

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN**



***Factores que afectan la optimización de utilidades en MiPymes
Restauranteras en Tecate, Baja California***

TESIS

**PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA:

L.C. Susana Mayte Goribar Jiménez

DIRECTORA DE TESIS

Dra. Reyna Virginia Barragán Quintero

Tecate B.C. a 13 de junio de 2023

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres: Armando Goribar y Teresa Jiménez. Gracias por haberme formado como la persona que soy en la actualidad. Todos mis logros se los debo a ustedes. Gracias por su dedicación, por su apoyo, por su gran amor y por el esfuerzo que me hicieron convertirme en la persona profesional que soy hoy en día. Ustedes siempre me han motivado para alcanzar todos mis sueños y metas, me enseñaron a nunca rendirme sin importar las adversidades y a nunca huir de los retos. Por eso viviré siempre agradecida por todo lo que me han dado. Este triunfo se los dedico a ustedes. Muchas gracias de todo corazón.

Su hija que los ama,

Susana Mayte Goribar Jiménez

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Autónoma de Baja California, mi alma mater. Universidad que me formó académicamente en la licenciatura y que me brindó las herramientas para concluir mis estudios en maestría.

A CONACYT. Organismo que, gracias a su misión de impulsar y fortalecer el desarrollo científico y la modernización de la tecnología en México, me apoyó económicamente mediante sus programas de becas nacionales, para poder solventar mis estudios en el posgrado.

A mi directora de tesis, la Dra. Reyna Virginia Barragán Quintero, quién me apoyó e instruyó durante el desarrollo de mi investigación. También le agradezco su apoyo moral y palabras de aliento que me motivaron a seguir adelante.

A mi Codirectora de tesis, la Dra. Janette Brito Laredo, por sus comentarios y correcciones finales que contribuyeron a una buena presentación de mi investigación.

A mis sinodales; la Dra. Angélica Reyes Mendoza, por su gran dedicación y vocación, por todas sus orientaciones, tiempo y por responder a mis dudas con paciencia. Le agradezco por alentarme inicialmente a ingresar a mis estudios en la maestría, animándome siempre a seguir preparándome profesionalmente, y sobre todo, le agradezco el apoyo que me brindó durante todo mi proceso de formación desde la licenciatura hasta el día de hoy, que concluyo otra etapa de mi desarrollo académico; y a la M.I. Claudia Lizeth Márquez Martínez, por su valiosa ayuda como sinodal de mi tesis, agradeciendo sus consejos y recomendaciones que también me ayudarán en futuras investigaciones.

A mis Hermanos; MCI Carlos Antonio Goribar Jiménez, Ing. José Israel Goribar Jiménez, Ing. Daniel Armando Goribar Jiménez e Ing. David Ángel Goribar Jiménez, quienes siempre me han enseñado con el ejemplo a ser una persona perseverante, dedicada y con objetivos bien planteados. Todos y cada uno de ellos me han demostrado la fuerza del conocimiento y me han apoyado en cada una de mis etapas en la vida. Agradezco especialmente a mi hermano mayor, Carlos, por su

apoyo e instrucción en el desarrollo de la metodología y las pruebas estadísticas de esta investigación.

A la presidenta de CANIRAC Tecate, Lic. Gladies Haide Montiel López, quién me apoyó con la difusión del instrumento de medición para la recolección de los datos, y a los microempresarios, que brindaron su disponibilidad y apoyo, que me permitieron realizar mis estudios en ellos.

Y un agradecimiento especial a Víctor Hafid Cruz Espinoza, quién me ha acompañado como mi pareja, mejor amigo y apoyo incondicional durante todo este proceso. Por estar en mis momentos más difíciles y por sus valiosas palabras motivándome siempre a salir adelante para culminar cada una de mis metas, por más complicado que parezca.

A todos, muchas gracias.

INDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	3
1.1 Antecedentes	5
1.2 Planteamiento del problema de investigación.....	6
1.3 Justificación.....	9
1.4 Objetivos de investigación.....	10
1.4.1 Objetivo General.....	10
1.4.2 Objetivos Específicos.....	10
1.5 Pregunta de investigación	11
1.6 Hipótesis.....	11
1.6.1 Hipótesis General	11
1.6.2 Hipótesis Específicas	12
1.7 Viabilidad y Alcance	12
1.8 Limitaciones.....	13
1.9 Matriz de Congruencia.....	13
1.10 Metodología.....	15
CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
2.1 Marco teórico.....	16
2.1.1 Optimización de las utilidades	18
2.1.2 Educación financiera.....	19
2.1.2.1 Planeación Financiera	22
2.1.2.2 Gestión Financiera	24
2.1.2.3 Fuentes de Financiamiento	25
2.1.3 Innovación	26
2.1.3.1 Tipo de innovación.....	28
2.1.4 Tecnologías de la información y las comunicaciones.....	29
2.1.4.1 TICS como Instrumento de comunicación	32
2.2.4.2 TICS como Instrumento de control.....	33

2.2 Marco Contextual.....	35
2.2.1 Internacional.....	35
2.2.2 Nacional	37
2.2.3 Regional	39
CAPÍTULO III.-METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	42
3.1 Enfoque de la Investigación	42
3.2 Definición de las variables.....	43
3.3 Horizonte temporal	44
3.4 Horizonte espacial (Población, muestra, tipo de empresa).....	46
3.5 Sujetos de investigación	46
3.6 Técnicas para la recolección de datos	47
3.7 Instrumento de medición	47
3.8 Evaluación de la validez de contenido (Validación de Expertos).....	48
3.9. Prueba Piloto	57
3.10 Evaluación de la validez del constructo	58
3.10.1. Análisis Factorial Exploratorio (AFE)	58
3.10.2 Medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	59
3.11 Fiabilidad del instrumento (Alpha de Cronbach).....	67
3.12 Interpretación y análisis de datos (SPSS)	69
CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS	71
4.1 Estadísticos descriptivos para los datos sociodemográficos.....	71
4.2 Análisis Descriptivo de variables.....	74
4.2.1. Optimización de las Utilidades	74
4.2.2 Educación Financiera	76
4.2.3 Innovación	82
4.2.4 Tecnologías de la Información	89
4.3 Análisis General y asociación entre variables.....	95
4.3.1. Prueba de normalidad	95
4.3.2 Correlación de Spearman	96
4.4 Contrastación de Hipótesis	100
Capítulo V CONCLUSIONES	103
5.1. Conclusiones	103

5.2 Contribuciones	105
5.3 Limitaciones	105
5.4. Recomendaciones	106
REFERENCIAS	108
ANEXO 1. VALIDACIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN.....	119
ANEXO 2. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	124
ANEXO 3 MATRIZ DE FACTOR ROTADO	130

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Antecedentes de las MiPymes.....	17
Tabla 2 Clasificación de las empresas en América Latina	36
Tabla 3 Definición conceptual de las variables de estudio	43
Tabla 4 Definición operacional de las variables estudio	44
Tabla 5 Validación de expertos sobre los Datos Generales.....	50
Tabla 6 Validación de Expertos de ítems de la Variable Dependiente: Optimización de utilidades.....	51
Tabla 7 Validación de expertos de ítems de la variable independiente: Educación financiera	52
Tabla 8 Validación de Expertos de ítems de la variable independiente: Innovación.....	54
Tabla 9 Validación de expertos de ítems de la variable independiente: TICS	56
Tabla 10 Alpha de Cronbach de la prueba piloto	58
Tabla 11 Análisis KMO Variable independiente: Educación Financiera.....	59
Tabla 12 Primera Variable Independiente: Capacitación de educación financiera.....	60
Tabla 13 Análisis KMO Variable independiente: Innovación.....	61
Tabla 14 Segunda Variable Independiente: Innovación.....	62
Tabla 15 Análisis KMO Variable independiente: TICS	63
Tabla 16 Tercera Variable Independiente: Tecnologías de la Información y la comunicación	64
Tabla 17 Variable Dependiente: Optimización de las Utilidades	65
Tabla 18 Cuadro de correspondencia de ítems	66
Tabla 19 Análisis de fiabilidad del Instrumento	68
Tabla 20 Prueba de normalidad.....	95
Tabla 21 Magnitudes de correlación	96
Tabla 22 Correlación de Spearman de Variable Dependiente VS Variables Independientes	97
Tabla 23 Correlación de Rho Spearman de Variable dependiente Optimización de utilidades Vs Dimensiones de la Variable independiente Educación Financiera.....	98
Tabla 24 Correlación de Rho Spearman de Variable dependiente Optimización de utilidades Vs Dimensiones de la Variable independiente Innovación.....	98
Tabla 25 Correlación de Rho Spearman de Variable dependiente Optimización de utilidades Vs Dimensiones de la Variable independiente TICS	99
Tabla 26 Contrastación de la hipótesis Nula (H_0) vs hipótesis alterna (H_1)	100
Tabla 27 Contrastación de las hipótesis específicas (H_2 , H_3 y H_4).....	101

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Matriz de congruencia.....	14
Figura 2 Diagrama ex ante.....	48
Figura 3 Dato sociodemográfico: Sexo.....	71
Figura 4 Dato sociodemográfico: Edad.....	72
Figura 5 Dato sociodemográfico: Estatus Fiscal	72
Figura 6 Dato sociodemográfico: Antigüedad del negocio.	73
Figura 7 Dato sociodemográfico: Cantidad de empleados.....	73
Figura 8 Gráfica del ítem "Considero rentable tener un negocio".....	74
Figura 9 Gráfica del ítem "Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio" ..	75
Figura 10 Gráfica de ítem "Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable"	75
Figura 11 Gráfica de ítem "Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado".	76
Figura 12 Gráfica de ítem "Me planteo metas y objetivos a lograr en cada periodo y logro cumplir con ellos".....	77
Figura 13 Gráfica de ítem "Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos".	77
Figura 14 Gráfica de ítem "Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización".....	78
Figura 15 Gráfica del ítem "Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no".....	79
Figura 16 Gráfica de ítem "Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados".....	79
Figura 17 Gráfica de ítem "He participado en eventos de capacitación financiera".	80
Figura 18 Gráfica de ítem "Conozco el funcionamiento de las instituciones financieras, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento"......	81
Figura 19 Gráfica de ítem "Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades"	81
Figura 20 Gráfica de ítem "Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio".	82
Figura 21 Gráfica de ítem "Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores"	83
Figura 22 Gráfica de ítem "Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia".....	84

Figura 23 Gráfica de ítem "Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización"	85
Figura 24 Gráfica de ítem "Me interesa adquirir conocimientos en innovación para el proceso de desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia".	85
Figura 25 Gráfica de ítem "Me interesa adquirir conocimientos en innovación de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia	86
Figura 26 Gráfica de ítem "Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos"	87
Figura 27 Gráfica de ítem "Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos".	88
Figura 28 Gráfica de ítem "Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización"	88
Figura 29 Gráfica de ítem "Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio"	89
Figura 30 Gráfica de ítem "Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos"	90
Figura 31 Gráfica de ítem "Aplico las Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios"	90
Figura 32 Gráfica de ítem "Conozco el alcance que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores"	91
Figura 33 Gráfica de ítem "Conozco el alcance que tienen las Tecnologías de la información y la Comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes"	92
Figura 34 Gráfica de ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación como medio de publicidad"	92
Figura 35 Gráfica de ítem " Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación para el control de mis inventarios"	93
Figura 36 Gráfica de ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el control de ventas"	94
Figura 37 Gráfica de ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación para el control de procesos administrativos"	94

RESUMEN

Las MiPymes juegan un papel esencial en la economía mexicana. Los intentos por introducirse y desarrollarse en el mercado han sido favorables a lo largo del tiempo. Sin embargo, siguen existiendo elementos que se deben corregir y fortalecer. Esta investigación pretende identificar los factores que tengan correlación con la optimización de utilidades en MiPymes restauranteras, en Tecate, B.C.

Para ello, se recolectaron los datos a través de un instrumento de medición que fue aplicado a 54 MiPymes restauranteras de la ciudad en base a tres variables de estudio (Educación financiera, Innovación y TICS), confirmando su confiabilidad con el análisis de Alpha de Cronbach y la validación de expertos.

Los resultados arrojaron que existe relación entre los supuestos, mediante una correlación de 0.811 para la innovación, 0.663 para TICS y 0.544 para Educación financiera, permitiendo a las MiPymes restauranteras identificar los factores que se relacionan con la optimización de utilidades y desarrollar estrategias para crecer y sostenerse en el mercado.

Palabras clave: Educación Financiera, Innovación, TICS

ABSTRACT

MiPymes play an essential role in the Mexican economy. Attempts to enter and develop in the market have been favorable over time. However, there are still elements that need to be corrected and strengthened. This research aims to identify the factors that are correlated with the optimization of profits in SMEs restaurants, in Tecate, B.C.

For this, the data was collected through a measurement instrument that was applied to 54 SMEs restaurants in the city based on three study variables (Financial Education, Innovation and ICT), confirming its reliability with the Cronbach Alpha analysis. and expert validation.

The results showed that there is a relationship between the assumptions, through a correlation of 0.811 for innovation, 0.663 for ICTs and 0.544 for Financial Education, allowing SMEs restaurants to identify the factors that are related to the optimization of profits and develop strategies to grow and hold on to the market.

Keywords: Financial Education, Innovation and ICT

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

A menudo se habla de la evolución de los pequeños negocios en México y su gran aportación en la economía mexicana. En la mayoría de los casos, la necesidad de emprender tiene un origen familiar, caracterizado por la preocupación de su supervivencia en la sociedad, dejando de lado los aspectos que se deben tomar en cuenta antes de iniciar un negocio, tales como el costo de capital, el análisis de mercado, los factores internos y externos que afecten al desarrollo del negocio, el capital de trabajo, entre otros.

Las Micro, Pequeñas y Medianas empresas (MiPymes) de la actualidad no prevalecen en el mercado y tienden a morir muy pronto, por lo que es necesario identificar las áreas de oportunidad de los negocios al enfrentar riesgos de inversión y maximización de ganancias. Al analizar el efecto que genera la educación financiera, innovación y TICS, se demuestra su intervención en el logro de optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero, en Tecate, B.C.

En este capítulo 1, a manera de introducción, se presentan estudios que anteceden esta investigación, tanto de la optimización de las utilidades en general, como de la optimización de las utilidades de las MiPymes restauranteras. Posteriormente se presenta el planteamiento del problema, la justificación de la investigación, los objetivos generales y específicos de la investigación y la hipótesis de la investigación.

En el capítulo 2 se aborda el marco teórico y contextual del tema de investigación, donde se procedió a la revisión de literatura más actual y que apoyó al objetivo de este trabajo. Dentro del marco teórico se analizan las variables de estudio y sus dimensiones, identificando los factores que tienen alguna posible relación en la optimización de las utilidades y las contribuciones que han realizado diferentes autores sobre el tema, específicamente para el sector restaurantero. En cuanto al marco contextual, se abordaron los eventos más actuales referente a las MiPymes en el contexto internacional, nacional y regional.

Dentro del capítulo 3 se presenta la metodología con la que se desarrolló esta investigación, la cual fue de carácter descriptivo-correlacional, de corte transversal y no experimental. Para la construcción del instrumento, se elaboraron 30 ítems derivados de las variables independientes y dependientes y 5 ítems que describen aspectos socioeconómicos. Una vez formuladas las preguntas, se procedió a realizar una prueba piloto con la que se pudo elaborar un análisis KMO y un análisis factorial exploratorio para clasificar los ítems en cada uno de los factores y estructurar el instrumento.

Para la validez del cuestionario, se realizó una valoración a través de la opinión de cinco expertos en el tema y un análisis de fiabilidad de Alfa de Cronbach, en el que el resultado fue de 0.949 para todo el instrumento, lo que confirma la confiabilidad de los ítems.

Una vez recolectados los datos, se realizó un análisis de los resultados, los cuales pueden ser revisados en el capítulo 4, a través de gráficas e interpretaciones de las mismas. Por último, en el capítulo 5, se presentan las conclusiones, las contribuciones de realizar el estudio, las limitaciones y las recomendaciones para las empresas y futuras investigaciones.

1.1 Antecedentes

Las MiPymes representan un sector sumamente relevante dentro de la economía de un país, puesto que implica la generación de empleos, ayudando a armonizar los mercados, manteniendo un equilibrio entre la oferta y la demanda, provocando que las naciones se centren en salvaguardar a estas organizaciones (Bucheli, León, y Gutiérrez,2023).

Tras la pandemia que azotó al mundo en 2020, en Latinoamérica, afectó a las MiPymes considerablemente, generando pérdidas de 30,000 millones de pesos, y que ahora podrían superar los 250,000.00 de pesos. Además, el 96% fueron afectadas y el 58% está en riesgo de liquidarse debido a sus altos despidos y cierres temporales (Useche, Salazar, Barragán y Sánchez, 2020).

Sin embargo, no solo la pandemia provocó el cierre de una gran parte de población de las micro, pequeña y mediana empresa. Varios autores identifican que los problemas de la estabilidad de las MiPymes se presentan en varias etapas de su evolución, ya que son organizaciones de poco conocimiento y con poca inversión. Es por el deceso constante de las MiPymes que se vuelve imprescindible identificar los factores que afectan su desarrollo, repercutiendo principalmente en sus utilidades, lo que determina su permanencia en el mercado.

Son varios los artículos que buscan entender qué factores son los que pudieran afectar a este tipo de empresas. Un artículo desarrollado por Soto, Madrid, Peinado y Balderrama en 2018, buscaba identificar los factores organizacionales internos de las MiPymes que impactan en su desarrollo, supervivencia y éxito, encontrando que los factores están en cuatro áreas; capacidades directivas, donde se tiene que tener habilidad en finanzas, contabilidad, control interno y uso de tecnología, por destacar algunas; en calidad, minimizando productos defectuosos, atención adecuada del cliente y promoción de la innovación; pensamiento esbelto, el cual tiene que ver con optimización de costos; y el involucramiento de los empleados, promoviendo el trabajo en equipo, la comunicación y la generación de ideas principales (Soto, Madrid, Peinado y Balderrama, 2018).

Otro artículo titulado cómo “Importancia y efecto de los factores financieros y asociados a la financiación en la intensidad de la innovación de las pymes colombianas” por “Ospina, Ospina-Holguín, y Medina-Vásquez, (2022) hablan sobre la relación que tiene el acceso a financiamiento para la integración de proyectos de innovación, encontrando factores que cubren las características para acceder al crédito, las fuentes de financiamiento a corto y largo plazo, la dificultad para obtener financiamiento, las variables financieras, entre otras, estudiando casi veinte variables generales.

Por otro lado, Dzib, Poot, Selem y Santana (2018) en su investigación de “Factores que afectan el crecimiento de las MiPymes en Chetumal, Quintana Roo”, analizaron la información recabada por 127 empresas de la localidad, identificaron como factores la capacitación del personal, la falta de capital, falta de administración estratégica, la comunicación y la satisfacción del cliente. Aunque los factores en las tres investigaciones son diferentes en cada una, es importante destacar que al identificar dichos factores que intervienen en la permanencia de las MiPymes en el mercado, se pueden tomar las decisiones correctas para el bienestar de la organización, y buscar su crecimiento y desarrollo, ya que constituyen una importante aportación al PIB de todos los países.

1.2 Planteamiento del problema de investigación

El problema radica en la tasa de microempresarios de restaurantes que cierran sus puertas cada año, por la imposibilidad de permanecer en el mercado ya que sus utilidades no son las suficientes para satisfacer su negocio. Por esta razón, se pretende identificar aquellos factores que tienen relación con la generación y optimización de utilidades, y con ello, favorecer a la sobrevivencia de las MiPymes, en específico las del sector restaurantero, en la ciudad de Tecate.

De modo que, al investigar la sostenibilidad de estos negocios, se contribuye a eliminar la incertidumbre del por qué el 80% de estas organizaciones suelen cerrar definitivamente al público en un periodo tan corto (Torres y López-Lira, 2021). Es

así que se vuelve relevante identificar los factores que afectan a la optimización de rendimientos y con ello, la permanencia de las MiPymes en el mercado.

Según el Fondo Monetario Mundial (2018) muestra que la economía mundial en 2019 se vio afectada por la rentabilidad del crecimiento en los países desarrollados y en desarrollo, señalando que el problema está asociado a una planificación económica inadecuada.

Mosquera y Rivera (2019) comenta que "las empresas más pequeñas, tienen menos probabilidades de sobrevivir en el mercado, dada sus bajos niveles productivos, tecnológicos y de gestión, condiciones que limitan su capacidad de generar ingresos suficientes para recuperar la inversión hecha y ser rentable".

En lo que concierne a la sustentabilidad y los beneficios económicos que pueda alcanzar el empresario, también tienen que valorarse las intenciones empresariales del emprendedor, las competencias y las herramientas necesarias para que el negocio sea competitivo (Sangabriel, Sangabriel y Mavil, 2020).

Por su parte, Álvarez, Gallegos y Márquez (2022) mencionan que en México existen problemas estructurales que dificultan el adecuado desarrollo de las MiPymes, reconociendo entre ellos:

1. Inadecuada articulación de nuestro sistema económico.
2. Políticas gubernamentales inadecuadas.
3. Falta de financiamiento o carencia de este
4. Inapropiada infraestructura técnico-productiva.
5. Falta de recursos tecnológicos
6. Casi nula aplicación de los sistemas de planeación empresarial.
7. Competencia desleal del comercio informal.
8. Prácticas desleales a nivel internacional
9. Carente cultura empresarial en México.

De acuerdo el Ex secretario general de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Gurría, al presentar su informe anual en mayo 2019, indicó lo siguiente: "Necesitamos una agenda renovada de políticas y medidas para

comprender cómo los países, las regiones y las ciudades pueden capitalizar sus muy diversas pequeñas empresas como motores para un crecimiento inclusivo y sostenible" (OCDE, 2019).

Por esta razón, se emite la primera edición del OECD SME and Entrepreneurship Outlook ofreciendo a los responsables de la política herramientas de evaluación comparativa y conocimientos para el emprendimiento, sobresaliendo una serie de desafíos clave (OCDE, 2019):

- “Si bien la brecha salarial es menor para las PYMEs exportadoras, las barreras comerciales son desproporcionadamente grandes y las recientes tensiones comerciales pueden dificultar aún más su capacidad de beneficiarse de la globalización.
- Las PYMEs luchan por combinar diferentes tipos de innovación y continúan enfrentando barreras relacionadas con el tamaño para acceder a recursos estratégicos, tales como habilidades, finanzas y conocimiento. Una cuarta parte de las PYME en la UE informó que la falta de personal cualificado o de gerentes con experiencia representa uno de sus mayores retos y, en la mayoría de los países de la OCDE, menos de una cuarta parte de las pequeñas empresas brindaron capacitación en TIC en 2018.
- La transformación digital ofrece un margen para el crecimiento de la productividad, pero existen grandes brechas de adopción de tecnologías en comparación con las empresas más grandes, por ejemplo, solo la mitad de las pequeñas empresas, en la OCDE, invirtió en servicios de computación en la nube en 2016”.

Las MiPymes representan un gran impulsor de la economía, ya que cumplen un gran aporte al producir y distribuir productos y servicios, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica del país (Fernández, 2019).

Considerando que el análisis de esta investigación se enfoca en las empresas del sector restaurantero, es importante señalar que estas constituyen el 12.2% de las unidades económicas en el país y el 7.5% en la generación de empleos, lo que da una visión de la importancia económica que tiene la industria restaurantera (INEGI, 2021).

Sin embargo, Campos, Cervantes de Bernardo y Morales (2017) agregan que el sector restaurantero ha crecido de manera desordenada y ha sufrido de pérdidas por falta de conocimiento de organización y dirección de los negocios, dejando de lado factores importantes como lo es la mercadotecnia, la mejora continua en la producción, recursos humanos y finanzas, y cuando se llegan a emplear, se aplican de manera inadecuada, lo que trae problemas en las utilidades.

Además, este sector ha sido notoriamente afectado por la pandemia de COVID-19, cuyos estragos representaron en 2021 el cierre de 90 mil unidades, lo que provocó pérdidas de empleos, desperdicio de insumos, entre otros (El Financiero, 2021). Utilizando como referencia esta información, se define el planteamiento del problema.

1.3 Justificación

a) Justificación Teórica:

Existen diversos autores que evidencian que las MiPymes son fuente de crecimiento económico y generadoras de trabajo, aportando en gran manera al PIB de un país. Sin embargo, la suspensión de actividades económicas de este tipo de empresas genera alarma entre los emprendedores, quienes buscan alternativas para desarrollarse y conservar sus proyectos en el mercado, puesto que son su principal fuente de ingresos. Esta investigación justifica su desarrollo al identificar aquellos factores que se correlacionan con la optimización de utilidades de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero en Tecate. Dicho estudio permite generar nuevo conocimiento y sirve de apoyo para otras investigaciones que busquen prolongar la vida de las empresas y su permanencia en el mercado, lo que sostiene la economía de un país.

b) Justificación Práctica:

Con esta investigación desarrolló un instrumento de medición que permitiera identificar la correlación que existe entre los factores de educación financiera, la innovación, y el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las MiPymes del sector restaurantero de la ciudad de Tecate, permitiendo que los empresarios tomen acciones para establecerse en el mercado y mantenerse en él para obtener mejores utilidades, así como mayores posibilidades de crecimiento.

c) **Justificación Social:**

El beneficio resultante de esta investigación para la sociedad consiste en que, al adquirir los conocimientos en los temas anteriormente expuestos, la MiPymes se convertirá en una empresa competitiva, lo que permitirá el aumento de rendimientos, traducidos en aportaciones al PIB de la región, así como la generación de nuevos empleos, lo que favorece la economía mexicana. Además, la competencia significa ofrecer una mejor calidad de producto y servicio a los consumidores.

1.4 Objetivos de investigación

1.4.1 Objetivo General

Demostrar la relación que existe entre la educación financiera, la innovación y las TICS y su intervención en el logro de optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero, en Tecate, B.C. para poder identificar las áreas de oportunidad de los negocios al enfrentar riesgos de inversión y maximizar ganancias.

1.4.2 Objetivos Específicos

1. Identificar si la educación financiera (Planeación financiera, Gestión Financiera y Fuentes de Financiamiento) es un factor que se relaciona con la optimización de utilidades en las MiPymes en el sector restaurantero, de Tecate, Baja California.
2. Definir si la innovación (Desarrollo de productos, Desarrollo de procesos e Innovación Organizativa) es un factor que se relaciona con la optimización de utilidades en las MiPymes en el sector restaurantero, de Tecate, Baja California.
3. Determinar si las TICS (Instrumento de comunicación e Instrumento de control) es un factor que se relaciona con en la optimización de utilidades en las MiPymes en el sector restaurantero, de Tecate, Baja California.

1.5 Pregunta de investigación

Además de definir los objetivos de la investigación, es conveniente plantear por medio de una o varias preguntas, el problema que se estudiará, resumiendo lo que habrá en la investigación y hacia dónde se orienta (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014). Para este trabajo, se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿La educación financiera, la innovación y las TICS son factores que tienen correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero, en Tecate, B.C.?

1.6 Hipótesis

La investigación trata de comprobar que, a partir del conocimiento sobre la educación financiera, innovación y TICS en los empresarios, se desarrollan los siguientes supuestos:

1.6.1 Hipótesis General

H_0 La educación financiera, la innovación y el uso de las TICS no tienen correlación en la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero de Tecate, B.C.

H_1 La educación financiera, la innovación y el uso de las TICS tienen correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero de Tecate, B.C.

1.6.2 Hipótesis Específicas

H₂ La educación financiera tiene correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restauranero de Tecate, B.C.

H₃ La innovación tiene correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restauranero de Tecate, B.C.

H₄ El uso de las TICS tiene correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restauranero de Tecate, B.C.

1.7 Viabilidad y Alcance

El estudio se enfocó en las MiPymes del sector restauranero de la ciudad de Tecate, con el objetivo de identificar los factores relacionados a la optimización de utilidades. La utilidad principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable al conocer el comportamiento de otras variables vinculadas (Hernández-Sampieri, 2018). Por lo tanto, esta investigación busca identificar la correlación entre la variable dependiente (Optimización de las utilidades) y las variables independientes (Educación financiera, Innovación y TICS).

Al realizar la revisión de la literatura, se pudieron encontrar múltiples factores que podrían tener relación con la maximización de utilidades. Sin embargo, fue prudente delimitar el alcance de esta investigación a solo tres variables de estudio, determinadas por las coincidencias que existían en sus aportaciones, ya que solo se contó con dos años para examinar información y realizar análisis estadísticos. Por lo tanto, esta investigación solo se enfocará en Educación financiera, Innovación y TICS.

