

LA CULTURA FINANCIERA DE LOS EMPRESARIOS PYME DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Denisse Chavarría Burgoa

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México
México
denia79@gmail.com

María Luisa Saavedra García

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México
México
maluisasaavedra@yahoo.com

Blanca Tapia Sánchez

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Nacional Autónoma de México
México
btapia@fca.unam.mx

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad conocer el perfil de los empresarios y las características de su cultura financiera, con la finalidad de determinar si ésta impacta en el crecimiento, desarrollo y permanencia de sus negocios. Se trabajó con una muestra de 296 pequeñas y medianas empresas (Pyme) que corresponden a las 16 demarcaciones de la Ciudad de México, se recolectaron los datos con un cuestionario de 75 preguntas recabando información general sobre cuestiones demográficas, permanencia, planeación financiera, contabilidad, crecimiento-desarrollo y cultura financiera. Los principales hallazgos permiten saber que el personal responsable de las Pyme, no cuentan con una cultura financiera formal o avalada por una institución académica, pero muestran conocimientos empíricos sobre temas de ahorro e inversión, que en los negocios con mayor antigüedad han permitido un manejo más eficiente de sus recursos. Existe inclinación hacia la evasión de impuestos, así como resistencia al uso de productos de instituciones financieras por considerarlos deshonestos.

Palabras clave: Cultura financiera, Pyme, crecimiento, permanencia-Antigüedad

Introducción

A finales del año 2020 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2020), reportó el cierre de un millón quinientos ochenta y tres mil Pyme, sin embargo, existe una afectación mundial a la economía de los países derivada de la pandemia por COVID- 19. Por ello se consideró importante revisar si el cierre de estos negocios principalmente dedicados al sector servicios es consecuencia de la crisis sanitaria, de una cuestión económica en el país o probablemente tiene su origen en la falta de conocimientos financieros por parte de los dueños de estos negocios quienes llevan la administración de sus negocios de manera empírica y donde regularmente no existe una clara diferenciación de los bienes de la empresa con los de la familia.

Esta investigación tiene como finalidad identificar el perfil de los empresarios de las Pyme de la Ciudad de México y explorar si existe una cultura financiera en ellos, así como determinar el impacto en el crecimiento y permanencia de sus negocios. Pues, aunque se sabe que existen muchas investigaciones sobre cultura financiera, esta ha sido poco explorada en el contexto de las Pyme, sobre todo en países en vías de desarrollo (Jianmu & KMMCB, 2019).

Para llevar a cabo esta investigación se aplicó un cuestionario a una muestra de 296 Pyme, con el que recabo información sobre las generalidades del negocio, la forma de administración, la formación académica del personal responsable y los cursos en temas financieros a los que tienen acceso. Los principales hallazgos dejan ver que los empresarios no cuentan con una cultura financiera formal, pero si tienen conocimientos empíricos de ahorro e inversión.

Este trabajo se estructuro en tres apartados, en el primero de desarrolla el marco teórico, en la segunda se describe el método y en la tercera se presentan el análisis en interpretación de los resultados, para por último incluir las conclusiones del estudio.

Marco Teórico

Cultura financiera

Es un término que usualmente es relacionado con Educación financiera y se puede encontrar diversas definiciones de éste, por ejemplo, para autores como Ruiz, Salazar, Valdivia, Hernández, y Huerta (2021) la

Cultura Financiera consiste en capacitarse en temas financieros para una mejor toma de decisiones; ya que a través de esto es posible la minimización de riesgo y se mejora el proceso de dirección.

De acuerdo con Domínguez (2020), la Cultura Financiera aumenta el éxito de emprendedores porque representa un bien intangible que permite a las empresas conseguir y mantener ventajas competitivas a mediano y largo plazo. Maldonado, Cabrera, Duarte y Rodríguez (2019) relacionan el concepto de Cultura financiera con la educación de los empresarios porque les permite identificar una visión en el manejo económico y financiero de la empresa.

Así pues, la Cultura Financiera puede concebirse como la mezcla de estudios y habilidades con que cuentan los empresarios (Basú, 2005). La Cultura Financiera se basa en el conocimiento del dinero y los productos financieros que permite a los empresarios la toma de decisiones en el manejo de sus finanzas.

De las definiciones anteriores, se puede deducir que la Educación Financiera es parte del término Cultura Financiera y consiste en el conjunto de creencias, normas y habilidades financieras que necesitan los empresarios al momento de tomar decisiones, pero evaluando los riesgos y oportunidades de éstas. Lo anterior, con el fin de lograr negocios con crecimiento/desarrollo y permanencia en los mercados.

De acuerdo con Nohong et al. (2019) y Okello et al. (2016), las Pyme que son conducidas por un gestor que cuenta con educación financiera, buscan la supervivencia tomando decisiones efectivas en su gestión financiera, usando herramientas estratégicas para la asignación de sus recursos financieros, obteniendo de este modo fortaleza financiera; así también comprenden y analizan los productos financieros que resultan convenientes para su gestión, manteniendo un nivel de deuda acorde a su capacidad de generación de flujos futuros de efectivo. Por otra parte, Bongomin et al. (2017) afirman que el bajo nivel de educación financiera del empresario o gestos de las Pyme, afecta considerablemente la toma de decisiones financieras. Coincidiendo en lo anterior, Omer et al. (2019), sugieren que una de las principales causas del fracaso de las Pyme es la falta de educación financiera. Caso contrario Samuel et al. (2019), han encontrado que la educación financiera del propietario de una Pyme, influye en su bienestar financiero.

La Cultura Financiera en México presenta algunas características particulares: Las mujeres muestran porcentajes menores de educación financiera, la educación financiera está asociada a niveles altos de ingresos y logros educativos, hay disparidades geográficas y raciales en términos de la Cultura Financiera (Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNVB], 2023).

A nivel mundial la Cultura Financiera denota características particulares como una planeación para la jubilación, comportamientos de inversión y por ello, promueven una inclusión financiera desde edades tempranas en su población.

Mipyme, es un concepto que hace referencia a las micro, pequeñas y medianas empresas, y en el caso específico de México, estas conforman parte importante en la economía del país porque representan el 99.8% de las unidades económicas (INEGI, 2024), aportan el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 72% de los empleos (Banco de México, 2020).

Como definición de Pyme, según Cardozo (2012) es “una unidad económica productora de bienes y servicios, dirigida por su propietario, de una forma personalizada y autónoma, de pequeña dimensión en cuanto a número de trabajadores y cobertura de mercado”.

