene vínculos con las siguientes instituciones:

1.12.1 NAFIN

OBJETIVO

Contribuir a la reactivación económica del país, mediante la canalización de apoyos financieros y técnicos para el desarrollo del Sector Industrial, a través de los siguientes programas:

APOYOS

Operaciones de crédito Créditos a tasa fija

Programa de Garantías Programa de Desarrollo de Proveedores

Programa de Apoyo para el Sistema de Subcontratación Industrial

Programa de Apoyo a Empresas Integradoras.

⁴³ SECOFI, www.secofi.gob.mx, "Empresas integradoras" actualizada Enero de 2002, consultada 15 Marzo 2002.

Programa de Aportación Accionaria Operaciones de factoraje Constitución de fideicomisos AAA Capacitación y Asistencia Técnica Alianzas Estratégicas entre empresas mexicanas del exterior⁴⁴.

1.12.2 BANCOMEXT

OBJETIVO

Apoyar al empresario desde la concepción del negocio hasta que llega el producto al usuario final.

APOYOS

Ciclo productivo (pre-exportación)

Proyectos de Inversión Adquisición de unidades de equipo importado Líneas de crédito-comprador Capital de riesgo Información

Asesoría Capacitación Asistencia Técnica Promoción⁴⁵.

44 Idem.

45 Idem.

1.12.3 FIRA

OBJETIVO

Promover a través de la Banca la inversión productiva y rentable en los sectores agropecuario, forestal, pesquero y agroindustrial, para lograr niveles de bienestar de los productores dedicados a estas actividades

APOYOS

Financiamiento con tasas de interés preferencial Servicios a través del banco de su preferencia Servicios complementarios para facilitar la aplicación del crédito y contribuir a una mayor competitividad de las empresas

Asesorías para la constitución de empresas integradoras que se generan en el ámbito de su competencia, como financiamiento para la ejecución de los planes de negocio⁴⁶.

1.12.4 FUNTEC

OBJETIVO

Apoyar y facilitar la realización de iniciativas concretas de integración industrial, desarrolladas por cámaras empresariales y/o grupos de empresas.

⁴⁶ Idem..

APOYOS

Apoyar a las entidades promotoras en la formulación del proyecto de integración industrial Propiciar la institucionalización de los proyectos de integración industrial para garantizar la obtención de los resultados esperados.

Proporcionar asistencia técnica requerida por el proyecto, con el apoyo de expertos del PNUD y la ONUDI y el acceso a bancos de información de alcance mundial Aportar co-financiamiento hasta por el 33% del costo total del proyecto⁴⁷.

1.12.5 CIMO

OBJETIVO

Apoyar a la micro, pequeña y mediana empresa mediante el diseño e instrumentación de programas de capacitación, calidad y productividad que les permitan mejorar su competitividad en los mercados interno y externo.

APOYOS

Capacitación Consultoría, en diagnóstico de la empresa Información especializada Fomentar la agrupación de empresarios.

⁴⁷ Idem.

1.12. 6 FONAES

OBJETIVO

Apoyar los esfuerzos organizados de productores indígenas, campesinos y grupos populares-urbanos, para impulsar proyectos productivos y empresas sociales.

APOYOS

Capital de Riesgo

Fondos de financiamiento

Fondos de garantía Capacitación y asistencia técnica

Comercialización Cajas de ahorro solidarias

Programa de empleo productivo

Asesoría para elaborar los planes de negocios de las empresas integradoras que se generan en el ámbito de su competencia⁴⁸.

⁴⁸ Idem

1.13 ¿Qué se debe de tomar en cuenta al formar una empresa integradora?

Delimitar con claridad los compromisos y las expectativas de crecimiento y beneficio a los socios. En una empresa de este tipo se debe de especificar y quedar perfectamente formalizados los beneficios y el plazo en que van a tener los beneficios las empresas asociadas.

Aportar capital suficiente para respaldar los proyectos de la inversión, esto debe estar sustentado por el estudio de viabilidad financiera. Se debe de hacer un estudio financiero ya sea de planeación en base a presupuestos para que la empresa y sus asociados sepan cuánto tienen que aportar para que esta empresa trabaje y de los beneficios esperados en el corto y en el largo plazo.

Proporcionar efectivamente los servicios especializados que los socios requieren para garantizar su productividad y crecimiento y garantizar su competitividad. Como anteriormente se mencionó se debe de estipular por escrito las facultades que va a tener esta empresa y los socios deberán de exponer sus requerimientos y necesidades para que esta empresa trate de proveerle lo que requieran⁴⁹.

⁴⁹ CNBV, "Manual para la constitución de empresas integradoras", CNBV, México DF, 1996, p. 46

Establecer políticas que favorezcan o se Incentivo la reinversión de utilidades. Esto es un punto muy importante ya que la empresa integradora tiene que mantener un crecimiento sostenido y así tener el mismo nivel de crecimiento que sus asociadas.

Aplicar adecuadamente el régimen fiscal y sacar el máximo provecho a los incentivos fiscales. Es muy importante que la empresa integradora asesore de la manera mas eficiente y efectiva a sus asociadas para que estas aprovechen al máximo los estímulos fiscales otorgados por ley.

Aplicar políticas que incentiven a los socios a ser mas productivos y competitivos. La empresa integradora tiene que manejar un área motivacional para sus socios para que ellos se sientan capaces de ser mas eficientes y a su vez productivos.

Considerar a todos los socios para la toma de decisiones. Como toda empresa en sociedad para su buen funcionamiento se debe de tomar la opinión de todos y cada uno de los socios que la formen para que así se logre una armonía en la toma de decisiones⁵⁰.

⁵⁰
Idem p. 46

Mantener la autonomía de las empresas asociadas. Siempre se deben de respetar las empresas asociadas entre si ya que cada una toma sus propias decisiones y es autónoma, la empresa integradora esta ahí para apoyo, asesoría y en si para prestar un servicio a sus asociadas.

La administración de la empresa preferentemente éste a manos de un profesional. definitivamente la dirección de esta empresa debe de estar a manos de una persona debidamente preparada y capacitada tanto moral, conceptual y técnicamente para que pueda llevar a la empresa hasta el punto máximo que los socios necesitan que llegue.