También es importante resaltar que esta investigación se considera viable ya que contribuye a la generación de más conocimiento, para que las MiPymes lleguen a desarrollar estrategias para incrementar sus ganancias y poder sustentarse en el

mercado, reconociendo, además, la importancia de tienen las MiPymes restauranteras para la economía de una región, un estado o un país.

1.8 Limitaciones

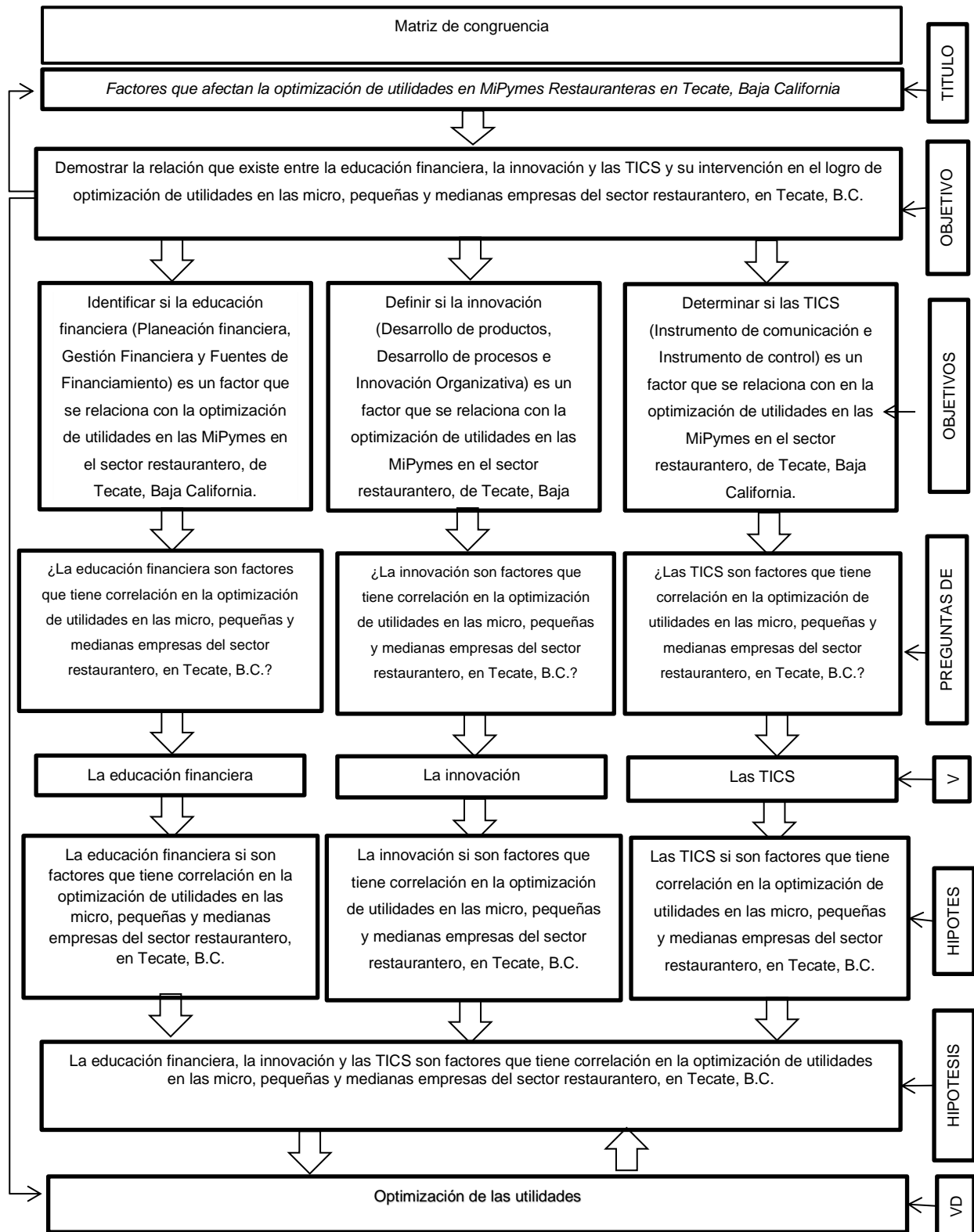
La primera limitación de este trabajo se desprendió de la aplicación del instrumento, ya que, al realizar el acercamiento con los propietarios de los negocios, estos desconfiaban de la investigación y no accedían a responder. Para descartar esta inseguridad, se procedió a solicitar apoyo de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) para asegurar la confidencialidad de los datos y la veracidad del estudio.

La segunda limitante se presentó cuando se agendaban los acercamientos con las empresas a través del organismo, ya que CANIRAC Tecate contaba únicamente con diecisiete personas afiliadas al organismo, lo que complicaba la validez de los datos al recolectar muy poca información, considerando la población de MiPymes restauranteras en la ciudad. Así pues, se procedió a utilizar, además del directorio de los microempresarios afiliados, los contactos conservados de las empresas que han asistido por lo menos una capacitación impartida por la institución, pudiendo alcanzar una tasa de respuesta de 54 empresas.

1.9 Matriz de Congruencia

La matriz de congruencia presenta de manera lógica la relación entre el problema, el constructo teórico, las hipótesis, las variables y los indicadores o dimensiones. En la Figura 1 se puede observar la congruencia y relación de los elementos de esta investigación.

Figura 1 Matriz de congruencia



Fuente: Elaboración Propia

1.10 Metodología

Una vez planteado el problema, definido el alcance de la investigación y formulado las hipótesis, es necesario buscar la manera concreta de responder las preguntas de investigación, para ello se debe seleccionar el diseño de esta (Hernández-Sampieri, 2018). Para la elaboración de este estudio, se tomó en cuenta una metodología cuantitativa, de carácter descriptivo y correlacional, ya que la investigación desarrollará las descripciones específicas del fenómeno de estudio y tiene la finalidad de conocer la relación entre las variables. Además, la investigación se realizó como corte transversal, ya que los datos se analizan en un tiempo determinado, y no experimental, ya que no existe manipulación deliberada de las variables, ya que solo se observan y se interpretan sus comportamientos.

La recolección se llevó a cabo tomando como sujeto de estudio y fuente de información a los emprendedores de la micro, pequeña y mediana empresa del sector restauranero en la ciudad de Tecate, Baja California. En cuanto al análisis de datos, se realizó un análisis de normalidad para determinar el tipo de estadística (paramétrica o no paramétrica) dependiendo de su comportamiento, es decir, si las variables se distribuyen de manera normal o no. Para esta investigación se utilizó la correlación de Spearman para determinar la asociación entre las variables y cumplir con los objetivos de esta investigación, dándole respuesta a la pregunta de investigación y a las hipótesis planteadas.

CAPÍTULO II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco teórico

El marco teórico que se desarrolla a continuación permite conocer los referentes teóricos a partir de tres elementos que surgen del problema de investigación mencionados anteriormente. La elaboración del marco teórico es una etapa en la que el investigador profundiza en el conocimiento existente y disponible que esté relacionado con los objetivos, preguntas de investigación, viabilidad del estudio y evaluación del problema, obteniendo un reporte de investigación. Para iniciar, siempre es importante contar con antecedentes que enmarcan el estudio y arrojan una visión de dónde se encuentra el problema planteado inicialmente (Hernández-Sampieri, 2018).

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) se definen como aquellas organizaciones financiadas, organizadas y dirigidas por el propio dueño que abastecen a un mercado pequeño, a veces regional, que no cuentan con una producción muy amplia y por lo general los empleados son los mismos familiares, la cual es la razón para referirse a ellas como empresas familiares (Fisher y Espejo, 2011).

Es importante destacar que estas organizaciones constituyen una parte sustancial de las economías de las naciones, contribuyendo a la creación de empleo y generación de fuentes de riqueza, lo que favorece al mercado interno. Además, satisfacen necesidades que las grandes empresas consideran poco atractivas de complacer (Goyes, Alvarado, Gavilánez y Arguello, 2020).

La evolución de las MiPymes es de gran importancia en la economía de un país. En la tabla 1 se dan a conocer los antecedentes de las MiPymes y su desarrollo, desde la aparición del concepto, hasta las últimas décadas.

Tabla 1 Antecedentes de las MiPymes

AÑO	ACONTECIMIENTO
Entre 1950 y 1960	Surge el concepto de MiPymes en Argentina, para después adentrarse a México durante la vigencia del modelo de sustitución de importaciones, aunque se contaba con una economía cerrada que limitaba la capacitación, la información, el equipamiento y la organización, impidiendo así el desarrollo de la productividad y la calidad en las MiPymes.
En 1970	Las organizaciones solo se preocupan por sobrevivir, siendo esta, la segunda etapa de evolución de las MiPymes.
En 1990	Los cambios que se introdujeron en los años 90's, tales como el financiamiento externo y la estabilidad económica interna, dio pie a un destino más estable para estas organizaciones, evolucionando a su tercera etapa de desarrollo. Así pues, se definieron en esta etapa, las siguientes características para estas organizaciones tal como es: el origen para invertir, la flexibilidad en sus líneas de producción, su funcionalidad como proveedor de grandes industrias, el uso de materias primas regionales, baja mecanización en sus procesos productivos, y la carencia de conocimiento de productos financieros.
En 2008	Tras la crisis financiera mundial, las MiPymes fueron identificadas como una importante herramienta para estimular el crecimiento económico y el empleo. Por esta razón, el gran desafío es estructurar una política para los pequeños y medianos negocios que coadyuve e impulse la transformación productiva y responda a las necesidades de estas microempresas
	Pandemia

Fuente: Elaboración propia basada en: González, Rodríguez, Sánchez y Sánchez (2002), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2019).

En la última década, los países de todo el mundo han mostrado una nueva actitud económica hacia las pequeñas y medianas empresas, reconociendo su contribución al crecimiento económico y la estabilidad, dando lugar a las marcas más pequeñas en el globalizado mundo de los negocios (Nielsen Consumer LLC, 2022).

Huchin y López (2018) comenta que el emprendimiento surge tras la idea de sobresalir en la economía actual, pero también como resultado de una idea o un plan, que podría indicar una innovación empresarial. En este sentido se puede

entender que el empresario busca invertir en un negocio generando una fuente de ingresos para subsistir y satisfacer sus necesidades, mediante una idea innovadora.

Así pues, aunque aún faltan muchos aspectos que corregir en la organización y planeación de esta modalidad de negocio, las MiPymes juegan un papel importante en la economía actual del país, tan solo al observar su tasa de empleo en México, la cual asciende al 75% de la generación de trabajos para la población mexicana (Saavedra y Saavedra, 2014).

La incorporación y desarrollo de las MiPymes es trascendental para la economía mexicana, siendo este el primer paso del emprendimiento, y asegurando su permanencia en el mercado mediante los esfuerzos aprender a usar herramientas como la educación financiera, la innovación y las TICS.

2.1.1 Optimización de las utilidades

El mejor indicador de éxito de una organización es la rentabilidad y el incremento de utilidades. Para poder maximizarlas, se debe conocer al mercado, permitiendo aplicar una estrategia que permita aprovechar el crecimiento del mercado, como lo sería el aumento de las ventas. La maximización de utilidades se conoce como la capacidad de una empresa de obtener el mayor beneficio y rendimiento de sus operaciones (Web y empresas, 2023).

En este sentido, se podría decir que se relaciona con la rentabilidad, que es una medida de productividad que determina si las operaciones comerciales de una organización tuvieron éxito o fracasaron al mostrar si las ganancias resultan mayores o menores a los costos y gastos incurridos para obtenerlos (DocuSign, 2023)

Entre las estrategias para aumentar la rentabilidad de un negocio, según se encontrar la reducción de costos totales relacionados con un producto o sistema tecnológico, reduciendo el periodo de aprendizaje para agilizar el retorno de la inversión; mejora continua de los procesos; incrementar las operaciones y el volumen de negocio, ocupar los activos inactivos aprovechando los recursos y

ayudando a incrementar los márgenes de rentabilidad y fomentar las alianzas con los proveedores y prestadores de servicio (Generac México, 2021).

Se agrega que, al llevar un control de gastos, lo que sería ideal a través de un sistema de recursos empresariales (ERP); incrementar el margen de ganancia; acudir a la tecnología como aliada estratégica; analizar la rentabilidad de la cartera de clientes, ampliar la variedad de productos o servicios ofertados (lo cual se consigue con la innovación); y la expansión del mercado, contribuye a mejorar la rentabilidad de la empresa (DocuSign, 2023)

2.1.2 Educación financiera

La educación financiera es uno de los métodos que se utilizan para informar e instruir a los usuarios, con la finalidad de fomentar un involucramiento y concientización al respecto de las operaciones financieras, para la útil toma de decisiones y obtener mejores resultados (Peñaloza, 2016).

Amezcuca, Arroyo y Espinosa (2014) comentan que, en México, la educación financiera se ha visto marginada por muchos años, mientras que, en otros países, este tema está integrado en los programas educativos y siendo analizado en las escuelas. Por ello es necesario que el empresario conozca sobre la educación financiera porque es uno de los obstáculos para el emprendimiento.

Cuando existe una falta de cultura financiera, se produce principalmente una falta de planeación de ingresos y gastos que genera el emprendedor, así como el escaso o nulo uso óptimo de los productos y servicios financieros, y se recurre a los mecanismos más informales, cómo lo es el guardar dinero bajo el colchón o pedir préstamos a familiares o amigos, lo que genera más riesgos y costos (Amezcuca, Arroyo y Espinosa, 2014).

Pues bien, tras lo anterior, los problemas a los que se pueden enfrentar las MiPymes de ese sector tras la falta de educación financiera se enumeran a continuación (Amezcuca, Arroyo y Espinosa, 2014):

1. Escasa participación en los productos y servicios que ofertan las instituciones financieras.
2. Mal manejo de los productos y servicios financieros cuando se procede a utilizarse, por tanto, altos costos de inversión y pérdidas en los rendimientos, lo que afecta directamente a las utilidades del negocio.
3. Desconocimiento de los derechos y obligaciones que genera al involucrarse con las instituciones financieras.
4. Falta de planeación financiera.

Por supuesto, un alto grado de culturización financiera aumenta la posibilidad de tomar decisiones más certeras y argumentadas. Cabe destacar que la tradición familiar tiene un impacto en el emprendimiento, pero si además se añade una formación financiera en una edad temprana, el emprendimiento será una opción más estable. De ahí la correlación entre la alfabetización financiera y la intención empresarial (Abad-Segura y Gonzalez-Zamar, 2021).

Como ya se ha identificado, la educación financiera repercute en la toma de decisiones de los emprendedores, pues al carecer de ella y tomar decisiones al azar y sin base, afectando el éxito o el fracaso de su negocio. Aunque este concepto es fundamental para la economía, no se cuenta con una capacitación necesaria en los diferentes niveles educativos.

Un trabajo de investigación realizado por el Banco mundial a cargo de Klapper, Lusardi y Van Oudheusden en 2015 arrojó que países como Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Brasil, México, Argentina y Panamá, entre un 25% y 34% del total de la población adulta cuenta con conocimientos en educación financiera, mientras que otros países como Bolivia, Guatemala y Honduras solo alcanzan el 24%. Por su parte, Chile y Uruguay tienen un mejor promedio, al contar entre 35% y 44% de su población con conocimientos en la rama. Es importante considerar que la mayoría de estos conocimientos los tiene el género masculino con respecto al femenino (Segura, 2020).

Además, es necesario mencionar que, en este mundo globalizado, el uso de productos financieros cada vez son más necesarios, pues los mercados se han

extendido y diversificado, lo que provoca el uso de estas herramientas como medio de pago o endeudamiento para adquirir activos, y si se tiene en cuenta que la mayoría de la población desconoce el uso de estas fuentes de financiamiento, entonces los usuarios pueden afectar su bienestar, al adquirir obligaciones que no puede absorber, bajo términos que no llega a comprender.

Segura (2020), afirma que la falta de educación financiera hace que el empresario enfrenta problemas de restricciones en el sistema financiero (la llamada exclusión financiera), además de ser víctimas de altos costos de financiamiento, y falta de planeación de tipo estratégico y financiero, por lo que las MiPymes, en especial las microempresas, suelen estar constantemente siendo creadas y canceladas.

En México, el 37% de las MiPymes están expuestas a la quiebra, según un modelo probabilístico. El modelo expone que, de acuerdo con un patrón financiero de cinco fases, denominado el ciclo de quiebra de la empresa, con un 91.28% de exactitud, se puede detectar la quiebra de una empresa con dos años de antelación, lo que demuestra que la educación financiera es la clave para evitar riesgos a las empresas (Jaramillo, 2013).

Por su parte, Agudelo y Martínez (2021) mencionan que las decisiones de los empresarios son de naturaleza financiera, sin importar el área de la empresa, por lo que el conocimiento en gestión contable y financiera proporciona información necesaria para facilitar la toma de decisiones eficientes. Por lo que es primordial, que el empresario conozca, como elementos básicos, la innovación, el entorno de la empresa, sus oportunidades y amenazas, además del desarrollo tecnológico, para que, en momentos de crisis, pueda asegurar la supervivencia de la empresa.

Así pues, el éxito en el desempeño de una empresa depende en gran manera del conocimiento con el que cuente el gerente, quien es el responsable de las decisiones y la dirección de la empresa, así como de la planeación, la organización y el control, basados en un sistema de información y tecnología adecuada para la generación de información oportuna, pero se sabe que en la mayoría de las ocasiones, las decisiones son llevadas a cabo mediante la improvisación, debido a las barreras que se impone el mismo empresario, como lo es la resistencia al

cambio, el temor a uso de tecnologías, falta de recursos, una débil cultura contable y financiera (Romero Álvarez y Ramírez Montoya , 2018).

2.1.2.1 Planeación Financiera

Morales (2011) señala que la alta mortandad de las MiPymes es consecuencia de malas prácticas empresariales, como la falta de recursos financieros. Es por esta razón, que para las MiPymes restauranteras mexicanas, se vuelve fundamental desarrollar y fortalecer las estrategias de planeación que les permita mantenerse en el mercado, e incluso, penetrar en nuevos.

Dentro de la literatura clásica, podemos observar la importancia de la planeación financiera en las empresas. Correa y Jaramillo (2007) indican que la planeación financiera es una herramienta de suma importancia para la gestión empresarial, puesto que permite integrar armónicamente los componentes de un plan estratégico traduciéndose tanto en aspectos cuantitativos como cualitativos, teniendo la capacidad de estimar, además, las condiciones futuras, cuantificar y cualificar riesgos, evaluar el método para operar y las estrategias establecidas, crear posibles escenarios, y lo más importante, contar con un fundamento estratégico para la creación de empresas sostenibles.

Correa, Ramírez y Castaño (2010) afirman que la elaboración de un plan de negocios en la planeación financiera constituye una base fundamental para la creación de empresas sostenibles en el tiempo, dando como resultado la evolución y el desarrollo de las organizaciones.

Por otro lado, Elizalde (2018) comenta que, al hacer referencia a la planeación financiera, se visualiza una herramienta de apoyo para la gestión organizacional de cualquier empresa, en función a todos los beneficios que pueden aportar el eficaz desarrollo de los procesos operativos contables. Esta afirmación anterior se relaciona con la generación óptima de utilidades.

En la actualidad, la fórmula para sobrevivir es innovar y competir, lo que motiva a las MiPymes a elaborar una planeación financiera estratégica, donde se puedan

maximizar las utilidades mediante decisiones financieras acertadas, acorde al diseño de mapa administrativo del riesgo, donde se levante amenazas vulnerables de la empresa (Jiménez, Rojas y Ospina, 2022).

La importancia de establecer una planeación estratégica se justifica al evitar decisiones inapropiadas que afecten la misión, visión y metas de la organización, a través de una orientación prospectiva que busque obtener mayor rentabilidad y evite pérdidas de utilidades y de posicionamiento en el mercado (Jiménez, Rojas y Ospina, 2022).

Gómez (2012), citado por Jiménez, Rojas y Ospina (2022), indican que es trascendental que las MiPymes se capaciten en programas de gestión, especialmente en modelos financieros como proyecciones y resultados cortoplacistas que no dejen a la deriva sus condiciones externas de mercado.

Esto último lo sostiene cuando menciona que la planeación financiera permite cuantificar la situación futura de los proyectos de una empresa y realizar una evaluación de los resultados. Sin embargo, en las MiPymes dicha planeación no existe o se realiza sin apoyo y de forma intuitiva, lo que se traduce en errores de la organización para ingresar al mercado y sostenerse (Ayala y Morales, 2018).

De este modo, los emprendedores de las micro, pequeñas y medianas empresas deben ser conscientes de las situaciones planteadas considerando que, al incurrir en pérdidas para los primeros años, se deben de realizar estudios técnicos y de mercadeo, a fin de corregir dichos problemas en un futuro (Ayala y Morales, 2018)

Además, Reyes (2007) citado por Ayala y Martínez (2018), reafirman que, al establecer una planeación, se está fijando el curso de acción concreto a seguir, estableciendo principios de orientación y secuencia de operaciones para realizarlo y determinar tiempos y números necesarios para hacerlo.

Si bien, con esta información se puede tener una idea de cuán importante es realizar una planeación financiera y cuáles son las consecuencias para las MiPymes que no aplican esta herramienta. financiera crea un diagnóstico de la situación actual de la

organización, su objetivo es que, con los resultados del diagnóstico, se anticipen futuros escenarios de riesgo, verificando el cumplimiento de los objetivos y fortaleciendo la integridad de las micro, pequeña y mediana empresa que busca sobrevivir y desarrollarse.

2.1.2.2 Gestión Financiera

La gestión financiera es la combinación de distintas operaciones y métodos relacionados entre sí, que tienen la intención de emprender, proyectar, administrar y vigilar, de forma segura y eficaz, los recursos humanos, económicos, exactos para el desarrollo y crecimiento de las empresas (Tenelanda y Redrobán, 2019).

Otros autores, como Azeez, Kadhim y Kadhim (2020) indican que la gestión financiera se basa en la adecuada administración de los recursos empresariales mediante el control de ingresos y gastos, sumados a través de una adecuada planeación.

Cabe señalar que en las MiPymes no es suficiente tener una actitud de emprendimiento, sino que se vuelve necesario implementar herramientas contables y de análisis financiero que coadyuve a la toma de decisiones de operación, de inversión y de financiamiento. Dado que este tipo de empresas no tiene una adecuada planeación, una gestión financiera eficiente representaría una ventaja competitiva (Soberanes, Noriega y Flores, 2021).

Lo anterior se sustenta con lo que indican González y Rodríguez (2020), que mencionan que la gestión financiera permite tener bases sólidas para conducir a las empresas a la eficiencia y no caer en la improvisación, lo que contribuye a tomar decisiones de manera controlada. Además, al implementar estrategias financieras, la organización puede mantener su rentabilidad.

En este escenario, es muy importante para los gerentes de las MiPymes lograr una adecuada gestión financiera para lograr maximizar la relación entre costo-beneficio, estableciendo la coordinación eficiente de las actividades de la organización,

estableciendo políticas adecuadas para el manejo de los créditos de las instituciones financieras, control de inventarios, compras a proveedores, elaboración de presupuestos y un eficiente sistema de información contable, lo que permitirá a las MiPymes alcanzar mejores niveles de rentabilidad, obteniendo crecimiento y sostenibilidad (Soberanes, Noriega y Flores, 2021).

Por lo tanto, el responsable de este tipo de gestión, es el gestor financiero, el cual se encarga de planificar y organizar la estrategia financiera de la empresa, evitando riesgos pasados, evaluando riesgos y oportunidades futuras y realizando un análisis de la situación económica-financiera actual de la empresa para lograr mayores niveles de rentabilidad y beneficios. Si una empresa posee buena gestión financiera, se podrá llegar más fácil al cumplimiento de objetivos y es más probable que todo funcione correctamente (Aiquipa y Arana, 2020).

2.1.2.3 Fuentes de Financiamiento

Perdomo (1988) define al financiamiento como el medio de conseguir los recursos de fuentes tanto externas como internas a corto, mediano o largo plazo, y necesitará de una empresa pública, privada, social o mixta para su operación eficiente.

De acuerdo con el grupo Mundi (2023), las fuentes de financiamiento son todas las vías de inversión que existen, desde las inversiones familiares, inversiones públicas (o gubernamentales) o inversiones privadas. La finalidad más común de las fuentes de financiamiento es inyectar capital para desarrollar o acelerar el crecimiento de un negocio.

Menciona Recendiz (2021), que las fuentes de financiamiento son las vías que utilizan las empresas para conseguir los recursos financieros necesarios y realizar su operación. Estas fuentes de financiación se utilizan en diferentes situaciones. Se clasifican en función del periodo de tiempo, la propiedad y el control, y su fuente de origen.

Por otra parte, Cobia (2020) señala que uno de los grandes objetivos de toda empresa es su supervivencia, y para garantizar su continuidad deberá proveerse de

recursos financieros. Lo anterior confirma la importancia de conocer el sistema financiero y el correcto uso de los servicios y productos que ofrecen las instituciones crediticias para optimizar recursos.

Analizando los significados de los diferentes autores, se puede entender que las fuentes de financiamiento tienen como objetivo mantener un negocio en marcha, es decir, se busca a toda costa obtener recursos monetarios para que la empresa sea lo más rentable posible.

Un estudio acerca de la importancia del financiamiento en el sector microempresario de Chagerben, Yagual e Hidalgo (2017) pretende determinar si el financiamiento constituye un factor importante para la existencia de las organizaciones. El estudio concluye que los microempresarios acuden a instituciones financieras por las facilidades para la obtención de recursos monetarios, evidenciando que el financiamiento depende del ciclo operativo del negocio y la rotación de efectivo.

Por su parte Waniak y Gheribi (2018) indican que las empresas pyme generalmente utilizan fuentes de financiación propias, lo que resulta en bajas inversiones y poco desarrollo económico. Esto contrasta la opinión de Otero y Rhyne (1998) que afirman que la autosuficiencia financiera en la organización se ha convertido en una necesidad para los empresarios que no cuentan con recurso económicos, debido al carente acceso a los servicios financieros, pero si esto cambiara, permitiría la rentabilidad y desarrollo de las MiPymes.

2.1.3 Innovación

Otra de las variables que la mayoría de los autores consideran para el crecimiento y sostenibilidad de una empresa, es la innovación. Según la OCDE y Eurostat (2007), la innovación se define como “La implementación de: un producto, proceso o servicio nuevos significativamente mejorados. Un nuevo método de comercialización. Un nuevo método de organización para la práctica del negocio. Una nueva forma de relaciones externas. Siempre que sean un éxito para su mercado y aunque solo sean nuevos para la empresa”

Además, la innovación de un producto o un servicio se considera una de las estrategias de las empresas para ganar competitividad en el mercado, tomando en cuenta, por supuestos, los costos de producción y distribución, la fidelidad de los clientes, etc. (Ching, 2018).

Arriaga, López y Olivares, citados por Yepes (2019), describen a la innovación como aquella oportunidad de seguir operando en el mercado, ya que con esta se busca la mejora del producto o servicio o crear uno nuevo para satisfacer las necesidades o deseos del cliente. Sin embargo, dicha herramienta competitiva a veces no es utilizada de la mejor manera o simplemente, se pierde la opción de utilizarse.

Por último, Huchin y López (2018) indican que la innovación es un proceso inquisitivo que pone en práctica a la creatividad para generar un mayor valor agregado a los bienes y servicios que ofrece la empresa. Esta acción debería ser una constante para la mejora continua en toda empresa.

Romero y Ramírez (2018) por su parte indican que la innovación, complementa el conocimiento financiero, puesto que brinda herramientas necesarias para la toma de decisiones de la gerencia, pero para poder obtener los beneficios, se requiere de otros factores para su adaptación en la empresa.

La empresa que pone en práctica con éxito la incorporación de nuevos productos o procesos o el mejoramiento de los ya existentes, a menudo superan las crisis económicas y los grandes obstáculos que se puedan presentar en el camino. Sin embargo, esto se ve afectado por el temor de fracasar.

En ese sentido, la capacidad de innovación puede permitir el éxito de la micro, pequeña y mediana empresa, sin embargo, también la falta de éste puede llevar a las empresas al declive, puesto que no crean una ventaja competitiva en el mercado por falta de financiamiento, de capacitación y de tecnología (Huchin y López 2018).

Atendiendo a lo que comenta Mayer y cols (2020) “se puede interpretar como un proceso en el que, a partir del emprendimiento, se genera la innovación necesaria para reemplazar la producción actual, por otra con mayor valor agregado que genere riqueza y abone al crecimiento de las economías” (p.108). Esto se puede traducir en un factor para la competitividad de las MiPymes.

