



Análisis Estadístico de factores de impacto estratégico en las MiyPes de Pátzcuaro Michoacán.

(Statistical analysis of strategic impact factors in the MiyPes of Pátzcuaro Michoacán)

Laura Adame Rodríguez¹; Martin Tapia Salazar² y Maricela Villanueva Pimentel³

¹ TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro (México), ladame@itspa.edu.mx,
<https://orcid.org/0000-0002-6017-5799>

² TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro (México), mtapia@itspa.edu.mx,
<https://orcid.org/0000-0002-6490-4119>

³ TecNM/Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro (México), mvillanueva@itspa.edu.mx,
<https://orcid.org/0000-0001-8508-1433>

Información del artículo revisado por pares

Fecha de aceptación: 2022

Fecha de publicación en línea: enero-2022

DOI: <https://doi.org/10.29105/vtga8.1-218>

Resumen

Los resultados derivados de la presente investigación tienen como antecedente el estudio realizado en el año 2021 en el que se colabora con un grupo de investigadores miembros de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAyN), con el objeto de estudiar las micro y pequeñas empresas del municipio de Pátzcuaro, Michoacán. Para lo cual, se aplicó un instrumento de recolección de datos simplificado con un alfa de Cronbach de 0.934, integrado por 54 ítems agrupados en 10 dimensiones. A partir de ello, se discriminan y agrupan las dimensiones en ventas anuales, número de empleados, ingresos personales del negocio y nivel de vida. Con el objetivo de determinar el análisis estadístico de los factores de impacto estratégico para las micro y pequeñas empresas del municipio de Pátzcuaro, Michoacán. Por lo que, se plantea como Hipótesis estadística "Las dimensiones Ventas Anuales, Número de Empleados, Ingresos Personales del Negocio y Nivel de Vida Familiar, son factores que se relacionan e influyen en el buen desempeño estratégico de las MiyPes empresas del Municipio de Pátzcuaro. Se obtiene como resultado que existe una relación entre todas las dimensiones, con mayor fortaleza entre las ventas y el número de empleados, seguida por los ingresos personales y el nivel de vida, ingresos personales y número de empleados, para finalmente concluir que las dimensiones influyen en el

Abstract

The results derived from the present investigation have as background the study carried out in the year 2021 in which a group of researchers members of the Network of Latin American Studies in Administration and Business (RELAyN) collaborated, in which they contributed with the object study of micro and small businesses in the municipality of Pátzcuaro, Michoacán. For which, a simplified data collection instrument was applied with a Cronbach's alpha of 0.934, made up of 54 items grouped into 10 dimensions. From this, the dimensions are discriminated and grouped into annual sales, number of employees, personal income from the business and standard of living. With the objective of determining the statistical analysis of the strategic impact factors for micro and small companies in the municipality of Pátzcuaro, Michoacán. Therefore, it is proposed as a statistical hypothesis "The dimensions Annual Sales, Number of Employees, Personal Income of the Business and Level of Family Life, are factors that are related to and influence the good strategic performance of the MiyPes companies of the Municipality of Pátzcuaro. It is obtained as a result that there is a relationship between all the dimensions, with greater strength between sales and the number of employees, followed by personal income and standard of living, personal income and number of employees, to finally conclude that the dimension's influence in the

desarrollo y crecimiento de las organizaciones analizadas, por lo que pueden ser consideradas como determinantes de un impacto estratégico.

development and growth of the organizations analyzed, so they can be considered as determinants of a strategic impact.

Palabras clave: Estratégico, MiyPes, ventas
Códigos JEL: D21, I31, M1, M2

Key words: Strategic, MiyPes, sales
JEL Codes: D21, I31, M1, M2.

1. Introducción

Entre las diversas medidas tomadas para hacer frente a la Pandemia COVID-2019, el confinamiento social es un factor que ha afectado y a la vez desafiado al sistema socioeconómico a nivel mundial, por lo que las MiyPes han debido establecer o rediseñar sus modelos de negocios para no parar o perder su permanencia en el mercado. Basado en ello, en el año 2021 se colaboró con un grupo de investigadores miembros de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAyN) con el objetivo de determinar el perfil de la cultura financiera de las micro y pequeños empresarios, esta investigación tuvo un alcance de 92 zonas de los países de México, Colombia, Argentina, Perú y Ecuador. Con ello, el objeto de estudio se conformó de 160 entidades, en las que se aplicaron 43,044 instrumentos simplificados con un alfa de Cronbach de 0.934, integrado por 54 ítems agrupados en 10 dimensiones.

