

MERCADOS y Negocios

Mercados y Negocios

ISSN: 1665-7039

revistamercadosynegocios@cucea.udg.mx

x

Universidad de Guadalajara

México

Torres Hernández, Zacarías; Marcelino Aranda, Mariana
Generación y sustentación de rentabilidad de la industria textil en México
Mercados y Negocios, núm. 19, enero-junio, 2009, pp. 23-43
Universidad de Guadalajara

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571863991002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Generación y sustentación de rentabilidad de la industria textil en México

Zacarías Torres Hernández*

Mariana Marcelino Aranda**

Resumen

Desde 1995 la industria textil y del vestido ha presentado decrementos en la rentabilidad que reportaron sus empresas, las cuales no se recuperaron para el periodo de 2001 a 2005, siendo las del subsector de textil y confección las únicas que lograron una rentabilidad que no representó ni el 3%. Ante tales resultados, se buscó verificar si lo establecido en las últimas investigaciones que señalan que los factores propios de las empresas son los que en mayor medida generan y sustentan la rentabilidad de las empresas y, por lo tanto, tal situación corresponde a lo que sucede en las empresas del sector textil en México, o bien se debe a las políticas o acciones que realiza o deja de hacer el gobierno en un sector específico. Para ello, se realizó un estudio correlacional a través de un método deductivo de la rentabilidad reportada por las empresas representantes de la industria textil y de los años en que se obtuvieron los resultados. Se confirmó lo establecido por otras investigaciones en cuanto a que la rentabilidad es generada y sustentada por los factores propios de las empresas y posteriormente por las condiciones externas en las cuales operan.

Abstract

From 1995 the textile industry and of the dress has presented decrements in the profitability that reported their companies, which did not recover for the period from 2001 to the 2005, being those of the textile subsector and preparation the unique ones that obtained a profitability that did not represent nor 3%. Before such results, one looked for to verify if the established thing in the last investigations that indicate that the own factors of the companies are what more they generate and sustain the profitability of the companies and, therefore, such situation corresponds to which happens in the companies of the textile sector in Mexico, or it must to the policies or action that realize or stop making the government to a specific sector. For which, a co-relational study through a deductive method of the profitability reported by the representing companies of the textile industry and the years was realized in which the results were obtained. Confirming the established thing by other investigations insofar as the profitability is generated and sustained by the own factors of the companies and later by the external conditions in which they operate.

Palabras clave: generación de rentabilidad, sustentación de rentabilidad.

Key words: profitability generation, sustained profitability.

* Profesor-investigador del Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás. Correo electrónico: ztorresandez@gmail.com.

** Profesora-investigadora del Instituto Politécnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Tepepan. Correo electrónico: mmarcelino@ipn.mx.

Introducción

Los investigadores se han preguntado qué hace rentable a una industria o empresa desde la teoría estratégica de Porter (1991). Con las fuerzas competitivas y los estudios empíricos realizados por Shamatensee (1985), se habla de la sustentación de rentabilidad, teniendo como unidad de análisis la industria, hasta la teoría de los recursos propios de la empresa desarrollada por Barney (2001), que habla de la generación de rentabilidad, cuya evidencia empírica fue comprobada por Rumelt (1991), y como unidad de análisis la empresa.

Generación y sustentación de la rentabilidad desde el enfoque administrativo

Las posibles explicaciones del éxito de una empresa durante las décadas de 1960 y 1970 se orientaron a los factores de ventas, publicidad e investigación y desarrollo. Posteriormente las investigaciones tuvieron como unidad de análisis la industria y la relación que existía entre el tamaño de la empresa y la rentabilidad reportada, en razón de que mientras más grande fuera la empresa, más eficiente era. Sin embargo, tal enfoque no daba respuesta al porqué algunas empresas dentro de una misma industria, que enfrentan las mismas condiciones de oferta y demanda, se desarrollan unas más que otras. Esto dio lugar a la perspectiva de los recursos de la empresa, donde los recursos únicos, difíciles de copiar, insustituibles o difíciles de comprar en el mercado, son lo que determina la ventaja competitiva de la empresa.

Enfoque estratégico tradicional

En el mismo periodo, las investigaciones realizadas por el Instituto de Stanford acerca de porqué las empresas fracasaban, propició analizarlas desde diversos aspectos como: producto (qué es lo que se está vendiendo), procesos (cómo se están vendiendo), clientes (a quiénes se les está vendiendo), distribución (cómo se llega a los clientes), finanzas (cuáles son los precios, costos e inversiones) y administración (cómo se combina todo lo anterior).

El resultado fue que las empresas obtenían la sustentación de su ventaja competitiva al implantar estrategias que explotaban sus fuerzas internas a través de responder a las oportunidades del entorno, mientras neutralizaban las amenazas

externas y evitaban sus debilidades internas, dando lugar al modelo FODA (fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas) (Barney, 2001), que proporciona información sobre clientes, mercado y competidores.