Por tanto, si las MiPymes entendieran la importancia de la innovación para su desarrollo y competitividad, esto permitiría no solo cambiar sus productos, sino también crear nuevas formas de producir, de comercializar y de vender (Yepes, 2019), lo que, por supuesto significa un incremento en los ingresos, lo que representa la generación y maximización de las utilidades.

Si bien, las MiPymes no tienen los mismos recursos que las grandes empresas, es indiscutible que, al utilizar la innovación de los procesos, la innovación de productos, la implementación de ideas en el personal y el servicio al cliente, se está creando una ventaja competitiva (Soto y Madrid, 2020) y con ello, la permeancia de las micro, pequeñas y medianas empresas.

2.1.3.1 Tipo de innovación.

El manual de Oslo es una serie de manuales evolutivos que desarrollan datos relativos a la ciencia, la tecnología y la innovación, desarrollado conjuntamente por Eurostat y la OCDE. El manual define a la innovación como la introducción de un nuevo, o significativo producto (Bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar o las relaciones exteriores (OECD/Eurostat, 2007).

Señala que la innovación se clasifica en los siguientes tipos (OECD/Eurostat, 2007):

1. Innovación de producto: Corresponde a la introducción de un bien o un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se le destina. Esto incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes

y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales.

2. Innovación de proceso: este tipo de innovación representa la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos.
3. Innovación de mercadotecnia: Implica la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación. La innovación de mercadotecnia, incluye cambios significativos en el diseño del producto, que son parte del nuevo concepto de comercialización.
4. Innovación de organización: Se define como la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

Para esta investigación, se basó en la clasificación descrita en el Manual de Oslo, dándole hincapié en la innovación de producto, de proceso y organizativa.

2.1.4 Tecnologías de la información y las comunicaciones

En la actualidad, las TICS juegan un papel muy importante para las pequeñas y medianas empresas dado que estas herramientas se han convertido en una estrategia empresarial que necesitan las empresas para sobrevivir y prevalecer en el mercado (Maldonado, Pinzón y Rodríguez, 2020).

Lois (2019) agrega que la utilización de las TIC mejora el desempeño de las MiPymes y representa alcanzar ventajas competitivas que se transforman en incremento de la productividad y la optimización de recursos, además de contar con mayor y mejor acceso a la información, optimizar el control interno, lograr la mejora en la administración de sus productos y su calidad, favorece la colaboración entre industrias, entre otros.

Un estudio de Ángel (2019) demostró la relación que existe entre la competitividad y la transformación digital de las MiPymes colombianas. Al igual que Ávila, Vivas y Rodríguez (2020), describen el desempeño de la transformación digital en las MiPymes afirmando que, al implementar estrategias de desarrollo tecnológico, responde a las exigencias de bioseguridad y comercio global.

Existen muchas formas de utilizar las TICS, a través de los teléfonos, el correo electrónico y las computadoras. El internet ha evolucionado la forma de comunicarse, la forma de hacer negocios y de operar en las organizaciones (Vega, Romero y Guzmán, 2018). De acuerdo con Villafranco, citando a Rodrigo Vaca, vicepresidente de marketing de Zoho Corp, las pymes deben de considerar cinco puntos para adoptar las TICS en sus organizaciones (Villafranco, 2017):

1. Decisión. Existen miles de opciones en el mercado, pero una pyme debe elegir la TICS que mejor se adapte a sus necesidades y retos.
2. Manipulación. Las grandes empresas pueden invertir tiempo y recursos en capacitar a su gente, mientras que las pymes no pueden, por lo que deben elegir la que sea más amigable y fácil de usar para sus empleados.
3. Mejor opción. Buscar precios accesibles que se traduzcan en un rápido retorno de la inversión.
4. Durabilidad. Las pymes necesitan TICS que puedan seguir utilizando a largo plazo.
5. Punto de equilibrio. Las Tics pueden evitar que las pymes mueran en corto tiempo, pero para que sobrevivan, deben alcanzar su punto de equilibrio.

En el mercado existen, además, diferentes sistemas informáticos que procesan información en las organizaciones, tales como el E-Commerce o Comercio Electrónico, que consiste en la compra y venta de productos por internet; Enterprise Resource Planning (ERP), los cuales logran automatizar transacciones operativas y productivas de la organización; Customer Relationship Management (CRM), que optimiza la relación con los clientes; y Business Intelligence (BI), que apoya a la

toma de decisiones generando información a través de una base de datos (Lois, 2019)

Sin embargo, la implementación de equipo tecnológico, en especial las Tecnologías de la información y las comunicaciones para el apoyo de la administración, implica muchos esfuerzos para llevar a cabo cambios en la estructura, gestión, capacitación y entrenamiento para las empresas, que además representan un costo que no están dispuestas a realizar (Gutiérrez-Diez, Sapién-Aguilar y Piñón-Howle, 2013).

Lo anterior ocasiona que las MiPymes no esten captando el beneficio completo del uso de las TICS, puesto que existe la restricción principal para poder usarlas por el alto costo de inversión que llegan a tener, teniendo que demostrar la relación que existe entre el beneficio de utilizar las TICS y los resultados organizacionales, lo cual suele ser complicado (Núñez y Emmanuel, 2020).

Las MiPymes también tienen un déficit en el dominio de Tecnologías de Información y Comunicación, lo cual afecta al desarrollo de ventajas competitivas que les permita permanecer en el mercado, impactando directamente en la generación de utilidades del negocio. Estudios como Zoho Corp estiman que solo el 6% de las Pymes en México utilizan TICS, lo que limita a los negocios a desarrollarse en los sectores económicos (Villafranco, 2017).

Núñez y Emanuel (2020) afirman que tras la globalización y los retos económicos que las empresas enfrentan actualmente, las TICS se han convertido en una herramienta indispensable para la operación de la organización, además de que ayuda con el desarrollo de conocimientos y a los canales de comunicación.

Actualmente la competitividad de un país está estrechamente relacionada con el uso y aprovechamiento de las TICS, permitiendo con ello que las empresas efficienten sus procesos productivos, administrativos, optimizar costos de operación, ampliación en los mercados y mayor acceso a clientes y proveedores que no se encontraban cerca, ofreciendo a las organizaciones, con ello, incrementar su capacidad para explotar enlaces con otras actividades (Álvarez, Saldivar y Valenciana, 2021).

Además, la implementación de acciones orientadas a la estrategia, estructura organizacional, recursos humanos, tecnologías de información y comunicación y certificaciones de calidad, conllevan a un incremento de la inversión, por lo que es prudente asociar estas acciones con la rentabilidad de los negocios Gutiérrez-Diez, Sapién-Aguilar y Piñón-Howle (2013).

2.1.4.1 TICS como Instrumento de comunicación

Las TICS permiten desaparecer distancias geográficas y tiempo, resultando muy útil para las empresas que han aprendido a hacer uso extensivo de las herramientas tecnológicas para impulsar una gestión adecuada con proveedores y con toda la cadena de valor relacionada (Gutiérrez-Diez, Sapién-Aguilar y Piñón-Howle, 2013).

López, Somohano y Martínez (2018) mencionan que la facilidad de aprovechar las nuevas tecnologías, como lo son las redes sociales, tales como Facebook, Twitter e Instagram, ha llevado a numerosas MiPymes a utilizar estos medios como elemento base de comunicación con sus clientes.

Las redes de comunicación derivadas de las TIC, nos permite establecer comunicación asincrónica con los clientes y proveedores mediante el e-mail, las redes sociales, las listas de distribución y los grupos de noticia, además de tener comunicación sincrónica a través de audioconferencias y videoconferencias. Además, el gran éxito de la web ha traído la unión de un protocolo de comunicación y un estándar de lenguaje que se ha extendido rápidamente y ha permitido el fácil acceso a la información (Belloch, s.f.).

Antosz (2017) comenta que el correcto funcionamiento de las TIC dentro de la gestión empresarial está relacionado con el alineamiento estratégico, ya que se llega a conocer de manera precisa el puesto y el rol de cada uno de los empleados y los jefes, así como la manera en que interactúan con la gerencia de la empresa.

Por lo tanto, dentro de una organización, se considera que las TIC son un medio importante en el cual los datos fluyen de persona o departamento hacia otros, desde

la comunicación interna y líneas telefónicas, hasta sistemas de cómputo que generan reportes para varios usuarios (Soledispa-Rodríguez y cols 2021).

2.2.4.2 TICS como Instrumento de control

Las TICS son un componente trascendental que interrelacionan los componentes de una organización que capturan, almacenan, procesan y distribuyen la información para apoyar la toma de decisiones, el control, análisis y visión institucional (Quispe, Padilla, Telot, y Nogueira, 2017). Son capaces de proporcionar sistemas de control y de planificación más integral, favoreciendo el análisis global de los datos que conforman una organización (Cano-Pita, 2018).

Entre los beneficios de adoptar las TICS como sistemas de control empresarial se encuentran la gestión y administración de datos que componen a la empresa, automatizar procesos internos sin la necesidad de contar con intermediarios para ejecutar ciertas operaciones, unificar la información de la empresa para facilitar su uso y comprensión, brindar información actualizada en tiempo real y favorecen el aprovechamiento del tiempo automatizando procesos (Pursell, s.f.).

Entre los tipos de sistemas que pueden apoyar al procesamiento de datos de una organización, se encuentran los siguientes (Muñoz, 2003):

1. Sistemas de información para la gestión (mis), son un conjunto de herramientas que combinan las tecnologías de la información (Hardware + software) con procedimientos que suministran información a los gestores para la toma de decisiones;
2. Sistemas soporte a la decisión (dss), los cuales son sistemas de información interactivo utilizando normas y modelos de decisión, para la toma de decisiones, principalmente aquellas que se encuentran semiestructuradas bajo el control total de aquellos que se dediquen a tomarlas.
3. Sistemas de información para ejecutivos (eis). Están orientados a la alta gerencia, donde provee información con acceso rápido a los

directivos de la empresa, ayudando a realizar actividades de gestión para conseguir los objetivos de la empresa.

Sin embargo, se ha descubierto que el 90% de las veces, el fracaso de la implementación de TICS no es debido al software ni a los sistemas, sino al hecho de que el personal no cuenta con los suficientes conocimientos para operarlo (Cano-Pita, 2018). Por lo tanto, es importante contar con una capacitación prudente para el óptimo uso de los sistemas informáticos y aprovechar al máximo sus beneficios.

2.2 Marco Contextual

2.2.1 Internacional

Gracias al movimiento continuo del mercado y su globalización, la economía ha evolucionado y creado nuevas figuras de comercio. Aquel negocio que no logre adaptarse pierde competitividad y tiende a salir del mercado. Esto es lo que comúnmente sucede con los pequeños negocios. Por esta razón, es necesario que los empresarios se interesen en conocer nuevas estrategias financieras y de operación para que puedan sobresalir de las demás.

Mundialmente se puede considerar de diferente forma la clasificación de las MiPymes, dependiendo de la necesidad que presente cada país o los objetivos que se planteen, las políticas y estrategias económicas para competir en el mercado. Por lo general se considera la cantidad de personal, la cifra de ventas y los niveles de los activos (Saavedra, Moreno y Hernández, 2008).

En América latina, no existe en sí una clasificación definida de las MiPymes, ya que dependen del sector en el que se desarrollen, lo cual podría ser un obstáculo para su análisis y estudio. Por esta misma razón, suele ser difícil encontrar información sobre la situación de estas figuras económicas, los sectores y la importancia económica que puedan tener en el mercado (Dini y Stumpo, 2020).

Según el Instituto Ecuatoriano de Normalización, la clasificación se divide en microempresa, la cual constituye entre uno y nueve trabajadores y ventas anuales equivalentes a 100,000.00 dólares anuales; pequeña empresa, la cual cuenta con entre 10 y 49 empleados e ingresos anuales de hasta un millón de dólares; y la mediana empresa, que tiene de 50 a 199 trabajadores con ingresos aproximados a los 5 millones de dólares (Instituto Ecuatoriano de Normalización, 2018).

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, no existe una sola clasificación, son diferentes dependiendo el país, la actividad económica que desarrolla, los ingresos

y el número de empleados. En la tabla 2, se presenta un concentrado de las clasificaciones que adoptaron distintos países de América Latina.

Tabla 2 Clasificación de las empresas en América Latina

País	Descripción de la Clasificación
Argentina	Pequeña empresa: Menos de 40 trabajadores. Se clasifica en esta categoría con ventas fijadas por la Comisión Especial de Seguimiento del art. 104 de la Ley Núm. 24.467, dependiendo su actividad o sector.
Brasil	Pequeña empresa: Cuenta con ventas anuales entre 360 mil y 3.6 millones de reales. Mediana Empresa: Cuenta con ventas entre 3.6 y 300 millones de reales y activos inferiores a un valor de 240 millones de reales.
Costa Rica	Su clasificación es en torno al criterio P, considerando el promedio de empleados de la organización, el valor de sus ventas anuales, el valor monetario de sus activos fijos netos y los activos totales netos, con respecto al último periodo fiscal. Por lo tanto, su clasificación sería la siguiente: <ul style="list-style-type: none"> ● Microempresa: $P \leq 10$ ● Pequeña empresa: $10 < P \leq 35$ ● Mediana empresa: $35 < P \leq 100$
México	Pequeña empresa: Ventas anuales entre 4 y 100 millones de pesos, contando entre 11 a 30 trabajadores en el sector comercial y de 11 a 50 para la industrial y la de servicios. Mediana Empresa: desde 100.1 a 250 millones de pesos en ingresos anuales, con 31 a 100 trabajadores en el sector comercial, de 51 a 100 en el sector de servicios y de 51 a 250 en el sector industrial.
Perú	Microempresa: hasta 202,500 dólares (0 a 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)). Pequeña empresa: de 202,501 a 2,295,000 dólares (de 150 a 1,700 UIT). Mediana empresa: de 2,295,001 a 3,105,000 dólares (de 1,700 a 2,300 UIT)

Fuente: Elaboración propia basada en Pérez y Titelman(eds.),2018.

Sin embargo, no se trata de homogeneizar a las MIPYMES, sino de encontrar criterios parecidos para su análisis. Las razones son visibles. Primeramente, se consolida la creación de un sistema de información adecuado a las necesidades de

política en cada país que permita realizar estudios estadísticos y con ello diseñar nuevas políticas que beneficien las economías (Dini y Stumpo, 2020).

Es importante reconocer que, considerando la economía en un estatus formal de los negocios, las MiPymes representan un 99.5% de las empresas en América Latina y un 88.4% son microempresas. La mayoría de este porcentaje, además, se dedican al comercio. En Argentina, por ejemplo, estadísticamente las MiPymes producen 54% de los trabajadores formales, mientras que México sostiene un 67% (Dini y Stumpo, 2020).

Así pues, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) desarrolló entre 2014 y 2016 un proyecto de “Internacionalización de las MiPymes”, con el fin de fortalecer las capacidades de los organismos de promoción comercial en cuanto al diseño e implementación de políticas pública efectivas en países de la región (Rodríguez, 2022).

Por otra parte, en 2019, la Secretaría Permanente del SELA (Sistema Económico Latinoamericano y Caribeño) organizó un seminario conjuntamente con ProColombia denominado “Perspectivas de la internacionalización de las MiPymes en América Latina y el Caribe”, el cual analiza y delimita el horizonte para que estas organizaciones se desarrollen en mercados internacionales (Rodríguez, 2022).

2.2.2 Nacional

Las MiPymes conforman un alto índice de participación de actividad económica en la economía mexicana, representando el 90% de las empresas y generando más de la mitad de los empleos nacionales. Además, brindan un componente de competencia, de ideas e innovaciones de productos y servicios, jugando un papel importante en la sociedad (Guzmán y cols, 2020).

En cuanto a su capacidad de ofrecer empleo, las MiPymes en México representan el 79.3%, y su actividad económica se desarrolla de la siguiente manera: 33.1% de las MIPYME se dedican a ofrecer servicios, el 56.4% son comerciales y el 10.5% son industrias manufactureras (Guzmán y cols, 2020).

El Banco Mundial de México, además, señaló que entre 2006 y 2018 ha registrado en su Producto Interno Bruto 2.37% de participación de la MIPYME y un 0.97% en el PIB per cápita anual (Guzmán, et al, 2020).

Sin embargo, no todo en la historia de las MiPymes ha demostrado una evolución y desarrollo en la economía mexicana. Después del Estudio sobre Demografía de los Negocios (EDN) en 2021 se estimó que, tras la emergencia sanitaria por COVID-19, en México, desde mayo de 2019 a julio de 2021 nacieron 1.2 millones de establecimientos micro, pequeños y medianos, y 1.6 millones cerraron sus puertas definitivamente. Además, el 31.4% de establecimientos que murieron en ese periodo era informal y el 23% restante se encontraba en la formalidad (INEGI, 2022).

En cuanto a la industria restaurantera, es imprescindible resaltar los siguientes datos: Para 2018, las unidades económicas enfocadas a la preparación de bebidas y alimentos generaron 247,360 millones de pesos, representando el 1.1% del PIB de ese año, además de encontrar que de las 328,348 unidades económicas que iniciaron operaciones en 2019, 17.8% pertenecen al sector restaurantera (INEGI, 2020).

Es importante indicar que el mercado de servicios de alimentos en México respecto a crecimiento, tendencias, impacto de COVID-19 y pronósticos para el año 2023 a 2028, revela que el mercado se valoró en 36,232.25 millones de dólares en el año 2020, siendo el sector de comida rápida el que ha crecido exponencialmente en este supuesto, debido a su conveniencia y disponibilidad de alimentos a costo bajo (Mordor Intelligence, 2023)

Además, la secretaria de Turismo federal (2020) señaló que en México alrededor de quinientos mil restaurantes registrados, aportaron al 2% del PIB, generando 5.5 millones de empleos directos e indirectos relacionados con la preparación de alimentos.

Se resalta, por supuesto, que 99 de cada 100 restaurantes, se denominan micronegocios y se caracterizan por generar la mayor parte de empleo y producción

del país, aumentando su porción de unidades económicas de 8.1% en 2003 a 11.8% en 2021, lo que demuestra un incremento de las unidades de toda la economía (INEGI, 2021).

En cuanto al PIB de la industria restaurantera, se vio sumergida en una caída en el segundo trimestre de 2020, causado por el Covid-19, siendo de mayor magnitud la correspondiente en la industria restaurantera, el cual fue de 29.3% (INEGI, 2021). Por lo que se vuelve importante identificar las estrategias que ayuden a este sector a reactivarse en la economía.

2.2.3 Regional

Con respecto al Estado de Baja California, se han implementado una serie de programas con el objetivo de incrementar el desarrollo y crecimiento de nuevos negocios. El financiamiento al cual pueden recurrir las MiPymes puede provenir de los tres niveles de gobierno, el municipal, el estatal y el federal. En el caso de municipal y estatal son establecidos de manera directa a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO) (Porta-Boza y cols 2018).

Programas como Inicia, Consolida, Crece y Despega, orientan a las MiPymes con los trámites de apertura, gestión, acompañamiento y capital semilla para sus inicios y para que en cada etapa se prepare para el siguiente nivel. Es importante mencionar también la alianza entre las Cámaras como COPARMEX, CANACO Y CANACINTRA con la participación de instituciones educativas como la Universidad Autónoma de Baja California y universidades privadas, que a través de sus incubadoras orientan y capacitan a los pequeños empresarios (Portal-Boza et al, 2018).

En 2019, Baja California se colocó como la octava economía más grande de México con una aportación de 3.5% del PIB Nacional, recorriendo su posición al séptimo lugar en 2020 con una aportación de 3.7%. Sin embargo, tras los estragos de la Pandemia de Covid-19, Baja California registró una caída anual de -3.7% a tasa real (Rosales, 2021).

Entre los principales sectores de actividades económicas en Baja California, se encuentran, en primer lugar, comercio, restaurantes y hoteles, con una aportación de 29.1% del PIB estatal; seguido por los servicios comunales, sociales y personales, con 21.0% en su aportación; 18.8% de aportación al PIB por parte de la industria manufacturera; 14.3% por parte de los servicios financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler; 10.4% del sector transporte, almacenaje y comunicaciones, 3.4% por parte de las empresas de construcción; 2.3% de las empresas generadoras de electricidad, gas y agua; 1.3% de las empresas agropecuarias, silvicultura y pesca; y 0.1% es por parte de la industria minera (Fuentes, s.f.).

La política de atención a las micro y pequeñas empresas aplicada de 2009 a 2012 se concentró en tres programas: Formalización y Desarrollo de Microempresas, Escuela para Nuevos Empresarios y Apoyo a Cadenas Productivas, donde se destinaron más de 58 millones de pesos, que permitieron la formalización de 8 288 microempresas, protegiendo y conservando 12 715 empleos (Mungaray, y cols, 2015).

Este programa ayudó a que Baja California fuera uno de los estados con menor tasa de informalidad en el país, pues en nueve de los 16 trimestres del período analizado (2008-2012) registró la menor tasa de informalidad, que en el cuarto trimestre de 2012 fue de 20.4 por ciento contra 27.9 por ciento del promedio nacional. Sin embargo, lo más importante de este programa no fue el recurso que se destina a los microempresarios para apoyar su incorporación a la formalidad, sino la capacitación y asistencia técnica que se les brinda, pues permite transferir aprendizajes empresariales que apoyan su rentabilidad (Mungaray y cols, 2015).

Por otro lado, el Programa de Escuela para Nuevos Empresarios permitió consolidar una de las redes de México con mayor cobertura por cada mil habitantes, logrando que cada emprendedor interesado en recibir entrenamiento empresarial cuente con una opción para hacerlo, generando 4 654 nuevas empresas y poco más de 14 mil empleos, para ir conformando un tejido empresarial local, aprovechando la creatividad y capacidad para desarrollar nuevos productos o servicios. Sin duda, el reto será ir orientando a una red de proveeduría de las medianas y grandes

empresas que se han logrado iniciar durante este crítico período (Mungaray y cols, 2015).

Este estudio se desarrolla en la ciudad de Tecate, por lo que es necesario contextualizar la situación de las MiPymes restauranteras en esta ciudad. Tecate se localiza al noroeste de México en el Estado de Baja California. El municipio colinda con varios municipios del mismo estado: Al Sur, con el municipio de Ensenada; al Este, con el Mexicali y al Oeste con Tijuana, sin olvidar que es frontera con Estados Unidos al Norte. Dicha ciudad tiene una superficie territorial total de 3.578,45 km² (Secretaría de Turismo, 2019).

Aunque la información de las MiPymes restauranteras en Tecate es muy limitada, si se pueden rescatar los siguientes datos: El porcentaje de empresas restauranteras abarca 9% de todas las actividades económica que se desarrollan en Tecate, siendo la cuarta actividad más importante de la ciudad (INEGI, 2019).

Por la razón anterior, el ayuntamiento de Tecate en colaboración con el gobierno estatal, ha realizado diversas campañas con el fin de promover la economía de este tipo de negocios, señalando a Expo Cocinarte, donde han participado hasta 30 stands de restaurantes, panaderías, heladerías y cafeterías con al menos 1243 asistentes para degustar de la gastronomía que se oferta en Tecate y apoyar a los negocios celebrándose año con año (Baylon, 2022).

CAPÍTULO III.-METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el siguiente capítulo se presenta la metodología seleccionada para el desarrollo de la investigación. Se especifica el tipo de investigación, el diseño de ésta, la selección de la muestra, recolección de datos, el análisis de éstos y el cumplimiento de los objetivos del tema de investigación.

3.1 Enfoque de la Investigación

El estudio se enfocó en las MiPymes del sector restaurantero de la ciudad de Tecate, con el objetivo de identificar aquellos factores que se relacionan con la optimización de utilidades. Para dicho análisis, el alcance fue descriptivo, ya que la investigación se desarrollaron las descripciones específicas del fenómeno de estudio, y correlacional, siendo su finalidad conocer la relación entre las variables.

Para la elaboración de la siguiente investigación, se tomó en cuenta una metodología de carácter cuantitativo y no experimental. La recolección y análisis de los datos se llevaron a cabo tomando como sujeto de estudio y fuente de información los emprendedores de la micro, pequeña y mediana empresa del sector restaurantero en la ciudad de Tecate, Baja California.

3.2 Definición de las variables

A continuación, se presentan las variables de estudio para esta investigación, analizando su definición conceptual (ver tabla 3) y operacional (Ver tabla 4):

Tabla 3 Definición conceptual de las variables de estudio

Variable	Definición	Autores
Educación financiera (variable independiente)	La educación Financiera es uno de los métodos que se utilizan para informar e instruir a los usuarios, con la finalidad de fomentar un involucramiento y concientización al respecto de las operaciones financieras, para la útil toma de decisiones y obtener mejores resultados	Peñaloza-Bolaños, 2016
Innovación (variable independiente)	La innovación es aquella oportunidad de seguir operando en el mercado, ya que con esta se busca la mejora del producto o servicio o crear uno nuevo para satisfacer las necesidades o deseos del cliente	Yepes, 2019
TICS (variable independiente)	Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), constituyen el conjunto de códigos y dispositivos que intervienen en las etapas de codificación, procesamiento, almacenamiento y comunicación de la información en sus distintas formas: alfanumérica, icónica y audiovisual.	Martí, 2013
Optimización de las utilidades (Variable dependiente)	Se puede identificar a la optimización de las utilidades como la relación que existe entre los resultados económicos y la óptima implementación de estrategias en el aprovechamiento de recursos, con la finalidad de maximizar la utilidad de la empresa.	Richard Pérez, citado por Carranza y Moncada, 2019

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4 Definición operacional de las variables estudio

Variable	Definición	Autores
Educación financiera (variable independiente)	La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2015), define la educación financiera como: el proceso por el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su entendimiento de los productos, conceptos y riesgos financieros y, mediante información, instrucción y/o asesoramientos objetivos, desarrollan las habilidades y la confianza para llegar a ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras.	OCDE, 2015
Innovación (variable independiente)	La innovación de un producto o un servicio se considera una de las estrategias de las empresas para ganar competitividad en el mercado, tomando en cuenta, por supuestos, los costos de producción y distribución, la fidelidad de los clientes, etc.	Ching, 2017
TICS (variable independiente)	Características de las TICS vinculadas con el uso de internet, medidas con un cuestionario estructurado y validado con escala de Likert.	Guadalupe, 2019
Optimización de las utilidades (Variable dependiente)	Mejorar sus resultados económicos a través de un modelo de capacitación con el fin de proporcionar a la empresa un apoyo en la toma de decisiones	Carranza y Moncada, 2019

Fuente: Elaboración propia

3.3 Horizonte temporal

El proceso de revisión de la teoría, identificación de las variables de estudio, planteamiento del problema, formulación de hipótesis, selección de la metodología y su estructuración y la formulación del instrumento de medición, tuvo una duración de dos años, lo cual se realizó en cada seminario del posgrado.

Durante el periodo de enero a mayo 2021, se inicia el proyecto de investigación de este tema. Se seleccionó el tema a desarrollar y se procedió a la revisión de literatura para el planteamiento del problema, el sustento de la justificación del estudio y la formulación de los objetivos, pregunta de investigación e hipótesis de

los resultados, comenzando también a recabar información para sustentar el marco teórico.

El proceso de elaboración del instrumento final constó de las siguientes etapas: En la etapa 1, se crearon los ítems en base a la teoría recolectada, considerando las dimensiones y las variables dependiente e independientes, formulando los ítems acordes a la información encontrada, lo que se consiguió desarrollar entre los meses de agosto a septiembre de 2021. La validación de contenido se realizó a través de la opinión de expertos, en la cual se consideraron cuatro investigadores y catedráticos de la UABC (Universidad Autónoma de Baja California) que cumplieran con la experiencia y juicio profesional para aprobar el cuestionario.

En la segunda etapa, en octubre 2021, se procedió a la aplicación de la prueba piloto para validar la confiabilidad del instrumento mediante el análisis de fiabilidad del Alpha de Cronbach y someter los resultados a un análisis factorial, para reestructurar los ítems en los factores más idóneos, según la estadística.

Con el análisis factorial se realizó una reestructura de los ítems del instrumento de medición, sin embargo, no todos ellos sufrieron cambios, ya que, aunque la estadística demostrara su relación con un factor, este no tenía concordancia con la teoría, por lo que su reestructuración fue un proceso minucioso y tardío, la cual duró hasta abril de 2022.

Una vez concluido el proceso de formulación del instrumento, se procedió la aplicación a los sujetos de estudio, los cuales fueron seleccionados a través de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC) de la ciudad de Tecate, utilizando el directorio de empresas con la que cuenta la organización. Dicho proceso duró aproximadamente tres meses, desde la última semana de abril, hasta la primera semana de agosto de 2022.