Realizar acciones en común para que todos los socios se esfuercen por su consolidación en el mercado. Debe de existir un trabajo en equipo entre los socios para que así la empresa integradora se consolide en el mercado y favorezca a todos sus asociados⁵¹.

Implantar indicadores que midan el desempeño y rentabilidad de la empresa integradora. Se puede manejar un departamento de auditoría interna para que así la empresa tenga un control interno lo suficientemente contable para que así se

⁵¹ Idem, p. 46

logre el crecimiento esperado de la integradora.⁵²

1.14 Ventajas de una empresa integradora

1. La empresa integradora es una forma de asociación empresarial que cuenta con mayores ventajas intrínsecas que otras modalidades de asocionismo empresarial.
2. Es versátil y se adapta a cualquier actividad.
3. Incrementa la competitividad y productividad de las empresas asociadas
4. Mantiene la autonomía de los empresarios en las decisiones internas de los negocios.
5. Los empresarios se dedican a producir mientras que la empresa integradora se encarga de realizar otras actividades especializadas que requieren los asociados.
6. Posibilita la adquisición en común de activos fijos, para modernizar los medios de producción.⁵³

⁵² Idem p. 48

⁵³ Reyes Mora , “Estudio Jurídico-Fiscal de las Empresas Integradoras”, SICCO, México DF, 1998, p 28

Las empresas asociadas podrán comprar desde una acción hasta el 30% del capital social, de acuerdo con su capacidad económica sin limitación de gozar los servicios que ofrezca esta organización.⁵⁴

7. Puede contribuir al desarrollo regional ya que la asociación incremento la productividad propiciando con ello el aprovechamiento de los recursos de las diferentes zonas económicas.

8. Eficientiza el proceso de comercialización y venta con lo que se obtienen bienes y servicios de calidad a precio competitivo lo que favorece la concurrencia a mercados mas amplios y complejos.⁵⁵

1.15 Requisitos Para La Constitución De Una Empresa Integradora.

Los requisitos de inscripción que las asociadas tienen que reunir y presentar a las autoridades pertinentes para formar la nueva empresa integradora y la elaboración del plan de negocios que no es mas que una visión a futuro y una planeación de actividades las cuales se tienen que elaborar y seguir paso a paso para formar esta empresa y hacerla funcionar eficientemente y al mismo tiempo tener una pauta en la cual se podrá evaluar el desarrollo y evolución de la empresa integradora.

54 Idem p 30

55 idem p 35

Requisitos para la inscripción de una empresa.

1. Tener Personalidad jurídica propia
 2. Contar con un capital mínimo de \$50,000.00
 3. Participación máxima de cada socio de 30% o menos del capital social
 4. Que su objeto preponderantemente sea la prestación de servicios especializados de apoyo a las empresas micro, pequeña y mediana integradas.
 5. Constituirse con las empresas integradas, mediante la adquisición por parte de estas de acciones o artes sociales,
 6. Tener cobertura nacional o bien circunscribirse a una región, entidad federativo etc, en función de sus propios requerimientos y los de sus socios.
 7. Percibir ingresos exclusivamente por concepto de cuotas y prestación de servicios a sus integradas.
 8. No participar de manera directa o indirecta del capital social de las empresas integradas.
 9. Presentar la siguiente documentación:
 - a. Plan de negocios que sustente la integración
 - b. Proyecto de acta constitutiva
 - c. Organigrama funcional
-

- d. Elaboración de/ plan de negocios.-
 1. Detectar las necesidades de las empresas asociadas
Así se podrá formar una empresa integradora realmente efectiva y rentable que satisfaga las necesidades de sus asociados.
 2. Identificación de debilidades y fortaleza de las empresas asociadas Con esta información se podrá proporcionar a los asociados lo que necesita y así poder ayudarle en sus debilidades y incrementar sus fortalezas.
 3. Perfil de los directivos y de los mandos medios.
 4. Análisis de Mercado:
 - a. Principales bienes y servicios que producen
 - b. Clientes
 - c. Competidores
 - d. Riesgos
 - e. Nivel de precios vs competencia
 - f. Expectativas de demanda.Principales servicios especializados que demandan por área, por ejemplo:
 - a. Tecnología
 - b. Mercadotecnia
 - c. Administración
 - d. Ingeniería y manufactura
 - e. Calidad
-

- f. Diseño
- 6. Estrategia de Mercado
 - a. Diversificación o especialización en ciertos productos
 - b. Ampliación o diversificación de mercados
 - c. Identificación de nuevos canales de distribución
 - d. Publicidad
 - e. Relaciones públicas y fuerza de ventas
 - 7. Producción:
 - a. Evaluación de; nivel tecnológico relativo
 - b. Maquinaria principal (grado de obsolescencia o modernidad)
 - 8. Financiamiento:
 - a. Nuevas inversiones
 - b. Análisis de fuente y destino de los recursos
 - c. Flujo de efectivo
 - d. Preforma de balance
 - e. Análisis de punto de equilibrio
 - f. Proyecciones a largo plazo
 - 9. Conclusiones⁵⁶

Capítulo 2

ANÁLISIS DEL ESTUDIO

2.1 Descripción del estudio

2.1.1 Definición del tipo de investigación

La investigación comenzó con un ambiente exploratorio debido al casi nulo conocimiento del investigador y por la razón también de que el tema es relativamente nuevo. Con este tema se pretende acercarse hacia los conceptos fundamentales para así adquirir conocimientos generales con los cuales se involucre el investigador y que posteriormente pueda hacer un análisis sobre estas empresas para detectar las ventajas y las desventajas de este tipo de empresas. Por otra parte, la investigación contiene características interesantes de manera que podría tomar mas adelante una personalidad descriptiva. Pues con esta se busca evaluar la eficiencia financiera de las Empresas Integradoras.

2.1.2 Diseño de la investigación

La investigación cuenta con un diseño no experimental longitudinal, con esto se pretende obtener un conocimiento de cual ha sido el desenvolvimiento de estas empresas en la Ciudad de México, de esta manera después se les analizarla

factorialmente para afirmar si son más competitivas y afirmar si son una buena opción o no para la competencia.

2.2 Hipótesis:

Hi: Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México son más competitivas que antes de ser Integradoras

Ho: Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México son menos competitivas que antes de ser Integradoras

Ha: Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México igual de competitivas que antes de ser Integradoras.