En México, las Mipyme se clasifican de acuerdo con lo que refiere el Diario Oficial de la Federación, realizando un cálculo que considera el número de trabajadores y el monto de las ventas, tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1
Crterios para la estratificación de Mipyme en México

Estratificación				
Tamaño	Sector	Rango de número de trabajadores	Rango de monto de ventas anuales (mdp)	Tope máximo combinado*
Micro	Todas	Hasta 10	Hasta \$4	4.6

Pequeña	Comercio	De 11 hasta 30	Desde \$4.01 hasta \$100	93
	Industria y Servicios	De 11 hasta 50	Desde \$4.01 hasta \$100	95
Mediana	Comercio	De 31 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Servicios	De 51 hasta 100	Desde \$100.01 hasta \$250	235
	Industria	De 51 hasta 250	Desde \$100.01 hasta \$250	250

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

Fuente: Diario oficial de la Federación (2009).

En la práctica resulta difícil, conocer el monto de las ventas de las empresas, por esa razón se toma únicamente el dato del número de empleados para determinar el tamaño empresarial.

Crecimiento-desarrollo

De acuerdo con Álvarez y Otero (2014), el concepto de crecimiento de las empresas está ligado al desarrollo y subdesarrollo de los países. Por lo que define al crecimiento como un proceso necesario para la inserción en la economía mundial, a través del desempeño eficiente de sus unidades productivas. Afirma también que el crecimiento de la empresa depende el sector económico donde se ubica.

En el caso de las pequeñas y medianas empresas indica que la clave para su crecimiento es la cooperación, integración de las cadenas de valor y una visión compartida que los proyecte a futuro. En términos generales el crecimiento significa el aumento de las operaciones, es decir, el crecimiento en los cambios que se producen en el nivel de actividad del negocio. Un ejemplo de este crecimiento es el aumento de las ventas y como resultado de la rentabilidad de la empresa entre otros.

Huax y Majluff (1997) e Ignor Ansoff (1997, como se citan en Álvarez, 2007), refieren que existen 7 estrategias para el crecimiento de una empresa: Maximización de ventas a clientes actuales, atracción de nuevos clientes, nuevos productos o servicios, modelos de distribución

novedosos, adquisiciones, expansión a nuevos mercados geográficos y diversificación de nuevos negocios.

Por otra parte, Canals (2000), afirma que el crecimiento de las empresas está influido por el contexto externo, por ejemplo: alianzas, adquisiciones y cooperación con otras empresas. Es decir, que el crecimiento de una empresa involucra analizar factores internos y externos que obstaculizan la extinción de los negocios. Este crecimiento va relacionado con el desarrollo dado que se enfoca hacia la creación de valor o evolución futura del negocio. Por ejemplo: Las Pyme a raíz de la pandemia por Covid-19 tuvieron que adaptar sus modelos de negocio optando por modelos de venta digitales esto dio como resultado un crecimiento en el comercio electrónico y cambios en los patrones de consumo.

Permanencia

Soto y Dolan (2003) refieren que el principal reto que debe enfrentar las Pyme es sobrevivir, puesto que, si el empresario carece de una visión estratégica, ésta limita su toma de decisiones impidiéndole crecer, diversificarse e inclusive incursionar en nuevos mercados. Así también, Buhimila & Dong (2018), sugieren que la educación financiera es capaz de mejorar el proceso de toma de decisiones; por su parte, Surdez, Sandoval y Aguilar (2007) encontraron algunas características que se presentan en empresarios que han logrado permanecer en el mercado, las cuales son responsabilidad, ambición, iniciativa, trabajo arduo, entre otros.

Soto y Dolan (2003), por su parte, mencionan algunas problemáticas similares que presentan las Pyme y que les impiden permanecer en el mercado más allá de su esperanza de vida son:

“a. Dirección con visión de corto plazo: Planificación insuficiente, actuación en forma reactiva e improvisada.

b. Falta de atención a la calidad: Concentrarse en producir y vender sin prestar atención a la calidad del producto, del servicio y a la gestión óptima de los recursos.

- c. Tecnologías de producción inadecuada: Falta de reinversión para mejoramiento de instalaciones y uso de tecnologías.
- d. Información de gestión insuficiente: No contar con información rápida, veraz y oportuna.
- e. Productividad insuficiente: Debido a la falta de motivación y compromiso de los trabajadores.
- f. Estructuras organizativas inadecuadas: Desajuste de las estructuras organizacionales por falta de revisión oportuna.
- g. Escasos medios de financiamiento: Afectación por las continuas crisis económicas y acceso a financiamiento inadecuado, escaso y caro.
- h. Recursos humanos poco calificados: Falta de capacitación al personal por considerarlo un gasto superfluo.
- i. Poca atención a los mercados internacionales: Falta de comprensión del fenómeno de la internacionalización y de la importancia en que las empresas entren en este proceso.
- j. Estructuras financieras inadecuadas: Requieren diseñar e implementar estructuras financieras adecuadas a los cambios del entorno”.

Uno de los aspectos a destacar de acuerdo con Hussain et al. (2018), es que la poca accesibilidad a medios de financiamiento es una consecuencia de la escasa educación financiera con la que cuentan los empresarios, que no le permite contar con habilidades para comprender como elevar su rentabilidad con base en los recursos financieros externos. En congruencia con lo anterior la UNCTAD (2002), refiere que una de las consecuencias importante de la falta de acceso a recursos financieros por parte de las Pyme, es el no poder adquirir tecnologías, ni desarrollar innovaciones (Abiodun & Entebang, 2017) que las harían más competitivas y productivas, asegurando así su permanencia.

La permanencia de las Pyme se define como un sistema de mantenimiento de la empresa en la situación existente bajo condiciones similares de producción, comercialización y financiamiento aceptando pequeñas modificaciones evolutivas. Es decir que la permanencia

conduce a mantenerse en las situaciones presentes. En este sentido, Delgado y Hernández (2021) conciben 4 modelos de Pyme con características específicas, tal como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2
Modelos de desarrollo de las Pyme

Modelo	Característica principal
Japonés	Articulación entre la gran, mediana y pequeña empresa
Italiano	Esquemas de cooperación entre las pequeñas empresas
Americano	Desarrollo de franquicias
Canadiense	Apoyo estatal al sector de micro y pequeñas

Fuente: Elaboración propia con base en Delgado y Hernández (2021).

Solari (2001), visualiza la permanencia como un sistema de comportamiento empresarial, en otras palabras, como un conjunto de elementos articulados que se deben mover si causar efecto.

Por ello realiza una clasificación de empresas en permanencia:

1. Empresas en permanencia: Son aquellas que en los últimos dos años no han realizado modificaciones ni mejoras palpables y tienen crecimientos menores a los promedios. Pueden tener dinamismo, pero no producen crecimiento sistemático. Entre estas, se distinguen dos tipos de acuerdo con las causas que las impulsan:
 - a. Permanencia estructural. Son las que no pueden crecer por causa de una situación de estructura que no las deja impulsarse. Entre estas se cuenta con las que están en sectores muy competidos, generalmente dominados por empresas transnacionales, y las que independientemente de las dificultades del sector, no cuentan con recursos financieros para crecer.
2. Auto permanencia: Son aquellas que tienen posibilidades de crecimiento y desarrollo, pero necesitan efectuar cambios

internos en las relaciones con su entorno para generar un dinamismo creativo. Algunas de ellas tienen permanencia variante que realizan esfuerzos esporádicos e inconsistentes para superar su situación como ejemplo de ellas encontramos a empresas productoras de alimentos (panaderías y tortillerías) entre otros.