Dicho estudio antecede a los resultados presentados como parte del análisis estadístico del presente artículo. Para ello, fue necesario discriminar las dimensiones previamente estudiadas y agruparlas para su análisis de la siguiente manera: ventas anuales, número de empleados, ingresos personales del negocio y nivel de vida.

El estudio de estas dimensiones se plantea con el objetivo de determinar el análisis estadístico de los factores de impacto estratégico para las micro y pequeñas empresas del municipio de Pátzcuaro, Michoacán. Por lo que, se plantea como Hipótesis estadística “Las dimensiones Ventas Anuales, Número de Empleados, Ingresos Personales del Negocio y Nivel de Vida Familiar, son factores que se relacionan e influyen en el buen desempeño estratégico de las MiyPes empresas del Municipio de Pátzcuaro”, como H_0 : Las cuatro dimensiones seleccionadas tienen relación e impacto positivo en el desempeño estratégico de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro, y como H_a : Las cuatro dimensiones seleccionadas no tienen relación e impacto positivo en el desempeño estratégico de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro.

Con el planteamiento anterior, se realiza un análisis estadístico, en donde, se obtienen frecuencias, estadísticos descriptivos, análisis de fiabilidad y mapas de relaciones para cada una de las dimensiones, así como el alfa de Cronbach para las 4 dimensiones, para así determinar el impacto estratégico de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro.

Finalmente, se obtiene como resultado que existe una relación entre todas las dimensiones, con mayor fortaleza entre las ventas y el número de empleados, seguida por los ingresos personales y el nivel de vida, ingresos personales y número de empleados, para finalmente concluir que las dimensiones influyen en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones analizadas, por lo que pueden ser consideradas como determinantes de un impacto estratégico. Con ello se cumple el objetivo y se comprueba la hipótesis planteada.

2. Método

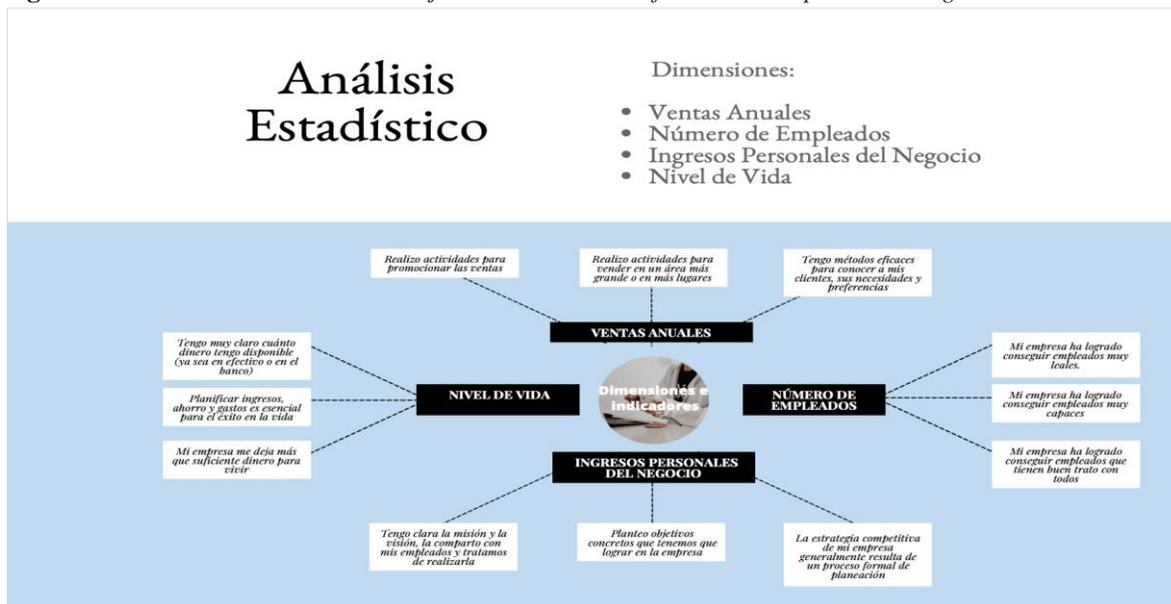
La presente investigación se desarrolla en el año 2021 en colaboración con investigadores de diferentes países miembros de la Red de Estudios Latinoamericanos en Administración y Negocios (RELAyN), con el objetivo de determinar el perfil de la cultura financiera en micro y pequeños empresarios en Latinoamérica. Para ello, se estudiaron 92 zonas de los países México, Colombia, Argentina, Perú y Ecuador. Siendo un total de 160 entidades estudiadas, en las que se aplicaron 43,044 instrumentos de recolección de datos. Dicho instrumento simplificado fue nombrado como CF1 (Cultura Financiera 1), compuesto por un total de 54 ítems agrupados en 10 dimensiones y preguntas demográficas, con una confiabilidad de la escala a nivel de todo el estudio de un alfa de Cronbach