Definición conceptual y operacional de las hipótesis de investigación

Variable =	“Empresas integradoras”	“Competitivas”
Definición conceptual	Persona moral con personalidad jurídica propia formada por empresas del mismo ramo comercial de escala pequeña o mediana	Implica que contiene características que le permiten hacer frente a desafíos que se presentan en el ambiente en el que se desenvuelve. Estas características pueden ser el precio, calidad, servicio u otras actividades que la empresa realiza bien y que le permiten hacer una diferenciación de las demás y un posicionamiento en la mente del cliente.
Definición operacional	Revisión de censos económicos en el DF.	Aumento de ventas a partir de que se integra.

2.3 Características de la prueba

La prueba estadística a realizar para e comprobar la autenticidad de la investigación y rechazar o aceptar la hipótesis de trabajo será descriptiva primeramente para analizar las característica principales de la muestra empleada para la investigación como la media, mediana, etc. Se procederá también a un análisis de varianza para saber que tan dispersos se encuentran los datos con relación a la media. Y finalmente se hará un análisis factorial para aceptar o

rechazar la hipótesis propuesta. Cabe mencionar que el procedimiento empleado tendrá un nivel de confiabilidad del 95%.

2.4 Selección de la muestra

La población que contiene los elementos de interés para la presente investigación, consta de 102 elementos^(FUENTE SIEM) de los cuales la muestra a trabajar se eligió aleatoriamente es decir que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido, para que el estudio sea confiable y que los datos que se obtengan tengan el mínimo sesgo para que sea una investigación confiable, además de que esta debe ser representativa de la población que se estudia.

2.5 Determinación de la muestra

Un método aceptable para la determinación de la muestra, es tomar el 10% de la población es decir si se tienen 102 elementos de interés en una población, el 10% son $10.2 = 11$ elementos para realizar la investigación.

Otro método aceptable para determinar la muestra, es la raíz cuadrada de la población.

Para este caso se utilizará una fórmula sencilla y confiable con la que se contempla también otros aspectos como el error:

El procedimiento que se utilizará para determinar la muestra es el siguiente:

1. Determinar el nivel o grado de confianza de la muestra.
Depende de la precisión que el investigador quiera tener.

$$x \text{ barra} - \sigma = 95 \% = 1.96$$

$$x \text{ barra} - \sigma = 99 \% = 2.96$$

2. Analizar la situación existente.

$$p \text{ y } q = 1$$

3. Definir el error de estimación máximo permitido.

Depende de que tan precisa se requiere la investigación.

Debido a que se trata de una población finita de elementos se tiene la siguiente fórmula:

$$n = \frac{(\sigma \text{ cuadrada}) \times (N) \times (p) \times (q)}{e \text{ cuadrada} (N-1) + (\sigma \text{ cuadrada}) \times (p) \times (q)}$$

Si la aplicamos a la población de 102 elementos que tenemos resulta:

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (102) \times (.95) \times (.05)}{(.05)^2 + (1.96)^2 \times (.95) \times (.05)}$$

lo que da como resultado:

$$n = \frac{18.612552}{.434976} = 42.7 \text{ o sea } 42 \text{ elementos en la muestra.}$$

Para hacer una recolección eficiente de los datos se empleará un formato de cuestionario de preguntas cerradas que a continuación se propone, esto con la finalidad de que el trabajo de agrupación y análisis de datos sea un trabajo más sencillo y para que la información que sea proporcionada para la investigación se contenga en un formato cerrado de información.

2.6 Instrumento de medición

Debido a la naturaleza de la investigación así como para fines prácticos en cuanto a la operacionalización de los resultados de la investigación, se propone que el instrumento con el cual se recolecte sea el cuestionario formato que esta disponible en el anexo 1.

Entre otras informaciones importantes que se pretenden indagar con la aplicación de los cuestionarios es:

Conocer el tamaño que tiene la empresa y si cumple con el reglamento de mínimo de socios que marca la Secretaría de Economía.

Conocer las causas de creación de esa empresa integradora y así se podrá comparar los motivos de creación de dicha empresa con los objetivos que persigue teóricamente una empresa integradora y al final poder evaluar si las el procedimiento de crear la integradora fue lo que se tenía que hacer para resolver el problema de la empresa en su momento.

La exportación es una de las causas mas comunes por las que se forma una empresa integradora, en esta pregunta se quiere medir que tanto les importa a las empresas de la región exportar o si les importa mas otra función de la integradora.

Una de las ventajas mas atractivas de una integradora es su imposición y sus estímulos fiscales, es por ello que quiere saber que tan informados están las asociadas sobre estas regulaciones y evaluar si las aprovechan al 100%.

Todas las empresas integradoras tiene ciertas funciones principales sin depender de su giro, se va a enumerar otras actividades que llevan acabo estas empresas para ver que tan afines son a las integradoras.

Se medirá que tan productivo ha sido para las asociadas integrarse y en que porcentaje ha sido esto benéfico reflejado en sus ventas. Se tiene que tomar en cuenta que esto se elevaría si las empresas se integraron para exportar.

Saber si la integradora es una buena estrategia para hacer frente a la competitividad y a la globalización.

Se señalara en que se han beneficiado las asociadas al afiliarse a una integradora y si ésta ha cumplido con las expectativas que sus asociadas esperaban o si por lo menos ha cumplido con las mas básicas.

Capítulo 3

RESULTADOS

3.1 PRUEBA DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH

El presente informe contiene información obtenida después de haberle hecho a la prueba piloto consistente en una muestra de 9 elementos la prueba de confiabilidad de alfa de Cronbach lo cual arrojó los siguientes resultados.