A su vez las empresas de permanencia y de auto permanencia, se pueden clasificar en:

- Auto permanencia variante, son aquellas que esporádicamente realizan esfuerzos para mejorar su condición, pero no siguen ninguna estrategia.
- Auto permanencia pura. Estas no realizan ningún tipo de esfuerzo para permanecer.

Becerra et al. (2019,) refieren que en las Pyme el 43% fracasan por errores administrativos y el 24% por errores financieros, esto antes de cumplir el primer año. La mayoría de ellas carecen de competitividad por ello no logran permanecer en el mercado, basan su éxito en la reducción de aspectos como los gastos, la calidad, los servicios, pero no consideran incrementar ventas; otro aspecto es que desconocen donde buscar apoyo, desconocen los apoyos que les brinda el gobierno federal y existe otro tipo de apoyos que no pueden tramitar porque no cuentan con una estructura organizada que es un requisito indispensable para los trámites.

Las empresas que mejor se adaptan al medio ambiente, permanecen en el mercado y para lograrlo es necesario que los consumidores se sientan satisfechos en sus necesidades. Estos factores asociados al entorno se conocen como competencia y demanda.

Método

Se recolectaron los datos de una muestra de sujetos voluntarios de 384 Pyme (ver anexo 1), aplicando un cuestionario que mide aspectos cualitativos con el fin de establecer la relación entre la variable independiente (Cultura financiera) y las variables dependientes (crecimiento/desarrollo y permanencia).

El cuestionario elaborado de acuerdo con la revisión de la literatura (ver tabla 3), se conformó por 75 preguntas divididas en 6 secciones (Demográficas, permanencia, planeación financiera, contabilidad, crecimiento-desarrollo y cultura financiera), estas secciones contienen preguntas con respuestas dicotómicas y preguntas con opciones de respuesta múltiple. Se realizó una prueba piloto con 30 voluntarios, los resultados permitieron realizar ajustes a las preguntas para aclarar su contenido y mejorar las alternativas de respuestas. Las preguntas tuvieron como finalidad conocer en términos generales la forma de generación, administración y control que tienen los dueños de las Pyme en sus negocios y las causas que permiten su permanencia dentro de la economía de México. Asimismo, la sección de cultura financiera contiene preguntas que identifican los conocimientos sobre temas financieros que tienen los dueños de las Pyme y la frecuencia en que los utilizan para la administración de sus negocios. El cuestionario fue aplicado de manera personal a 384 sujetos voluntarios responsables o propietarios de las Pyme.

Tabla 3
Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índice
Cultura Financiera	Comprende habilidades, conocimientos y prácticas necesarias para la toma de decisiones financieras	Demográficas	Generalidades del negocio	Género, Edad empresario, Estudios, Ubicación del negocio
		Perfil financiero	Planeación financiera	Manejo de provisiones, contratos de arrendamiento, local propio-rentado, riesgos
			Uso de Instrumentos financieros	Transferencia, cheques, financiamiento

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índice
			Contabilidad	Registros contables, impuestos, ingresos, gastos
			Capacitación y manejo de personal	Cursos, Capacitación del personal
Permanencia	Mantenimiento de la empresa en la situación existente bajo similares condiciones de producción, comercialización y financiamiento aceptado pequeñas modificaciones evolutivas	Antigüedad	Tiempo del negocio	Años del negocio
			Utilidades	Generación de utilidades, Monto promedio de utilidades
Crecimiento/Desarrollo	Adquisición de aumento	Crecimiento	Nuevos Negocios	Número de nuevos negocios, Aumento de trabajadores, Sucursales, ventas, productos

Fuente: Elaboración propia.

Se utilizaron medidas de tendencia central para identificar la cultura financiera de los empresarios y describir su cultura financiera y se realizó la comprobación de las hipótesis utilizando el método Rho de Spearman.

Las Hipótesis de investigación y nulas que se plantearon son las siguientes:

Hi1: La esperanza de vida de una Pyme depende de los conocimientos del empresario en temas financieros.

Ho1: La esperanza de vida de una Pyme no depende de los conocimientos del empresario en temas financieros

Hi2: El crecimiento de una Pyme está relacionado directamente al nivel de Cultura Financiera del empresario.

Ho2: El crecimiento de una Pyme no está relacionado directamente al nivel de Cultura Financiera del empresario.

Hi3: La permanencia o antigüedad de una Pyme se correlaciona con el nivel de Cultura Financiera del empresario.

Ho3: La permanencia o antigüedad de una Pyme no se correlaciona con el nivel de Cultura Financiera del empresario.

Análisis e interpretación de los resultados

La investigación comprende las 16 demarcaciones que conforman la Ciudad de México (ver anexo 2), inicialmente la muestra a considerar era de 384 encuestas, pero durante la aplicación se encontró poca disponibilidad del personal responsable de los negocios para responder, se negaban por diversos temas como falta de tiempo, temas de seguridad del negocio y prohibición por parte de los dueños en proporcionar información de estos.

En demarcaciones con mayor concentración de negocios como Iztapalapa y Gustavo A Madero se realizaron varias visitas para aplicar el mayor número posible de encuestas, pero demarcaciones como Tláhuac, Álvaro Obregón y Magdalena Contreras, mostraron poca disponibilidad para responderla, por lo que se visitaron diversas concentraciones de negocios en ellas. Por lo anterior, se lograron aplicar 298 encuestas de las cuales 2 fueron descartadas por presentar información inconsistente, quedando finalmente 296 encuestas válidas.

Prueba de Confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach
0.85

La prueba de confiabilidad da como resultado 0.85 este valor indica una alta confiabilidad del conjunto de ítems. Así mismo, sugiere que los ítems tienen una buena consistencia interna y miden de manera coherente las variables evaluadas.

Análisis descriptivo

Perfil de los empresarios de las Pyme de la Ciudad de México

De las 296 encuestas aplicadas, el 42% corresponde a negocios atendidos por mujeres y el 58% por hombres, identificando que existe una proporción similar de mujeres y hombres en los negocios de la Ciudad de México. La edad de los responsables de los negocios se encuentra en un rango de 20 a 30 años, lo que demuestra que se trata de personal joven. Solo el 3.7% de las personas tienen más de 70 años y son dueños de los negocios entrevistados (Ver tabla 3). La última encuesta nacional de inclusión financiera realizada en 2021, se muestra que el 69% de la población que realiza transacciones con medio digitales son jóvenes entre 18 y 29 años, lo que implica que se cuenta con el personal adecuado para llevar a las Pyme a la era digital, lo que incrementaría su competitividad (Comisión Nacional Bancaria y de Valores, 2023).