adecuado ($\alpha = 0.934$).

El objeto de estudio con el que se contribuyó en dicha colaboración fue el municipio de Pátzcuaro, Michoacán, México. En donde, se aplicó el instrumento en el periodo comprendido del 01 de marzo al 08 de mayo de 2021, a una muestra de 407 responsables y/o encargados de micro y pequeñas empresas, de un total según INEGI (2019) de 5,510 empresas pertenecientes a esta estratificación (MiyPes) en el municipio.

A partir de ello, se discriminan algunas de las dimensiones estudiadas con anterioridad con la finalidad de realizar un análisis estadístico de los factores de impacto estratégico para las MiyPes de Pátzcuaro, Michoacán. Para lo cual, se considera el estudio de las dimensiones: ventas anuales, número de empleados, ingresos personales del negocio y nivel de vida, como se muestra a continuación en la figura 1, en donde, además se puede observar que por cada dimensión se consideran 3 indicadores para su análisis.

Figura 1. Dimensiones e indicadores sujetos a estudio como factores de impacto estratégico.



Nota: Elaboración propia.

El estudio de estas dimensiones se plantea con el objetivo de determinar el análisis estadístico de los factores de impacto estratégico para las micro y pequeñas empresas del municipio de Pátzcuaro, Michoacán. Y se plantean las siguientes hipótesis:

Hipótesis estadística.

Las dimensiones Ventas Anuales, Número de Empleados, Ingresos Personales del Negocio y Nivel de Vida Familiar, son factores que se relacionan e influyen en el buen desempeño estratégico de las MiyPes empresas del Municipio de Pátzcuaro.

H_0 : Las cuatro dimensiones seleccionadas tienen relación e impacto positivo en el desempeño estratégico de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro.

H_a : Las cuatro dimensiones seleccionadas no tienen relación e impacto positivo en el desempeño estratégico de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro.

El análisis estadístico de este estudio inicia con la determinación de frecuencia del inicio de operaciones de las empresas estudiadas. Posteriormente, se realiza el análisis estadístico para determinar el impacto estratégico de las mismas, en donde, primeramente, se establece la medición tipo escala de likert, los estadísticos descriptivos, y el análisis de fiabilidad, así como su mapa de relaciones entre los indicadores por cada una de las dimensiones. Por último, se determina el alfa de Cronbach para las 4 dimensiones.

2.1 Participantes

Para la aplicación de la metodología primeramente fue necesaria la colaboración con cuerpos académicos e investigadores independientes miembros de RELAyN, con quienes se acordaron las acciones a seguir a través de una capacitación. En la cual, se definió el objeto de estudio como las micro y pequeñas empresas de los municipios participantes, que en este caso fue Pátzcuaro, Michoacán. Para ello, fue importante su previa estratificación que de acuerdo con Andrade (2017), una de las formas de clasificar a las organizaciones es por el tamaño del personal ocupado, “Microempresas hasta un rango de 10 trabajadores y en la categoría de Pequeñas Empresas, comercio de 11 a 30 empleados, e industria y servicio de 11 a 50 empleados” (p31).

Para estudiar el municipio de Pátzcuaro, se tuvo participación del cuerpo académico Gestión para la Innovación Sustentable y de un equipo conformado por 57 alumnos de las carreras de Ingeniería en Gestión Empresarial e Ingeniería en Desarrollo Comunitario del Instituto Tecnológico Superior de Pátzcuaro.