El primer paso para acceder a los resultados de esta prueba, se realizó una tabulación de las respuestas que proporcionaron los entrevistados la cual queda de la manera siguiente:

TABULACION

Pregunta No. 1

Menos de 5 = 0
5 o mas de 5 = 1

Pregunta No. 2

Competitividad = 0
Presencia en el mercado = 1
Desarrollo de marca propia = 2
Beneficios fiscales = 3
Intercambios empresariales = 4
Mas de dos = 5

Pregunta No. 3

SI = 1
No = 0

Pregunta No. 4

SI = 1

No = 0

Pregunta No. 5

Ninguno = 0

Aduana = 1

Régimen = 2

Pregunta No. 6

Disminuir costos = 0

Marcas Propias = 1

Condiciones de compra = 2

Intercambio de Información = 3

Otra = 4

Mas de dos = 5

Pregunta No. 7

0% - 10% = 0

11% - 20% = 1

21% - 30% = 2

31% - 50% = 3

60% = 4

100% = 5

Pregunta No. 8

Ninguna = 0

Menores costos y Mejores Precios = 1

Empresa consolidada = 2

Competencia y Mejores costos = 3

Otra = 4

Pregunta No. 9

Ninguna = 0

Incompetencia del gobierno = 1

No funcionan los estímulos = 2

Los recursos no se aplican = 3

Mas trabajo = 4

Falta decisión = 5

Pregunta No. 10

SI = 1

No = 0

Pregunta No. 11

Capacitación = 0

Calidad = 1

Tecnología = 2

Mas de dos = 3

Como se puede observar, es una asignación de valores nominales para de esta manera llevarlos a el proceso estadístico quedando de la manera siguiente en la matriz de correlaciones.

Tabla 1

MATRIZ DE CORRELACION

ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	-	0.17467	0.15625	0.10000	0.22500	0.16806	0.45660	0.27778	0.00667	0.15625	0.00058
2	ya calculado	-	0.09853	0.18450	0.24563	0.68147	0.00644	0.09510	0.14090	0.09853	0.06865
3	ya calculado	ya calculado	-	0.01563	0.56250	0.43000	0.23585	0.37000	0.06667	0.01563	0.07122
4	ya calculado	ya calculado	ya calculado	-	0.56250	0.34722	0.15094	0.17361	0.26667	0.01563	0.00581
5	ya calculado	ya calculado	ya calculado	ya calculado	-	0.34722	0.33962	0.11111	0.26667	0.13572	0.05233
6	ya calculado	-	0.75800	0.00254	0.26759	0.08681	0.00129				
7	ya calculado	-	0.41929	0.85900	0.02889	0.18451					
8	ya calculado	-	0.00185	0.02778	0.18669						
9	ya calculado	-	0.89000	0.20504							
10	ya calculado	-	0.17587								
11	ya calculado	-									

$$\text{alfa} = \frac{N(p \text{ barra})}{1 + p \text{ barra}(N-1)}$$

COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD	=	0.75388
ALFA -CRONBACH		

Donde:

N =	11
p barra =	0.21781
1+P(N-1)	3.17805
NP	2.39586

Con base en el análisis de confiabilidad presentado se concluye que con un coeficiente Alpha de Cronbach de **.75388**, el cual se considera alto, se puede afirmar que el cuestionario tiene confiabilidad y validez.

3.2 Análisis Factorial.

Como segunda prueba, se aplicó un análisis factorial para conocer si hay o no interacción entre los factores.

El siguiente cuadro resume los resultados de interés para aceptar o rechazar la hipótesis:

Los resultados se aceptan con el 95% de confianza.

Base de rechazo:

Rechazar $F > 4.08$

Tabla No. 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.939 ^a	.882	.866	.32336	.882	53.824	5	36	.000	.774

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

Conclusión: Con el 95% de confiabilidad se concluye que los factores, ventas, competencia, costos, precios, exportación. No son independientes, es decir que hay dependencia entre los factores.

3.3 Regression

Al efectuar el análisis factorial y comprobar que efectivamente existe interacción entre los factores, se hace necesario practicar un análisis de regresión múltiple para saber si las variables independientes son causas en conjunto de la eficiencia financiera de las Empresas Integradoras.

Primero se probará si el modelo es predictor.

Bases de rechazo: rechazar $F > 2.76$

Tabla No. 3

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.140	5	5.628	53.824	.000 ^a
	Residual	3.764	36	.105		
	Total	31.905	41			

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

Conclusión: Como este estadístico de prueba 53.824, es mayor que la base de rechazo de 2.76, con el 95 % de confiabilidad se rechaza la hipótesis nula y se considera que el modelo es predictor.

Tabla No. 4

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939 ^a	.882	.866	.32336	.774

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

Con una R cuadrada de .866, se puede decir que el porcentaje de las causas de influencia de conjunto sobre las ventas de las empresas integradoras es de del 86.60%.

3.5 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Según los datos que arrojan los cuestionarios la mayoría de las empresas están formadas por 5 socios. Cabe recordar que cada socio no puede tener una participación mayor en la integradora al 30% del capital social por lo cual cada integradora debe de tener por lo menos 4 socios .

Se puede observar que la basta mayoría de las empresas integradoras se forman con el estándar que marca la ley de 5 socios con una participación del 20% cada socio el cual es una forma muy sana y equitativa para la integradora y para los socios para que funcione con imparcialidad y de resultados satisfactorios por igual a todos los socios

Causas de origen de la integradora

El 52 % de las asociadas optaron por esto para mejorar la competitividad y hacerle frente a la agresiva competencia prevaleciente en el mundo a causa de la globalización y así poder competir en costos y en calidad. Optaron por este régimen por el concepto mismo de la empresa integradora y las funciones que ésta desempeñaba y a raíz de esto se concibió una figura que le daría mas competitividad y producción a sus asociadas.

El 17% de las asociadas se dieron cuenta de la ventaja que tendrían al asociarse con otras empresas de su mismo ramo y la fuerza y presencia en el mercado que les iba a dar esta unión.

El 13% de las asociadas estaban interesadas en formar un producto de marca propia, para lo cual es una buena oportunidad tener una integradora ya que se puede distribuir en el mercado cautivo que tiene cada asociada en su región y así darle entrada al nuevo producto en el mercado, regional en el cual ya tiene presencia la asociada. Es muy importante destacar que este producto o líneas de productos que se fabrique o comercialice en común va a ser invención y propiedad de la integradora y nunca podrá ser de un solo socio las ganancias de este producto, es decir es un producto que la integradora comercializa con sus asociadas y con los clientes que se interesen en el producto en común.