El 36% de los dueños o encargados de la Pyme, cuenta con estudios de preparatoria (el 55% de dicho personal indicaron ser encargados del negocio), lo cual está arriba del promedio de lo encontrado por INEGI (2018), donde el predominio de nivel de estudios en las microempresas es el nivel básico, mientras que en la pequeña y mediana, alcanzan el nivel básico y el nivel medio superior, en la misma proporción; el 79% de los negocios tienen locales rentados, lo que implica una carga alta para la Pyme al tener que pagar el alquiler, que cada día se eleva más en la Ciudad de México.

En lo que se refiere a la antigüedad, el 30% tiene una antigüedad de 1 a 3 años es decir se trata de negocios relativamente nuevos. El principal riesgo que identifican para su permanencia es la inflación y consideran que las acciones que les ayudaría a no cerrar sus negocios es invertir dinero y tiempo en ellos; siendo coincidente con lo encontrado por INEGI (2018), donde los empresarios señalaron que el principal problema es la inseguridad y en segundo lugar el alto costo de los servicios y los impuestos. Este aspecto es importante puesto que Ruiz et al. (2021), quienes indican que la cultura financiera comprende la identificación y minimización de riesgos del negocio.

El giro que predominante en la muestra, es el dedicado a la venta de abarrotes y solo el 11% de los negocios visitados tienen más de 30 años en el mercado. Lo anterior coincide con Cardozo (2012, como se cita en Saavedra y Hernández, 2008), quienes mencionan que predomina en un 87% las Pyme a nivel Latinoamérica dedicadas al sector comercio y servicios. Así como, con lo encontrado por INEGI (2018), que determina que el giro de comercio y servicios en México, en el caso de la Pyme alcanza el 86%.

Solo el 8% de los negocios visitados indicaron que tienen otros negocios y estos van de 1 a 3, regularmente dedicados al mismo giro. Por otra parte, el 52% de los negocios indicaron que a pesar de la pandemia crecieron entre el 5% y 20% en ventas y productos. Lo anterior coincide con lo expuesto por Álvarez y Otero (2014) quienes explican que el crecimiento comprende aumento de ventas y con ello un aumento en la rentabilidad de los negocios, aunque Cortes y Saavedra (2022), refieren que un crecimiento rápido puede disminuir el rendimiento, cuando crecen por debajo del límite de eficiencia. El 5 % de los negocios creció en sucursales, empleados y materia prima. El 93% de los negocios reportó la obtención de utilidades, aunque solo el 37% de ellos indicó que sus utilidades se encuentran en un rango de \$1,000 a \$5,000 pesos, lo cual es positivo si se comparan estos resultados con el reporte de INEGI (2020), el cual refiere que a pesar de que se vieron afectados sus ingresos el 79.9% de las Pyme en México, sobrevivieron a la pandemia COVID 19, en tanto que 20.81% cerraron definitivamente, mientras que pudieron emprender un nuevo negocio 12.75%; por lo tanto se puede afirmar que a las empresas de la muestra les fue mejor que al promedio de las Pyme mexicanas, ante la pandemia COVID 19.

De los 296 negocios visitados, el 58% iniciaron con ahorros propios del dueño, llevan la mayoría de sus operaciones en efectivo (57%) y las registran en libretas de forma diaria. El responsable de llevar la contabilidad principalmente es el dueño con apoyo de un contador. Lo anterior coincide con lo expuesto por Arrubla (2016) ya que concibe a las Pyme como empresas familiares, en ellas, el control y propiedad radican en la misma familia y en la mayoría de los casos en la misma persona. Y con los hallazgos de INEGI (2018), donde solo el 26.6% de las Pyme cuentan con un registro contable propio.

Solo el 25% de ellos solicita créditos y solo el 13% pide asesoría para hacerlo. Usualmente el financiamiento que utilizan es propio, pero en caso de solicitarlo lo hacen en plazos de un año y por importes no mayores a \$5,000 pesos, son créditos personales que utilizan para la mejora de su negocio. Lo que es coincidente con la explicación de Lecuona (2009) quien menciona que las Pyme desvían los créditos solicitados, realizando una reasignación de los recursos sin autorización y conocimiento por parte de su acreedor. Estos resultados coinciden asimismo con lo reportado por INEGI (2018), en el que solo el 15.6% de las microempresas y 27.9% de las pequeñas y medianas empresas, han acudido a fuentes de financiamiento externas.

Recurren a no más de 3 personas o instituciones para solicitar este financiamiento y solo el 4% reportó incumplimientos de pago por falta de dinero. El 57% de ellos recurre al crédito no bancario usualmente a familiares y solo el 5% recurre a las instituciones bancarias por considerarlas deshonestas y por las altas tasas de interés que utilizan. Esta idea converge con los obstáculos a los que se enfrentan las Pyme según los hallazgos de Gómez et al. (2009) y a los criterios comerciales utilizados por las instituciones bancarias mencionadas por De los Santos et al. (2020).

El 22% de ellos han tomado cursos de temas bancarios que usualmente en un año no pasan de 2 cursos y los temas de estos cursos son inversión, ahorro y Administración financiera. En la tabla 4, se presenta un resumen del análisis descriptivo que permite contar con un perfil de las Pyme encuestadas, así como un acercamiento a la educación financiera que poseen los empresarios.

Tabla 4

Análisis descriptivo. Perfil de los empresarios Pyme de la Ciudad de México

Variables	Dimensiones	Indicadores	Porcentaje
Demográficos	Género	Masculino	58%
	Edad	20-30 años	35%
	Estudios	Preparatoria	36%
	Personal responsable	Encargado	55%
	Local	Rentado	79%
Permanencia	Permanencia-antigüedad	1-3 años	30%
	Riesgo del negocio	Inflación	31%
	Acción para evitar cierre de negocio	Dinero y tiempo	49%
	Giro predominante	Abarrotes	10%
Crecimiento	Otros negocios	Si	8%
	Numero de negocios	1 a 3	8%
	Estatus del negocio con respecto al año anterior	Creció	52%
	Crecimiento en ventas	5 al 20%	22%
	Crecimiento en sucursales	5 al 20%	3%
	Crecimiento en productos	5 al 20%	10%
	Crecimiento en empleados y materia prima	5 al 20%	2%
	Utilidades	Si	93%
Cultura Financiera	Tipo de financiamiento inicial	Ahorro propio	58%
	Medios de pago	Efectivo	57%
	Registro de operaciones	Si	76%
	Ubicación del registro	Libreta	45%
	Responsable contabilidad	Dueño y contador	40% respectivamente
	Solicitud de créditos	Si	25%
	Causas de no solicitud	No es de su interés	57%
	Asesoría para solicitar crédito	Si	13%
	Tipo de financiamiento usado	Propio	45%
	importe de crédito	5000 a 50000	14%

Variables	Dimensiones	Indicadores	Porcentaje
	Plazo	1 año	16%
	Tipo de crédito	Personal	15%
	Número de personas que lo financian	1 a 3	47%
	Falta de pago de mensualidad	Si	4%
	Causas del incumplimiento	Falta de dinero	73%
	Uso de Instituciones no bancarias	Si	57%
	Uso de Instituciones bancarias	Si	5%
	Cursos	Si	22%
	Número de cursos	1 a 2	16%
	Cursos de inversión		21%
	Cursos de Ahorro		11%
	Cursos de Administración Financiera		10%

Análisis Correlacional

La cultura financiera vs crecimiento y permanencia de las Pyme

Para determinar el grado de relación de la variable independiente de esta investigación llamada Cultura financiera con respecto a las variables dependientes llamadas crecimiento y permanencia del negocio, se utilizaron la correlación entre ellas, ya que permite identificar el grado de asociación y que tan significativa es ésta.