Generación de rentabilidad desde el enfoque de los recursos propios de la empresa

La orientación de generar ventajas competitivas y por ende la obtención de rentabilidad a partir de las fortalezas y debilidades de la empresa, da origen al enfoque de los recursos propios de la empresa (RPE), que es considerada una teoría estática (Bowman, 2003) dado que se concentra en la identificación de recursos en un punto en el tiempo y direcciona cómo éstos pudieron haber sido creados.

Esta teoría ha ocupado el mayor número de investigaciones durante las décadas de 1990 y 2000 y ha venido a explicar por qué algunas empresas se desarrollan más que otras (Hitt, 2005). Desde un enfoque más hacia dentro de la empresa, parte de dos supuestos en el sentido de que las empresas pueden ser heterogéneas en relación con a) los recursos y capacidades sobre las cuales basan sus estrategias, y b) esos recursos y capacidades pueden no ser perfectamente móviles entre los participantes de la industria (Barney, 2001; Spanos, 2001). Es decir, existe una variedad e inamovilidad, a diferencia del enfoque de las fuerzas competitivas, donde los recursos son homogéneos y perfectamente móviles.

De acuerdo con Barney (2001), los recursos de la empresa incluyen todos los activos, capacidades, procesos organizacionales, atributos de la empresa, información, conocimientos, entre otros, controlados por ella y que hacen posible concebir e implantar estrategias que mejoran su eficiencia y eficacia. En general, dichos recursos se clasifican en tres categorías: a) los recursos de capital físico, integrados por la localización geográfica, el acceso a los insumos, la tecnología y la planta y equipo; b) los recursos de capital humano tanto gerenciales como de los trabajadores, que consideran: capacitación, experiencia, opiniones, inteligencia y relaciones, y c) los recursos de capital organizacional, que incluyen estructura formal de la empresa, planeación formal e informal, controles, coordinación de sistemas y relaciones informales entre grupos en y dentro de la empresa y su medio ambiente.

No obstante que el enfoque de los recursos propios de la empresa ha estado adquiriendo auge dentro de la administración estratégica como respuesta al por qué unas empresas son más exitosas que otras, Porter (1991) argumenta que no

es una alternativa a la teoría estratégica, en razón de que no puede ser separada de la sección de cruce de los determinantes de la ventaja competitiva o de la concepción de la empresa como una colección de actividades, y los recursos son solamente significativos en el contexto de desarrollar ciertas actividades para lograr ventaja competitiva; es decir, los recursos son intermediarios entre actividades y ventajas competitivas.

Sustentación de rentabilidad desde el enfoque de los factores de la industria

Durante la década de los ochenta la administración estratégica tuvo como unidad de análisis a la industria y se basó en el enfoque de los factores de la industria o las cinco fuerzas competitivas de Porter, bajo dos supuestos: a) las empresas dentro de una misma industria son idénticas en términos de los recursos estratégicos que ellas controlan y las estrategias que siguen, y b) la heterogeneidad de los recursos desarrollados por las empresas dentro de la industria son de una vida corta, dado que los recursos empleados son muy móviles (pueden ser comprados o vendidos). Asimismo, este enfoque explica la sustentación de rentabilidad a través del tiempo de las empresas. (Tarziján, 2005; Spanos, 2001).

Los factores de la industria están en función de dos áreas: *el atractivo de la industria* en la cual compite, y su *posición relativa en esa industria*, donde para encontrar el nicho en el cual obtenga grandes ganancias (Porter, 1991; Spanos, 2001) se requiere la habilidad de la empresa para realizar actividades que: a) colectivamente bajen costos; b) creen valor a los clientes, diferenciación, y por lo tanto permitan poner un precio mayor, o c) la combinación de ambas.

El atractivo de la industria (Hitt, 2005; Millar, 2005; Porter, 1991, 2000) en la cual compite la empresa, tiene que ver con las fuerzas que regulan la competencia de un sector y sobre las cuales formula su estrategia, es decir, la estrategia competitiva entendida como una combinación de fines (metas) que busca la compañía y de medios (estrategias) para alcanzarlos; y su esencia radica en la forma en que la empresa afronta a su competencia a través de:

- Posicionarla para aprovechar al máximo el valor de las capacidades que la distinguen de sus rivales.
- Relacionarla con su ambiente (industria o industrias donde ella compite).
- Conocer profundamente la estructura de la industria y de los competidores.

- Tomar acciones defensivas u ofensivas para establecer una posición para afrontar eficazmente las cinco fuerzas competitivas y con ello conseguir un excelente rendimiento sobre la inversión de la empresa (Porter, 2000, 1999).

La posición relativa de la empresa tiene que ver con poseer una ventaja competitiva, que se centra alrededor de las actividades diferenciadas y que para su realización requieren de activos tangibles o intangibles que son internos o externos a la empresa. Los primeros son activos físicos, como los financieros, o intangibles, como el recurso humano. Asimismo, desarrollar una actividad o un grupo de actividades relacionadas también crea activos en forma de habilidades, rutinas organizacionales y conocimiento. Mientras los activos tangibles se deprecian, los intangibles envuelven actividades que se pueden acumular a través del tiempo. Los externos son activos tangibles, como los contratos, pero otros son intangibles como el nombre de las marcas, relaciones y sistemas (Porter, 1991).