Es así como a través de esta investigación se pudo vincular el trabajo colaborativo de los participantes representantes de los sectores; investigación, institución educativa y sector empresarial, contribuyendo con ello en la generación de nuevos conocimientos y en la formación del capital humano.

2.2 Técnica e Instrumento

La recolección de datos se realizó por medio de una encuesta simplificada considerada como adecuada, ya que de acuerdo a la confiabilidad y validez del instrumento de recolección de datos, los autores mencionan “La confiabilidad de la escala a nivel de todo el estudio tuvo un alfa de Cronbach adecuado ($\alpha=0.934$), la validez de constructo mediante el análisis factorial confirmatorio reporta un residuo cuadrático medio RMSR (Root Mean Square Residual) de 0.08, todos los ítems de esta versión del instrumento tienen un p -valor <0.05 ” (Aguilar, Peña & Posada, 2022, p. 295).

El instrumento fue nombrado como cultura financiera 1 (CF1), integrado por 54 ítems para 10 dimensiones, mismo que posteriormente fue simplificado a 4 dimensiones (ventas anuales, número de empleados, ingresos personales del negocio y nivel de vida) para efectos del presente estudio (Ver figura 1). Lo anterior, con el objetivo de analizar estadísticamente los factores de impacto estratégico para las micro y pequeñas empresas del municipio de Pátzcuaro, Michoacán. Este instrumento fue aplicado a una muestra de 407 empresas.

Las técnicas utilizadas para la aplicación del instrumento de recolección de datos fueron: aplicación presencial, llamadas telefónicas y el uso de cuestionario en línea, a los dirigentes de micros y pequeñas empresas que tuvieran al menos dos colaboradores.

2.3 Procedimiento

El procedimiento inicia con la recolección de datos obtenidos en la investigación que le antecede a este análisis misma que es referida en la metodología. Con ello, se genera una base de datos para el análisis estadístico de los factores de impacto estratégico, para lo cual, se determinan las dimensiones e indicadores por cada una de ellas (Ver figura 1).

El análisis estadístico se realiza primeramente para determinar la frecuencia del inicio de operaciones de las micro y pequeñas empresas estudiadas, para con ello identificar el conocimiento y/o experiencia sobre las actividades propias de la empresa (Ver inciso A de resultados).

Posteriormente, se determina para cada una de las dimensiones la frecuencia según la escala de Likert, los estadísticos descriptivos, el grado de confiabilidad y el mapa de relación de la dimensión con respecto a los indicadores señalados para su estudio.

Por último, se genera un mapa de relación entre las 4 dimensiones para determinar su comportamiento con respecto a la relación existente entre las mismas.

3. Resultados

A partir del análisis estadístico realizado a las dimensiones sujetas a estudio se obtienen los siguientes resultados:

A) Frecuencia de inicio de operaciones

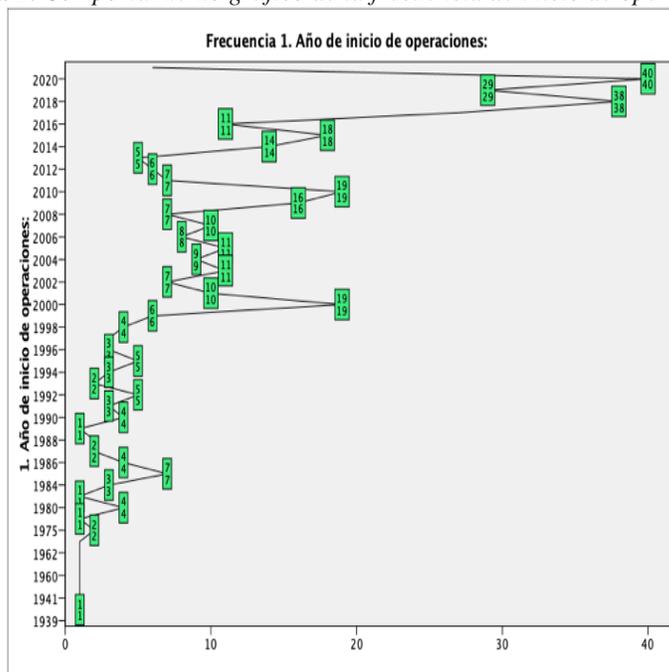
B)