La prueba de correlación utilizada en la investigación es la de *Spearman*, cuya medida estadística se utiliza para evaluar la relación entre 2 conjuntos de datos. Esta correlación se utiliza cuando los datos son ordinales o cuando la relación entre las dos variables no necesariamente es lineal.

El coeficiente de correlación varía entre -1 y 1 donde -1 indica una correlación perfecta negativa y el valor 0 indica ausencia de correlación, cuando los valores sea más cercanos a 1 se dice que habrá una

correlación más fuerte. Correlación de *Spearman*, es útil cuando las variables no son lineales o los datos no siguen una distribución normal.

Se correlacionaron las variables cultura financiera vs crecimiento vs permanencia, con sus respectivos indicadores, a continuación, solo se muestran aquellas que cuentan con significancia estadística (ver tabla 5).

Tabla 5
Variables con correlación significativa

Variable	Variable correlacionada	<i>Spearman</i>	Significancia
Cultura Financiera	Crecimiento	.479**	0
	Estudios	.412**	0
	Existencia de provisiones	-0.205	0
	Registro de operaciones	-0.415	0
	Capacitación	0.365	0
	Créditos bancarios	-0.49	0
Crecimiento	Cultura financiera	.479**	0
	Otro negocio	-.225**	0
	Número de Sucursales	.409**	0
	Capacitación	.664**	0
	Responsable de capacitación	.621**	0
	Nuevas Formas de Venta	-.460**	0
Permanencia	Edad	.350**	0
	Financiamiento	.145*	0.013
	Ingresos promedio	.147*	0.012
	Entidades que financian	-.115*	0.048
Esperanza de vida	Edad	.392**	0
	Financiamiento	.160**	0.006
	Monto mensual de provisión	.224**	0
	Impuestos	-.279**	0

Nota: Solo se interpretan las correlaciones que alcanzan un valor de 0.40, en adelante.

Cultura Financiera (Culturafinanciera): Tiene una correlación positiva significativa con el crecimiento del negocio (coeficiente de correlación = 0.479). Esto indica que una cultura financiera sólida está asociada con un mayor crecimiento de los negocios. Lo anterior coincide con lo expuesto por Blázquez et al. (2006), quienes conciben el crecimiento como la intención y determinación de los empresarios y directivos que determinan su comportamiento y con lo señalado por Nohong et al. (2019) y Okello et al. (2016), quienes vinculan la cultura financiera del empresario con una eficiente gestión financiera que conduce al éxito del negocio.

Número de Sucursales (Número de sucursales): Tiene una correlación positiva significativa con el crecimiento del negocio (coeficiente de correlación = 0.409). Esto sugiere que, si se tiene un mayor número de sucursales, éstas reflejan un crecimiento de los negocios. Lo anterior coincide con lo expuesto por Álvarez y Otero (2014) quienes indican que el ciclo de vida de la empresa es considerado como una interpretación biológica y lineal (crecimiento lento, rápido y moderado), basado en la capacidad del empresario para crecer considerando el entorno.

Capacitación (Capacitación) y Responsable de Capacitación (responsable de capacitación): Ambas variables tienen correlaciones positivas fuertes y significativas con el crecimiento del negocio (coeficientes de correlación = 0.664 y 0.621, respectivamente). Esto indica que la capacitación y la designación de una persona responsable de la capacitación están relacionadas con un mayor crecimiento del negocio puesto que regularmente quien imparte la capacitación es personal con mayor antigüedad incluyendo al dueño. Este resultado se refuerza con lo expuesto por Blázquez et al. (2006), quienes afirman que el crecimiento de las empresas está condicionado por factores de diversa índole internas y externas que sirven como una estrategia por parte de la dirección con la finalidad de lograr una mayor competitividad y un mejor posicionamiento en el mercado.

Nuevas Formas de Venta (Nuevas formas de venta): Tiene una correlación negativa significativa con el crecimiento del negocio (coeficiente de correlación = -0.460). Esto sugiere que la adopción de nuevas formas de venta podría estar asociada con un menor crecimiento de los negocios, esto podría deberse a que los cambios siempre generan

más inversión al inicio y con el paso del tiempo recién se puede ir dando el crecimiento; por ejemplo; durante la pandemia se adoptaron formas de venta por internet y servicio a domicilio. Lo anterior coincide con lo expuesto por parte de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2023), acerca de que el uso de tecnologías y específicamente el uso de redes sociales impacta el crecimiento y desarrollo de los negocios, de forma positiva, pero se necesita realizar inversiones.

Edad: La variable "Antigüedad" muestra una correlación positiva y significativa con "Edad" (coeficiente de correlación = 0.350, p-valor = 0). Esto indica que, en promedio, a medida que la antigüedad de los negocios aumenta la edad del personal encargado, es decir, es personal con mayor antigüedad y conoce mejor el funcionamiento del negocio. Lo anterior, coincide con lo expuesto por Manuico (2018, como se citó en Avolio, Mesones, Roca (2011) quien afirma que el crecimiento o desarrollo de un negocio incluye variaciones cualitativas en la empresa.

Esperanza de vida con "Edad" refleja una correlación positiva moderada (coeficiente de correlación = 0.392, p-valor = 0). Esto indica que, en promedio a medida que aumenta la edad del dueño o encargado de la Pyme, el negocio incrementa su antigüedad y también sus utilidades. Esto es el resultado de que un encargado con mayor antigüedad refleja un mayor compromiso y apego al negocio.

Comprobación de hipótesis

Esperanza de vida vs Cultura Financiera (H₀₁)

Para determinar si existe relación entre la Esperanza de vida de una Pyme con respecto a la Cultura Financiera del empresario se realizó la prueba Rho de *Spearman* con un 95% de confiabilidad y un error de 5% (ver tabla 6).

Tabla 6

Prueba de comprobación de hipótesis Esperanza de vida de la Pyme-Cultura Financiera (prueba Rho Spearman)

Variables	Prueba	Resultado		
Esperanza de vida de la Pyme Y Cultura financiera	Rho de <i>Spearman</i>		Esperanza de vida Pyme	Cultura Financiera
		Coeficiente de correlación	1.000	.118
		Sig. (bilateral)	.	.042
		N	296	296
		Coeficiente de correlación	.118	1.000
		Sig. (bilateral)	.042	.
N	296	296		

La variable de Esperanza de vida de una Pyme con respecto a la variable Cultura Financiera tienen una correlación baja (11.8%), pero es significativa puesto que el valor de significancia bilateral es $0.042 < 0.05$, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que la Esperanza de vida de una Pyme depende de la Cultura Financiera que tiene su dueño o responsable.