Las actividades, como unidad básica de la ventaja competitiva, generan eficiencia operativa, es decir, la realización de actividades similares mejor que los competidores; esta eficiencia operativa permite conseguir una mayor rentabilidad pero, por lo general, no es suficiente, se requiere de un *posicionamiento estratégico* que entraña la realización de actividades diferentes de las de los rivales o la realización de actividades similares de forma diferente (Porter, 1999).

Generación y sustentación de la rentabilidad desde un enfoque financiero

Una vez analizado el enfoque administrativo, que explica los diferentes momentos en el tiempo en que se genera y sustenta la rentabilidad de las empresas, a continuación se analizan los mismos aspectos desde el enfoque financiero a través de tres parámetros de: a) crecimiento; b) rentabilidad, y c) mercado.

Medidas de crecimiento

El crecimiento de una empresa se mide a partir de los incrementos en las ventas que se generan por su propia actividad, y a partir de esta medida se conoce la cuota de mercado que se tiene. Aunque Wawawini (2002) no la considera debido a que una vez sustraídos los costos totales de las ventas, se determina la utilidad, que es un elemento para el cálculo de la rentabilidad.

Medidas de rentabilidad

La rentabilidad es la capacidad de una empresa para generar un beneficio o ganancia económica a cambio de la inversión realizada (Grinblatt, 2003). Dicha rentabilidad puede medirse a través de un indicador de rentabilidad que contiene razones financieras sobre ingresos e inversión; de esto último se derivan los activos y el capital. El indicador de rentabilidad o tasa de rentabilidad, puede ser entendida como la recompensa que el inversor exige por la aceptación de un pago aplazado (Brealey, 2003) o como los cambios en activos netos o utilidad neta, en relación con sus ingresos, su capital contable o patrimonio contable y sus propios activos (NIF, 2006).

Es decir: $F = \frac{P_1 + D_1 - P_0}{P_0}$

Donde:

P_1 = valor de la inversión al final del periodo.

P_0 = valor de la inversión al inicio del periodo.

D_1 = efectivo distribuido a lo largo del periodo.

Como $(P_1 + D_1 - P_0)$ al final es el beneficio obtenido (B), entonces:

$$F = \frac{B}{P_0}$$

Si se considera que la base de información que se va a tomar para el estudio es el estado de resultados, entonces la rentabilidad se obtendría así:

$$F = \frac{UN}{CC}$$

Donde:

UN = utilidad neta.

CC = capital contable.

A esta medida de rentabilidad se le llama ROE (rendimiento sobre el capital invertido), que por mucho tiempo ha sido la medida financiera de desarrollo más usada por administradores, accionistas e inversionistas, debido a que representa

el resultado final del análisis de la estructura financiera que, a partir del análisis Du Pont, se analiza como una medida que evalúa la eficiencia operativa de la empresa y sirve de base para proyecciones futuras del negocio.

Medidas de valor de mercado

Las medidas de valor reflejan las expectativas del mercado sobre la rentabilidad económica futura de la empresa, y su cálculo es:

$$R = \frac{VM}{I}$$

Donde:

R = rentabilidad.

VM = valor de mercado.

I = inversión realizada.

El VM es la sumatoria del valor de mercado del capital y el valor de mercado de las deudas. Cuando la rentabilidad es mayor que uno, se incrementa el valor de la inversión realizada. Asimismo, se tiene también la medida de ganancia económica, que es igual a la utilidad neta menos el costo de capital por el capital invertido, es decir:

$$GE = UN - PPCC * CI$$

Donde:

GE = ganancia económica.

UN = utilidad neta después de impuestos.

PPCC = promedio ponderado del costo de capital.

CI = capital invertido.

También puede ser que:

$$GE = RSI - PPCC * CI$$

Donde:

RSI = rendimiento sobre la inversión.

PPCC = promedio ponderado del costo de capital.

CI = capital invertido.

No obstante que el ROE ignora el costo del capital, cuando éste no es un recurso libre y tiene un costo de igual manera que la deuda que ocasiona intereses, entonces la $GE = GC - CC$, donde GC es la ganancia contable y CC el costo del capital. Así, aun cuando la GE es ligeramente superior que el ROE al explicar los cambios en la riqueza de los accionistas, esto no es realmente significativo si la información se usa año con año (De Wet y du Toit, 2007).

Además, a pesar de que la literatura financiera (Moyer, 2005; Ross, 2000; Besley, 2001; Grinblatt, 2003; Brealey, 2003) dice que no es conveniente el uso de las medidas contables para saber si una empresa es exitosa en la medida que es capaz de generar riqueza para sus accionistas, Hawawini (2003) realizó un estudio en el cual la importancia relativa de la firma y de los efectos de la industria pueden ser similares a través de las medidas de ganancia económica y rentabilidad; entonces, para efectos de este trabajo de investigación se tomará la medida de rentabilidad para determinar el éxito de una empresa, por ser un buen referente de la eficiencia operativa y gerencial.