Tabla 1. *Frecuencia de inicio de operaciones.*

Valido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
1939	1	.2	.2	2.
1940	1	.2	.2	.5
1941	1	.2	.2	.7
1951	1	.2	.2	1.0
1960	1	.2	.2	1.2
1961	1	.2	.2	1.5
1962	1	.2	.2	1.7
1970	1	.2	.2	2.0
1975	2	.5	.5	2.5
1977	1	.2	.2	2.7
1980	4	1.0	1.0	3.7
1982	1	.2	.2	4.0
1984	3	.7	.7	4.7
1985	7	1.7	1.7	6.5
1986	4	1.0	1.0	7.5
1987	2	.5	.5	8.0
1988	2	.5	.5	8.5
1989	1	.2	.2	8.7
1990	4	1.0	1.0	9.7
1991	3	.7	.7	10.5
1992	5	1.2	1.2	11.7
1993	2	.5	.5	12.2
1994	3	.7	.7	13.0
1995	5	1.2	1.2	14.2
1996	3	.7	.7	15.0
1997	3	.7	.7	15.7
1998	4	1.0	1.0	16.7
1999	6	1.5	1.5	18.2
2000	19	4.7	4.7	22.9
2001	10	2.5	2.5	25.4
2002	7	1.7	1.7	27.2
2003	11	2.7	2.7	29.9
2004	9	2.2	2.2	32.2
2005	11	2.7	2.7	34.9
2006	8	2.0	2.0	36.4
2007	10	2.5	2.5	39.4
2008	7	1.7	1.7	41.1
2009	16	3.9	4.0	45.1
2010	19	4.7	4.7	49.9
2011	7	1.7	1.7	51.6
2012	6	1.5	1.5	53.1
2013	5	1.2	1.2	54.4
2014	14	3.4	3.5	57.9
2015	18	4.4	4.5	62.3
2016	11	2.7	2.7	65.1
2017	27	6.6	6.7	71.8
2018	38	9.3	9.5	81.3
2019	29	7.1	7.2	88.5
2020	40	9.8	10.0	98.5
2021	6	1.5	1.5	100.0
Total	401	98.5	100.0	
Perdidos Sistema	6	1.5		
Total	407	100.0		

Nota: Elaboración propia.

Figura 2. Comportamiento gráfico de la frecuencia de inicio de operaciones.



Nota: Elaboración propia.

El primer resultado generado fue la frecuencia del inicio de operaciones de las empresas sujetas a estudio, que como se puede observar en la figura 2 y tabla 1 las MiyPes tiene un promedio de antigüedad mayor a 10 años en su mayoría, y pocas cuentan con fecha de apertura de 10 años o menos, lo que puede representar, por un lado, que el conocimiento que tienen los empresarios sobre el manejo de la empresa es lo suficientemente apropiado para su sobrevivencia en el mercado y por otro lado, que la actualización podría representar un área de oportunidad.

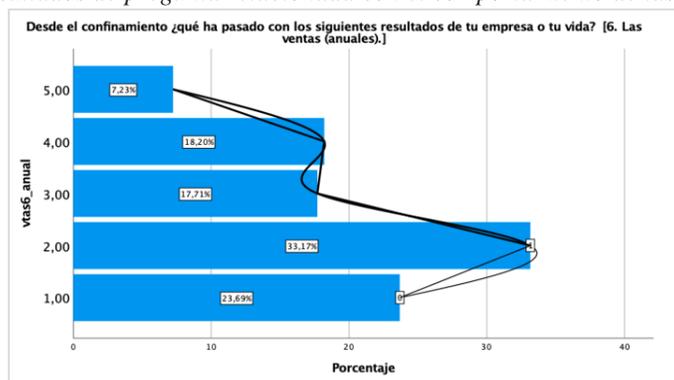
C) Análisis estadístico de la dimensión Ventas anuales.

En la presentación de los resultados, primero se analiza la dimensión de Ventas anuales, y los indicadores relacionados con ella, principalmente aspectos generados desde el confinamiento y los cambios en las empresas, en esta medición se maneja una escala tipo likert con las categorías que se mencionan más adelante, al respecto Echaury, Minami, & Sandoval (2012), mencionan “Este método de recolección posibilita la obtención de información variada sobre los sujetos, desde datos muy objetivos y específicos como edad, estado civil, lugar de origen, etc., hasta información más compleja y subjetiva que requiere una mayor elaboración de la persona interrogada, como son sus percepciones, actitudes, representaciones, preferencias, opiniones, a las que se accede a través de “lo dicho” o la expresión de la persona” (p. 33).