En este momento de la investigación, se encuentran muchas dificultades, puesto que, al ser un giro restaurantero, se encuentra constante movimiento y en su mayoría no cuenta con días de cierre de actividades, por lo que fue complicado contar con las respuestas de los empresarios, quienes olvidaban contestar o

simplemente no tuvieron oportunidad de participar. Finalmente se consiguió contar con una tasa de respuesta de 54 empresas.

En octubre 2022, se procede al vaciado de la información recolectada en el sistema SPSS, para tabular datos, realizar gráficas, realizar pruebas estadísticas e interpretar datos y formular conclusiones, finalizando la investigación y creando conocimiento para futuros estudios, finalizando toda la investigación en junio 2023.

3.4 Horizonte espacial (Población, muestra, tipo de empresa)

Para la recolección de datos, se consideraron únicamente a las MiPymes del sector restaurantero en la ciudad de Tecate. Datos publicados en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas registradas por INEGI (2021), indican una población total de 399 restaurantes en la ciudad de Tecate.

Para esta investigación se utilizó una muestra no probabilística, puesto que los elementos seleccionados no dependen de la probabilidad, sino de las características de la investigación o los propósitos del investigador (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014), clasificada como una muestra por conveniencia, debido a las limitantes que se presentaron durante el proceso de recolección de datos, donde se optó por considerar la tasa de respuesta de los participantes.

Según Hernández-Sampieri, citando a Sudman (1976), cuando se está realizando un estudio de tipo descriptivo o correlacional, es preciso tener un mínimo de muestra de 30 casos por grupo o segmento del universo para poder realizar el estudio (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014), por lo que se puede proceder con la investigación, ya que se obtuvieron 54 participaciones.

3.5 Sujetos de investigación

Para efectos de este estudio, los sujetos de investigación son los propietarios de las MiPymes del Sector restaurantero, en la ciudad de Tecate, Baja California, que se encuentran afiliados a la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y

Alimentos Condimentados (CANIRAC) de la ciudad y/o que hayan participado en algún evento por parte de la cámara. Gracias al apoyo de la Organización antes mencionada, se pudo contar con la participación de 54 empresarios de este giro.

3.6 Técnicas para la recolección de datos

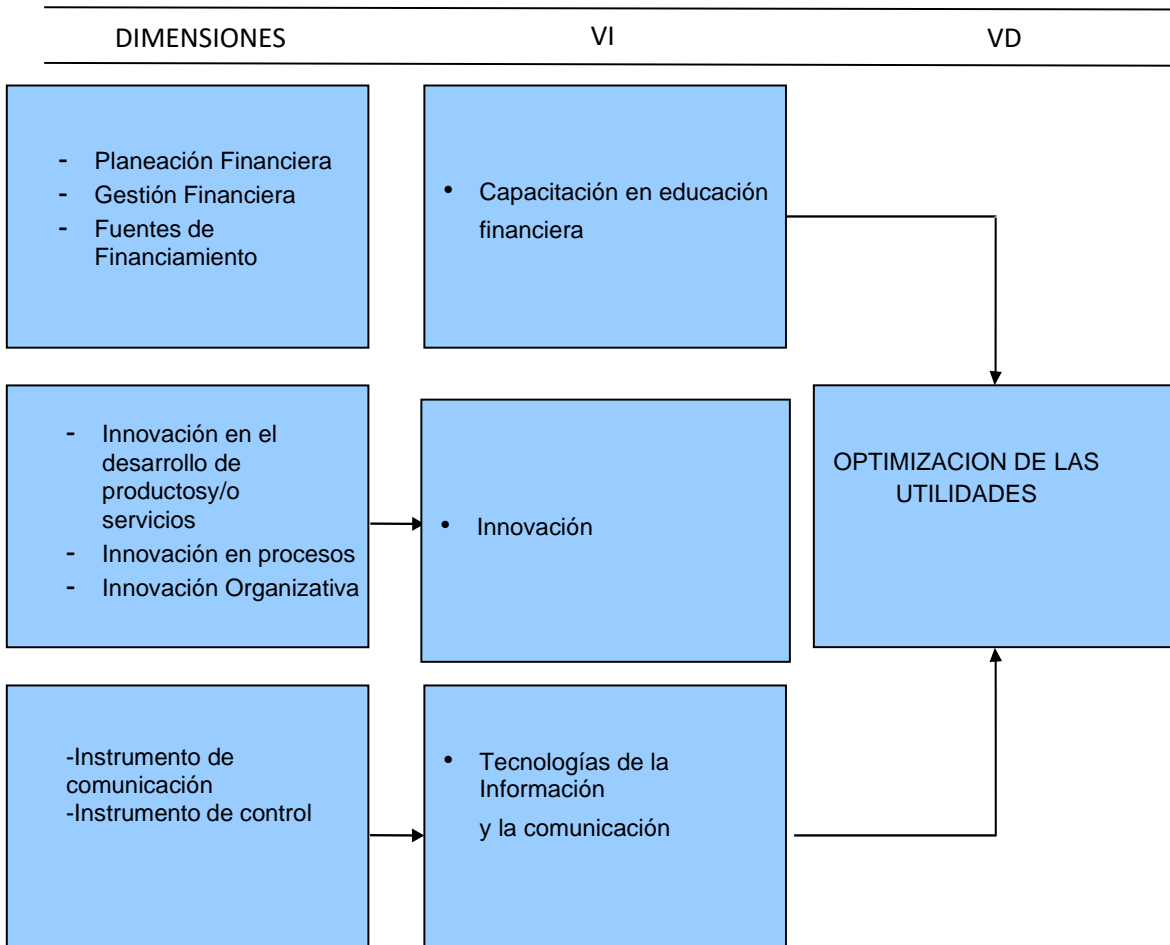
Para la recolección de los datos, se utilizó la técnica de entrevista por medio del instrumento de medición que se estructuró en base a la teoría y las pruebas estadísticas. Debido a la carga laboral de los participantes, se optó por la difusión del instrumento mediante la herramienta tecnológica de Google Forms, contando con cinco opciones de respuesta, considerando la escala de Likert: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo y totalmente de acuerdo, además de disminuir los tiempos de espera de las respuestas al realizarse de esta forma (<https://forms.gle/Cq8LPbS7BKRYuuBM9>).

3.7 Instrumento de medición

Se crearon 30 preguntas derivadas de cada dimensión de las variables, utilizando el análisis factorial para estructurar los ítems del instrumento dependiendo su relación con cada factor, además de realizar el análisis de Alpha de Cronbach para determinar la confiabilidad del mismo.

Para el proceso de formulación de los ítems, se hizo una investigación detallada de los estudios previos que se han realizado con el fin de determinar qué factores eran los que determinaban la permanencia de las MiPymes del sector restaurantero en un mercado, contrastándola con la información de varios autores que coincidían con estas investigaciones. Con esta información, se realizó un diagrama ex ante (ver Figura 2) que sirviera de apoyo para desarrollar las preguntas más idóneas para obtener información relevante para el estudio.

Figura 2 Diagrama ex ante



Fuente: Elaboración propia a través de la revisión de varios autores

3.8 Evaluación de la validez de contenido (Validación de Expertos)

Una vez estructurado el instrumento, se procedió a la validación de 5 expertos. Según Escobar y Cuervo (2008) menciona que el juicio de los expertos son opiniones informadas de personas relacionadas con el tema, consideradas por otros como expertos en este y pudieran aportar información evidencia, juicios y valoraciones.

Cabero y Llorente (2013) menciona que la evaluación mediante el juicio de expertos consiste en solicitar a una serie de personas su opinión hacia un objeto, un instrumento, un material de enseñanza o un aspecto en específico. Es por esta razón, que la selección del grupo de expertos a los que se les solicitará apoyo para

validar el instrumento de medición, es trascendental, ya que se trata de personas conocedoras del tema gracias a su formación académica, su experiencia laboral y la formación de un juicio profesional.

La participación del experto, tiene como papel fundamental eliminar aspectos irrelevantes, incorporar los que son imprescindibles y/o modificar aquellos que lo requieran (Robles y Rojas, 2015). Gracias al proceso de validez del contenido por los conocedores en el tema, se pueden identificar debilidades y fortalezas del instrumento, permitiendo que el investigador pueda modificar, integrar o eliminar ítems (Galicia, Balderrama y Edel, 2017).

Los expertos validaron el cuestionario mediante tres respuestas; Esencial, Útil y No esencial/ No importante, indicando el nivel de importancia de los ítems con respecto a la variable, donde, además de indicar dicho nivel, realizaron recomendaciones, las cuales se siguieron y adaptaron en el instrumento de esta investigación, realizando correcciones de redacción y eliminación de ítems no útiles para el estudio (Ver anexo 1).

Dentro de los resultados de esta validación de contenido, la mayoría de los expertos, coincidieron en que las preguntas eran útiles para esta investigación, resaltando que el nombre completo y el correo electrónico no son aspectos relevantes para el estudio, el cual se puede observar en las tablas 5 a la 9. Aunado a lo anterior, se procedió a eliminar los ítems no esenciales. En cuanto a la redacción, solo se tuvo una observación que indicaba la reformulación del ítem “Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia” por la duplicidad de la palabra “Procesos” modificándolo también en el instrumento final, el cual se puede observar en el anexo 2.

Tabla 5 Validación de expertos sobre los Datos Generales

DATOS GENERALES					
ITEMS	RESPUESTAS				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Nombre completo (Opcional)	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE
Sexo	UTIL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
Edad	UTIL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
Correo electrónico (Opcional)	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE
Estatus Fiscal del negocio	UTIL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
Antigüedad del negocio	UTIL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
Cantidad de empleados	UTIL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Validación de Expertos de ítems de la Variable Dependiente: Optimización de utilidades

VARIABLE DEPENDIENTE: OPTIMIZACION DE LAS UTILIDADES					
ITEMS	RESPUESTAS				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Considero rentable tener un negocio en la actualidad	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7 Validación de expertos de ítems de la variable independiente: Educación financiera

ITEMS	VARIABLE INDEPENDIENTE: EDUCACION FINANCIERA				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Dimensión: Planeación Financiera					
CEF12 Me planteo metas y objetivos a lograr en cada período y logro cumplir con ellos.	ESENCIAL	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
CEF15 Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
CEF17 Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
Dimensión: Gestión Financiera					
CEF08 Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
CEF21 Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados.	ESENCIAL	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL

Sección 1-2

Fuente: Elaboración propia.

VARIABLE INDEPENDIENTE: EDUCACION FINANCIERA

ITEMS	RESPUESTAS				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Dimensión: Fuentes de Financiamiento					
CEF16 He participado en eventos de capacitación financiera	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
CEF18 Conozco el funcionamiento de las instituciones financiera, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
CEF20 Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL

Sección 2-2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8 Validación de Expertos de ítems de la variable independiente: Innovación

ITEMS	VARIABLE INDEPENDIENTE: INNOVACION				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Dimensión: Innovación de Productos					
INN13 Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio.	ESENCIAL	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
INN26 Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
INN27 Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia.	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
INN29 Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL

Sección 1-2

Fuente: Elaboración propia.

VARIABLE INDEPENDIENTE: INNOVACION

ITEMS	RESPUESTAS				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Dimensión: Innovación de Procesos					
INN24 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
INN25 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
INN31 Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos	ESENCIAL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
Dimensión: Innovación Organizativa					
INN28 Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos	ESENCIAL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL
INN30 Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización. Para que sea innovación deben ser nuevos procesos	ESENCIAL	UTIL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL

Sección 2-2

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 9 Validación de expertos de ítems de la variable independiente: TICS

ITEMS	VARIABLE INDEPENDIENTE: TICS				
	RESPUESTAS				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Dimensión: Instrumento de Comunicación					
TICS33 Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS34 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS35 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS36 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS37 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS38 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación como medio de publicidad.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL

Sección 1-2

Fuente: Elaboración propia.

VARIABLE INDEPENDIENTE: TICS

ITEMS	RESPUESTAS				
	EXPERTO 1	EXPERTO 2	EXPERTO 3	EXPERTO 4	EXPERTO 5
Dimensión: Instrumento de Control					
TICS39 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de mis inventarios.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS40 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de ventas.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL
TICS41 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de procesos administrativos.	ESENCIAL	UTIL	ESENCIAL	ESENCIAL	ESENCIAL

Sección 2-2

Fuente: Elaboración propia.

3.9. Prueba Piloto

Para poder realizar esta prueba piloto, se requirió el acercamiento con los propietarios de microempresas en la ciudad, teniendo la aceptación de 15 microempresarios para contestar la encuesta. Una vez determinados los ítems del cuestionario, se procedió al análisis de fiabilidad de la prueba piloto dando como resultado un Alfa de Cronbach de .943, lo que significa que el instrumento de aplicación es altamente confiable (Ver tabla 10).

Tabla 10 Alpha de Cronbach de la prueba piloto

Alpha de Cronbach	Alfa de Cronbach basado en ítems estandarizado	N de Ítems
0.943	0.939	30

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del SPSS V₂₆ con el análisis de fiabilidad.

3.10 Evaluación de la validez del constructo

3.10.1. Análisis Factorial Exploratorio (AFE)

Una vez aplicada la prueba piloto, se procedió a definir la correcta estructura del instrumento, tomando en cuenta la relación que tenían los ítems con cada factor o dimensión de estudio (Ver anexo 3). El Análisis Factorial Exploratorio (AFE) es una técnica estadística cuyo principal uso se orienta a explorar la dimensionalidad de las medidas y generar validez, en especial en la construcción o adaptación de instrumentos (Ferrando y cols, 2022). Esto conlleva a la reducción de dimensiones y a estructurarlas en el orden correcto.

Según López y Gutiérrez (2019), hay dos técnicas para reducir dimensiones cuando las variables son cuantitativa: El análisis de componentes principales y el análisis factorial, donde en el primero se consiguen factores que resultan de la combinación de las variables observables y cuyo cálculo se basa en aspectos matemáticos sin considerar su interpretabilidad teórica o aplicada, mientras que el análisis factorial busca identificar variables latentes no observables y que tienen lógica en el marco de una teoría o en la forma de entender las relaciones entre variables.

Para realizar el AFE se requiere del análisis de KMO, para identificar que el análisis factorial es útil con los datos, y la Matriz de factor rotado, donde, a través del coeficiente derivado de cada factor, entre más acercado al 1, indica la relación del ítem con la dimensión respectiva.

3.10.2 Medida Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)

Además del AFE, se procedió a realizar una prueba de KMO y de Bartlett. La medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo (KMO) es una técnica estadística que indica la proporción de varianza en las variables que pueden ser causadas por factores subyacentes. Cuando los valores son altos (cerca de 1.0) indican que un análisis factorial puede ser útil con los datos, mientras que si el valor es bajo (0.50 o menor) los resultados del análisis factorial probablemente no son útiles para el estudio (SPSS Statistics, 2023).

Por su parte, la prueba de esfericidad de Bartlett contrasta la hipótesis de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, es decir, que las variables no están relacionadas y, por ende, no son adecuadas para la estructura del instrumento. Los valores pequeños (menores a 0.05) del nivel de significancia, indican que el análisis factorial puede ser útil con dichos datos (SPSS Statistics, 2023).

Como se puede observar en la tabla 6, la prueba de KMO determinó un resultado de 0.602 y una significancia de 0.058, lo que representa que las dimensiones son factibles para el análisis factorial (Ver tabla 11). En cuanto a la Matriz de Factor Rotado (Ver anexo 3), se clasificaron los ítems en la dimensión correspondiente (Planeación Financiera, Gestión financiera y Fuentes de Financiamiento), según su resultado y considerando la teoría, y cuya estructura se puede observar en la tabla 12. Primera variable independiente: Capacitación de educación financiera.

Tabla 11 Análisis KMO Variable independiente: Educación Financiera

KMO y Test de Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación muestral.		0.602
Test de esfericidad Bartlett	Aprox. Chi-Square	40.614
	df	28
	Sig.	0.058

Fuente: Elaboración propia a través del Sistema SPSS V6

Tabla 12 Primera Variable Independiente: Capacitación de educación financiera

Dimensión	Indicador	Ítems (reactivos)
Planeación financiera	Nivel de Planeación	CEF12 Me planteo metas y objetivos a lograr en cada período y logro cumplir con ellos.
		CEF15 Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos.
		CEF17 Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización
Gestión Financiera	Nivel de Gestión	CEF08 Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no.
		CEF21 Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados.
Fuentes de Financiamiento	Políticas de financiamiento	CEF16 He participado en eventos de capacitación financiera
		CEF18 Conozco el funcionamiento de las instituciones financieras, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento.
		CEF20 Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 13, la prueba de KMO determinó un resultado de 0.600 y una significancia de 0.000, lo que representa que las dimensiones son útiles para el análisis factorial. En cuanto a la Matriz de Factor Rotado, se clasificaron los ítems en la dimensión correspondiente (Innovación en Producto, Innovación en proceso, Innovación Organizativa), según su resultado y considerando la teoría, el cual se puede observar en la Tabla 14. Segunda Variable independiente: Innovación.

Tabla 13 Análisis KMO Variable independiente: Innovación

KMO y Test de Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación muestral.		0.600
Test de esfericidad Bartlett	Aprox. Chi-Square	91.165
	df	36
	Sig.	0.000

Fuente: Elaboración propia a través del sistema SPSS V₆

Tabla 14 Segunda Variable Independiente: Innovación

Dimensión	Indicador	ítems (reactivos)
Innovación de productos	Puntaje obtenido en escala (Escala de Likert)	INN13 Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio.
		INN26 Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores.
		INN27 Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia.
Innovación de procesos	Puntaje obtenido en escala (Escala de Likert)	INN24 Me interesa adquirir conocimientos de innovación para el proceso de desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia
		INN25 Me interesa adquirir conocimientos de innovación para el desarrollo de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia
		INN31 Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos
Innovación Organizativa	Puntaje obtenido en escala (Escala de Likert)	INN28 Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos
		INN30 Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización.

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar en la tabla 15 la prueba de KMO determinó un resultado de 0.807 y una significancia de 0.000, lo que representa que las dimensiones son útiles para el análisis factorial. En cuanto a la Matriz de Factor Rotado, se clasificaron los ítems en la dimensión correspondiente (Instrumento de Comunicación e Instrumento de Control), según su resultado, el cual se puede observar en la tabla 16. Tercera Variable Independiente: Tecnologías de la Información y la comunicación

Tabla 15 Análisis KMO Variable independiente: TICS

KMO y Test de Bartlett		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación muestral.		0.807
Test de esfericidad Bartlett	Approx. Chi-Square	149.742
	df	36
	Sig.	0.000

Fuente: Elaboración propia a través del sistema SPSS V₆

Tabla 16 Tercera Variable Independiente: Tecnologías de la Información y la comunicación

Dimensión	Indicador	Ítems (reactivos)
Instrumento de comunicación	Aplicabilidad de las TIC como instrumento de comunicación	TICS33 Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio
		TICS34 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos.
Instrumento de control	Aplicabilidad de las TIC como instrumento de control de información	TICS35 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios.
		TICS36 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores.
		TICS37 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes.
		TICS38 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación como medio de publicidad.
		TICS39 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de mis inventarios.
		TICS40 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de ventas.
		TICS41 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de procesos administrativos.

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la variable dependiente, “Optimización de Utilidades”, no fue sometido a análisis factorial, ya que este análisis no contempla variables dependientes. Para poder identificar los ítems que contribuyen al análisis de esta variable, se contó con la validación de expertos y se realizó el análisis de confiabilidad, integrando las preguntas que se muestran en la tabla 17. Variable Dependiente. Optimización de Utilidades que a continuación se presenta:

Tabla 17 Variable Dependiente: Optimización de las Utilidades

Dimensión	Indicador	ítems (reactivos)
N/A	N/A	<p>6. Considero rentable tener un negocio en la actualidad.</p> <p>7. Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio</p> <p>11. Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable.</p> <p>23. Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se procedió a elaborar el cuadro de correspondencia de ítems que definió finalmente la forma en la que se presentaron los ítems en el instrumento de medición para la recolección de los datos de esta investigación (Ver tabla 18).

Tabla 18 Cuadro de correspondencia de ítems

Variables	Indicadores	ítems (reactivos)	Modelo
Capacitación de educación financiera	Nivel de planeación, nivel de Gestión, Políticas de financiamiento	8, 12, 15, 16, 17, 18, 20, 21	Aportación propia
Innovación	Puntaje obtenido en escala (Escala de Likert)	13, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31	Aportación propia
TICS	Aplicabilidad de las TIC como instrumento de comunicación	33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40,41	Aportación propia
	Aplicabilidad de las TIC como instrumento de control de información	34, 35, 36	Aportación propia
Optimización de las utilidades	Puntaje obtenido en escala (Escala de Likert)	6, 7, 11, 23	Aportación propia

Fuente: Elaboración propia.

3.11 Fiabilidad del instrumento (Alpha de Cronbach)

Hay diversos procesos para calcular la fiabilidad o confiabilidad de un instrumento de medición, pero todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad, donde un coeficiente cercano al cero, significa nula confiabilidad, y uno representa el máximo grado de confiabilidad (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

El coeficiente de alfa de Cronbach es un índice utilizado para medir la confiabilidad del tipo consistencia interna de una escala, es decir, permite evaluar la magnitud en que los ítems de un instrumento están correlacionados (Oviedo y Campos, 2005). Normalmente el coeficiente oscila entre 0 y 1, considerando que entre más cercano al 1, existirá mayor consistencia interna de los ítems, siendo un margen aceptable el rango de 0.7 a 0.9, respectivamente (Torres, 2021).

Para fines de esta investigación, se realizó una recolección de datos a través de 54 encuestas aplicadas a los propietarios de restaurantes categorizados como MiPymes en la ciudad de Tecate, Baja California, explicándoles el alcance de dicha encuesta y el objetivo de esta, a fin de obtener la recolección de datos más confiables para este estudio. Se optó por la difusión del instrumento a través de Google Forms (<https://forms.gle/4GNksq53sxQJsh6W9>).

Utilizando el sistema SPSS, se determinaron los coeficientes de fiabilidad de todo el instrumento, así como de las variables de estudio, la cual se observa en la tabla 19.

Tabla 19 Análisis de fiabilidad del Instrumento

	Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basado en ítems estandarizados	No. Ítems
Análisis de fiabilidad de todo el instrumento	0.949	0.951	30
Análisis de fiabilidad de la Variable Dependiente: Optimización de las utilidades	0.752	0.761	4
Análisis de fiabilidad de la Variable Independiente 1. Educación Financiera	0.812	0.821	8
Análisis de fiabilidad de la Variable Independiente 2. Innovación	0.906	.907	9
Análisis de fiabilidad de la Variable Independiente 3. TICS	0.928	0.928	9

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del SPSS V₂₆ con el análisis de fiabilidad.

3.12 Interpretación y análisis de datos (SPSS)

Para el análisis e interpretación de datos se requirió el uso del sistema SPSS Statistics en su versión 26 para el procesamiento de datos y análisis estadísticos y el sistema Minitab para la elaboración de Gráficas como la gráfica de regresión lineal múltiple y la correlación del Coeficiente de Pearson.

Al realizar el análisis de fiabilidad de Alfa de Cronbach, se obtuvieron los siguientes resultados: En tanto a la fiabilidad de todo el instrumento, se obtuvo un coeficiente de 0.949, el cual representa una fiabilidad muy precisa de la totalidad de los ítems, comprobando su relación. Con respecto al Análisis de fiabilidad de la variable independiente 1 (Educación Financiera), el resultado fue de 0.812, que sigue cumpliendo con una fiabilidad aceptable, al igual que el Análisis con las variables independientes 2 (Innovación) y 3 (TICS), cuyos coeficientes resultantes fueron de 0.906 y 0.928, respectivamente.

Una vez determinada la validez y confiabilidad del instrumento, se procedió a su aplicación para recolección de datos, y cuyos resultados se presentan en el capítulo 4, análisis de resultados.

Para el análisis de resultados, se realizó una prueba de normalidad. La aplicación de pruebas de normalidad de datos se realiza para garantizar la “robustez” de los análisis estadísticos, verificando con qué herramienta estadística se va a contrastar la Hipótesis, ya que, a partir del análisis de variables continuas o cuantitativas, la información mantiene o no una distribución normal de los datos (Flores y Flores, 2021).

SPSS ejecuta dos pruebas estadísticas de normalidad: Kolmogórov-Smirnov y Shapiro-Wilk. La primera, se emplea para variables cuantitativas continuas y cuando el tamaño muestral es mayor a 50 casos, donde la hipótesis nula (H_0) representa que la muestra procede de una distribución normal y la hipótesis alterna (H_1) se refiere a que los datos no se distribuyen de manera normal, aceptándose la H_0

cuando el valor de significación estadística (Valor de p) es mayor a 0.05 (Saldaña, 2016).

La segunda prueba de normalidad, Shapiro-Wilk, contrasta la normalidad cuando el tamaño de la muestra es menor a 50 casos. Se rechaza la hipótesis nula de normalidad si el estadístico Shapiro-Wilk es menor que el valor crítico de .05 (Novales, 2010, citado por Flores y Flores, 2021).

En dicho análisis de normalidad, se determinó que la distribución es no normal, por esta razón es necesario utilizar una estadística no paramétrica para determinar la asociación de las variables (Hernández-Sampieri, 2014). Por lo tanto, se utilizó la correlación de coeficiente de Spearman para validar la asociación de las variables. Esta asociación se comprueba si el coeficiente de Rho Spearman se encuentra entre -1.0 (Correlación negativa perfecta) a +1.0 (correlación positiva perfecta), considerando que el valor 0 representa una ausencia de correlación entre las variables (Reyes, 2020).

En cuanto al nivel de significancia, este es significativo en el nivel de 0.05, cuando el nivel de confianza es 95% de confianza de que la correlación sea verdadera y 5% de probabilidad de error. Si es menor a 0.01, el coeficiente es significativo con 99% de confianza y 1% probabilidad de error (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014).

CAPÍTULO IV ANÁLISIS DE RESULTADOS

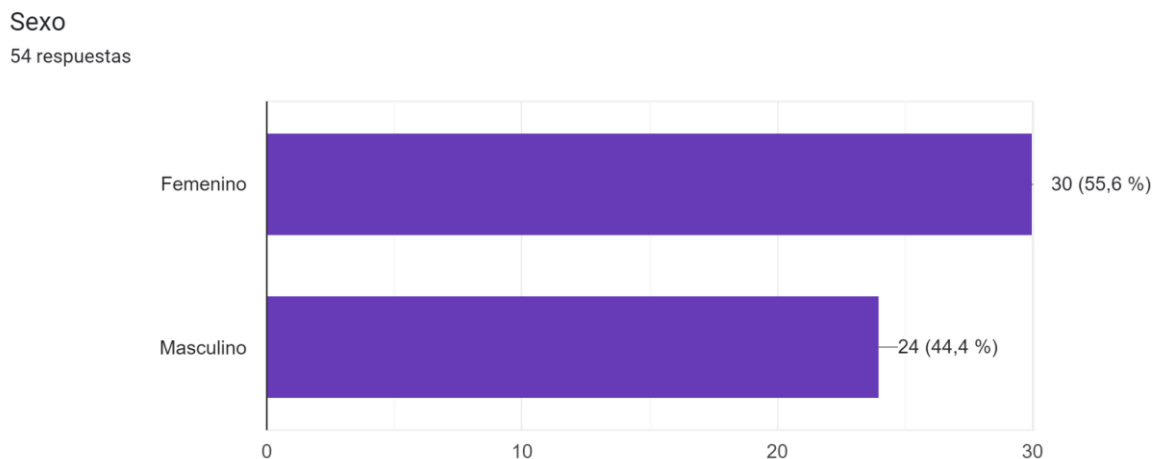
En este capítulo se analizan los datos recolectados a través del instrumento de investigación desarrollado en el capítulo anterior. Para realizar dicho análisis, se utilizó la herramienta estadística del sistema SPSS y se realizaron las interpretaciones pertinentes.

4.1 Estadísticos descriptivos para los datos sociodemográficos.

A continuación, se describen la información sociodemográfica obtenida en las encuestas aplicadas:

En la Figura 3, se puede visualizar que el 56% de los encuestados corresponden al género femenino, mientras que el restante 44% representa el sexo masculino, por lo que existe una mayor inclinación a mujeres emprendedoras con respecto a la población analizada.