Evidencia empírica de la generación y sustentación de rentabilidad en las empresas

Respecto a los estudios empíricos que se han desarrollado para conocer qué genera y sustenta la rentabilidad, Shamalensee (1985) realizó un estudio en todo el sector manufacturero en Estado Unidos y concluyó que los factores que sustentan la rentabilidad están asociados a los factores de la industria. Asimismo, Rumelt (1991) llegó a determinar que los factores propios de la empresa determinan su capacidad para generar rentabilidad.

Para Geroski (1988), la persistencia de ganancias en grandes empresas está regularmente producida por cambios exógenos en su ambiente, y al mismo tiempo con los cambios endógenos que son introducidos por ella misma, previo su éxito; teniendo como problema principal encontrar los factores competitivos de importancia que afectan a las empresas a través del tiempo y también cuáles de ellos deben reforzarse si desean continuar disfrutando de su éxito, tales como: orientación del mercado, confianza en la política, intervención del gobierno en las empresas privadas, rasgos estructurales de la empresa, características de la industria, la apertura del mercado internacional y la concentración del mercado. En este estudio se observa la conjugación de factores que tienen que ver con el modelo de Porter y recursos propios de la empresa.

Pero para otros autores los factores no son algo que se tenga que estudiar por separado sino, por el contrario, tanto los factores de la industria como de la empresa generan y sustentan la rentabilidad; sin embargo, unos son más influyentes que otros, como lo demuestran los estudios realizados por McGahan (1996) Roquebert (1996) y McGahan y Porter (1997) que argumentan que, si bien ambos factores intervienen, el de mayor impacto está relacionado con los factores de la industria y en menor medida los de la empresa. Sin embargo, en uno de los últimos estudios de McGahan (2002) este autor dice que son los factores de la empresa los de mayor influencia.

Aunado a lo anterior, Chang (2000) da evidencia empírica de que la posición competitiva de una empresa está dada por los factores específicos de dicha unidad de negocio y por los factores de la industria. Cefis (1999) demuestra la relación que existe entre la innovación y la obtención de rentabilidad, concluyendo que las empresas que son sistemáticamente innovadoras y ganan utilidades sobre la media tienen una alta probabilidad de seguirlo teniendo. Y las que ocasionalmente son innovadoras y ganan utilidades por debajo de la media, tienen una alta probabilidad de permanecer en la situación inicial.

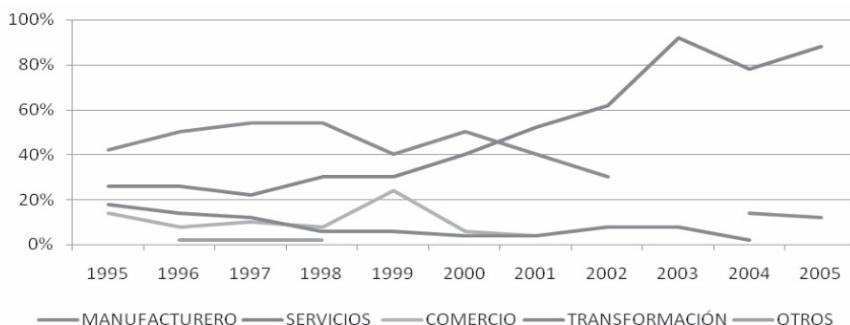
Problemática

En un escenario económico como el de México, donde a sólo ocho años de su incorporación al proceso de globalización y enfrentar en 1994 una crisis financiera, resultado de que el ahorro externo no se tradujo en una mayor inversión y crecimiento del producto interno bruto (PIB), esto llevó a que las empresas se enfrentaran a una devaluación, inflación y aumento de las tasas de interés; ello trajo como reto para el gobierno superar y consolidar la recuperación económica del país a través de ciertas líneas de acción planteadas en el *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*. Y a finales del año 2000, en un escenario más estable y con el cambio del partido en el poder, se replantearon nuevas líneas de acción y prioridades para el desarrollo de las empresas y el fortalecimiento del sector financiero.

Estas diferencias en los escenarios económicos del país (salir de una crisis financiera y una situación de estabilidad) y las prioridades de apoyo a ciertos sectores, se vieron reflejadas en la participación que tuvieron las empresas más rentables por sector económico, cuando, de un periodo a otro (1995-2000 y 2001-2005), la industria manufacturera casi desaparece del escenario de las empresas más rentables en México y da lugar al sector servicios, en específico, el fi-

nanciero que, a diferencia del primero, tuvo una participación por arriba del 75% (véase gráfica 1), lo cual se explica debido a que el gobierno en el *PND 1995-2000* planteó fortalecer el desarrollo de subsectores y ramas que habían resentido el rezago en años anteriores, especialmente aquellos intensivos en el empleo de mano de obra; a diferencia del *PND 2001-2006*, donde se estableció fortalecer y desarrollar el sector financiero.

Gráfica 1
Participación por sector según su rentabilidad, 1995-2005



Fuente: datos obtenidos de la revista *Expansión* en su edición especial de las 500 empresas más importantes en México, por los años referidos.