10% de las asociadas se interesaron mas en los beneficios fiscales que les otorgaba esta unión y el subsidio que se le otorga por parte de la Secretaria del Trabajo, en fin es una persona jurídica en la cual el gobierno le esta dando mucho impulso y a su vez la Secretaria de Hacienda y Crédito Publico no le esta dando mucha carga tributaria y a su vez cuenta con estímulos fiscales y laborales para que se prolifere este tipo de asociación y se produzca y haya crecimiento económico en el país.

El 8% de las asociadas se interesaron mucho por el intercambio de información, modelo administrativo, experiencias, comentarios y sugerencias que pueden intercambiar las empresas del mismo ramo a través de esta integración para que así puedan ser mas productivas y competitivas. El objetivo por el que deben de luchar estas empresas es de homologar un sistema administrativo el cual lo adopten todas las empresas asociadas para que así tengan mejor flujo e intercambio de información entre ellas y así aprovechar mas lo que se puedan enseñar y sugerir entre ellas.

La siguiente información obtenida, muestra las funciones primordiales que trata de coordinar y establecer la empresa integradora junto con sus asociadas.

* El 32% de las empresas tienen como funciones principales el homologar las condiciones de compra para que así puedan dar una mejor respuesta a la creciente competitividad presente en la globalización.

+ El 32% de las integradoras buscan tener mayor poder de compra y disminuir sus costos de materia prima, fletes, transporte y en fin el trámite administrativo.

* El 25% tiene interés en desarrollar marca propias que comercialice y produzca la integradora para poderle dar entrada en el mercado que tenga cada asociada y asegurar un éxito en la introducción del producto.

+ El 8% de ellas les interesa mucho el intercambio de información,

experiencias, y sugerencias que se puedan dar entre las asociadas para incrementar la eficiencia y productividad de las asociadas y en la integradora como un todo.

* El 3% busca homologar su proceso administrativo, lo cual es una tarea difícil de alcanzar ya que implicaría que las asociadas que son empresas totalmente establecidas con una infraestructura bien definida ya de hace varios años, es difícil que traten de cambiar todo su proceso y forma de organización de la empresa para que todas las asociadas tengan los mismos. sistemas, procesos y procedimientos, pero no cabe duda que sería lo ideal para la integradora y las asociadas ya que con eso intercambiarían sistemas , información y tendrían acceso a mas áreas de oportunidad de la integradora.

En cuanto a las ventajas fiscales, se pueden observar que las integradoras tienen poco conocimiento de estos estímulos y que pudieran en un momento dado aprovecharlos al máximo y así sacarle más provecho.

La empresa integradora como tal se caracteriza por otorgarle a asociadas ciertos beneficios que los ayudan a ser mas eficientes, beneficios mas mencionados fueron:

El 30% de las empresas respondieron que el mayor beneficio que les ha dado la integradora ha sido el de mejorar los precios, calidad y las condiciones de pago el

cual le da un valor de eficiencia y competitividad a la empresa para poder responder ante tan agresiva competencia.

* El 25% de las empresas le dieron mayor peso al beneficio de que la integradora le da imagen de un mayor respaldo financiero y en infraestructura ante sus proveedores y clientes.

+ El 20% de las empresas ven como primordial la posibilidad de desarrollar nuevos productos para comercializarlo entre las asociadas.

* El 15% de las empresas piensa que mas que desarrollar el producto, el aseguramiento en la penetración del mercado de las asociadas asegura un éxito, en la demanda del producto.

* El 10% de las empresas le dan mucho importancia al intercambio de información entre ellas y a la homologación del proceso administrativo para así intercambiar resultados y estrategias.

En la investigación que se realizó y en base a los resultados que surgieron a raíz de ésta, se da un panorama de la situación actual de las integradoras existentes y los beneficios y cualidades que le pueden dar a las empresas asociadas. Esta investigación sustenta que una empresa integradora es una excelente opción para ser mas competitivos y productivos, a su vez brinda valores agregados a la integración como la posible creación de un producto o líneas de productos en común, cabe destacar que ninguno de los entrevistados respondió que una integradora no era una solución viable para responder a la competencia globalizada, esta es una de las causas mas importantes de creación de este tipo de empresas.

Las Empresas Integradoras en la Ciudad de México son más competitivas que antes de ser Integradoras con esta investigación respecto a este tema, nos damos cuenta de que la opción de la Empresa integradora contiene muchos beneficios de los cuales el empresario puede hacer uso para enfrentar la competencia con las grandes compañías nacionales y ahora en el nuevo contexto también internacionales, ya que es muy difícil sobrevivir, sobre todo para las pequeñas y medianas empresas y es a ellas a quien más se debe apoyar, por que son un número muy grande y por si fuera lo único son la mayoría en México.

Conclusiones

Las empresas integradoras en México, actualmente han cobrado gran importancia, ya que es un esquema de financiamiento para la micro, pequeña y mediana empresa, ya que la vida económica de México desde hace mucho tiempo se caracteriza por la presencia de micro pequeñas y medianas empresas, en cualquiera de los diferentes sectores económicos, es decir, que el 92% de las empresas mexicanas son micro y pequeñas y otro por ciento restante son grandes empresas.

Es por eso que en este mundo en donde la creciente competencia requiere cada vez de esquemas eficientes con los que el pequeño empresario tenga opciones para hacer frente a la agresiva competencia que día a día se presenta.

A lo largo de la investigación se pudo ver que este escenario tiene antecedentes no solo en México, sino también a nivel internacional, dentro de lo cual se destaca que es una forma de asociación que tiene relevancia internacional.

Las empresas integradoras constan de un marco estructural bien establecido, ya que contiene aspectos delineados en forma precisa clara y detallada la cual ayuda al pequeño empresario a conducirse dentro de este ámbito.

Al termino de la realización de la presente investigación se encontró que los factores que influyen en la eficiencia Financiera de las empresas Integradoras en la Ciudad de México son: competitividad, disminución de costos, mejorar condiciones de compra, desarrollo de marca propia, beneficios fiscales, intercambios empresariales. los cuales son de gran importancia en la administración de las empresas integradoras, los cuales son decisivos para que sus niveles de operación se incrementen, y por lo tanto sus ingresos, haciéndolas más eficientes financieramente hablando.

De los factores antes mencionados, los más significativos fueron: competitividad, disminución de costos, mejorar condiciones de compra, ya que mediante estos se evalúa los niveles de éxito de una empresa integradora.