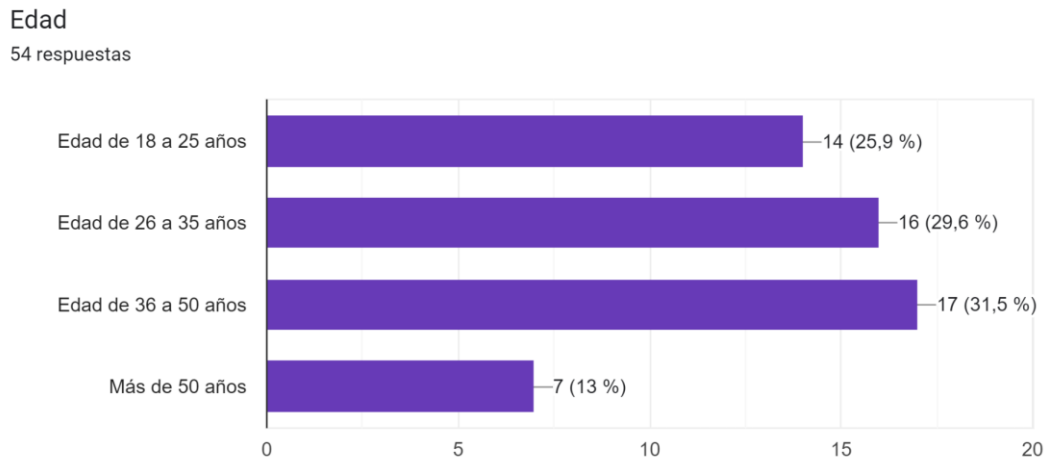
Figura 3 Dato sociodemográfico: Sexo



Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al rango de edad, la mayoría de los microempresarios se encuentran en el rango de edad de 26 a 50 años, representando casi el 32% de las empresas encuestadas, mientras que el menor porcentaje se encuentra en la edad de más de 50 años, cuyo resultado es del 13% (Ver Figura 4).

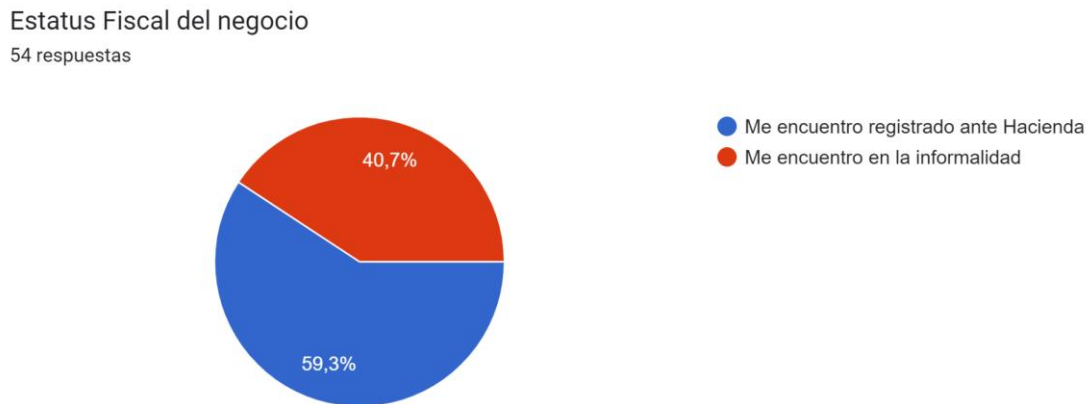
Figura 4 Dato sociodemográfico: Edad



Fuente: Elaboración propia.

En la figura 5 se encuentran los resultados del ítem de estatus fiscal del negocio. Es importante resaltar que el 59% de los encuestados se encuentran debidamente registrados ante hacienda, a diferencia del 41% que aún se encuentra en la informalidad.

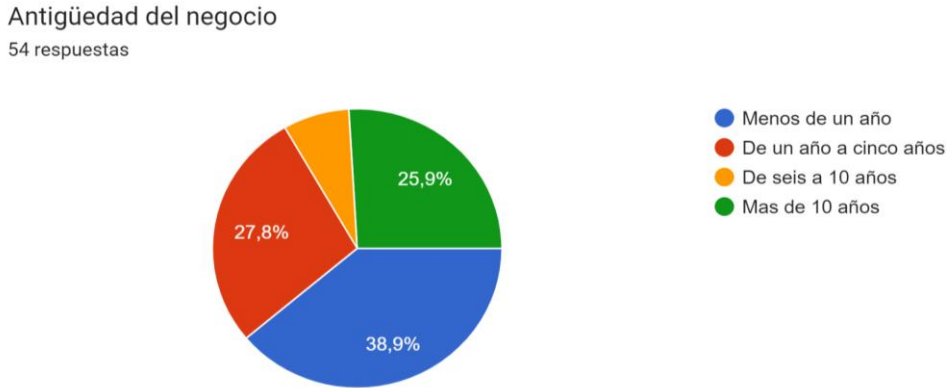
Figura 5 Dato sociodemográfico: Estatus Fiscal



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la antigüedad de las operaciones de la empresa, el 38.9% cuenta con una antigüedad menor a un año, 27.8% de un año a 5 años, el 7.4% entre 6 a 10 años, y el 25.9% excede de los 10 años de antigüedad, resultados que se pueden observar en la Figura 6.

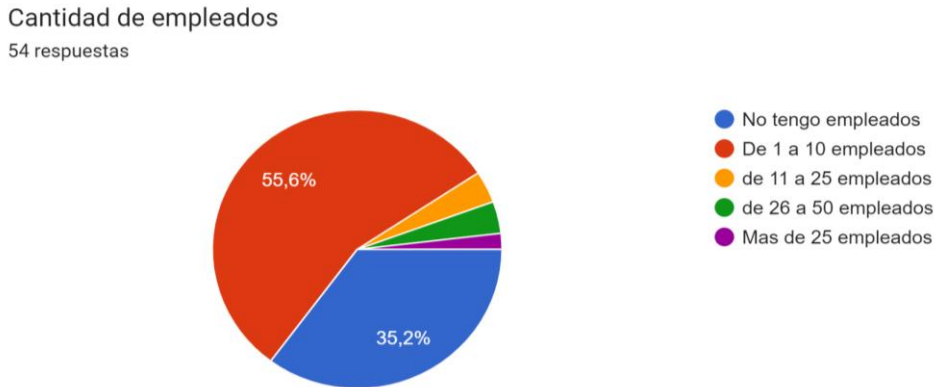
Figura 6 Dato sociodemográfico: Antigüedad del negocio.



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en la figura 7 se presentan los resultados del ítem cantidad de empleados, donde se obtuvo que el 35.2% de los encuestados contestaron no tener ningún empleado a su disposición, situándose la mayoría de los encuestados entre 1 a 10 trabajadores a su cargo, con un 55.6% de la tasa de respuesta.

Figura 7 Dato sociodemográfico: Cantidad de empleados



Fuente: Elaboración propia.

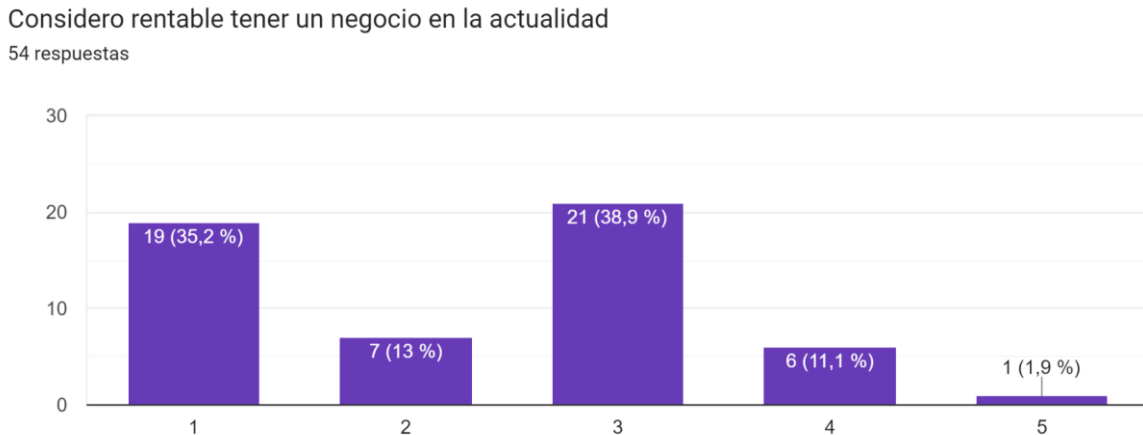
4.2 Análisis Descriptivo de variables

En este apartado se presentan los resultados de la aplicación del instrumento de medición, se analizan los datos obtenidos y se contrasta la hipótesis de esta investigación.

4.2.1. Optimización de las Utilidades

Analizando los resultados de las encuestas realizadas, se obtuvo lo siguiente: En la Figura 8 se puede observar que casi el 40% de las empresas se mantienen neutral al opinar si actualmente es rentable contar con un negocio, mientras que el 35% opina estar totalmente de acuerdo con la idea. Por su parte, el 2% de las respuestas apuntan a estar totalmente en desacuerdo con el considerar rentable un negocio en la actualidad.

Figura 8 Gráfica del ítem “Considero rentable tener un negocio”

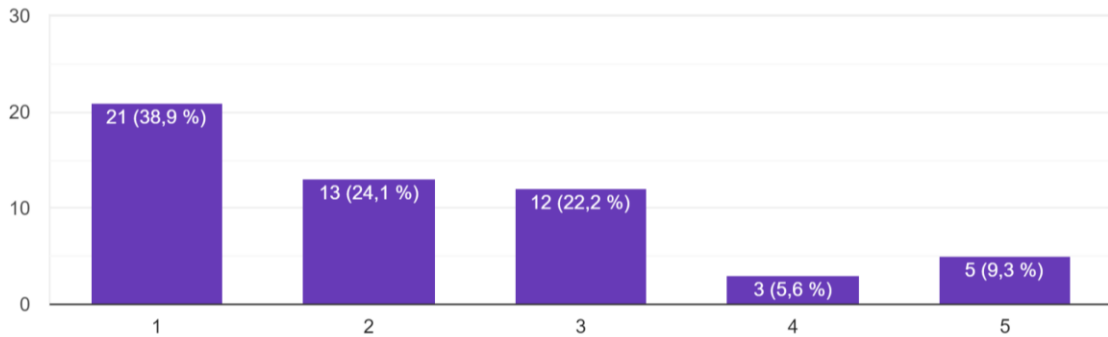


Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, en cuanto a la pregunta “Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio”, la mayoría de las empresas encuestadas afirma estar totalmente de acuerdo con esta afirmación, obteniendo una tasa de respuesta de casi el 40%. Mientras que la menor cantidad de respuestas se encuentra en estar en desacuerdo con esta afirmación, siendo este el 5.6% de las opiniones de los encuestados, resultados que se pueden observar en la Figura 9.

Figura 9 Gráfica del ítem "Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio"

Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio
54 respuestas

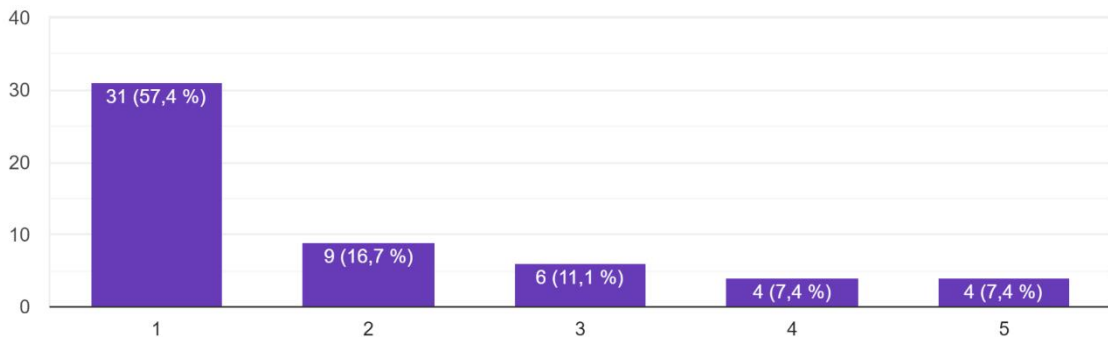


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al ítem "Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable", la concentración de las respuestas se encuentra en Totalmente acuerdo, con un 57.4%, el cual refleja el interés de la población para aumentar su capacitación en herramientas que apoyen la optimización de sus utilidades, lo que apoya a su vez el sentido de esta investigación. Solo el 7.4% de las empresas que respondieron consideran estar en desacuerdo y totalmente desacuerdo con esta afirmación, respectivamente (Ver Figura 10).

Figura 10 Gráfica de ítem "Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable"

Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable.
54 respuestas



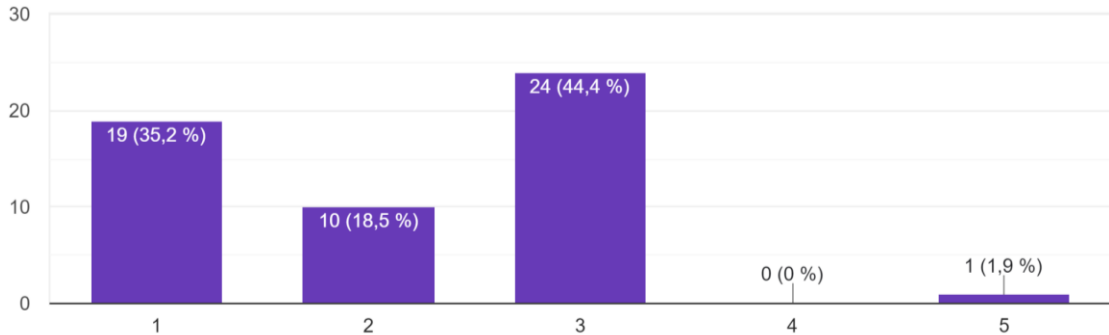
Fuente: Elaboración propia.

Las respuestas del ítem "Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado" que se pueden observar en la Figura 11, se centraron en estar neutrales ante esta cuestión, por un 44.4% de los cuestionarios aplicados. El restante 55.6% está repartido entre Totalmente de Acuerdo, con un 35.2%; De acuerdo, con el 18.5%; y Totalmente en desacuerdo, con 1.9%. Es importante destacar que ninguna empresa contestó estar en desacuerdo con utilizar herramientas de planeación estratégica en sus negocios, por lo que se puede entender que están familiarizados con el tema y lo aplican a sus proyectos.

Figura 11 Gráfica de ítem "Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado".

Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado.

54 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

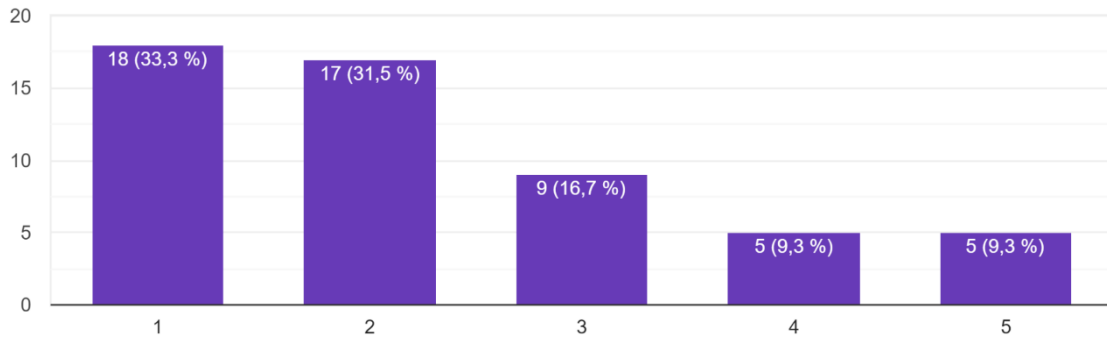
4.2.2 Educación Financiera

En la Figura 12, se observan las respuestas ante el ítem "Me planteo metas y objetivos a lograr en cada período y logré cumplir con ellos", los cuales a continuación se describen: el 33.3% de los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo en plantearse metas y objetivos a lograr en cada periodo, mientras que el 18.6% de las respuestas se reparte en partes iguales en las opiniones de estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, con 9.3% respectivamente.

Figura 12 Gráfica de ítem "Me planteo metas y objetivos a lograr en cada periodo y logro cumplir con ellos".

Me planteo metas y objetivos a lograr en cada periodo y logro cumplir con ellos.

54 respuestas



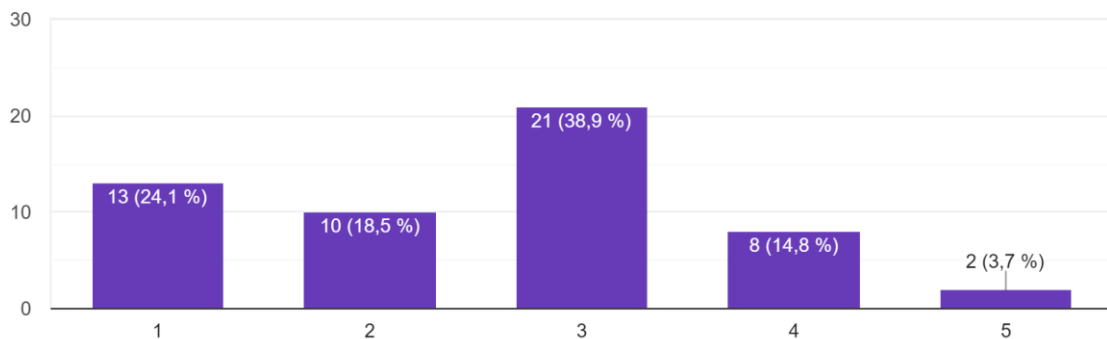
Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 13 se puede analizar la siguiente información: El 38.9% de las empresas que contestaron el cuestionario se mantienen neutrales ante la afirmación de estar lo suficientemente capacitado en educación financiera para cumplir con las funciones básicas de la empresa, mientras que solo el 3.7% considera estar totalmente en desacuerdo con contar con dicha capacitación. El restante porcentaje se divide en 24.1% de las respuestas están Totalmente de acuerdo con esta afirmación, 18.5% considera estar de acuerdo y el 14.8% no está de acuerdo.

Figura 13 Gráfica de ítem "Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos".

Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos.

54 respuestas



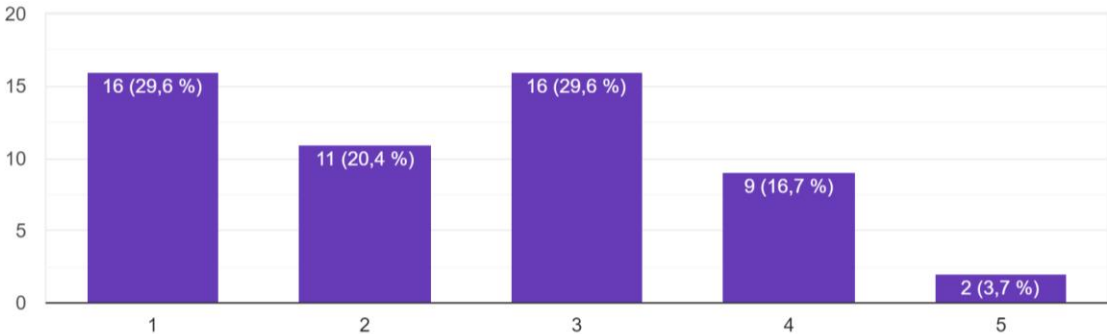
Fuente: Elaboración propia.

En el ítem "Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización", la mayoría de las respuestas se concentraron en 2 respuestas, el 29.6% considera estar Totalmente de Acuerdo con este conocimiento, mientras que otro 29.6% se mantiene neutral ante esta afirmación. La mínima cantidad de respuestas se centraron en estar totalmente en desacuerdo con conocer dichos organismos, con un 3.7% de las opiniones (Ver Figura 14).

Figura 14 Gráfica de ítem "Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización".

Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización

54 respuestas



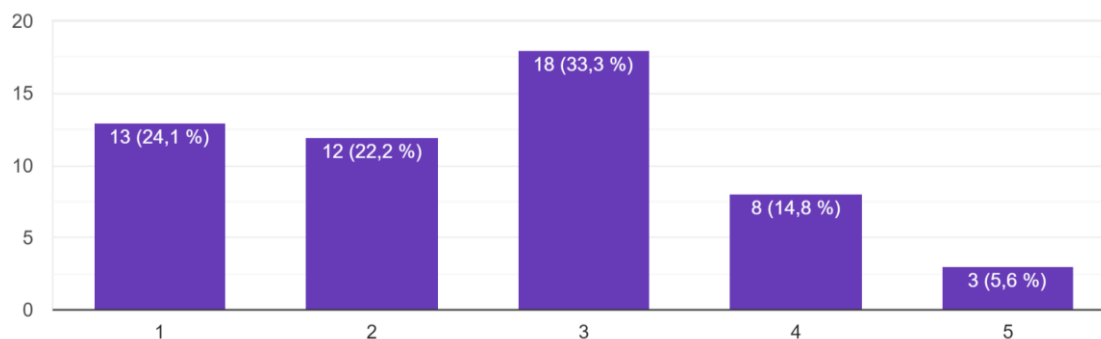
Fuente: Elaboración propia.

En la Gráfica de la Figura 15 se puede resaltar que el 33.3% de las respuestas se centran en estar neutrales ante el conocimiento de herramientas financieras, mientras que la respuesta con menos votaciones fue encontrarse totalmente en desacuerdo con esta afirmación, con un 5.6% de las empresas encuestadas. El restante 61.1% está repartido en Totalmente de acuerdo, con 24.1%; De acuerdo, con el 22.2%; y en desacuerdo, con 14.8%.

Figura 15 Gráfica del ítem "Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no".

Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no.

54 respuestas



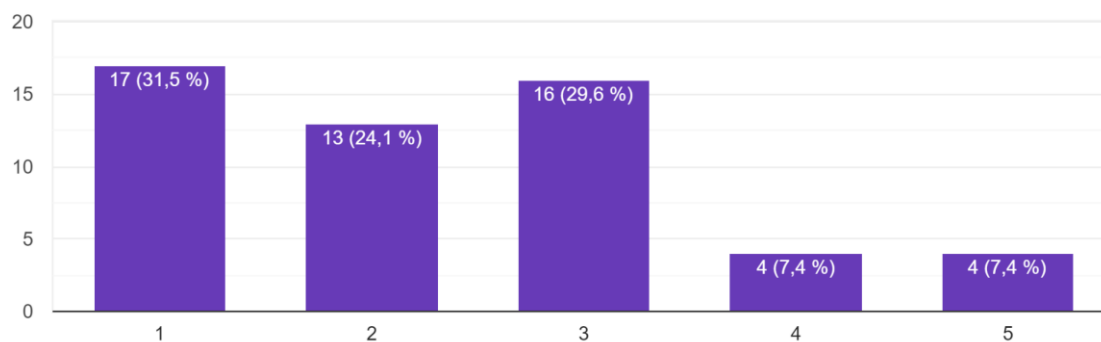
Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 16, se rescata la siguiente información: 31.5% de los encuestados afirman estar totalmente de acuerdo con que antes de realizar un proyecto, analiza las circunstancias que puedan afectar a su organización, el 24.1% afirma estar de acuerdo con ello, mientras que el 29.6% se mantiene neutral. Por último, el 14.8% de las respuestas se centran en las opiniones de en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, con un 7.4%, respectivamente.

Figura 16 Gráfica de ítem "Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados"

Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados.

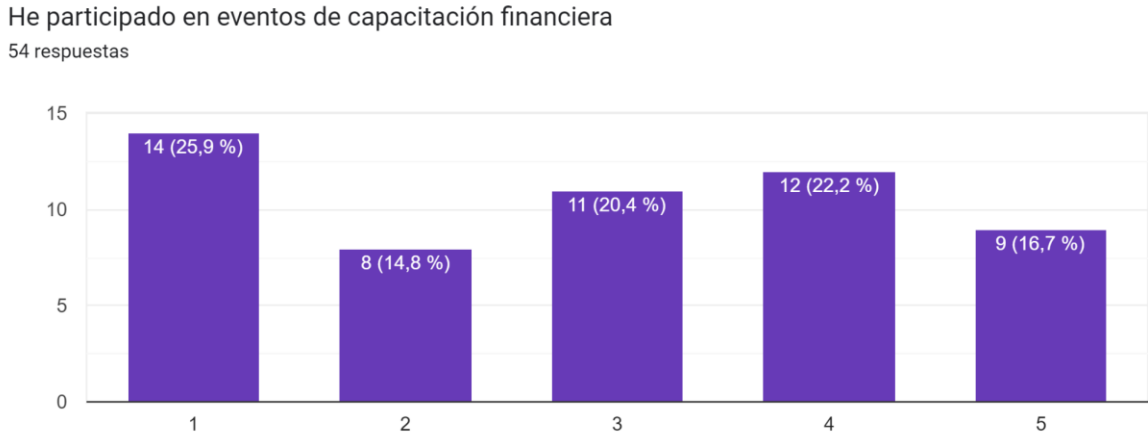
54 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 17 se puede observar que el 25.9% de las respuestas se inclinaron a estar totalmente de acuerdo en participar en eventos de capacitación financiera, mientras que el 14.8% considera estar de acuerdo. El 20.4%, por su parte, afirma estar neutral con este ítem. El 22.2% contestó estar en desacuerdo y el restante 16.7% está totalmente en desacuerdo, lo que confirma que al menos el 38.9% de los encuestados, no ha participado en ningún evento de capacitación financiera.

Figura 17 Gráfica de ítem "He participado en eventos de capacitación financiera".



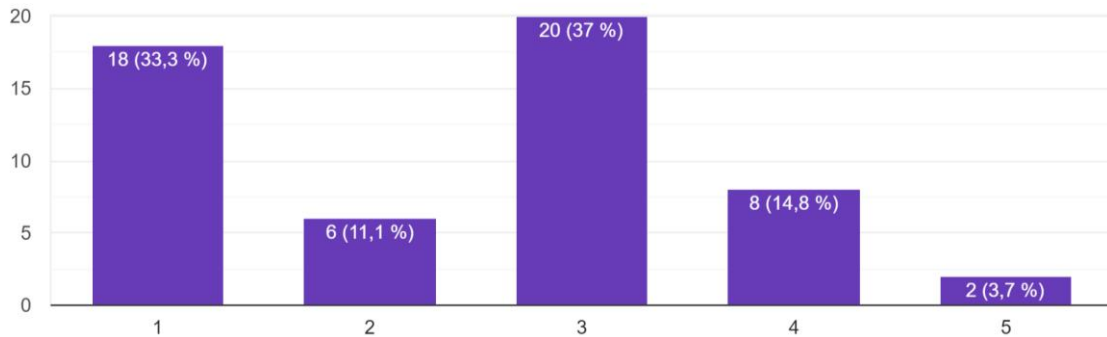
Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, en cuanto al conocimiento del funcionamiento de las instituciones financieras, el 33.3% contestó estar Totalmente de acuerdo, 11.1% se encuentra de acuerdo y 37% se mantiene neutral. En cuanto al 57% restante, se encuentra centrado en las respuestas de en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, con 14.8% y 3.7%, respectivamente, como se puede observar en la Figura 18.

Figura 18 Gráfica de ítem "Conozco el funcionamiento de las instituciones financieras, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento".

Conozco el funcionamiento de las instituciones financiera, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento.

54 respuestas



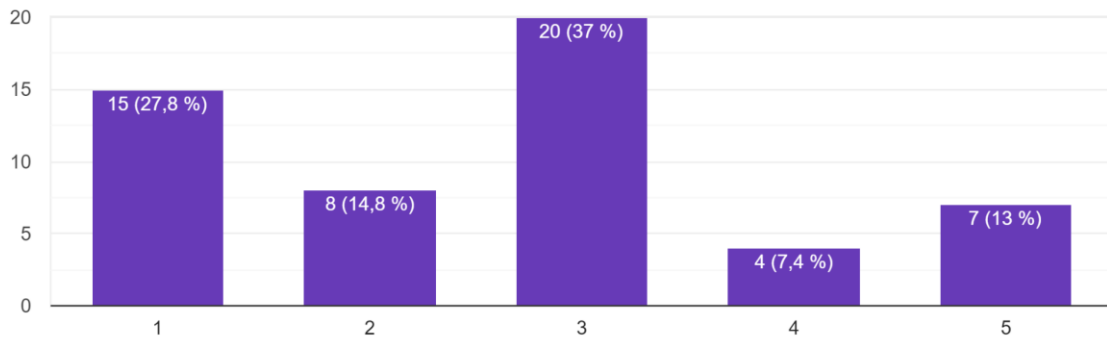
Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 19 se puede analizar que casi el 43% de las empresas encuestadas consideran que adquirir un financiamiento en la actualidad es complicado, ya que el 27.8% afirma estar totalmente de acuerdo y el 14.8% está de acuerdo con ello. El 37% de las respuestas fueron neutrales y el 20% restante se distribuye en las respuestas en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, con 7 y 13%, respectivamente.

Figura 19 Gráfica de ítem "Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades"

Considero que adquirir un financiamiento es complicado y esta fuera de mis posibilidades.