La industria textil y de vestido (ITyV) presentó decrementos en la rentabilidad que reportaron sus empresas, las cuales no se recuperaron para el periodo 2001-2005, siendo las del subsector de textil y confección las únicas que reportaron una rentabilidad, que no representó ni el 3%.

El análisis de las condiciones económicas que en general tuvieron que enfrentar las empresas al pasar de un modelo protecciónista a uno de libre mercado, en el cual Estados Unidos y países de Europa llevaban operando más de 15 años, del *PND* de 1995-2000 y 2001-2006 que enmarcan las líneas de acción y los sectores de interés para el desarrollo del país y su relación con la tendencia de la rentabilidad reportada por la industria textil y del vestido durante 1995-2005, dio indicios de que las condiciones del contexto en el cual operaban las empresas fue más importante en la determinación de sus resultados y que no importaba en igual medida lo mucho que pudiera esforzarse la administración

de una empresa para lograr ser rentable ante un escenario donde las directrices económicas cambian de un sexenio a otro, se observa inestabilidad en las variables macroeconómicas, como la inflación y devaluación, y donde son altos los costos de los energéticos.

Ante tal evidencia, surgió la duda de verificar si los factores propios de las empresas es lo que en mayor medida genera y sustenta su rentabilidad; corresponde a lo que sucede en las empresas del sector textil en México, ante un escenario en donde las políticas o acciones que realiza o deja de hacer el gobierno a un sector específico, *es determinante para su rentabilidad* en la medida en que puede intervenir en el costo de los energéticos, la mano de obra, la devaluación de la moneda para poder acceder a otros mercados con precios de venta más bajos, o el simple hecho de no considerarla como prioritaria dentro de su plan sexenal.

Método

El objetivo de esta investigación es determinar si la rentabilidad de las empresas textiles en México fue generada y sustentada por los factores del contexto o por los factores propios de la empresa durante el periodo 1995-2005, con el propósito de verificar si la teoría actual de que los recursos propios de las empresas impactaron en mayor medida la rentabilidad de las empresas textiles de México. Para ello se siguió el método científico a través de un razonamiento deductivo, que consistió en:

1. La elección del campo de investigación, correspondiente a la administración financiera, que mide la eficiencia operacional y de gestión de la empresa a través de su capacidad para generar y sustentar rentabilidad.
2. Revisión previa de investigaciones que han tratado el tema de la generación y sustentación de la rentabilidad en las empresas.
3. Identificación del problema de investigación, derivado de analizar la tendencia de rentabilidad de las empresas de la industria textil y del vestido durante 11 años, que correspondieron a dos sexenios presidenciales (marcados por dos sucesos importantes: la crisis financiera de 1995, y el cambio del partido en el poder). A partir de lo anterior, se observó la disminución constante de la capacidad de las empresas para generar y sustentar rentabilidad, no obstante que algunas de ellas fueron consideradas como las más importantes por generar empleos e invertir en activos fijos.

4. Búsqueda de las teorías existentes acerca de la generación y sustentación de rentabilidad y la evidencia empírica que se deriva de ellas, con lo cual se planteó el supuesto prevaleciente teórico que, junto con el análisis del fenómeno observado de la tendencia de la rentabilidad reportada por la ITyV, se derivó también el supuesto a probar, que consistió en que los factores del contexto son los que en mayor medida determinan la rentabilidad de la ITyV en México.
5. Para confirmar si lo establecido en la teoría prevalece en las situaciones específicas de las empresas textiles en México, se utilizó un diseño estadístico para determinar la relación que existe entre los factores propios de la empresa y del contexto de la industria textil en la generación y sustentación de rentabilidad.
6. Con los resultados obtenidos surgió evidencia empírica de que la teoría de que los recursos propios de la empresa son los que determinan en mayor medida la rentabilidad de éstas, prevalece para las empresas textiles de México.

Supuestos de la investigación

En la revisión teórica y de la evidencia empírica se conoció que durante las décadas de 1990 y 2000 el enfoque de los recursos propios de la empresa (desarrollado por Barney) explican el éxito de una empresa, y con los resultados de Rumelt (1991) le atribuyen su generación, a diferencia de Shmalensee (1985) que, con el enfoque de las fuerzas competitivas, explican su sustentación. Ante tales vertientes, a mediados de los noventa Spanos (2001) estableció un modelo donde combina ambos enfoques, y posteriormente McGahan (2002) argumenta que son los recursos propios de la empresa los que en mayor medida influyen en la generación y sustentación de su rentabilidad.

De esta manera, la evidencia teórica y empírica permitió establecer el supuesto que prevalece en la teoría actual:

- La rentabilidad de las empresas textiles en México es generada y sustentada en mayor medida por los factores propios de la empresa.

Tal supuesto, contrastado con el estudio realizado de la tendencia de la rentabilidad de la ITyV y su relación con las acciones establecidas en el PND, llevó a plantear el siguiente supuesto por demostrar:

- La rentabilidad de las empresas textiles en México es generada y sustentada en mayor medida por los factores del contexto.

Del supuesto se derivaron las siguientes variables:

Variable dependiente

- La rentabilidad.

Variables independientes

- Factores propios de la empresa.
- Factores del contexto.