Tabla 2. Escala tipo likert utilizada

Número	Escala
1	Disminuyeron mucho
2	Disminuyeron algo
3	Siguieron igual
4	Aumentaron algo
5	Aumentaron mucho

Figura 3. Resultados de pregunta relacionada con el comportamiento de las ventas totales.

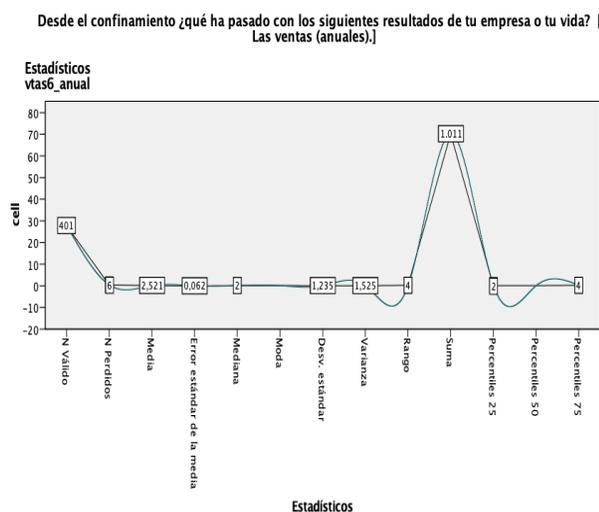


En la figura 3 se observa que el 33.17 % de los empresarios encuestados, coincide con que las ventas disminuyeron algo y 23.69% considera que disminuyeron mucho, mientras que un total del 25.43% considera mejoras en las ventas desde el confinamiento.

Figura 4. Estadísticas de comportamiento de ventas durante el confinamiento.

Media	2,5212
Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [6. Las ventas (anuales).]	,06167
Mediana	2,0000
Moda	2,00
Desv. estándar	1,23498
Varianza	1,525
Rango	4,00
Suma	1011,00
Percentiles	
25	2,0000
50	2,0000
75	4,0000

Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [6. Las ventas (anuales).]



En la figura 4, mediante estadística descriptiva y su gráfica correspondiente, se observa que la media de las respuestas (2.52) representa en lo general la disminución de las ventas, confirmado por el valor de la mediana (2= disminuyeron algo), reflejando una desviación de la medida central de 1.23. En los estadísticos también se verifica que el 50% de los datos están por debajo del valor 2, y que este porcentaje verifica que la mitad de las personas que dirigen una empresa considera que si hubo afectación en sus ventas en el periodo del confinamiento por la pandemia COVID-19

El siguiente gráfico muestra el grado de fiabilidad que existe entre la variable dependiente Ventas anuales y sus correspondientes factores de impacto: Realizar actividades para promocionar las ventas, Vender en un área más grande o en más lugares y los Métodos eficaces para conocer a mis clientes, sus necesidades y preferencia. Se observa un resultado adecuado de .62, Soler & Soler (2012), hacen referencia a que los valores obtenidos en este tipo de análisis “alfa de Cronbach es un coeficiente que toma valores entre 0 y 1. Cuanto más se aproxime al número 1, mayor será la fiabilidad del instrumento subyacente” (p. 5).

Tabla 3. Análisis de fiabilidad de los indicadores relacionados con Ventas anuales.