54 respuestas



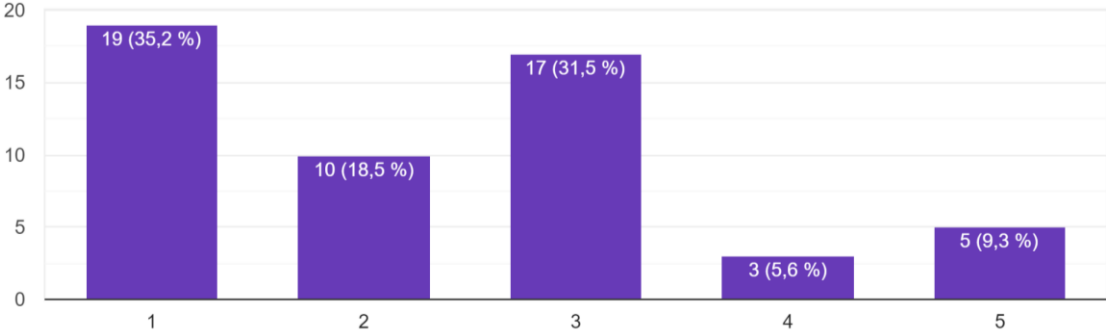
Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar en la Figura 20, casi el 54% de las respuestas se concentran en estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con contar con el equipo y las herramientas necesarias para realizar las actividades económicas de la empresa, con 35.2% y 18.5%, respectivamente. El 31.5% de los encuestados opinan estar neutral con el ítem y solo el 15% se centró en las respuestas de en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Figura 20 Gráfica de ítem "Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio".

Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio.

54 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

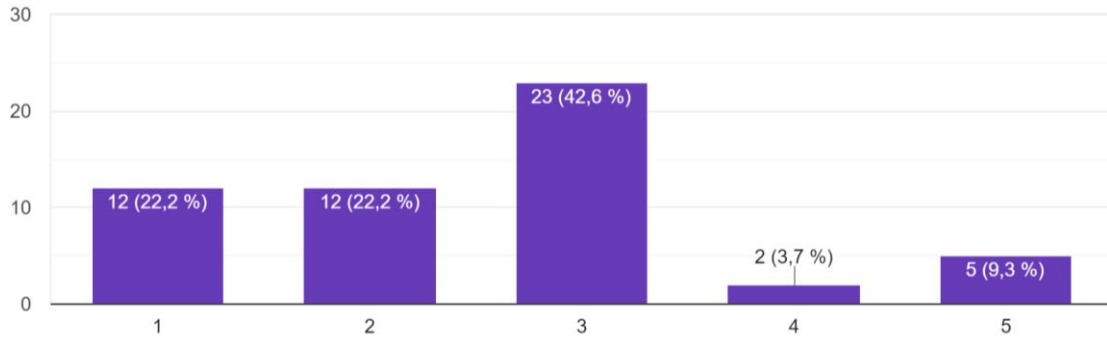
4.2.3 Innovación

Según se puede observar en la Figura 21, las opiniones de los encuestados se dividieron en su mayoría en totalmente de acuerdo, de acuerdo y neutral ante el ítem "Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores", con el 87 de las respuestas, siendo el 22.2 % para totalmente de acuerdo y de acuerdo, respectivamente, y 42.6% se mantienen neutral. Solo el 13% se divide en las siguientes respuestas: el 3.7% indica estar en desacuerdo y 9.3% está totalmente en desacuerdo.

Figura 21 Gráfica de ítem "Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores"

Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores.

54 respuestas



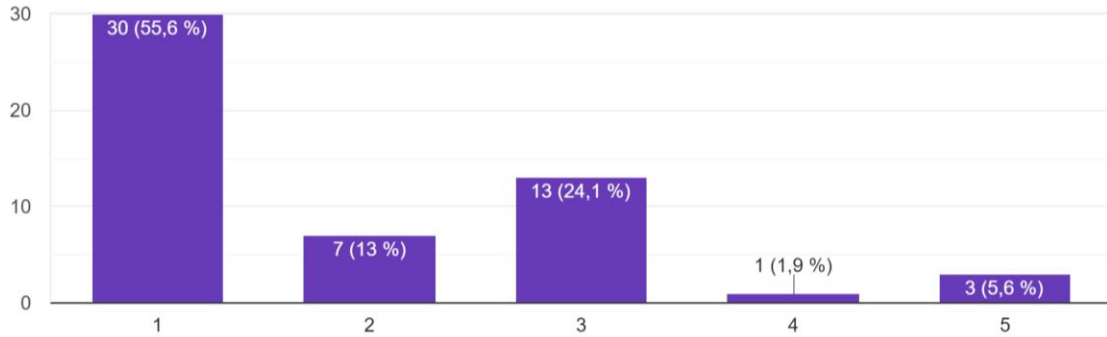
Fuente: Elaboración propia.

Para el ítem "Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia", casi el 69% de los encuestados afirma que esto es importante, contestando el 55.6% totalmente de acuerdo y el 13% está de acuerdo con estar siempre innovando en productos y/o servicios que mantenerse en la constancia. El 24.1% considera ser neutral y el 7.5% restante está dividido entre estar en desacuerdo, con 1.9%, y totalmente en desacuerdo, con el 5.6% (Ver Figura 22).

Figura 22 Gráfica de ítem "Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia"

Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia.

54 respuestas



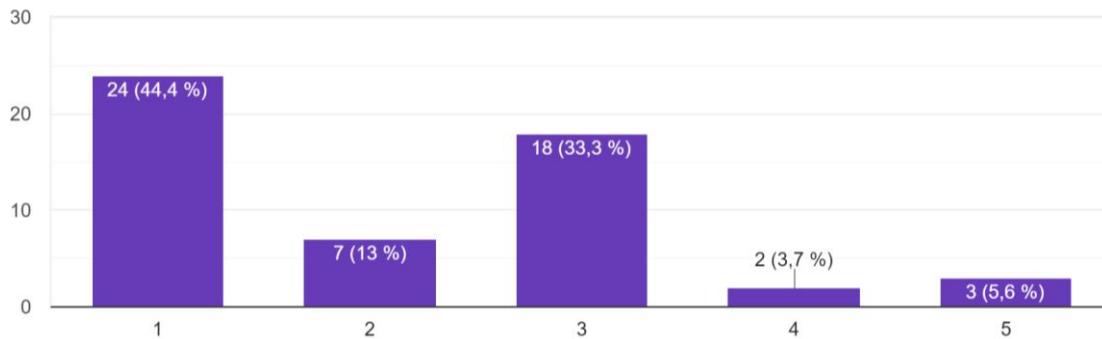
Fuente: Elaboración propia.

Al revisar la Figura 23 se puede observar que el 44.4% de las empresas que respondieron la encuesta afirman estar totalmente de acuerdo con considerar que el nivel de innovación de los productos y servicios afecta en la generación de utilidades, y el 13% apoya esta afirmación contestando estar de acuerdo. El 33.3% de los encuestados se mantiene neutral, mientras que el restante 9.3% se encuentra entre las respuestas en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, con 3.7% y 5.6%, respectivamente.

Figura 23 Gráfica de ítem "Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización".

Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización.

54 respuestas



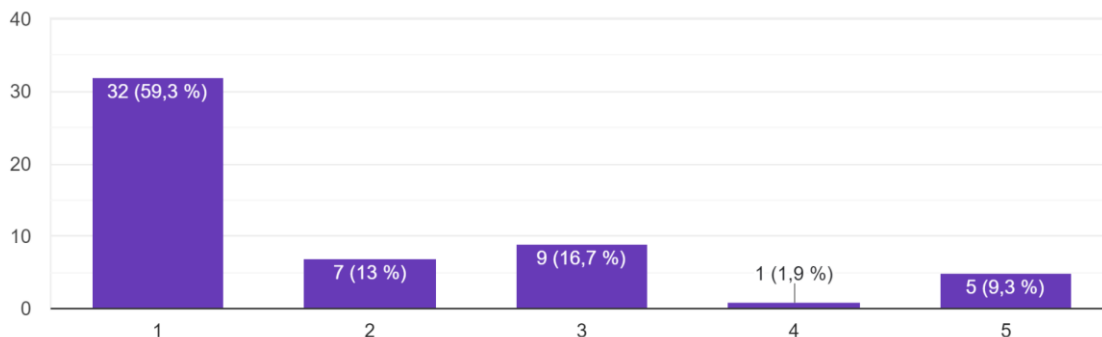
Fuente: Elaboración propia.

Como se aprecia en la Figura 24, la mayoría de las respuestas fueron afirmativas ante el interés de adquirir conocimientos de innovación en el proceso de desarrollo de productos y servicios para crear ventaja competitiva, contestando 59.3% estar Totalmente de acuerdo y 13% se encuentra de acuerdo. El 16.7% indica estar neutral y solo el 11% está dividido entre en desacuerdo, con el 1.9% de las respuestas, y totalmente en desacuerdo, con el 9.3%.

Figura 24 Gráfica de ítem "Me interesa adquirir conocimientos en innovación para el proceso de desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia".

Me interesa adquirir conocimientos en innovación para el proceso de desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia

54 respuestas

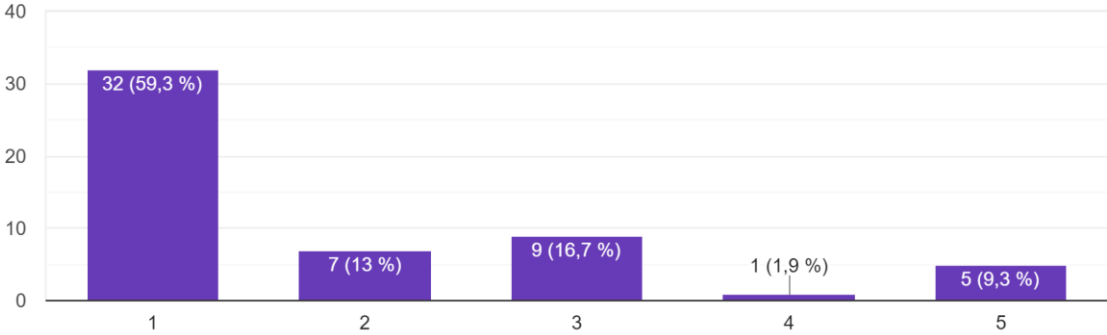


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al interés reflejado por las empresas encuestadas ante adquirir conocimientos en innovación de procesos, las opiniones fueron satisfactorias, puesto que el 59.3% afirma estar totalmente de acuerdo, mientras que el 13% está de acuerdo con ello. El 16.7% respondió estar neutral con dicha afirmación y el 1.9% indicó estar en desacuerdo. Por último, el 9.3% contestó estar totalmente en desacuerdo (ver figura 25).

Figura 25 Gráfica de ítem "Me interesa adquirir conocimientos en innovación de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia"

Me interesa adquirir conocimientos en innovación de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia
54 respuestas



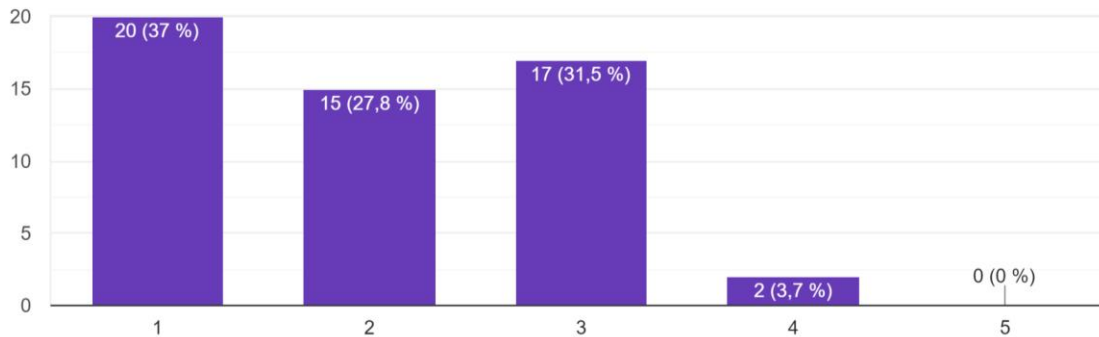
Fuente: Elaboración propia.

Se puede analizar en la Figura 26, que más del 96% de las respuestas están divididas en la siguiente escala: El 37% confirma estar totalmente de acuerdo en analizar los procesos que emplea en su organización para aplicar mejoras continuas, mientras que el 27.8% afirma estar de acuerdo y el 31.5% se mantiene neutral. Es importante destacar que solo el 3.7% contestó no analizar los procesos de su empresa.

Figura 26 Gráfica de ítem "Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos"

Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos

54 respuestas



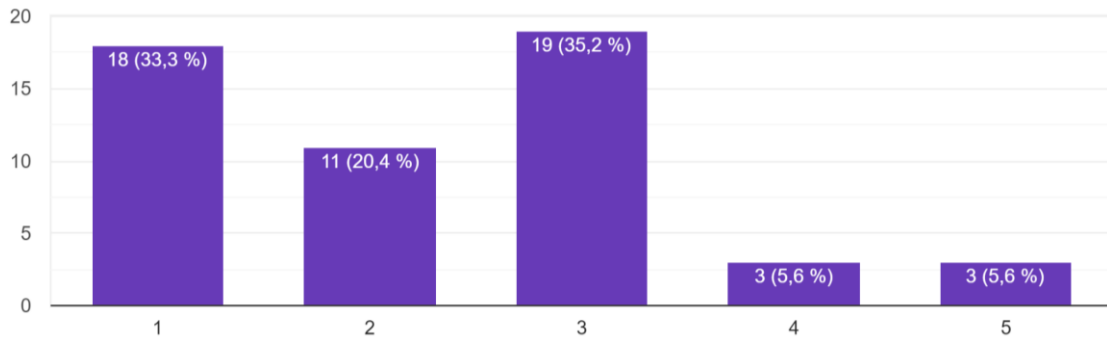
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al ítem "Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos" las respuestas se centraron nuevamente en las respuestas Totalmente de acuerdo, de acuerdo y neutral, en donde el 33.3% contestó estar Totalmente de acuerdo, el 20.4% indicó estar de acuerdo y el 35.2% respondió estar neutral. Solo el 5.6% señaló estar en desacuerdo, al igual que el 5.6% de los encuestados que consideran estar Totalmente en desacuerdo, por lo que estas dos últimas respuestas nos indican que solo el 11% de los encuestados no ha recibido capacitaciones en herramientas para desarrollar el sentido de la innovación (Ver Figura 27).

Figura 27 Gráfica de ítem "Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos".

Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos.

54 respuestas



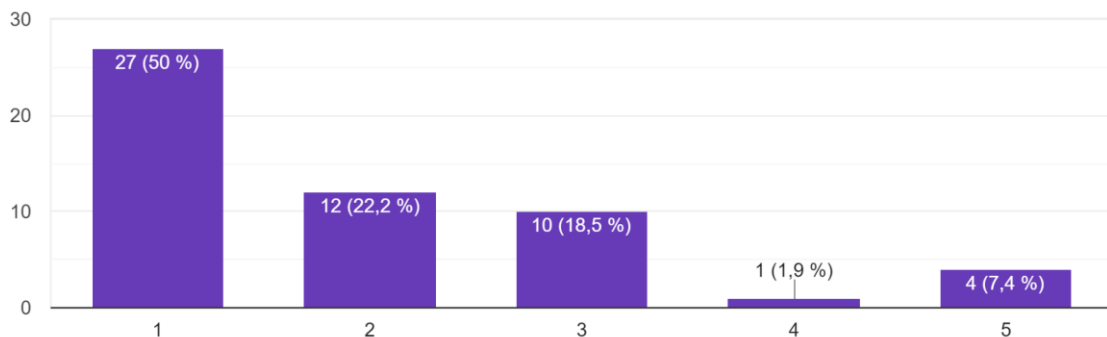
Fuente: Elaboración propia.

Considerando las respuestas que se pueden apreciar en la Figura 28, se analiza la siguiente información: el 50% de las empresas contestaron estar conscientes de todos los procesos que se realizan en su organización, el 22.2% está de acuerdo y el 18.5% se mantiene neutral. Solo el 9.3% no los conoce, ya que el 1.9% contestó estar en desacuerdo y el 7.4% indicó estar totalmente en desacuerdo.

Figura 28 Gráfica de ítem "Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización".

Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización.

54 respuestas



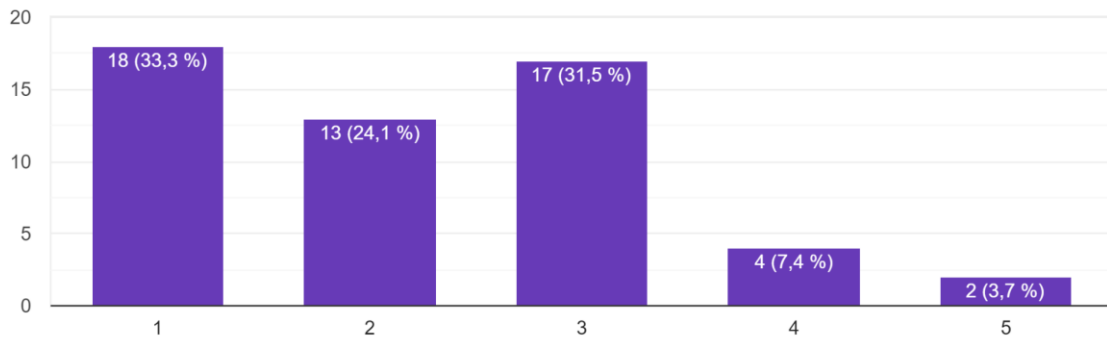
Fuente: Elaboración propia.

4.2.4 Tecnologías de la Información

Como se puede ver en la Figura 29, las respuestas ante contar con el conocimiento para usar las TICS en la empresa se inclinaron en su mayoría en las primeras 3 opciones de la escala de Likert; 33.3% indicó estar totalmente de acuerdo, 24.1% afirma estar de acuerdo y 31.5% se mantiene neutral. El restante 11% se divide entre en desacuerdo, con 7.4%, y Totalmente en desacuerdo, con 3.7%.

Figura 29 Gráfica de ítem "Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio"

Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio.
54 respuestas



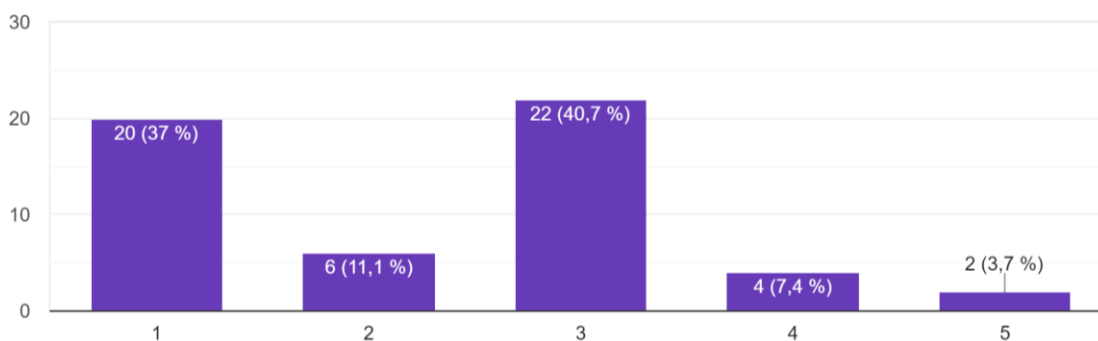
Fuente: Elaboración propia.

Se puede observar en la Figura 30, que la mayoría de los empresarios aplica las TICS como medio de control y evaluación de sus procesos, ya que el 37% indicó estar totalmente de acuerdo, el 11.1% se encuentra de acuerdo y el 40.7% se mantiene neutral. Por otra parte, sólo el 7.4% de las empresas encuestadas contestó estar en desacuerdo y el restante 3.7% se encuentra totalmente en desacuerdo.

Figura 30 Gráfica de ítem "Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos".

Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos.

54 respuestas



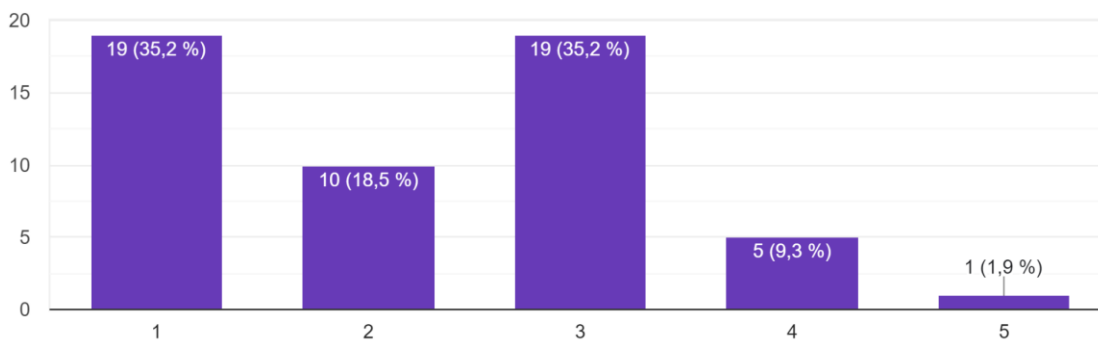
Fuente: Elaboración propia.

Tras revisar la figura 31, se resaltan los siguientes datos: hubo una respuesta favorable de los encuestados cuyo porcentaje de respuestas se concentraron en: totalmente de acuerdo, con 35.2% de las respuestas; de acuerdo, con el 18.5%; y neutral, con el 35.2%. El restante 11% se dividió en desacuerdo con 9.3% y totalmente en desacuerdo con 1.9%, cuyas respuestas indican que no aplican las TIC en herramientas de promoción para sus productos y/o servicios

Figura 31 Gráfica de ítem "Aplico las Tecnologías de la Información y la Comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios"

Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios.

54 respuestas



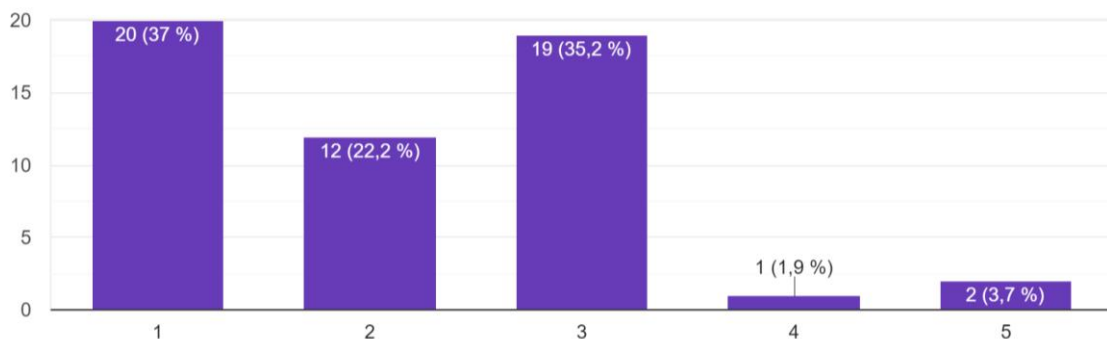
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al ítem "Conozco el alcance que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores", satisfactoriamente las respuestas se centraron en totalmente de acuerdo, con el 37% de las respuestas, 22.2% indica estar de acuerdo y 35.2% se mantiene neutral. Solo el 1.9% respondió estar en desacuerdo, mientras que el 3.7% está totalmente en desacuerdo con el uso de las TICS para comunicarse con sus proveedores (Ver Figura 32).

Figura 32 Gráfica de ítem "Conozco el alcance que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores"

Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores.

54 respuestas



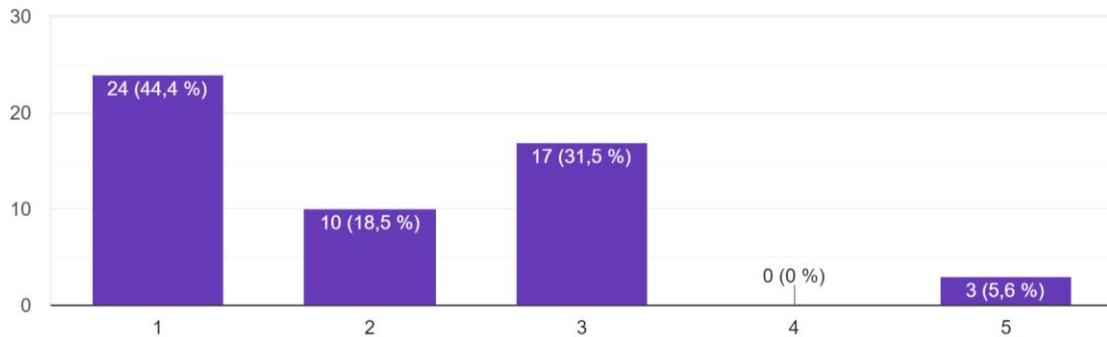
Fuente: Elaboración propia.

Como indica la gráfica de la Figura 33, las respuestas ante el ítem "Conozco el alcance que tienen las Tecnologías de la información y la Comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes" se centraron en Totalmente de acuerdo, con 44.4% de las opiniones de los empresarios; de acuerdo, con el 18.5%; y neutral, con el 31.5%. Ninguno de los encuestados contestó estar en desacuerdo y solo el 5.6% respondió estar totalmente en desacuerdo, es decir, que tres MiPymes de las 54 encuestadas no conocen el alcance de las TICS y su apoyo para comunicarse con sus clientes.

Figura 33 Gráfica de ítem "Conozco el alcance que tienen las Tecnologías de la información y la Comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes"

Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes.

54 respuestas



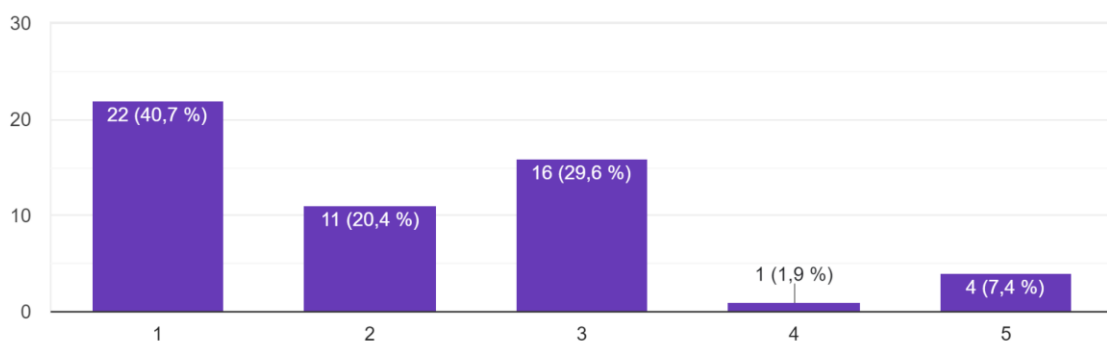
Fuente: Elaboración propia.

Según se observa en la Figura 34, en el ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación como medio de publicidad" también se centraron las respuestas en las 3 primeras opciones de la escala de Likert: 40.7% de las respuestas son Totalmente de acuerdo, 20.4% de acuerdo y 29.6% se mantiene neutral. El resto está concentrado en la respuesta en desacuerdo, con 1.9%, y Totalmente en desacuerdo, con 7.4% de las opiniones de los empresarios.

Figura 34 Gráfica de ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación como medio de publicidad"

Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación como medio de publicidad.

54 respuestas

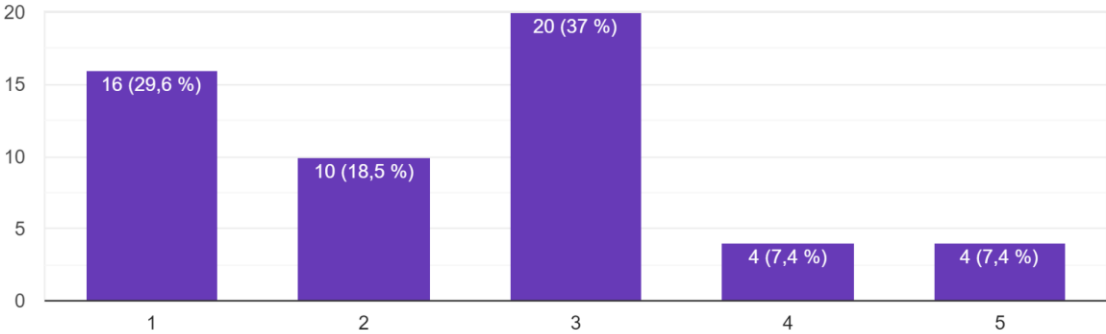


Fuente: Elaboración propia.