Entendiéndose conceptualmente por:

- *Rentabilidad.* Capacidad de una empresa para generar una ganancia económica a cambio de la inversión realizada.
- *Factores propios de la empresa.* Cúmulo de recursos propios de la empresa, siendo tangibles o intangibles, que la competencia no puede copiar o fácilmente comprar (Bowman, 2003; Millar, 2005; Cho, 2005).
- *Factores del contexto.* Son definidos para capturar el impacto general de las fluctuaciones macroeconómicas en la actividad de la empresa (McGahan y Porter, 2002).

De los conceptos anteriores se derivaron los siguientes constructos para el desarrollo del estudio:

- *Rentabilidad.* Beneficio económico que se obtiene por invertir en una empresa.
- *Factores propios de la empresa.* Capacidad de la empresa para realizar sus operaciones eficientemente y que se ven reflejados en cada una de las partidas financieras de sus estados financieros.
- *Factores del contexto.* Acciones que el gobierno realiza a través de su política económica en cuestiones de inflación, devaluación, tipo de cambio y costo de los energéticos, que tienen un impacto en los resultados financieros de la empresa.

La operacionalización de las variables se estableció de la siguiente manera:

- *Rentabilidad (ROE)*. Utilidad neta del ejercicio, entre capital contable.
- *Factores propios de la empresa*. Rentabilidad contable resultante de las actividades que realiza cada empresa.
- *Factores del contexto*. Cada año analizado.

De igual manera se definieron los siguientes términos:

- *Generación de rentabilidad*. Capacidad de una empresa para generar una ganancia económica a cambio de la inversión realizada sólo en un año.
- *Sustentación de rentabilidad*. Habilidad de la empresa para realizar actividades que sustenten una posición competitiva como respuesta a la situación económica y política de un país (Porter, 1991; Spanos, 2001).

Diseño muestral

En México, a diferencia de otros países que desarrollan bases específicas de información sobre la situación financiera de las organizaciones, sólo se puede acceder a los estados y reportes financieros de las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores y que integran todos los sectores económicos del país.

No obstante, la revista *Expansión* reporta una base de datos financieros anuales de las 500 empresas más importantes en México, considerando criterios de capacidad para ser rentables, crecimiento en ventas, generadoras de empleos, entre otros. Por ello, a partir de este marco se procedió a realizar la selección de la muestra por conglomerados, donde:

- De la industria manufacturera se seleccionó el sector textil.
- De la industria textil se seleccionaron las empresas que reportaron sus resultados en más de siete años, con el fin de cubrir por lo menos un año de cada periodo sexenal. Éstas fueron: Edoardos Martín, Grupo el Asturiano, Ferrioni, Terza Corporativo, Sedas Real, Sinkro, Hilasal, Industrias Parras, y Grupo Covarra.

Diseño estadístico

El diseño estadístico fue aleatorio (*anova* en un sentido), en razón de que en cada caso se tiene sólo una variable independiente, con dos o más niveles de tratamiento o clasificaciones. Es decir, la variable dependiente en común para cada caso fue la rentabilidad, y como variables independientes los factores del contexto y los factores propios de la empresa. En el primero, los niveles de tratamiento fueron cada uno de los años analizados (se mide sustentación); en el segundo, las clasificaciones fueron los resultados de las empresas (se midió generación).

Para la determinación de la prueba estadística se estableció una estructura para la comprobación de las hipótesis a través del sistema HTAB (H, hacer hipótesis, T es probar, A por acción y B por negocios), que consistió en cuatro fases:

1. Establecer las hipótesis.
2. Llevar a cabo la prueba.
 - a) determinar la prueba estadística adecuada;
 - b) establecer el valor alfa;
 - c) establecer la regla de decisión;
 - d) reunir los datos;
 - e) analizar los datos;
3. Tomar acción estadística.
4. Determinar las implicaciones de negocios.

Las cuatro fases del sistema HTAB fueron establecidas de la siguiente manera.

Establecimiento de la hipótesis nula y alternativa

A partir de una hipótesis de investigación o supuesto a probar de que “La rentabilidad de las empresas textiles en México fue generada y sustentada en mayor medida por los factores del contexto”, se plantearon las siguientes hipótesis estadísticas.

Respecto a la generación de rentabilidad:

- Ho. La rentabilidad de las empresas textiles fue generada en mayor medida por los factores propios de la empresa.
- Ha. La rentabilidad de las empresas textiles fue generada en mayor medida por los factores del contexto.
-

En relación con la sustentación de rentabilidad:

Ho. La rentabilidad de las empresas textiles fue sustentada en mayor medida por los factores propios de la empresa.

Ha. La rentabilidad de las empresas textiles fue sustentada en mayor medida por los factores del contexto.

Determinar la prueba estadística

Ho: $M_1 = M_2 = M_3 = \dots = M_9$

Ha: por lo menos una de las medias es diferente de las otras.

Ho: $M_1 = M_2 = M_3 = \dots = M_{11}$

Ha: por lo menos una de las medias es diferente de las otras.

$$X_{ij} = i_1 \dots i_9 + j_1 \dots j_{11} + E$$

i = factores propios de la empresa.

j = factores del contexto.