Cultura financiera vs crecimiento de las Pyme (Ho2)

Para determinar si existe relación entre Cultura Financiera y Crecimiento de los negocios se utilizará la prueba Rho de *Spearman* con un 95% de confiabilidad y un error de 5% (Ver tala 7).

Tabla 7
Prueba de comprobación de hipótesis Cultura Financiera-crecimiento (prueba Rho Spearman)

Variables	Prueba	Resultado	
	Rho de <i>Spearman</i>	Cultura Financiera	Crecimiento

Cultura Financiera y Crecimiento		Coefficiente de correlación	1	0.067
		Sig. (bilateral)	.	0.247
		N	296	296
		Coefficiente de correlación	0.067	1
		Sig. (bilateral)	0.247	.
		N	296	296

Las variables de Cultura Financiera con respecto a la variable crecimiento tienen una correlación baja (6.7%) y no es significativa dado que el valor de significancia bilateral es $0.247 > 0.05$, no se puede rechazar la hipótesis nula y se concluye que la cultura financiera no está relacionada con el crecimiento de la Pyme, es decir, que la Cultura Financiera no tiene impacto de manera inmediata en el Crecimiento de los negocios dado que es necesaria una consolidación del mismo y después la búsqueda de formas de expansión o crecimiento. Por otra parte, es posible que influyan otras variables que impulsen el crecimiento de una Pyme, que pueden ser variables exógenas, como el mercado, las condiciones económicas, políticas, legales, etc.

Cultura financiera vs Antigüedad o permanencia de las Pyme (Ho₃)

Para determinar si existe relación entre cultura financiera y antigüedad de los negocios se utilizará la prueba Rho de *Spearman* con un 95% de confiabilidad y un error de 5%.

Tabla 8
Pruebas de comprobación de hipótesis Cultura Financiera-Antigüedad (prueba Rho Spearman)

Variables	Prueba	Resultado	
		Cultura Financiera	Antigüedad

Cultura Financiera y Antigüedad	Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1	.195
		Sig. (bilateral)	.	0.001
		N	296	296
		Coefficiente de correlación	.195	1
		Sig. (bilateral)	0.001	.
		N	296	296

La variable de Cultura Financiera con respecto a la variable Antigüedad tienen una correlación baja (19.5%), pero es significativa ya que el valor de significancia bilateral es $0.001 < 0.05$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de trabajo, es decir, la Cultura Financiera está relacionada con la permanencia o antigüedad de los negocios.

A continuación, a modo de resumen se presenta en la tabla 9, la forma como se comprobaron las hipótesis planteadas en la investigación.

Tabla 9
Comprobación de hipótesis

Ho	Prueba estadística	Resultado	Decisión
Ho1: La esperanza de vida de una Pyme no depende de los conocimientos del empresario en temas financieros.	Rho <i>Spearman</i> (Tabla 6)	Sig. 0.042 < 0.05 Coeficiente Correlación = 11.8%	Se rechaza
Ho2: El crecimiento de una Pyme no está relacionado directamente al nivel de	Rho <i>Spearman</i> (tabla 7)	Sig. 995 > 0.05 Coeficiente	No se puede rechazar

Ho	Prueba estadística	Resultado	Decisión
cultura financiera del empresario.		Correlación = 6.7%	
Ho: La permanencia o antigüedad de una Pyme no se correlaciona con el nivel de cultura financiera del empresario.	Rho <i>Spearman</i> (tabla 8)	Sig. 001< 0.05 Coeficiente Correlación = 19.5%	Se rechaza

Conclusiones

Los resultados de la investigación indican que no existe una cultura financiera formal en el personal responsable de las Pyme o en los dueños de estas, sus conocimientos se adquieren de forma empírica y en algunos casos se transmiten de generación en generación. Respecto al tipo de financiamiento que usan las Pyme se confirma que los empresarios de la Pyme desconocen cómo está compuesto el sistema financiero mexicano y tampoco tienen un interés por conocerlo ya que tienen una percepción negativa del sector bancario, sus principales fuentes de financiamiento son familiares y amigos a quienes recurren forma esporádica.

Por otra parte, el Sistema Financiero en México tampoco cuenta con la difusión adecuada de sus programas de capacitación en términos de educación financiera y los programas que realizan están más enfocados a la promoción de sus servicios que a permear conocimientos básicos en temas de finanzas. Lo anterior, se contrapone con lo que menciona Molano (2019), donde una cultura financiera supone la existencia de nociones básicas en las características, usos, ventajas y desventajas de los productos financieros.

El nivel de estudios de las personas encargadas de las Pyme o los dueños supera la educación básica y generalmente son personas jóvenes, estos son factores que pueden favorecer y mejorar el desempeño de los negocios, siempre y cuando se proporcione información financiera que sirva para impulsar el crecimiento y permanencia de los negocios. Los negocios de mayor antigüedad y donde la administración está a cargo

de personal de la tercera edad, muestran poca disponibilidad para aprender y manejar nuevos conceptos financieros argumentando que llevan muchos años administrando de esa forma su negocio y por ello no consideran que agregue valor a su negocio. Este resultado es preocupante dado que Ruiz et al. (2021), afirman que la cultura financiera consiste en capacitarse en temas financieros para una mejor toma de decisiones.

Se necesita mayor difusión de los talleres que se imparten en las diferentes alcaldías de la Ciudad de México y que se implementen más talleres enfocados a las Pyme y su relación con las finanzas, buscando que sean impartidos en horarios accesibles para que los dueños o encargados puedan tomarlos, e incluso impartirlos en línea. La mayoría de los encargados o dueños de los negocios visitados indicaron que tienen disponibilidad para aprender sobre temas financieros siempre y cuando no inviertan mucho dinero en ellos dado que argumentan que sus ganancias son mínimas y solo les permiten la continuidad en la operación diaria de sus negocios.

Los dueños de las Pyme tienen que romper los paradigmas sobre la forma de administración que llevan de sus negocios y mantener una mente abierta sobre los beneficios que pueden tener en sus negocios si adoptan una Cultura Financiera, como lo confirma Soto (2016) dado que existe un desarrollo de capacidades en los empresarios que les permite adicionar oportunidades a sus negocios para crecer y permanecer. Lo anterior basado en el supuesto de que la mayoría de estos negocios son el sustento de muchas generaciones familiares.