Dentro de esta investigación también se encontraron aspectos no tan favorables como lo anteriormente presentado. Acerca de este aspecto un factor que influye negativamente en el aplicación de este esquema, es el desconocimiento de los estímulos y ventajas fiscales que se ofrecen a los empresarios, y que en un momento dado no se aprovechen al máximo.

En esta investigación se encontró que el número de empresas integradoras en la Ciudad de México es muy reducido, de lo anterior se deduce que es un proceso que aun esta en crecimiento, ya que su presencia en México ha sido de 10 años, es un proyecto altamente benéfico para las pequeñas y medianas empresas el cual aun esta en crecimiento y le falta madurar.

Actualmente a nivel mundial se esta viviendo una globalización lo cual trae como consecuencia una alta y agresiva competitividad que a su vez repercute de manera desfavorable en la economía de los países subdesarrollados o en vías de desarrollo ya que la globalización trae consigo empresas transnacionales que tienen costos de producción muy bajos, canales de distribución muy eficientes. una infraestructura

enorme y a su vez precios sin competencia en comparación con los mercados internos del país.

En respuesta a la situación que trae consigo la globalización se creó la persona jurídica llamada 'empresa integradora', esta tiene una organización formal y les sirve a las empresas asociadas como plataforma de despegue económico para poder competir a nivel nacional y porque no a nivel mundial.

Bibliografía

Anderson, David R. “Estadística para administración y economía”, Editorial Thompson, México DF, 7° Edición, 1999.

CNBV, Manual para la Constitución de las Empresas Integradoras, CNBV, México DF, 1996.

Montaño Agustín, “Estadística 3”, Editorial Pac, México DF, 1994.

NAFINSA, “Empresas Integradoras”, NAFINSA, México DF, 1995.

Reyes Mora Oswaldo G. y Sánchez Vázquez Gustavo, “Estudio Jurídico-Fiscal de las Empresas Integradoras”, Editorial Sistemas de Información Contable y Administrativa Computarizados, S.A. de C.V. México DF, 1998.

SECOFI, “Desarrollo y Fomento de la Subcontratación Industrial en México”, Editorial Fundación Friedrich Ebert, México DF, 1998.

SECOFI, “Guía para la creación de una Empresa Integradora”, SECOFI, México DF, 1999.

SECOFI, “Interamericano de Calidad Total”, SECOFI, México DF, 1997.

Páginas de Internet.

SECOFI, www.secretariadeeconomía.gob.mx, “Empresas Integradoras”, actualizada Enero de 2002, consultada 15 marzo de 2002.

Anejos

Anexo No. 1 Cuestionario

**UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD IZTAPALAPA**

Cuestionario de Empresas Integradoras

Razón social: _____
Cargo: _____ Teléfono: _____
Escolaridad: _____

1. ¿ Cuantos socios son en la empresa integradora?
Menos de 5 _____
5 _____
mas de 5 _____

 2. ¿ Por qué se tomo la decisión de ser una empresa integradora?
Competitividad _____
presencia en el mercado _____
desarrollo de marca propia _____
beneficios fiscales _____
intercambios empresariales _____

 3. ¿ La empresa exporta?
SI _____
NO _____

 4. ¿ Cuenta con estímulos fiscales?
SI _____
NO _____

 5. ¿Cuáles?

-
-
-

6. ¿ Cuales son las funciones principales de la empresa?

Disminuir costos _____
Desarrollo de marcas propias _____
Homologar condiciones de compra _____
Intercambio de información _____
Otra _____

7. ¿En que porcentaje se han incrementado las ventas de los socios después de integrarse?

0% a 10% _____
11% a 20% _____
21% a 30% _____
31% a 50% _____ 100% _____

8. Diga 3 ventajas que observa de ser una empresa integradora

9. Diga 3 desventajas que observa de ser una empresa integradora

10. ¿ Cree usted que una empresa integradora es más competitiva?

SI _____
NO _____

11. ¿ En que cuestiones lo ha ayudado ser un empresa integradora?

Capacitar al personal _____
Mejorar la calidad de los productos _____
Renovar la tecnología existente _____

Anexo No. 2

Prueba de Confiabilidad, Alfa de Cronbach.

BASE PARA LA MATRIZ DE CORRELACION

No. de Cuestionario	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	0.00	5.00	0.00	1.00	2.00	5.00	4.00	2.00	0.00	1.00	3.00
2	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.00	3.00	2.00	0.00	1.00	3.00
3	0.00	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	3.00	1.00	0.00	1.00	3.00
4	1.00	0.00	1.00	1.00	1.00	4.00	0.00	1.00	0.00	1.00	3.00
5	1.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	4.00	4.00	1.00	2.00
6	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	4.00	0.00	1.00	3.00
7	1.00	5.00	1.00	1.00	1.00	4.00	0.00	4.00	2.00	1.00	0.00
8	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	4.00	0.00	5.00	1.00	2.00
9	0.00	5.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	3.00	1.00	0.00	1.00
No. Ítem	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	1.00	0.17	0.16	0.10	0.23	0.17	0.46	0.28	0.01	0.16	0.00
2	0.17	1.00	0.10	0.18	0.25	0.68	0.01	0.10	0.14	0.10	0.07
3	0.16	0.10	1.00	0.02	0.56	0.43	0.24	0.37	0.07	0.02	0.07
4	0.10	0.18	0.02	1.00	0.56	0.35	0.15	0.17	0.27	0.02	0.01
5	0.23	0.25	0.56	0.56	1.00	0.35	0.34	0.11	0.27	0.00	0.05
6	0.17	0.68	0.09	0.35	0.35	1.00	0.76	0.00	0.27	0.09	0.00
7	0.46	0.01	0.24	0.15	0.34	0.00	1.00	0.42	0.86	0.03	0.18
8	0.28	0.10	0.01	0.17	0.11	0.00	0.42	1.00	0.00	0.03	0.19
9	0.01	0.14	0.07	0.27	0.27	0.27	0.00	0.00	1.00	0.89	0.21
10	0.16	0.10	0.02	0.02	0.00	0.09	0.03	0.03	0.00	1.00	0.18
11	0.00	0.07	0.07	0.01	0.05	0.00	0.18	0.19	0.21	0.18	1.00