Establecer el valor de alfa

Aplicación de análisis de varianza de un sentido con un valor alfa de 5% y un nivel de confiabilidad de 95%.

Establecer la regla de decisión

El programa estadístico Minitab fue utilizado para el procesamiento de los datos, y como éste proporciona el valor “p” para probar hipótesis, también llamado “nivel que se observa de significancia”, que se calculó bajo la suposición de que la hipótesis nula era verdadera; así, “p” define el valor más pequeño de alfa para el cual la hipótesis nula se puede rechazar; entonces, la regla de decisión fue establecida de la siguiente forma:

- Si alfa es menor que “p”, entonces se acepta la Ho y se rechaza la Ha. Si alfa es mayor que “p”, entonces se rechaza la Ho y se acepta la Ha.
- Además, se consideró que como Minitab proporciona el valor de “p” para una prueba de dos colas, en este estudio se dividió su valor entre dos, para obtener el valor de una sola cola, dado que las hipótesis se establecieron para demostrar qué factor tiene mayor influencia.

Resultados

Los resultados de la generación de rentabilidad del cuadro 1 establece la relación entre la variable dependiente (rentabilidad) con la variable de tratamiento (factores propios de la empresa), en donde P es igual a p.221.

Cuadro 1
Relación del ROE *versus* los factores propios de la empresa

Source	DF	SS	MS	F	P
Empresa	8	12452	1557	1.41	0.221
Error	42	46360	1104		
Total	50	58812			

Individual 95% CIs For Mean Based on Pooled StDev					
Level	N	Mean	StDev	+	-
Edoardos	8	2.73	7.81	(-----*-----)	
Ferrióni	4	11.54	11.13	(-----*-----)	
Grupo Covarrá	5	-38.39	98.74	(-----*-----)	
Grupo El Asturiano	5	6.22	18.39	(-----*-----)	
Grupo Synkro Y S	3	-23.74	25.90	(-----*-----)	
Hilasal Mexicana	9	9.88	8.34	(-----*-----)	
Parras Compañía	10	-2.59	7.61	(-----*-----)	
Sedas Real	4	1.85	2.07	(-----*-----)	
Terza	3	23.51	37.25	(-----*-----)	
				+	-----
				-70	-35
				0	35
Pooled StDev = 33.22					

Fuente: datos obtenidos de la revista *Expansión* en su edición especial de las 500 empresas más importantes en México.

A partir del resultado obtenido, se aceptó H_0 y se rechazó H_a , es decir, la rentabilidad de las empresas textiles fue generada en mayor medida por los factores propios de la empresa y en menor medida por el factor contexto.

Según los resultados de la sustentación de rentabilidad que establece la relación entre la variable dependiente (rentabilidad) con la variable de tratamiento (factores del contexto), el valor de P es igual a p.157.

Cuadro 2
Relación del roe *versus* los factores del contexto

Source DF SS MS F P
Año 9 15069 1674 1.57 0.157
Error 41 43744 1067
Total 50 58812

Individual 95% CIs For Mean Based on
Pooled StDev

Level	N	Mean	StDev	-----	-----	-----	-----
1996	7	0.34	0.36	(-----*	-----)		
1997	8	21.33	20.23	(-----*	-----)		
1998	6	2.97	19.10	(-----*	-----)		
1999	9	-4.50	18.56	(-----*	-----)		
2000	6	8.65	12.81	(-----*	-----)		
2001	4	-51.68	108.35	(-----*	-----)		
2002	3	-4.53	9.61	(-----*	-----)		
2003	3	-2.03	5.13	(-----*	-----)		
2004	3	0.00	2.61	(-----*	-----)		
2005	2	0.55	3.18	(-----*	-----)		
				-----	-----	-----	-----
				-70	-35	0	35

Pooled StDev = 32.66

Fuente: datos obtenidos de la revista *Expansión* en su edición especial de las 500 empresas más importantes en México.

Ante tal resultado, se aceptó H_0 y se rechazó H_a , es decir, la rentabilidad de las empresas textiles fue sustentada en mayor medida por los factores propios de la empresa y en menor medida por el factor contexto. Entonces, se determina que la rentabilidad de las empresas textiles fue generada y sustentada en mayor medida por los factores propios de la empresa.

Conclusiones

La rentabilidad de las empresas textiles fue generada en mayor medida por los factores propios de la empresa y posteriormente por el contexto, es decir, que las acciones que realiza la empresa para optimizar sus recursos financieros y eficientar sus operaciones, tienen un mayor impacto en comparación con las dificultades y situaciones adversas que se pueden dar en su entorno externo, como

fue el tener que producir con altos costos en los energéticos o el poco interés del gobierno por hacerlas sostenibles.

En relación con la capacidad de las empresas para sustentar rentabilidad para sus accionistas, ésta también estuvo dada por las decisiones tomadas en la optimización de sus operaciones y en menor medida por las diferentes situaciones que se presentaron, como la crisis financiera, el cambio de partido político en el poder, que generaron incertidumbre económica en variables como la inflación, devaluación y las tasas de interés.