La Cultura Financiera es fundamental para el éxito y la permanencia de las Pyme, porque al tener un buen conocimiento, comprensión, manejo de los conceptos y herramientas financieras, los dueños pueden tomar decisiones informadas, gestionar eficazmente su flujo de efectivo y garantizar la viabilidad financiera a largo plazo de su negocio. Lo anterior, se comprueba con las hipótesis H_{01} y H_{03} , puesto que resultan significativas, indicando de este modo que la cultura financiera está relacionada con la esperanza de vida y la permanencia de la Pyme, aunque los resultados no muestran correlaciones elevadas (11.8% y 19.5%), si permiten contar con un acercamiento hacia la influencia de la cultura financiera, para la sobrevivencia de las Pyme.

Falta mucho por investigar, se debe seguir realizando trabajo empírico con el sector pyme incluyendo nuevas variables de conocimientos financieros, tales como el uso de *crowdfunding*, así como intentar conocer el impacto de los cursos sobre cultura financiera en los empresarios y sus empresas, para proponer temas que realmente sean de utilidad para llevar una buena gestión financiera de sus negocios.

Referencias

Abiodun, A. & Entebang, H. (2017). SME Managers and Financial Literacy. *Global Business Review*, 18(3), 1-18.

Álvarez, H. (2007). *La estructura de financiamiento y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Un enfoque estratégico que puede explicar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas.* Universidad de Córdoba, Argentina.

Álvarez, P., & Otero, C. (2014). Determinantes de la elección de una estrategia de marca tras la fusión/adquisición. *Universia Business Review*, (43), 84-103.
<https://www.redalyc.org/pdf/433/43331899001.pdf>

Arrubla, M. (2016). Finanzas y educación financiera en las empresas familiares Pyme. *Sinapsis* (8), 99- 118.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5732164>

Ansoff, I (1997) *La dirección estratégica en la práctica empresarial.* Addison-Wesley Iberoamericana, Delaware (USA).

Asociación de internet Mx [AMIPCI] (2023). 19° Estudio sobre los hábitos de usuarios de internet en México 2023. El autor.

Avolio, B.; Mesones, A.; Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, (22), 70-80.
<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/4126/4094>

Banco de México (2020). Producto Interno Bruto (CR-199).
<https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInte>

rnetAction.do?sector=2&accion=consultarCuadro&idCuadro=C
R199&locale=es

- Basú, S. (2005). Discussion of "Conditional and Unconditional Conservatism: Concepts and Modeling. *Review of Accounting Studies*, (10), 311-321. <https://doi.org/10.1007/s11142-005-1533-5>
- Becerra Bizarrón, M. E., Delgado Díaz, L. A., & Sandoval Ballesteros, G. D. (2019). Identidad organizacional y cohesión social, como elementos de permanencia de las microempresas de Puerto Vallarta, Jalisco. *Ciencias Administrativas. Teoría y Praxis*, 14(1), 103–114.
- Blázquez Santana, F., Dorta Velázquez, J. A., & Verona Martel, M. C. (2006). Factores del crecimiento empresarial: Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *Innovar*, 16(28), 43-56. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802804.pdf>
- Bongomin, G.C., Mpeera, J., Munene, J.C. & Akol C. (2017). The relationship between Access to finance and growth of SMEs in developing economies: financial literacy as a moderator. *International Business and Strategy*, (1), 1-24.
- Buhimila, J., & Dong, H. (2018). Use of Technology and financial Literacy on SMEs Practices and Performance in Developing Economies. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 9(6), 74-82.
- Canals, J. (2000). *La gestión del crecimiento de la empresa*. Mc Graw Hill.
- Cardozo, E., Velázquez, y Rodríguez, C. (2012). Revisión de la definición de Pyme en América Latina. In ETS I (UPM), Tenth LACCEI Latin American and Caribbean Conference (LACCEI'2012). <http://adingor.es/congresos/web/articulo/detalle/a/2294>
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV] (2023). *Panorama Anual de Inclusión Financiera 2023*. El autor.
- Cortes Castillo, M. y Saavedra García, M. (2022). Franquiciantes mexicanos. Una aproximación a las diferencias entre la

supervivencia, el abandono y el fracaso. *Revista Suma de Negocios*, 13(28), 28-38. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2022.V13.N28.A4>

De los Santos, L., Guzmán, C., y Martínez, G. (2020). Microcréditos, financiamiento alternativo en Pyme mexicanas: revisión de evidencia reciente. *Publicaciones e Investigación*, 14(1). <https://doi.org/10.22490/25394088.4056>

Delgado, V., y Hernández, D. (2021). Factores que determinan la permanencia de las micro y pequeñas empresas: Estudio de caso en Santa Ana Chiautempan, Tlaxcala. *Temas de ciencia y tecnología*, 25, (74). https://www.utm.mx/edi_anteriores/temas74/Factores.pdf

Diario Oficial de la Federación (2009). *Acuerdo para la estratificación de las micro, pequeñas y medianas empresas*. 30 de junio. Secretaría de Economía.

Domínguez, J. (2020). La cultura financiera de empresarios y emprendedores según la metodología de la OCDE: la adopción de un enfoque didáctico comprehensivo. *Edufinet*. <https://www.edufinet.com/images/EdufiAcademics/ensayos/ensayos-6-2020.pdf>

Gómez, A., García, D. y Marín, S. (2009) Restricciones a la financiación de la Pyme en México: una aproximación empírica. *Análisis Económico*, XXIV(57), 217-238. [http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4131222'](http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4131222)

Hax, A. y Majlauf, N. (1997), *Estrategias para el liderazgo competitivo*, Granica, Bs.As, S. Argentina: Dolmen Ediciones. [Libro_Estrategias_para_el_liderazgo_com.pdf](#)

Hussain, J. Salia, S., & Karim, A. (2018). Is knowledge that powerful? Financial literay and access to finance. An analysis of enterprises in the UK. *Journal of Small business and Enterprise Development*, 25(6), 985-1003.

- INEGI (2018). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE) 2018. El autor.
- INEGI (2020). *El INEGI presenta resultados de la segunda edición del ECOVID-IE y del estudio sobre la demografía de los negocios 2020*. Comunicado de Prensa Núm. 617/20, 2 de diciembre de 2020. El autor.
- INEGI (2024). *Estadísticas a propósito del Día de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyme)*. Comunicado de prensa núm. 383/24. 24 de junio de 2024. El autor.
- Jianmu, Y. & KMMCB, K. (2019). How Does Financial Literacy Promote Sustainability in SMEs? A Developing Country perspective. *Sustainability* (11), 1-21.
- Lecuona, R (2009). El financiamiento a las Pyme en México: La experiencia reciente. *Economía UNAM*, 6(17), 69-91. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-952X2009000200004&lng=es&tlng=es
- Maldonado, M., Cabrera, V., Duarte, M. y Rodríguez, M. (2019). La cultura financiera y la creación de emprendimientos en la ciudad de Loja Ecuador. *Polo de Conocimiento*, 4(4), 105-125. <http://doi.org/10.23857/pc.v4i4.939>
- Mañuico, O. (2018). Los niveles educacionales y las capacitaciones empresariales del empresario Mype, su relevancia en la permanencia, crecimiento y desarrollo de su empresa [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional UNFV.
- Molano, A. (2019). *Educación financiera en Pymes de la localidad de Ciudad Bolívar como programa de mejoramiento productivo*. Trabajo de Grado para optar al título de Finanzas y Comercio Internacional. Universidad La Salle, Bogotá.