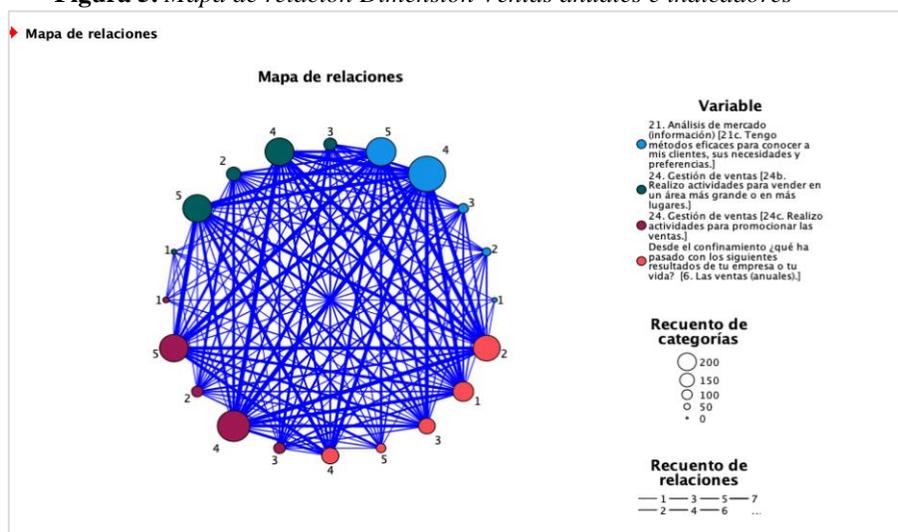
Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	396	97,3
	Excluido ^a	11	2,7
	Total	407	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,606	,620	4

Figura 5. Mapa de relación Dimensión Ventas anuales e indicadores

En la figura 5 se observa la relación de la dimensión “Ventas anuales” y sus indicadores, es importante resaltar, que existe una relación más fuerte, bajo el concepto “mientras el dueño del negocio realiza análisis de mercado utilizando métodos adecuados para conocer a sus clientes y sus necesidades, accede a otras zonas para vender sus productos y realiza actividades de promoción de ventas”. Acciones que permiten al líder de la organización mejorar sus ingresos mediante el fortalecimiento de actividades de mercado y de gestión de ventas.

D) Análisis estadístico de la dimensión Número de empleados

En el análisis de la segunda dimensión: Número de empleados y los indicadores correspondientes, en primera instancia, se destacan las características de los datos recolectados, ya que estos son representados como variables categóricas, al respecto Newbold, Carlson & Thorne (2008), mencionan “Las variables categóricas producen respuestas que pertenecen a grupos o

categorías..... A veces, las variables categóricas permiten elegir entre varias opciones, que pueden ir desde «totalmente en desacuerdo» hasta «totalmente de acuerdo» (p.10).

Las tablas de frecuencia que se muestra a continuación, permiten observar que un 62.4 % de los empresarios encuestados, considera que el número de empleados se ha conservado; un 46.4 % tiene empleados muy leales, 51.8% ha logrado conseguir empleados muy capaces y que además el 44,2 % está de acuerdo en que sus empleados tienen buen trato con todos.

Tabla 4. Frecuencias de dimensión Número de empleados y sus indicadores

Tabla de frecuencia

Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [8. El número de empleados.]

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	6	1,5	1,5	1,5
Aumentaron algo	53	13,0	13,0	14,5
Aumentaron mucho	8	2,0	2,0	16,5
Disminuyeron algo	62	15,2	15,2	31,7
Disminuyeron mucho	17	4,2	4,2	35,9
NA	7	1,7	1,7	37,6
Siguieron igual	254	62,4	62,4	100,0
Total	407	100,0	100,0	

20. Recursos Humanos [20a. Mi empresa ha logrado conseguir empleados muy leales.]

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	6	1,5	1,5	1,5
1=Muy en desacuerdo	3	,7	,7	2,2
2=En desacuerdo	20	4,9	4,9	7,1
3=No sé/No aplica	19	4,7	4,7	11,8
4=De acuerdo	189	46,4	46,4	58,2
5=Muy de acuerdo	168	41,3	41,3	99,5
NA	2	,5	,5	100,0
Total	407	100,0	100,0	