Considerando los datos que refleja la gráfica de la Figura 35, nuevamente las respuestas se concentran en las primeras tres respuestas de la escala de Likert: Sorprendentemente el 29.6% de los empresarios están totalmente de acuerdo en utilizar las TICS para control de inventarios, mientras que el 18.5% indicó estar de acuerdo y 37% es neutral. De igual forma, 7.4% indicó estar en desacuerdo, al igual que el 7.4% de las MiPymes están totalmente en desacuerdo, por lo que se infiere que estos últimos 2 porcentajes de respuesta indican empresas que no utilizan las TICS para controlar sus inventarios.

Figura 35 Gráfica de ítem " Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación para el control de mis inventarios".

Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de mis inventarios.
54 respuestas



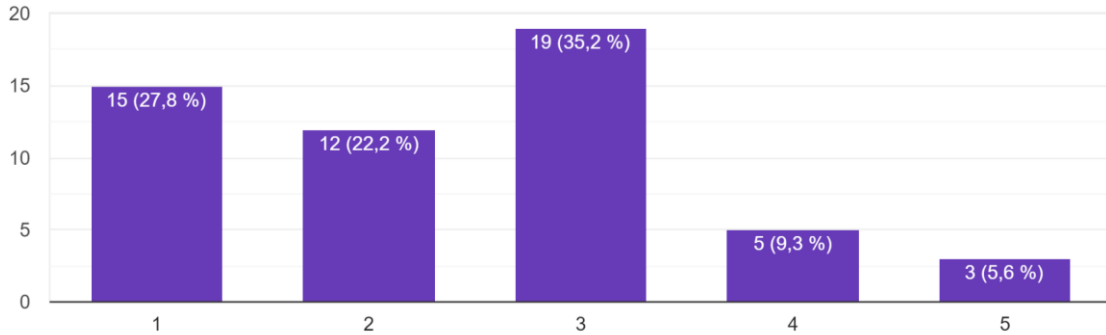
Fuente: Elaboración propia.

Como se observa en la Figura 36, la mayoría de las empresas indican utilizar las TICS para control de ventas, respondiendo el 27.8% estar totalmente de acuerdo, el 22.2% de acuerdo y 35.2% neutral. El restante porcentaje está repartido en el 9.3% de encuestados que contestó estar En desacuerdo y el 5.6% Totalmente en desacuerdo.

Figura 36 Gráfica de ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el control de ventas".

Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de ventas.

54 respuestas



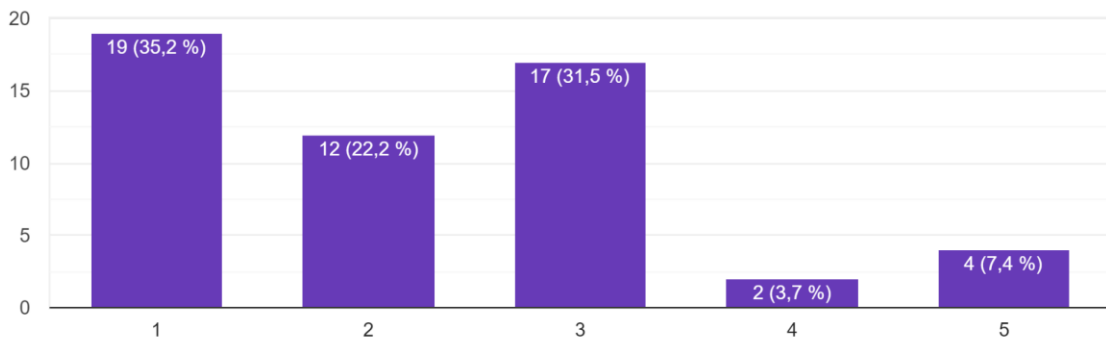
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en el último ítem el cual afirma la utilización de las TICS en procesos administrativos, 35.2% indicó estar totalmente de acuerdo, 22.2% De acuerdo y 31.5% se mantiene neutral. En cuanto al 3.7% y al 7.4% restantes, indicaron estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente (Ver Figura 37).

Figura 37 Gráfica de ítem "Utilizo las Tecnologías de la Información y la comunicación para el control de procesos administrativos"

Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de procesos administrativos.

54 respuestas



Fuente: Elaboración propia.

4.3 Análisis General y asociación entre variables

4.3.1. Prueba de normalidad

Para realizar la prueba de normalidad, al ser una muestra mayor a 50 casos, se utilizaron los resultados de la prueba de Kolmogórov-Smirnov, en el cual se puede observar que la variable dependiente Optimización de las Utilidades arrojó un resultado de 0.140, lo que indica que su distribución es no paramétrica (no normal). En cuanto a las variables independientes Educación Financiera, Innovación y TICS, sus resultados demuestran un valor de 0.128, 0.124 y 0.132, respectivamente, lo que representa que todas las variables de estudio son no paramétricas (no normal), puesto que los coeficientes de la prueba de normalidad son menores a 0.05, como se puede ver en la tabla 20.

Tabla 20 Prueba de normalidad

	Test de Normalidad					
	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadística	df	Sig.	Estadística	df	Sig.
Optimización de las Utilidades	.140	54	.010	.921	54	.002
Educación Financiera	.128	54	.027	.967	54	.137
Innovación	.124	54	.037	.921	54	.002
TICS	.132	54	.020	.918	54	.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del SPSS V₂₆

Con este análisis de normalidad, se determina que las variables siguen una distribución son no normales, por lo que, para analizar la asociación de las variables, es necesario utilizar una estadística no paramétrica, como lo es la correlación de Rho Spearman, el cual se desarrolla en el siguiente apartado.

4.3.2 Correlación de Spearman

Para esta investigación se realiza la correlación de Rho Spearman debido a que los datos de las variables son no paramétricos, para determinar el grado de correlación que tienen las variables independientes con la independiente. En la tabla 21 se observa la numeración de las magnitudes de correlación que se pueden obtener con este análisis, mostrada a continuación:

Tabla 21 Magnitudes de correlación

Numero	Grado de Correlación
-0.09	Correlación negativa muy fuerte
-0.75	Correlación negativa consideraciones
-0.50	Correlación negativa fuerte
-0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación entre variables
0.10	Correlación positiva débil
0.50	Correlación positiva media
0.75	Correlación positiva considerable
0.90	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández et al (2006) citado por Reyes (2020)

Al realizar el análisis de correlación de Rho Spearman entre la Variable dependiente (Optimización de Utilidades) con las variables independientes (Educación Financiera, Innovación y TICS) se puede apreciar una correlación positiva considerable entre la variable independiente Innovación con un coeficiente de correlación de 0.813** con la variable dependiente Optimización de las utilidades. En cuanto a la variable independiente TICS, se puede apreciar una correlación positiva media con un coeficiente de correlación de 0.724**, confirmando su asociación con la variable dependiente Optimización de las utilidades. La variable independiente con menor correlación fue la variable Educación Financiera, puesto que su resultado de coeficiente de correlación fue de 0.579**, obteniendo una correlación media con la variable dependiente Optimización de utilidades. En cuanto

a su significancia, las tres variables resultaron altamente significativas para este estudio, obteniendo un resultado 0.000 en todos los elementos. (Ver tabla 22).

Tabla 22 Correlación de Spearman de Variable Dependiente VS Variables Independientes

Variables Independientes		Análisis de Rho Spearman Variable Dependiente Optimización Utilidades
Educación Financiera	Coeficiente de Correlación	.579**
	Sig. (2-colas)	.000
	N	54
Innovación	Coeficiente de Correlación	.813**
	Sig. (2-colas)	.000
	N	54
TICS	Coeficiente de Correlación	.724**
	Sig. (2-colas)	.000
	N	54

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (dos colas).

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del SPSS V₂₆

Posteriormente se realizó la correlación de Rho Spearman entre la variable dependiente Optimización de las utilidades y las dimensiones de la variable independiente de Educación financiera (Planeación Financiera, Gestión Financiera y Fuentes de financiamiento) obteniendo un coeficiente de correlación de 0.668**, lo cual indica una correlación positiva media entre la dimensión de Planeación financiera y Optimización de utilidades. Con respecto a la dimensión Gestión Financiera, su resultado fue de 0.477**, el cual demuestra una correlación positiva débil con la optimización de utilidades. Por otro lado, la dimensión Fuentes de Financiamiento arrojó un resultado de 0.327*, lo que representa nuevamente una correlación positiva débil. Al analizar sus niveles de significancia, las 3 dimensiones se consideran significativas al obtener un resultado de 0.000 en las dimensiones de Planeación financiera y Gestión Financiera y un resultado de 0.016 en Fuentes de financiamiento (Ver tabla 23).

Tabla 23 Correlación de Rho Spearman de Variable dependiente Optimización de utilidades Vs Dimensiones de la Variable independiente Educación Financiera

Análisis de Rho Spearman Variable Dependiente		Dimensiones de la Variable independiente Educación Financiera		
		Planeación Financiera	Gestión Financiera	Fuentes de Financiamiento
Optimización de Utilidades	Coeficiente de Correlación	.668**	.477**	.327*
	Sig. (2-colas)	.000	.000	.016
	N	54	54	54

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (dos colas).

*La correlación es significativa al nivel 0,05 (dos colas).

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en el SPSS V₂₆

Con respecto al análisis de Correlación de Rho Spearman de la variable dependiente Optimización de utilidades con las dimensiones de la variable independiente de Innovación (Innovación de Producto, Innovación de Proceso e Innovación Organizativa), se puede identificar una correlación positiva considerable para la dimensión de Innovación de Producto con la Variable dependiente Optimización de utilidades, arrojando un resultado de 0.765. En cuanto a la Dimensión de Innovación de Proceso e Innovación Organizativa, estos arrojaron un resultado de 0.720 y 0.711, respectivamente, lo que representa una correlación positiva media. También es importante resaltar que, analizando su nivel de significancia, se encontró que todas las dimensiones son significativas arrojando un resultado de 0.000, encontrándose viables para este estudio (Ver tabla 24).

Tabla 24 Correlación de Rho Spearman de Variable dependiente Optimización de utilidades Vs Dimensiones de la Variable independiente Innovación

Análisis de Rho Spearman Variable Dependiente		Dimensiones de la Variable independiente Innovación		
		Innovación Producto	Innovación Proceso	Innovación Organizativa
Optimización Utilidades	Coeficiente de Correlación	.765**	.720**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	54	54	54

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (dos colas).

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en el SPSS V₂₆

Finalmente, al realizar el análisis de correlación con las dimensiones de la variable independiente TICS (Instrumento de Comunicación e Instrumento de Control) con respecto a la variable dependiente (Optimización de utilidades) los resultados indican que si existe correlación entre los supuestos anteriores, puesto que el coeficiente de la primera dimensión (Instrumento de comunicación) indica un coeficiente de 0.724, reflejando una correlación media, mientras que la segunda dimensión (Instrumento de Control) dio como resultado un coeficiente de 0.575, lo que representa que la correlación también una correlación media con respecto a la variable dependiente (Optimización de utilidades). Tanto la dimensión Instrumento de comunicación e Instrumento de Control son útiles para el análisis, ya que su nivel de significancia arrojó un resultado de 0.000 en ambas dimensiones (Ver tabla 25).

Tabla 25 Correlación de Rho Spearman de Variable dependiente Optimización de utilidades Vs Dimensiones de la Variable independiente TICS

Análisis de Rho Spearman Variable Dependiente		Dimensiones de la Variable independiente TICS	
		Instrumento Comunicación	Instrumento Control
Optimización Utilidades	Coeficiente de Correlación	.724**	.575**
	Sig. (2-colas)	.000	.000
	N	54	54

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (dos colas).

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en el SPSS V₂₆

Al realizar estos análisis, se comprueba que si existe correlación entre las variables de estudio de esta investigación, encontrando que el factor que más se relaciona con la variable dependiente (Optimización de las Utilidades) es la variable independiente Innovación, por su resultado de coeficiente de correlación positiva considerable, y destacando que la variable con menos correlación es la variable independiente Educación financiera.

4.4 Contratación de Hipótesis

Una vez realizados los análisis de datos y realizado las pruebas estadísticas, se da respuesta a las hipótesis planteadas al inicio de este estudio, confirmando la contratación de la hipótesis alterna (H_1) y las hipótesis específicas (H_2 , H_3 y H_4), las cuales pueden observarse en las tablas 26 y 27 que se presentan a continuación:

Tabla 26 Contratación de la hipótesis Nula (H_0) vs hipótesis alterna (H_1)

Hipótesis	Resultados
H_0 La educación financiera, la innovación y el uso de las TICS no tienen correlación en la optimización de las utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero de Tecate, B.C.	Derivado de los análisis de la correlación de Spearman, se confirma la asociación de las variables, puesto que los resultados indican que los coeficientes de cada una de las variables independientes (Educación financiera, innovación y TICS) si presentan una correlación con la variable dependiente (Optimización de las utilidades) por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0).
H_1 La educación financiera, la innovación y el uso de las TICS tienen correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero de Tecate, B.C.	A través de los resultados obtenidos en los análisis estadísticos, se puede interpretar que la educación financiera, la innovación y el uso de las TIC si tienen relación con la optimización de las utilidades, puesto que se percibe un coeficiente de correlación de Spearman de la variable independiente innovación, de 0.813, demostrando una correlación positiva considerable con la optimización de utilidades; un coeficiente de 0.724 en la variable independiente TICS, indicando una correlación positiva media; y un coeficiente de 0.579 en la variable independiente de Educación Financiera, considerando que los resultados acercados al cero, indican que existe mayor correlación. Bajo estas estadísticas, se comprueba la hipótesis alterna (H_1)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27 Contratación de las hipótesis específicas (H₂, H₃ y H₄)

Hipótesis	Resultados
<p>H₂ La educación financiera tiene correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero de Tecate, B.C.</p>	<p>Una vez realizado el análisis de correlación de Spearman entre las dimensiones de la variables independiente de Educación financiera (dimensión Planeación financiera, dimensión Gestión financiera y dimensión Fuentes de financiamiento), se pudo encontrar que si existe correlación del factor educación financiera con la optimización de las utilidades, ya que los resultados en la primera dimensión (Planeación financiera) demostraron una correlación positiva media con respecto a la variable dependiente de optimización de las utilidades, mientras que en la segunda y tercera dimensión (Gestión Financiera y Fuentes de financiamiento), la correlación es positiva débil. Al demostrarse la correlación entre los elementos anteriores, se comprueba la hipótesis específica H₂.</p>
<p>H₃ La innovación tiene correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restaurantero de Tecate, B.C.</p>	<p>Una vez realizado el análisis de correlación de Spearman entre las dimensiones de la variables independiente de Innovación (dimensión Innovación de Producto, dimensión Innovación de Proceso y dimensión Innovación Organizativa), se pudo encontrar que si existe correlación del factor Innovación con la optimización de las utilidades, ya que los resultados en la primera dimensión (Innovación de Producto) demostraron una correlación positiva considerable con respecto a la variable dependiente de optimización de las utilidades, mientras que en la segunda dimensión y la tercera dimensión (Gestión Financiera y Fuentes de financiamiento, respectivamente) la correlación es positiva media. Al demostrarse la correlación entre los elementos anteriores, se comprueba la hipótesis específica H₃.</p>

Sección 1-2

Fuente: Elaboración propia

Hipótesis	Resultados
H ₄ El uso de las TICS tiene correlación con la optimización de utilidades en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector restauranero de Tecate, B.C.	Una vez realizado el análisis de correlación de Spearman entre las dimensiones de la variable independiente de TICS (dimensión Instrumento de Comunicación y dimensión Instrumento de control), se pudo encontrar que si existe correlación del factor TICS con la optimización de las utilidades, ya que los resultados de ambas dimensiones reflejaron una correlación positiva media. Al demostrarse la correlación entre los elementos anteriores, se comprueba la hipótesis específica H ₄ .

Sección 2-2

Fuente: Elaboración propia

Capítulo V CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones

Analizados los resultados, se llegaron a las siguientes conclusiones: Con los resultados de los datos socioeconómicos, la mayor parte de microempresarios restauranteros de la ciudad son mujeres, ya que se obtuvo una tasa de respuesta del 56% de los encuestados, siendo mayormente entre la edad de 36 a 50 años (31.5%). También es importante señalar que el 39% de las empresas son de nueva creación, siendo su antigüedad de menos de un año y solo el 7% tiene entre seis y 10 años, lo que demuestra que este tipo de empresas tienen una tasa muy baja de sobrevivencia, y, por último, más de la mitad de las MiPymes en la ciudad de Tecate cuentan con al menos de 1 a 10 empleados, siendo una fuente generadora de empleos importante de la ciudad.

En cuanto a los resultados de los ítems relacionados con la cada una de las variables, se concluye siguientes: En la sección de ítems relacionada con la variable de Educación Financiera, la mayoría de los empresarios considera que tener un negocio en la actualidad es rentable, lo que le da más sentido a esta investigación, ya que es un sector con mucha demanda, lo que provocará que existan más empresas beneficiadas de los conocimientos generados a través de este trabajo, además de que el 74% de los encuestados estarían interesados en una capacitación que les ayude a conocer herramientas para ser una empresa rentable.

Es importante también destacar que, a diferencia de lo que se creía, la mayoría de las empresas sí conocen las herramientas financieras que determinan si una organización es rentable o no, encontrando también que más de la mitad conoce las funciones de las instituciones financieras, tanto sus derechos como sus obligaciones, sin embargo, también se encontró que al menos el 42.6% considera que es complicado adquirir un financiamiento en la actualidad y que está fuera de sus posibilidades.

En los ítems relacionados con la innovación, se puede señalar el interés de las empresas encuestadas en adquirir conocimientos de innovación para el desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva, ya que el 59%

contestó estar totalmente de acuerdo y el 13% indicó estar de acuerdo con la afirmación.

Por otro lado, se reconoce que las MiPymes restauranteras demuestran interés en su organización al analizar sus procesos para aplicar mejoras continuamente, ya que al menos el 67% de los restaurantes contestaron estar totalmente de acuerdo y de acuerdo con esta pregunta de investigación.

En cuanto a las TICS, la mayoría las utiliza para todos sus procesos, tanto para la comunicación con sus proveedores y clientes, así como para el control de sus datos, lo que hace imprescindible que las MiPymes conozcan bien el alcance que tienen estas herramientas y las utilicen a su favor.

Finalmente, en las correlaciones, se comprueba la relación que tienen las variables de Educación financiera, Innovación y TICS con la optimización de las utilidades, donde se obtuvieron los resultados de coeficiente de 0.579 con la Educación financiera, demostrando una correlación positiva media; una correlación positiva considerable de la innovación con la optimización de utilidades, con un resultado de 0.813, siendo esta variable la que tienen una correlación más fuerte; y una correlación positiva media con las TICS, cuyo coeficiente ascendió a 0.724. Es indispensable también señalar que los niveles de significancia de todas las variables resultaron de 0.000, lo que asume una asociación entre ellas.

Gracias a los resultados anteriores, se lograron los objetivos específicos de identificar que cada una de las variables de estudio tiene relación con la optimización de utilidades, puesto que los resultados de los coeficientes de correlación de Pearson arrojaron fuertes asociaciones de las variables independientes (Educación financiera, Innovación y TICS) con respecto a la variable dependiente (Optimización de utilidades), lo que contrasta también la hipótesis alterna^[SG1] (H₁) y las hipótesis específicas (H₂, H₃ y H₄).

Como ya se ha comentado a lo largo de esta investigación, el conocimiento de los empresarios de cualquier sector es una herramienta fundamental que construye el futuro de su organización. La constante capacitación y la aplicación de conocimiento

contribuirá al desarrollo de planes estratégicos que determinan la supervivencia, el crecimiento, la evolución y permanencia de una empresa en el mercado.

A manera de conclusión se establece que, una vez demostrada la correlación de las variables con la revisión de literatura y los análisis estadísticos, se comprueba que, si una empresa pone hincapié en la capacitación de los temas de Educación Financiera, Innovación y TICS, es probable que desarrollen estrategias que los consoliden y los mantenga en operación.

5.2 Contribuciones

En esta investigación se presentan los resultados como un hallazgo que abre la puerta a un estudio mayor, creando conocimiento que servirá como base para futuros investigadores. La intención principal de esta tesis, es identificar aquellos factores que se relacionen con la optimización de utilidades, con el fin de dar pie a la búsqueda de estrategias para mejorar las prácticas empresariales en dichas áreas o factores, para que con esto las micro, pequeñas y medianas empresas aprendan a utilizar herramientas competitivas que mejoren sus rendimientos y puedan permanecer en el mercado, incrementando la riqueza de un país.

Es cierto que existe una basta colección de información que habla acerca de las MiPymes y su evolución en el mundo, sin embargo, sigue siendo un fenómeno continuo el que este tipo de empresas no puedan lograr sus objetivos y terminan cerrando sus puertas a poco tiempo de abrir, abandonando la idea de emprender o invertir en otro proyecto. Por esta razón es importante identificar los elementos que ocasionan que siga pasando esto y desarrollar estrategias que brinden seguridad al empresario y puedan prevalecer en el mercado.

5.3 Limitaciones

Como limitaciones de este estudio, se mencionan las siguientes: Al salir a campo y proceder a la aplicación del instrumento, el acercamiento con las empresas fue complicado, ya que en su mayoría no aceptaba responder las preguntas por miedo

a dar información sensible, ya que en la pregunta dos “Estatus Fiscal del negocio”, los propietarios se incomodaban y ya no continuaban con la encuesta, pensando que les perjudica de alguna manera.

Otra parte de los empresarios no aceptaba contestar por falta de tiempo, por lo que se les invitó a contestar por la plataforma Google Forms cuando les fuera posible, sin embargo, las respuestas nunca llegaron.

Así pues, tras intentos fallidos, se buscó una alternativa más eficiente para difundir el instrumento y conseguir seguridad para los empresarios. Esto fue a través de CANIRAC. Gracias al apoyo de la presidenta, pudimos conectar con los empresarios y realizar las encuestas de una manera más segura, sin embargo, en este momento también se presentó una limitación, ya que los restaurantes afiliados a la cámara solo correspondían a 17 MiPymes en Tecate, por lo que se consideró contar con la participación de empresas que cumplieran con los siguientes requisitos: Que fueran MiPymes del sector restaurantero y que estuvieran afiliados al organismo o que hayan participado como mínimo una vez en alguna capacitación de CANIRAC.

Gracias a la decisión de limitar nuestro estudio con estas características, se pudo contar con la suficiente tasa de respuesta para realizar los análisis estadísticos respectivos, puesto que con ello se obtuvieron resultados confiables y se cumplieron los objetivos de esta investigación.

5.4. Recomendaciones

Los temas de educación financiera, innovación y TICS deberían de considerarse relevantes en la educación básica en el país y ser parte de la formación del ciudadano en cada etapa educativa. Sin embargo, tras la falta de capacitación en estas áreas, el emprendedor debe buscar por sus propios medios la información necesaria para llevar a cabo su proyecto de inversión.

El desconocimiento del manejo de los productos y servicios del sistema financiero, la falta de realización de una planeación financiera, la ausencia de una gestión financiera en sus procesos y su producción, entre otros, son las razones principales

que generan incertidumbre y miedo para invertir y ocasionan que los negocios pierdan oportunidades, y en ocasiones, fracasen y cierren sus puertas definitivamente. Además de considerar la falta de uso de las TICS en los negocios y el desarrollo de la innovación en productos o servicios y en los procesos, los cuales son fundamentales de aplicar en el mercado actual.

REFERENCIAS

- Abad-Segura, E., y Gonzalez-Zamar, M.-D. (2021). *Implicaciones de la educación financiera en el emprendimiento creativo*. Tendencias en investigación. 3C Empresa, Investigación y pensamiento crítico, 10(1), 17-39. <https://doi.org/10.17993/3cemp.2021.100145.17-39>
- Agudelo de la Ossa, J. y Martínez, L. (2021). *Guía de Análisis financiero para emprendedores con énfasis en educación financiera*. Recuperado de: <http://repositorio.uan.edu.co/handle/123456789/4856>
- Aiquipa, Z., y Arana, S. (2020). *Las finanzas como herramienta de gestión financiera y su influencia en la rentabilidad de las MIPYMES del distrito de Yanacancha, Pasco-2019*. Recuperado de: <http://repositorio.undac.edu.pe/handle/undac/2122>
- Amezcu, E., Arroyo, M. y Espinosa, F. (2014). *Contexto de la educación financiera en México*. Ciencia Administrativa (1), 21-30. Recuperado de: <https://cienciaadministrativa.uv.mx/index.php/cadmiva/article/view/1606/2945>
- Álvarez, A., Gallegos, A. y Marquez, M. (2022) *Algunas características relevantes de las pequeñas y medianas empresas en México (pymes)* Recuperado de: https://www.realidadeconomica.umich.mx/index_files/algunas_caracteristicas_relevantes_de_las_pequeñas_y_medianas_7.pdf
- Álvarez, C., Saldívar, S., y Valenciana, N. (2021). *Las tecnologías como factor de competitividad y su impacto económico en baja california*.
- Ángel, G. J. (2019). *Relación entre la competitividad y la transformación digital de las mipymes colombianas*. Universidad EAN, Bogotá, Colombia.
- Ávila, S., Vivas, R., y Rodríguez, A. (2020). *El desempeño de la transformación digital en la MiPymes en épocas de pandemia en el 2020*. Fundación Universitaria del Areandina, Bogotá, Colombia.
- Ayala, A. y Morales, V. (2018). *Retos de la Planeación Financiera para el Crecimiento de MiPyMEs Comerciales en el Municipio de Ecatepec*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.11799/95208>
- Azeez, K., Kadhim, H., y Kadhim, A. (2020). *The role of integration between enterprise resource planning and attribute based costing for supporting economic cost management in tourism companies*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 1-10. Recuperado de: https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_9_2_2020_iraq.pdf

Belloch (s.f.). *Las tecnologías de la información y comunicación (TIC)*. Universidad de Valencia.
Recuperado de: <https://www.uv.es/~bellochc/pdf/pwtic1.pdf>

Bucheli, N., León, D., y Gutiérrez, K. (2023). *Planificación tecnológica como estrategias de optimización en los procesos de las MiPymes en el Ecuador*. Polo del Conocimiento, 7(11), 108-127. doi: <http://dx.doi.org/10.23857/pc.v7i11.4846>

Cabero, J. y Llórente, M. (2013). *La aplicación del juicio de experto como técnica de evaluación de las tecnologías de la información (TIC)*. Eduweb. Revista de Tecnología de Información y Comunicación en Educación, vol. 7, núm. 2, pp.11-22. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/eduweb/v7n2/art01.pdf>.

Cabia, D. (2020). Fuentes de financiamiento. Economipedia.com. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/fuente-de-financiacion.html>

Campos, S., Cervantes de Bernardo, C. y Morales, G. (2017). *Tesis Evaluación económica de inversión de un restaurante móvil*. Obtenido de: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20534/Evaluaci%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica%20de%20inversi%C3%B3n%20de%20un%20restaurante%20m%C3%B3vil.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cano-Pita, G. (2018) Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural de las organizaciones. Recuperado de: <http://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/index>

Carranza, D. y Moncada, L. (2019) *Optimización de las Utilidades en la Empresa DM&E S. A. S. mediante un Modelo de Programación Lineal que permita su Rendimiento Operacional*. Recuperado de: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/6428/Optimizaci%C3%B3n%20de%20las%20Utilidades%20en%20la%20Empresa%20DM%26E%20S.A.S%20mediante%20un%20Modelo%20de%20Programaci%C3%B3n%20Lineal%20que%20permita%20mejorar%20su%20Rendimiento%20Operacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chagerben, L., Yagual, A., y Hidalgo, J. (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. Revista Científica. Dominio de las ciencias, 783- 798. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6326783>

DocuSign, Inc. (2023). Cómo aumentar la rentabilidad de una empresa: 6 consejos. Recuperado de: <https://www.docusign.mx/blog/como-aumentar-la-rentabilidad>

Correa, J. y Jaramillo, F. (2007). *Una aproximación metodológica y prospectiva a la gestión financiera en las pequeñas empresas*. Contaduría Universidad de Antioquia, (50), 93-118.