Anexo No. 3

Corrida estadística Análisis Factorial

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation
decisión	3.888889	2.5221243
exporta	1.1111111	.3333333
estimulo	1.888889	.3333333
régimen	2.666667	.7071068
función	4.333333	2.1213203
ventas	2.222222	1.4813657
competit	1.888889	.3333333

Correlation Matrix

	decisión	exporta	estimulo	regimen	funcion	ventas	competit
Correlatic decisión	1.000	.314	.430	.257	.826	.375	.281
exporta	.314	1.000	.125	-.354	.295	.703	.125
estimulo	.430	.125	1.000	.884	.589	.309	-.125
regimer	.257	-.354	.884	1.000	.417	-.040	-.177
funcion	.826	.295	.589	.417	1.000	.371	.236
ventas	.375	.703	.309	-.040	.371	1.000	-.450
compet	.281	.125	-.125	-.177	.236	-.450	1.000

a. Determinant = .000

b. This matrix is not positive definite.

Communalities

	Initial	Extraction
decisión	1.000	.812
exporta	1.000	.849
estimulo	1.000	.894
regimen	1.000	.981
funcion	1.000	.872
ventas	1.000	.968
competit	1.000	.916

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.962	42.319	42.319	2.962	42.319	42.319
2	1.845	26.357	68.676	1.845	26.357	68.676
3	1.485	21.211	89.887	1.485	21.211	89.887
4	.500	7.142	97.029			
5	.153	2.181	99.209			
6	5.534E-02	.791	100.000			
7	-4.45E-17	-6.350E-16	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
decisión	.808	.141	.372
exporta	.422	.818	-4.46E-02
estimulo	.820	-.432	-.186
regimen	.574	-.793	-.154
funcion	.884	1.024E-02	.300
ventas	.589	.577	-.537
competit	9.818E-03	9.274E-02	.953

Extraction Method: Principal Component Analysis

a. 3 components extracted.

Component Score Coefficient Matrix

	Component		
	1	2	3
decisión	.273	.076	.251
exporta	.143	.443	-.030
estimulo	.277	-.234	-.125
regimen	.194	-.430	-.104
funcion	.298	.006	.202
ventas	.199	.313	-.361
competit	.003	.050	.642

Extraction Method: Principal Component Analysis

Correlation Matrix^a

		decisión	estimulo	funcion	competit	ventas
Correlation	decisión	1.000	.430	.826	.281	.375
	estimulo	.430	1.000	.589	-.125	.309
	funcion	.826	.589	1.000	.236	.371
	competit	.281	-.125	.236	1.000	-.450
	ventas	.375	.309	.371	-.450	1.000
Sig. (1-tailed)	decisión		.124	.003	.232	.160
	estimulo	.124		.047	.374	.209
	funcion	.003	.047		.271	.163
	competit	.232	.374	.271		.112
	ventas	.160	.209	.163	.112	

a. Determinant = 8.570E-02

Anti-image Matrices

		decisión	estimulo	funcion	competit	ventas
Anti-image Covariance	decisión	.285	2.010E-02	-.171	-.101	-.106
	estimulo	2.010E-02	.571	-.180	.164	4.674E-02
	funcion	-.171	-.180	.237	-8.13E-02	-6.16E-02
	competit	-.101	.164	-8.13E-02	.504	.315
	ventas	-.106	4.674E-02	-6.16E-02	.315	.507
Anti-image Correlation	decisión	.650 ^a	4.983E-02	-.658	-.266	-.278
	estimulo	4.983E-02	.653 ^a	-.488	.306	8.681E-02
	funcion	-.658	-.488	.617 ^a	-.235	-.178
	competit	-.266	.306	-.235	.367 ^a	.624
	ventas	-.278	8.681E-02	-.178	.624	.533 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Communalities

	Initial
decisión	.715
estimulo	.429
funcion	.763
competit	.496
ventas	.493

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Factor	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.498	49.958	49.958
2	1.463	29.269	79.227
3	.647	12.937	92.164
4	.242	4.842	97.006
5	.150	2.994	100.000

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.939 ^a	.882	.866	.32336	.882	53.824	5	36	.000	.774

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

Anexo No. 4

Corrida estadística Regresión

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ventas	1.9524	.88214	42
decisión	2.0714	1.33239	42
exporta	1.0714	.26066	42
estimulo	2.0000	.00000	42
tipo	2.9762	.15430	42
funcion	2.3571	1.18572	42
competit	1.9762	.15430	42

Correlations

	ventas	decisión	exporta	estimulo	tipo	funcion	competit
Pearson Correlation	ventas	1.000	.895	-.303	.171	.926	-.367
	decisión	.895	1.000	-.226	.127	.894	-.347
	exporta	-.303	-.226	1.000	-.563	-.321	.043
	estimulo	.	.	1.000	.	.	.
	tipo	.171	.127	-.563	1.000	.181	-.024
	funcion	.926	.894	-.321	.181	1.000	-.352
	competit	-.367	-.347	.043	-.024	-.352	1.000
Sig. (1-tailed)	ventas	.000	.026	.000	.140	.000	.008
	decisión	.000	.075	.000	.211	.000	.012
	exporta	.026	.075	.000	.000	.019	.393
	estimulo	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	tipo	.140	.211	.000	.000	.126	.439
	funcion	.000	.000	.019	.000	.126	.011
	competit	.008	.012	.393	.439	.011	.
N	ventas	42	42	42	42	42	42
	decisión	42	42	42	42	42	42
	exporta	42	42	42	42	42	42
	estimulo	42	42	42	42	42	42
	tipo	42	42	42	42	42	42
	funcion	42	42	42	42	42	42
	competit	42	42	42	42	42	42

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939 ^a	.882	.866	.32336	.774

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.140	5	5.628	53.824	.000 ^a
	Residual	3.764	36	.105		
	Total	31.905	41			

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Confidence Interval		Correlations			Linearity Statistics		
		B	Std. Error				Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.965	1.544		.625	.536	-2.167	4.096						
	decisión	.224	.086	.339	2.616	.013	.050	.399	.895	.400	.150	.195	5.126	
	exporta	-.109	.246	-.032	-.445	.659	-.608	.389	-.303	-.074	-.025	.622	1.609	
	tipo	0E-16	.396	.000	.000	1.000	-.803	.803	.171	.000	.000	.683	1.464	
	funcion	.446	.100	.600	4.477	.000	.244	.648	.926	.598	.256	.183	5.472	
	competit	-.208	.352	-.036	-.593	.557	-.921	.505	-.367	-.098	-.034	.867	1.154	