Con estos resultados se observó que son de mayor influencia las decisiones que se toman intrínsecamente en la empresa para eficientar sus actividades, y con ello generar y sustentar una ventaja competitiva que las hace rentables; esto proporciona evidencia empírica para confirmar que la teoría actual sustentada por los últimos estudios de McGahan (2002), que establece que los factores propios de la empresa son de mayor influencia en la generación y sustentación de la rentabilidad, también es aplicable para las empresas textiles de México.

La evidencia empírica, además de indicar que en mayor medida la rentabilidad de las empresas textiles fue generada y sustentada por los factores propios de la empresa, permitió observar que las decisiones de estas empresas tomaron decisiones financieras en ventas, inversiones en activos fijos, financiamiento a corto y largo plazos, que no contribuyen a su buen desarrollo, y que no obstante que se observaba una tendencia adversa en el contexto externo que indudablemente afectaba sus pronóstico de ventas y con ello la entrada de dinero, no adoptaron las medidas necesarias para contrarrestar su situación.

Referencias bibliográficas

- Autores anónimos (1995-2005 [ediciones de 11 años]) “Las 500 empresas más importantes en México”, *Expansión*, edición especial, México.
- Barney, J. (2001) “Firm resource and sustained competitive advantage”, *Journal of Management*, vol. 17, núm.1, pp. 99-120.
- Besley, S., y Brigham, E. F. (2001) *Fundamentos de administración financiera*, 12^a edición. México: MacGraw-Hill.
- Bowman, C., y Ambrosini, V. (2003) “How the resource-based and the dynamic capability views of the firm inform corporate-level strategy”, *British Journal of Management*, vol. 14, pp. 289-303.
- Brealey, R. A., y Myers, S. C. (2003) *Principios de finanzas corporativas*, 7^a edición. México: MacGraw-Hill.

- Cefis, E. (1999) "Persistence in profitability and in innovative activities", *Cuaderno del Departamento de Ciencias Económicas*, vol. 6. Bergamo: Universidad de Bergamo.
- Chang, S., y Singh, H. (2000) "Corporate and industry effects on business unit competitive position", *Strategic Management Journal*, vol. 21, julio, pp. 739-752.
- Cho, H. J., y Pucik, V. (2005) "Relationship between innovativeness, quality, growth, profitability, y market value". *Strategic Management Journal*, vol. 26, pp. 555-575.
- De Wet, J. H., y du Toit, E. (2007) "Return on equity: a popular, but flawed measure of corporate financial performance", *S. Afric. J. Bus Manage*, vol. 38, núm. 1.
- Geroski, P., y Jacquemin, A. (1988) "The persistence of profits: a European comparison", *The Economic Journal*, vol. 98, junio, pp. 375-389.
- Grinblatt, M., y Sheridan, T. (2003) "Mercados financieros y estrategia empresarial". España: MacGraw-Hill.
- Hitt, A. M. (2005) "Spotlight on strategic management", *Business Horizons*, vol. 28, pp. 371-377.
- Instituto Mexicano de Contadores Públicos, y Consejo Mexicano de Normas de Información Financiera para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera (2006) *Normas de Información Financiera*. México: IMCP/CMNIF.
- McGahan, A. M., y Porter, M. E. (1997) "How much does industry matter really", *Strategic Management Journal*, núm. 18, pp. 15-30.
- Miller, D. (2005) "Advantage by design: competing with opportunity- based organizations", *Business Horizons*, vol. 48, pp. 393-407.
- Moyer, C. R., et al. (2005) *Administración financiera contemporánea*, 9^a edición. México: Thomson.
- Porter, M. E. (1991) "Towards a dynamic theory of strategic", *Strategic Management Journal*, vol. 12, pp. 95-117.
- (1999) *Ser competitivo. Nuevas aportaciones y conclusiones*. España: Deusto.
- (2000) *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*, 27^a reimpresión. México: CECSA.
- Roquebert, J., Phillips, R., y Westfall, P. (1996) "Market versus management: what drives profitability?", *Strategic Management Journal*, núm. 17, pp. 653-664.
- Rumelt, R. R. (1991) "How much does industry matter?", *Strategic Management Journal*, vol. 12, núm. 3, pp. 167-185.
- Schmalensee, R. (1985) "Do markets differ much?", *American Economic Review*, núm. 75, pp. 341-351.
- Secretaría de Economía (1995) *Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000*. México: Secretaría de Economía.
- (2001) *Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006*. México: Secretaría de Economía.

- Spanos, E. Y. y Spyros, L. (2001) "An examination into the causal logic of rent generation: Contrasting porter's competitive strategic framework and the resource-based perspective", *Strategic Management Journal*, vol. 22, pp. 907-934.
- Tarziján, J. M., et al. (2005) "Explicando la rentabilidad de la empresa y su sustentación", *Avante*, vol. 8, núm.1, abril, pp. 25-54.
- Wawawini, G., et al. (2003) "Is performance driven by industry or firm specific factors? A new look at the evidence", *Strategic Management Journal*, vol. 24, pp. 1-16.