- Correa, J., Ramírez, L., y Castaño, C. (2010). *La importancia de la planeación financiera en la elaboración de los planes de negocio y su impacto en el desarrollo empresarial*. Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión, 18(1), 179-194.
- Ching, M. (2018). *La educación financiera como herramienta para contribuir al fortalecimiento económico del microempresario bodeguero de Lima Sur*. Recuperado de: <http://repositorio.uiqv.edu.pe/handle/20.500.11818/2105>
- Dini, M., y Stumpo, G. (2020). *MIPYMES en América Latina. Un Frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/S1900361_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Elizalde, L. (2018). *Planificación financiera como soporte de gestión del éxito*. Recuperado de: <https://eumed.net/ce/2018/4/planificacion-financiera-exito.html>
- El Financiero (2021) *90 mil restaurantes han cerrado en México por la pandemia de COVID-19: Canirac*. Recuperado de: <https://www.elfinanciero.com.mx/economia/15-o-90-mil-restaurantes-han-cerrado-en-mexico-por-la-pandemia-de-covid-19-canirac/>
- Escobar, J. y Cuervo, A. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Avances en Medición, vol. 6, núm. 1, pp. 27-36.
- Fernández, J. (2019). *Propuesta de gestión estratégica financiera para optimizar el crecimiento económico de la empresa Inversiones C&P EIRL, Bagua grande–2018*. Recuperado de: <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6322/Fern%C3%A1ndez%20Alarc%C3%B3n%20Jos%C3%A9%20Amberli.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ferrando, P., Lorenzo, U., Hernández, A., y Muñoz, J. (2022). *Decálogo para el Análisis Factorial de los Ítems de un Test*. Psicothema. Galicia, L., Balderrama, J., y Edel, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual. Apertura (Guadalajara, Jal.), 9(2), 42-53. <https://doi.org/10.32870/ap.v9n2.993>
- Ferrero, R. (2017) *¿Cómo validar tu modelo de regresión?* Máxima Formación. Recuperado de: <https://www.maximaformacion.es/blog-dat/como-validar-tu-modelo-de-regresion/>
- Flores, C., y Flores, K. (2021). PRUEBAS PARA COMPROBAR LA NORMALIDAD DE DATOS EN PROCESOS PRODUCTIVOS:: ANDERSON-DARLING, RYAN-JOINER, SHAPIRO-WILK Y

- KOLMOGÓROV-SMIRNOV. *Societas*, 23(2), 83–106. Recuperado a partir de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/societas/article/view/2302>
- Fondo Monetario Internacional (2018) *Informe Anual del FMI 2018*. Recuperado de: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2018/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2018-es.pdf>
- Fisher, L., y Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia* (Cuarta ed.). México: MacGraw-Hill.
- Fuentes, G. (S.F.) *Actividad Económica de Baja California*
- González, J. y Rodríguez, M. (2020). *Manual práctico de planeación estratégica*. Díaz de Santos. Recuperado de: <https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788490522424.pdf>
- González, M., Rodríguez, A., Sánchez, J. T., y Sánchez, A. (2002). *Micro, pequeña y mediana empresa en México. Evolución, funcionamiento y problemática*. Obtenido de <http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/1718/MPYMEM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Goyes, J., Alvarado, E., Gavilánez, C. y Arguello, A. (2020). *Evolución de las Mipymes según el ciclo de vida*. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(S1), 47-52.
- Guadalupe, J. (2019). *Las TIC y el aprendizaje académico del curso teoría de las inversiones y gestión de proyectos de IDAT-2014, Lima*. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12867/2158>
- Generac Mexico (2021). *5 estrategias para aumentar la rentabilidad de los negocios*. Recuperado de: <https://blog.generaclatam.com/estrategias-para-aumentar-la-rentabilidad>
- Gutiérrez-Diez, C., Sapién-Aguilar, A. y Piñón-Howlet, L. (2013). *Desempeño organizacional de microempresas en México*. *European Scientific Journal*, 9 (28), 102-112. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.976.8274&rep=rep1&type=pdf>
- Guzmán-Soria, E., de la Garza-Carranza, M. T., García-Salazar, J. A., Hernández-Martínez, J., y Rebollar-Rebollar, S. (2020). *Análisis de productividad y eficiencia de las MIPYMES en México*. *Revista Journal*, 14(2), 69-83. doi:10.3232/GCG.2020.V14.N2.03
- Hernández-Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed). México D.F.: McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R. (2018). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN: LAS RUTAS CUANTITATIVA, CUALITATIVA Y MIXTA*. España: McGraw-Hill Interamericana.

- Huchin, J. y López, F (2018). MiPymes en Riesgo: Causa-efecto de la falta de innovación empresarial. *Revista ciencia Administrativa*, 5, 24-55. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2019/01/Vol5-2018-Especial.pdf>
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2018). *MiPymes y Organizaciones de Economía Popular y Solidaria son una pieza clave para la economía del país*. Recuperado de: <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI] (2019). Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/>
- INEGI (2020) *Censos Económicos 2019. Micro, pequeña, mediana y gran empresa: estratificación de los establecimientos*. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825198657.pdf
- INEGI (2021). *Conociendo la industria restaurantera*. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463903369.pdf<https://www.imf.org/external/pubs/ft/ar/2018/eng/assets/pdf/imf-annual-report-2018-es.pdf>
- INEGI (2022) *Demografía de los establecimientos MIPYME en el contexto de la pandemia por covid-19*. Comunicado de Prensa Núm. 335/22. Recuperado de: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Demog_MIPYME2_2.pdf
- Jiménez, J., Rojas F. y Ospina, H. (2022). *LA PLANEACIÓN FINANCIERA: UN MODELO DE GESTIÓN EN LAS MIPYMES*. *Revista De La Facultad De Ciencias Económicas y Empresariales*, 13(1). Recuperado de: <https://ojs.unipamplona.edu.co/ojsviceinves/index.php/face/article/view/1845>
- Lizama, P. y Boccardo, G. (2014) *Guía de Asociación entre variables (Pearson y Spearman en SPSS)*. Universidad de Chile Facultad de Ciencias Sociales (FACSO). Departamento de Sociología. Recuperado de: https://www.ucursos.cl/facso/2014/2/SO01007/1/material_docente/bajar?id_material=994690
- Lois, M. (2019) *La utilidad de las tecnologías de información y comunicación para las MiPyMES*. Reflexiones y discusión de la administración en México. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/59480335/LIBRO_DIGITAL_20_MAYO_201920190601-76078-1dshxwl-libre.pdf?1559408926=&response-content-

disposition=inline%3B+filename%3DReflexiones_y_discusion_de_la_administra.pdf&Expires=1686711014&Signature=QsxPEFtbFNp9s8IKF4iCbzkt6G4eg5QlesJR29aolOQ37QWfZPQSMaY8VJvBJFNRr9787fM12~HsTxdqHcG5o4HOxtk-
etdauokqw3W~szkH0PGA55ZFBZeQxqIS2B-WhP1G34xJGGV-RELVhhMX-
EmnOxfMK9ZgbQ254fAXxgfOVUxWSZW4WD9UhAXu22LO9-n2BQN~wio2SaY2Gw-
tuzsWJBBdxGLizjK0P6g9LMns2I4sYgh4Fug92EtOAYlIUDpAJbnpnycTDueII4oKuTXkGLtly
EXH9XfO7V4PISAHPKuwUJCSxR3wA7Yx-buvmr4vww8rXoNsrSCBfxlg__&Key-Pair-
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=180

- López-Aguado, M., y Gutiérrez-Provecho, L. (2019). *Cómo realizar e interpretar un análisis factorial exploratorio utilizando SPSS*. REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 12(2), 1-14.
- López, J., Somohano, F. y Martínez, F. (2018). Efecto de la innovación en la rentabilidad de las Mipymes en contextos económicos de recesión y expansión. *Tec Empresarial*, 12(1), 7-18. <https://dx.doi.org/10.18845/te.v12i1.3567>
- López, M. D., Zalthen, L., y Peraza, L. (2019). *La planeación estratégica y la competitividad del sector restaurantero en ciudad del Carmen, Campeche, México*. *Revista de Investigación Latinoamericana en Competitividad Organizacional*, (noviembre). Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/rilco/04/sector-restaurantero-campeche.html>
- Maldonado-Guzmán, G., Pinzón-Castro, S. Y. y Rodríguez-González, R. M. (2020). *The impact of information and communication technology in mexican SMEs growth*. *Advances in Management & Applied Economics*.
- Menéndez, F. (2002). Residuos, Residuos studentizados y valores DFFIT Su uso en Regresión Lineal Simple y Múltiple. Recuperado de: <https://tabarefernandez.tripod.com/coco2.pdf>
- Martí, J. (2013). *El futuro de la educación y las TIC*. Padres y Maestros/Journal of Parents and Teachers, (351), 22-26
- Mayer, E., Blanco, F., Alonso, M., y Charles, J. (2020). Emprendimiento y crecimiento económico: El sistema mexicano de incubadoras de negocios. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 107-127. <https://doi.org/10.31876/rsc.v26i1.31314>
- Morales I. (2011), *Las Pymes en México, entre la creación fallida y la destrucción creadora*. Economía Informa, No. 366, enero-febrero, pp. 39-48.
- Mordor Intelligence (2023). Mercado de servicios de alimentos de México: crecimiento, tendencias y pronóstico (2023 - 2028). Recuperado de: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/mexico-foodservice-market>

- Mosquera, E., y Rivera, L. (2019). *Educación financiera en los microempresarios del sector confecciones del barrio cuba en pereira-risalda*. Recuperado de: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17796/EDUCACION%20FINANCIE%20EN%20LOS%20MICROEMPRESARIOS.pdf?sequence=1>
- Mundi (2023). *Fuentes de financiamiento para emprendedores en México: Ventajas y desventajas*. Recuperado de: <https://mundi.io/finanzas/fuentes-de-financiamiento-mexico/#:~:text=Las%20fuentes%20de%20financiamiento%20son,el%20crecimiento%20de%20un%20negocio>
- Mungaray-Lagarda, A., Osuna-Millan, J. G., Ramírez-Urquidy, M., Ramírez-Angulo, N., y Escamilla-Díaz, A. (2015). *Emprendimientos de micro y pequeñas empresas mexicanas en un escenario local de crisis económica: El caso de Baja California, 2008-2011. Frontera norte*.
- Muñoz, A. (2003). *Sistemas de información en las empresas*. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11881289.pdf>
- Nielsen Consumer LLC (2022) *La evolución de las PyMEs en América Latina*. Recuperado de: <https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2022/la-evolucion-de-las-pymes-en-america-latina/>
- Núñez, J., y Emanuel, J. (2020). *El rol de las tecnologías de información y comunicación en las MiPyMEs. Aproximación metodológica*. Daena: International Journal of Good Conscience [en línea], 15(3), 1-13. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v15-n3/A11.15\(3\)1-13.pdf](http://www.spentamexico.org/v15-n3/A11.15(3)1-13.pdf)
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2019). *América Latina y el Caribe 2019: Políticas para PYMEs competitivas en la Alianza del Pacífico y países participantes de América del Sur*, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/60745031-es>.
- OCDE (2019). *Las PYMEs están impulsando el crecimiento del empleo, pero necesitan una mayor inversión en habilidades, innovación y tecnología para aumentar los salarios y la productividad*. Obtenido de: <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/laspymesestanimpulsandoelcrecimientodeempleo.htm>
- OECD/Eurostat (2007). *Oslo Manual: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, 3ª edición, Tragsa, Madrid, <https://doi.org/10.1787/9789264065659-es>.
- Ospina, A., Ospina-Holguín, J., y Medina-Vásquez, J. (2022). *Importancia y efecto de los factores financieros y asociados a la financiación en la intensidad de la innovación de las pymes colombianas. Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 93-115.

Otero, M. y Rhyne, E (1998). El nuevo mundo de las finanzas micro empresariales. México: Eds. Plaza y Valdés.

Oviedo, H. y Campo, A. (2005). *Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach*. Revista Colombiana de Psiquiatría, 34(4), 572-580. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009&lng=en&tlng=es.

Peñaloza-Bolaños, L. (2016). *Tesina La cultura financiera y su efecto en la toma de decisiones de los empresarios*. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/19575/1/30.%20Laura%20Pe%C3%B1aloza%20Bola%C3%B1os.pdf>

Perdomo, A (1998). Planeación Financiera. (4 Ed.). México, D.F, México.: ECAFSA.

Pérez, E., y Titelman, D. (eds.). (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo*. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe-Cepal. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44213/1/S1800568_es.pdf

Portal-Boza, M., Bernal-Escoto, B. E., Duniesky, F.-M., y Valdes-Pasarón, S. (2018). *Análisis comparativo de las fuentes de financiamiento de las MIPYMES*. Recuperado de: [http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_3/2%20PORTAL BERNAL FEI TO VALDES.pdf](http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_3/2%20PORTAL%20BERNAL%20FEI%20VALDES.pdf)

Pursell, S. (s.f) Sistemas de información en las empresas: tipos, funciones y ejemplos. Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/sistema-informacion>

Recendiz, F. (2021). *Fuentes de Financiamiento de una empresa y tipos de fuentes*. Fondimex. Recuperado de <https://fondimex.com/blog/fuentes-de-financiamiento>

Reyes, A (2020). Factores clave de rendimiento para optimizar costos en proyectos de empresas manufactureras de Tecate-Tijuana BC, México [Tesis para obtener el grado de Doctor en Contaduría] Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Contaduría Publica y Administración.

Robles, P. y Rojas, M. (2015). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en lingüística aplicada*. Revista Nebrija de Lingüística Aplicada, núm. 18. Recuperado de https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf

Rodríguez, A. (2022). *Desafíos de las mipymes de América Latina y el Caribe en su internacionalización*. Revista Cubana de Economía Internacional, 8(1), 111-145.

- Romero, Y., y Ramírez, J. (2018). Relación de la toma de decisiones financieras con el nivel de conocimiento financiero en las mipymes. *Suma de Negocios*, 9(19), 36-44. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-910X2018000100036
- Rosales, R. (2021). Baja California se convierte en la séptima economía más grande del país. Recuperado de: <https://www.eleconomista.com.mx/estados/Baja-California-se-convierte-en-la-septima-economia-mas-grande-del-pais-20211209-0150.html>
- Saavedra, M., Moreno, H., y Hernandez, G. (2008). *Caracterización de las MIPYMES en latinoamerica: Un Estudio Comparativo*. *Revista Internacional de la nueva Generación Organizacional* (7), 57-74. Obtenido de: https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/icea/LI_SisInfoFin/Herib_More/mipymes.pdf
- Saavedra, M. y Saavedra, M. E. (2014). *La pyme como generadora de empleo en México*. *Clío América*, 8(16), 153-172. <https://doi.org/10.21676/23897848.1350>
- Sangabriel, C., Sangabriel, I., y Mavil, J. (2020). *Las micro, pequeñas y medianas empresas ante la oportunidad de la sustentabilidad*. *Ciencia Administrativa* (1), 70-78. Recuperado de: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2020/09/07CA2020-01.pdf>
- Secretaría de Turismo (2019). *Tecate, Baja California*. Recuperado de: <https://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/tecate-baja-california/>
- Secretaría de Turismo (2020). Celebrando la gastronomía mexicana diez años de ser Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/celebra-la-gastronomia-mexicana-diez-anos-de-ser-patrimonio-inmaterial-de-la-humanidad-257259?idiom=es>.
- Segura, J (2020) Modelo de educación financiera para mipymes. *Modelos empresariales para la gestión organizacional y financiera en las MIPYMES*, 17. Recuperado de: https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/11266/1/Libros_Modelos%20empresariales%20para%20la%20gesti%C3%B3n%20organizacional%20y%20financiera%20en%20las%20MIPYMES_2020.pdf#page=21
- Soledispa-Rodríguez, X., Álvarez-Rivera, I., Baque-Suarez, A. y Cantos-Castro, B. (2021). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de las pymes. Recuperado de: [Dialnet-TecnologiasDeInformacionYComunicacionEnLaGestionEm-7926835%20\(1\).pdf](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926835)

- Soto, L. y Madrid, J., (2019) "*Innovación: ¿Es una realidad en las micro, medianas y pequeñas empresas (MiPyME's) de Ciudad Juárez, México?*". *Respuestas*, vol. 25, no. S1, pp. 57-66. Recuperado de: <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/respuestas/article/view/1902>
- Soto, L. Madrid, J., Peinado, P. y Balderrama, C. (2018). Identificación de factores organizacionales internos de Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPYMES) en Ciudad Juárez, Chihuahua, Mx. que impactan su desarrollo, supervivencia y éxito. *Academia Journals*. Instituto de Arquitectura Diseño y Arte.
- SPSS Statistics (2023). *Prueba de KMO y Bartlett*. Recuperado de: <https://www.ibm.com/docs/es/spss-statistics/29.0.0?topic=detection-kmo-bartletts-test>
- Soberanes, L., Noriega, M., y Flores, L. (2021). *La gestión financiera en las MIPYMES de la ciudad de Huajuapán de León Oaxaca, México y su relación con la competitividad*. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. 17(32). <https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v17i32.3490>
- Tenelanda, M., Haro, P., y Redrobán, M. (2019). *La planeación financiera como herramienta de gestión para mejorar la rentabilidad en las instituciones financieras*. *Ciencia Digital*, 3(2), 702-721.
- Torres, E., y López-Lira, A (2021). *Factores que influyen en la sostenibilidad de las PyMES del sector restaurantero del municipio de Monterrey*. *Innovaciones de negocios*, 18(35). Recuperado de: <https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/360/377>
- Torres, J (2021) *Fiabilidad de las escalas: interpretación y limitaciones del Alfa de Cronbach*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/350590351_Fiabilidad_de_las_escalas_interpretacion_y_limitaciones_del_Alfa_de_Cronbach
- Useche, M., Salazar, F., Barragán, C., y Sánchez, P. (2020). *Horizontes estratégicos empresariales en América Latina ante la pandemia generada por la COVID-19*. *SUMMA*. *Revista Disciplinaria En Ciencias Económicas y Sociales*, 59-86. DOI: <https://doi.org/10.47666/summa.2.esp.07>
- Vega, J., Romero, S. y Guzmán, G. (2018). *Marketing digital y las finanzas de las PYMES*. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información (RITI)*, 6 (12), 100-106. Recuperado de: <http://www.riti.es/ojs2018/inicio/index.php/riti/article/view/108>
- Villafranco, G. (2017). *Sólo el 6% de Pymes aprovecha las tecnologías de la información*. *Forbes México*. Recuperado de: <https://www.forbes.com.mx/solo-6-pymes-aprovecha-las-tecnologias-la-informacion/>

Waniak, H., y Gheribi, E. (2018). *Las fuentes de financiación para Pymes en Polonia*. Management y Education, 15-21.

Web y Empresas (2023) ¿Cómo Maximizar las Utilidades? Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/maximizar-las-utilidades/>.

Yepes, A. (2019). *Implementación de la innovación en las Mipymes para su desarrollo y competitividad*.

ANEXO 1. VALIDACIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

INSTRUCCIONES: Indique el nivel de importancia de los siguientes ítems con respecto a la variable que se les asigna a las siguientes preguntas. Considerado que: 1 es Esencial, 2 Útil, 3, No esencial/No importante. Tache con una X la respuesta correcta.

Validador

Número de Cuestionario

ITEMS	ESENCIAL	UTIL	NO ESENCIAL / NO IMPORTANTE
	1	2	3
DATOS GENERALES			
Nombre completo (Opcional)			
Sexo			
Edad			
Correo electrónico (Opcional)			
Estatus Fiscal del negocio			
Antigüedad del negocio			
Cantidad de empleados			

VARIABLE DEPENDIENTE: OPTIMIZACION DE LAS UTILIDADES			
Considero rentable tener un negocio en la actualidad			
Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio			
Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable.			
Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado.			
VARIABLE INDEPENDIENTE: EDUCACION FINANCIERA			
Dimensión: Planeación Financiera			
CEF12 Me planteo metas y objetivos a lograr en cada período y logro cumplir con ellos.			
CEF15 Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos.			
CEF17 Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización			
Dimensión: Gestión Financiera			
CEF08 Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no.			

CEF21 Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados.			
Dimensión: Fuentes de Financiamiento			
CEF16 He participado en eventos de capacitación financiera			
CEF18 Conozco el funcionamiento de las instituciones financiera, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento.			
CEF20 Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades.			
VARIABLE INDEPENDIENTE: INNOVACION			
Dimensión: Innovación de Productos			
INN13 Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio.			
INN26 Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores.			
INN27 Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia.			
INN29 Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan			

repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización.			
Dimensión: Innovación de Procesos			
INN24 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia			
INN25 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia			
INN31 Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos			
Dimensión: Innovación Organizativa			
INN28 Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos			
INN30 Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización. Para que sea innovación deben ser nuevos procesos			
VARIABLE INDEPENDIENTE: TICS			
Dimensión: Instrumento de Comunicación			
TICS33 Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio.			

TICS34 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos.			
TICS35 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios.			
TICS36 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores.			
TICS37 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes.			
TICS38 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación como medio de publicidad.			
Dimensión: Instrumento de Control			
TICS39 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de mis inventarios.			
TICS40 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de ventas.			
TICS41 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de procesos administrativos.			

ANEXO 2. INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

CUESTIONARIO SOBRE LA EDUCACIÓN FINANCIERA, LA INNOVACION Y EL CONOCIMIENTO DEL USO DE LAS TIC CON LA QUE CUENTA LAS MIPYMES EN TECATE DEL SECTOR RESTAURANTERO CON RESPECTO A LA OPTIMIZACION DE SUS UTILIDADES	
OBJETIVO DE LA ENCUESTA: La siguiente encuesta tiene como finalidad la recolección de información representativa de las micro, pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Tecate con respecto a su desarrollo económico a través de los conocimientos gerenciales y de emprendimiento tales como la educación financiera, innovación de productos y/o servicios y el uso de Tecnologías de la información, para que con ello el empresario pueda obtener un rendimiento óptimo en sus utilidades.	
Sexo	<ol style="list-style-type: none">1. Femenino2. Masculino
Edad	<ol style="list-style-type: none">1. Edad de 18 a 25 años2. Edad de 26 a 35 años3. Edad de 36 a 50 años4. Más de 50 años
Estatus Fiscal del negocio	<ol style="list-style-type: none">1. Me encuentro registrado ante Hacienda2. Me encuentro en la informalidad
Antigüedad del negocio	<ol style="list-style-type: none">1. Menos de un año2. De un año a cinco años3. De seis a 10 años4. Mas de 10 años
Cantidad de empleados	<ol style="list-style-type: none">1. No tengo empleados2. De 1 a 10 empleados3. De 11 a 25 empleados4. De 26 a 50 empleados5. Mas de 50 empleados.
VARIABLE DEPENDIENTE: OPTIMIZACION DE LAS UTILIDADES	
Considero rentable tener un negocio en la actualidad	<ol style="list-style-type: none">1. Totalmente de acuerdo2. De acuerdo3. Neutral4. En desacuerdo5. Totalmente en desacuerdo
Conozco mis obligaciones como propietario de un negocio	<ol style="list-style-type: none">1. Totalmente de acuerdo2. De acuerdo3. Neutral4. En desacuerdo

5. Totalmente en desacuerdo
<p>Considero que requiero de una capacitación para conocer las herramientas que me ayuden a ser una empresa rentable.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>Utilizo herramientas de planeación estratégica para crear ventajas competitivas y permanecer en el mercado.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
VARIABLE INDEPENDIENTE: EDUCACION FINANCIERA
Dimensión: Planeación Financiera
<p>CEF12 Me planteo metas y objetivos a lograr en cada período y logro cumplir con ellos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>CEF15 Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>CEF17 Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
Dimensión: Gestión Financiera
<p>CEF08 Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no.</p>

<p>CEF21 Antes de realizar un proyecto, analizo las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizo una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>Dimensión: Fuentes de Financiamiento</p>
<p>CEF16 He participado en eventos de capacitación financiera</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>CEF18 Conozco el funcionamiento de las instituciones financiera, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>CEF20 Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: INNOVACION</p>
<p>Dimensión: Innovación de Productos</p>
<p>INN13 Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>INN26 Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo

<p>INN27 Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>INN29 Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>Dimensión: Innovación de Procesos</p>
<p>INN24 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>INN25 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>INN31 Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>Dimensión: Innovación Organizativa</p>
<p>INN28 Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral

<ul style="list-style-type: none"> 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>INN30 Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>VARIABLE INDEPENDIENTE: TICS</p>
<p>Dimensión: Instrumento de Comunicación</p>
<p>TICS33 Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>TICS34 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>TICS35 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>TICS36 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo
<p>TICS37 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Totalmente de acuerdo 2. De acuerdo 3. Neutral 4. En desacuerdo 5. Totalmente en desacuerdo

TICS38 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación como medio de publicidad.

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Neutral
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

Dimensión: Instrumento de Control

TICS39 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de mis inventarios.

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Neutral
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

TICS40 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de ventas.

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Neutral
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

TICS41 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de procesos administrativos.

1. Totalmente de acuerdo
2. De acuerdo
3. Neutral
4. En desacuerdo
5. Totalmente en desacuerdo

ANEXO 3 MATRIZ DE FACTOR ROTADO

Matriz de Factor Rotado: Planeación Financiera, Gestión Financiera y Fuentes de Financiamiento

	Factor		
	PLANEACIÓN FINANCIERA	GESTIÓN FINANCIERA	FUENTES DE FINANCIAMIENTO
CEF21 Antes de realizar un proyecto, analizó las circunstancias internas y externas que puedan afectar a mi organización, realizó una investigación detallada y tomo decisiones en base a los resultados.	0.311	0.350	-0.001
CEF08 Conozco las herramientas financieras que determinan si mi organización es rentable o no.	0.378	0.604	0.019
CEF15 Me encuentro lo suficientemente capacitado en relación con educación financiera para llevar a cabo las funciones básicas de mi empresa y obtener rendimientos.	0.708	0.294	0.217
CEF12 Me planteo metas y objetivos a lograr en cada período y logro cumplir con ellos.	0.574	0.469	-0.047

CEF16 He participado en eventos de capacitación financiera	0.125	0.105	0.901
CEF18 Conozco el funcionamiento de las instituciones financieras, tales como mis derechos y obligaciones al adquirir un financiamiento.	0.798	0.011	0.085
CEF17 Conozco los organismos que pueden apoyarme en caso de tener dudas con el funcionamiento administrativo y financiero de mi organización	0.726	0.084	0.546
CEF20 Considero que adquirir un financiamiento es complicado y está fuera de mis posibilidades.	-0.111	0.923	0.224

**Extraction Method: Principal Axis Factoring.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.**

a. Rotation converged in 6 iterations.

Fuente: Elaboración propia a través del sistema SPSS V₆

Matriz de Factor Rotado: Innovación de Producto, Innovación de Proceso e Innovación Organizativa

	Factor		
	INNOVACIÓN PRODUCTO	INNOVACIÓN PROCESO	INNOVACIÓN ORGANIZATIVA
INN27 Considero que siempre se debe de mantener una innovación en los productos y/o servicios que ofrezco para mantener el interés de los clientes o me mantengo en la constancia.	0.604	0.569	0.102
INN29 Considero que el nivel de innovación en los productos y/o servicios que se ofertan repercute en las utilidades que obtendré por la operación de mi organización.	-0.034	0.551	0.162
INN24 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de productos y servicios para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia	0.392	0.894	-0.032
INN31 Analizo los procesos que empleo en mi organización y aplico mejoras continuamente para aumentar la eficiencia de estos	0.952	0.061	0.105
INN25 Me interesa adquirir conocimientos en procesos de innovación para el desarrollo de procesos para obtener una ventaja competitiva ante mi competencia	0.260	0.878	-0.089
INN13 Cuento con el equipo y las herramientas necesarias para realizar mis productos o para prestar mi servicio.	0.733	0.378	0.338

INN30 Conozco todos los procesos que se ejecutan en mi organización.	0.846	0.126	0.024
INN28 Me capacito en las herramientas que puedan desarrollar mi sentido de innovación y mantengo una mejora continua en mis procesos.	0.234	-0.206	0.746
INN26 Los productos y/o servicios que ofrezco a mis clientes son innovadores para el mercado en el que me desarrollo o son productos y/o servicios imitadores.	0.005	0.422	0.841

Extraction Method: Principal Axis Factoring.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Fuente: Elaboración propia a través del sistema SPSS

Matriz de Factor Rotado: Instrumento de comunicación e Instrumento de Control

	Factor	
	INSTRUMENTO COMUNICACIÓN	INSTRUMENTO CONTROL
TICS33 Cuento con el conocimiento necesario para usar Tecnologías de la información en mi negocio.	0.750	0.461
TICS34 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación para el control y evaluación de mis procesos.	0.817	0.459
TICS35 Aplico las Tecnologías de la información y la comunicación como herramienta de promoción de mis productos y/o servicios.	0.950	0.227
TICS36 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis proveedores.	0.908	0.353
TICS37 Conozco el alcance que tienen las tecnologías de la información y la comunicación y las utilizo para comunicarme con mis clientes.	0.979	0.023

TICS38 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación como medio de publicidad.	0.925	0.254
TICS39 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de mis inventarios.	0.001	0.604
TICS40 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de ventas.	0.392	0.800
TICS41 Utilizo las Tecnologías de la información y la comunicación para el control de procesos administrativos.	0.420	0.784

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Fuente: Elaboración propia a través del sistema SPSS