^aDependent Variable: ventas

Coefficient Correlations^a

Model		competit	tipo	decisión	exporta	funcion
1	Correlations	competit	1.000	.000	.067	.058
		tipo	.000	1.000	.000	.537
		decisión	.067	.000	1.000	-.118
		exporta	.058	.537	-.118	1.000
		funcion	.114	.000	-.875	.236
	Covariances	competit	.124	2.672E-18	2.012E-03	4.996E-03
		tipo	2.672E-18	.157	-3.94E-18	5.228E-02
		decisión	2.012E-03	-3.94E-18	7.364E-03	-2.49E-03
		exporta	4.996E-03	5.228E-02	-2.49E-03	6.039E-02
		funcion	3.998E-03	5.265E-18	-7.48E-03	5.770E-03

a. Dependent Variable: ventas

Collinearity Diagnostfcs

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	decisión	exporta	tipo	funcion	competit	
1	1	5.568	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.362	3.921	.00	.07	.01	.00	.02	.00	.00
	3	4.445E-02	11.191	.00	.14	.45	.00	.05	.01	.01
	4	2.151E-02	16.090	.00	.79	.14	.00	.89	.01	.01
	5	3.770E-03	38.427	.02	.00	.01	.14	.03	.85	.01
	6	6.897E-04	89.844	.98	.00	.38	.85	.01	.13	.01

a. Dependent Variable: ventas

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.0000	4.0000	1.9524	.82846	42
Residual	-.4505	.6545	.0000	.30301	42
Std. Predicted Value	-1.150	2.472	.000	1.000	42
Std. Residual	-1.393	2.024	.000	.937	42

a. Dependent Variable: ventas

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
ventas	1.9524	.88214	42
decisión	2.0714	1.33239	42
exporta	1.0714	.26066	42
estimulo	2.0000	.00000	42
tipo	2.9762	.15430	42
funcion	2.3571	1.18572	42
competit	1.9762	.15430	42

Correlations

		ventas	decisión	exporta	estimulo	tipo	funcion	competit
Pearson Correlation	ventas	1.000	.895	-.303	.	.171	.926	-.367
	decisión	.895	1.000	-.226	.	.127	.894	-.347
	exporta	-.303	-.226	1.000	.	-.563	-.321	.043
	estimulo	.	.	.	1.000	.	.	.
	tipo	.171	.127	-.563	.	1.000	.181	-.024
	funcion	.926	.894	-.321	.	.181	1.000	-.352
	competit	-.367	-.347	.043	.	-.024	-.352	1.000
Sig. (1-tailed)	ventas	.	.000	.026	.000	.140	.000	.008
	decisión	.000	.	.075	.000	.211	.000	.012
	exporta	.026	.075	.	.000	.000	.019	.393
	estimulo	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000
	tipo	.140	.211	.000	.000	.	.126	.439
	funcion	.000	.000	.019	.000	.126	.	.011
	competit	.008	.012	.393	.000	.439	.011	.
N	ventas	42	42	42	42	42	42	42
	decisión	42	42	42	42	42	42	42
	exporta	42	42	42	42	42	42	42
	estimulo	42	42	42	42	42	42	42
	tipo	42	42	42	42	42	42	42
	funcion	42	42	42	42	42	42	42
	competit	42	42	42	42	42	42	42

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.140	5	5.628	53.824	.000 ^a
	Residual	3.764	36	.105		
	Total	31.905	41			

a. Predictors: (Constant), competit, tipo, decisión, exporta, funcion

b. Dependent Variable: ventas

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	% Confidence Interval for		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			lower Bound	upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.965	1.544		.625	.536	-2.167	4.096						
	decisión	.224	.086	.339	2.616	.013	.050	.399	.895	.400	.150	.195	5.126	
	exporta	-.109	.246	-.032	-.445	.659	-.608	.389	-.303	-.074	-.025	.622	1.609	
	tipo	5.0E-16	.396	.000	.000	1.000	-.803	.803	.171	.000	.000	.683	1.464	
	funcion	.446	.100	.600	4.477	.000	.244	.648	.926	.598	.256	.183	5.472	
	competit	-.208	.352	-.036	-.593	.557	-.921	.505	-.367	-.098	-.034	.867	1.154	

a. Dependent Variable: ventas

Coefficient Correlations^a

Model		competit	tipo	decisión	exporta	funcion	
1	Correlations	competit	1.000	.000	.067	.058	.114
		tipo	.000	1.000	.000	.537	.000
		decisión	.067	.000	1.000	-.118	-.875
		exporta	.058	.537	-.118	1.000	.236
		funcion	.114	.000	-.875	.236	1.000
1	Covariances	competit	.124	2.672E-18	2.012E-03	4.996E-03	3.998E-03
		tipo	2.672E-18	.157	-3.94E-18	5.228E-02	5.265E-18
		decisión	2.012E-03	-3.94E-18	7.364E-03	-2.49E-03	-7.48E-03
		exporta	4.996E-03	5.228E-02	-2.49E-03	6.039E-02	5.770E-03
		funcion	3.998E-03	5.265E-18	-7.48E-03	5.770E-03	9.927E-03

a. Dependent Variable: ventas

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	decisión	exporta	tipo	funcion	competit
1	1	5.568	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.362	3.921	.00	.07	.01	.00	.02	.00
	3	4.445E-02	11.191	.00	.14	.45	.00	.05	.01
	4	2.151E-02	16.090	.00	.79	.14	.00	.89	.01
	5	3.770E-03	38.427	.02	.00	.01	.14	.03	.85
	6	3.897E-04	89.844	.98	.00	.38	.85	.01	.13

a. Dependent Variable: ventas

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.0000	4.0000	1.9524	.82846	42
Residual	-.4505	.6545	.0000	.30301	42
Std. Predicted Value	-1.150	2.472	.000	1.000	42
Std. Residual	-1.393	2.024	.000	.937	42

a. Dependent Variable: ventas