- Nohong, M., Ali, M., Sohilauw, M., Sobarsyan, M. & Munir, A. (2019). Financial literacy and competitive advantage: SME strategy in reducing business risk. *Espacios*, 40(32), 12-17.
- Okello, G., Ntayi, J., Munene, J., y Nkote, C. (2016), The relationship between Access to finance and growth of SMEs in developing economies: financial literacy as a moderator. *Review of Internacional Business and Strategy*, 1 (1), 1-22.
- Omer, B., Atiqah, A., Mazhar, K. (2019). Financial Literacy Among SME'S in Malaysia. *Humanities & social Sciences Reviews*, 7(2), 376-383.
- Pavón, L., (2016). Inclusión financiera de las Pyme en el Ecuador y México. Publicación de las Naciones Unidas. CEPAL - Serie Financiamiento para el Desarrollo N 263. http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40848/1/S1601083_es.pdf
- Ruiz. E., Salazar. J., Valdivia, M., Hernández, M. y Huerta, I. (2021) Usabilidad de los productos financieros en empresarios de las Mipyme en México. *Revista Academia & Negocios*, 7(1), 1-14. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560865631001>
- Saavedra. M. y Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las Myme en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable Faces*, 11(17), 122-134. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25711784011>
- Samuel K., Anokye M., & Otuo S. (2019). Financial Literacy, Cultural Dominance, and Financial Well-Being of SME Owners in Ghana, Poverty & Public Policy, *A Global Journal of Social security, Income, Aid, and Welfare*, 11(3), 222-2237. <https://doi.org/10.1002/pop4.254>
- Solari, A (2001). Economías de Permanencia: Empresas, Changarros y Desarrollo Económico en Ámbitos Regionales. *Economía y Sociedad*, VI (10), 111-130.
- Soto, E. y Dolan, S. (2003). *Las Pyme ante el reto del siglo XXI. Los nuevos mercados globales*. Thomson Editores. México.

Soto, A. (2016). *Cultura Financiera en el desarrollo de empresas familiares*. Contaduría Pública. México.

UNCTAD (2002). Trade and Development Board. Commission on Enterprises, Business Facilitation and Development Expert Meeting on Improving the Competitiveness of SMEs through Enhancing Productive Capacity: Financing Technology, Geneva, 28–30 October 2002. https://unctad.org/system/files/official-document/c3em16d2_en.pdf

Surdez, E., Sandoval, M., Aguilar, N. (2007) El empresario administrador de empresas pequeñas industriales consolidadas en Villahermosa, Tabasco. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 13(35),17-28.

Anexo 1. Cálculo de la Muestra

Cálculo para determinar la muestra en una población de 457,002 Pymes existentes en la Ciudad de México en 2022 según cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) con un 95% de confianza, con resultado de 384 encuestas, las cuales se aplicaron de manera presencial en las 16 demarcaciones de la ciudad de México a cualquier giro de negocio.

Determinación del tamaño de la muestra (95% de Confianza y 5% de error)

Fórmula estadística	Población	Muestra
$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * N * p * q}{i^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 * N * p * q}$	457,002	384

Donde:

n= Al tamaño de la muestra

Z α = Nivel de confianza del 95%

P=proporción esperada

q= 1-p

N= Total de la población

i= Error de estimación máximo aceptado

Anexo 2. Entrevistas aplicadas por demarcación y giro

Porcentaje de entrevistas aplicadas por demarcación.

Demarcación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Álvaro Obregón	10	3.4	3.4
Azcapotzalco	10	3.4	6.8
Benito Juárez	12	4.1	10.9
Coyoacán	19	6.4	17.3
Cuauhtémoc	20	6.8	24.1
Cuajimalpa	16	5.4	29.5
Gustavo A. Madero	36	12.2	41.7
Iztacalco	29	9.8	51.5
Iztapalapa	34	11.5	63.0
Magdalena Contreras	10	3.4	66.4
Miguel Hidalgo	14	4.7	71.1
Milpa Alta	20	6.8	77.9
Tláhuac	10	3.4	81.3
Tlalpan	27	9.1	90.4
Venustiano Carranza	10	3.4	93.8
Xochimilco	19	6.4	100
Total	296	100	

Tabla cruzada Giro*Demarcación

	Álv aro O	AZ C	Ben ito Jua rés	Co y	Cu auh - tem oc	Cua jima l-pa	GA M	Izta - calc o	Izta pa- lap a	Mag dale na. C	Mig uel Hida lgo	Mi lpa A	Tl a- hú ac	Tl al- pa n	V. C	Xoc hi- mil co	Tot al
G Arregl i o de r ropa y o calzad o	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	4
Artícu los de limpie za	0	2	0	0	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0	0	7
Artícu los de línea blanca	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	3
Bar	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Bellez a	0	2	1	1	3	1	2	2	5	2	0	3	0	1	2	2	25

Cafeterías y venta de té	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	4
Construcción	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	3
Control de plagas	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Cremerías	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	3
Dulcería	1	0	1	1	2	1	0	1	1	0	0	2	0	0		0	10
Electrodomésticos	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Farmacias	0	0	0	1	1	0	0	2	2	0	2	2	1	5	3	1	17
Ferretería	0	0	0	2	0	1	3	1	1	0	0	1	0	0	0	1	10
Florería	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3
Funeraria	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Herrería	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2

Lavanderías	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Mascotas y accesorios	0	1	1	2	0	1	1	0	1	0	1	1	2	0	1	0	11
Mercedería	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Mueblería	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	3
Nevería	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	6
Panadería	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	0	0	1	1	5
Papejería y Regalos	1	0	1	2	0	1	1	3	1	2	0	0	1	2	0	1	16
Productos naturalistas	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Purificador de agua	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	0	0	0	0	0	4

Relojería	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Restaurantes	0	1	2	3	5	0	3	1	1	0	0	1	1	7	0	0	29	
Ropa y calzado	4	0	1	0	0	2	0	3	0	0	0	2	2	0	1	7	21	
Rótulos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
Servicio de Automóvil	0	1	0	0	0	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	2	9	
Tecnologías de la Información	0	0	0	2	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	9	
Tortillería	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	0	2	1	0	7	
Venta de abarrotes	0	0	2	2	1	1	3	4	6	2	1	2	2	2	0	0	30	

Venta de Carne y frutas	1	0	0	1	0	5	2	2	3	1	0	4	0	1	0	0	22
Otros	2	0	2	1	3	0	4	1	3	0	3	0	0	2	0	1	23
Total	10	10	12	19	20	16	36	29	34	10	14	20	10	27	10	19	29 6