20. Recursos Humanos [20b. Mi empresa ha logrado conseguir empleados muy capaces.]

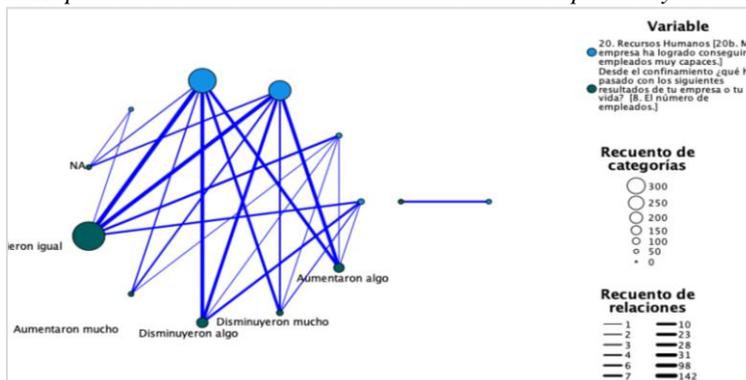
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	6	1,5	1,5	1,5
2=En desacuerdo	16	3,9	3,9	5,4
3=No sé/No aplica	11	2,7	2,7	8,1
4=De acuerdo	211	51,8	51,8	60,0
5=Muy de acuerdo	161	39,6	39,6	99,5
NA	2	,5	,5	100,0
Total	407	100,0	100,0	

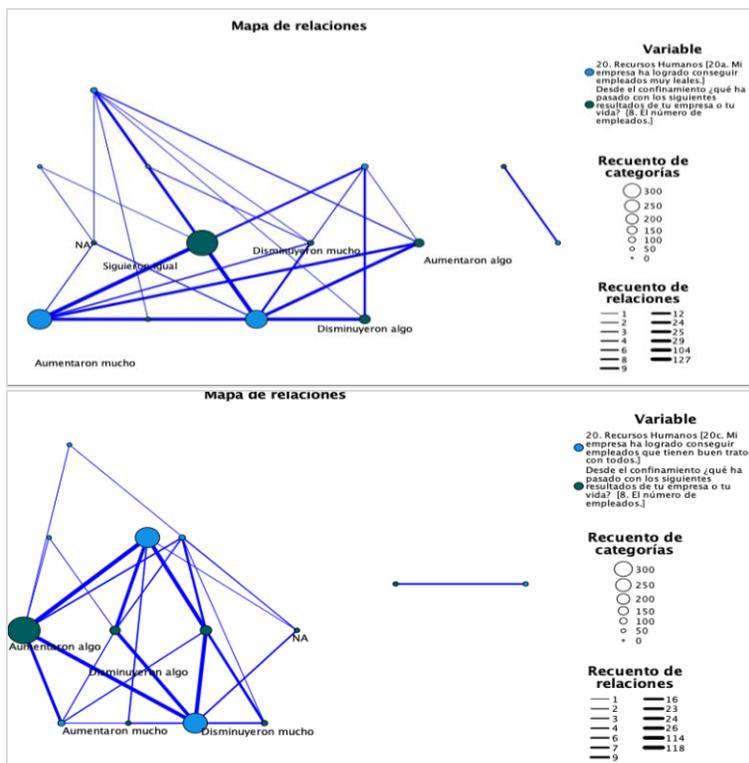
20. Recursos Humanos [20c. Mi empresa ha logrado conseguir empleados que tienen buen trato con todos.]

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	6	1,5	1,5	1,5
1=Muy en desacuerdo	2	,5	,5	2,0
2=En desacuerdo	16	3,9	3,9	5,9
3=No sé/No aplica	23	5,7	5,7	11,5
4=De acuerdo	180	44,2	44,2	55,8
5=Muy de acuerdo	178	43,7	43,7	99,5
NA	2	,5	,5	100,0
Total	407	100,0	100,0	

En las figuras 6, se identifica la relación que tiene la dimensión Número de empleados con cada uno de sus indicadores. Se observa que existe una relación directa entre la dimensión y sus indicadores, destacando, el reconocimiento de la capacidad del capital humano, la lealtad hacia el propietario y a la organización en la que trabajan, así como su desempeño, representado por la buena atención que ofrecen.

Figura 6. Mapa de relaciones de la dimensión número de empleados y sus indicadores





E) Análisis estadístico de la dimensión Ingresos personales del Negocio

En la dimensión tres, denominada Ingresos personales del negocio y sus indicadores correspondientes, se observan las siguientes características relacionadas.

La estadística de fiabilidad a través de la prueba Alfa de Cronbach basado en elementos estandarizados, refiere un valor de .557, “Este modelo es una medida de coherencia interna basada en el promedio de correlación entre elementos” (IBM Corporation 1989, 2021)

Tabla 5. Estadístico de fiabilidad de la dimensión Ingresos personales e indicadores.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.495	.557	4

Figura 7. Matriz de relación de puntos dimensión Ingresos personales del negocio e indicadores.

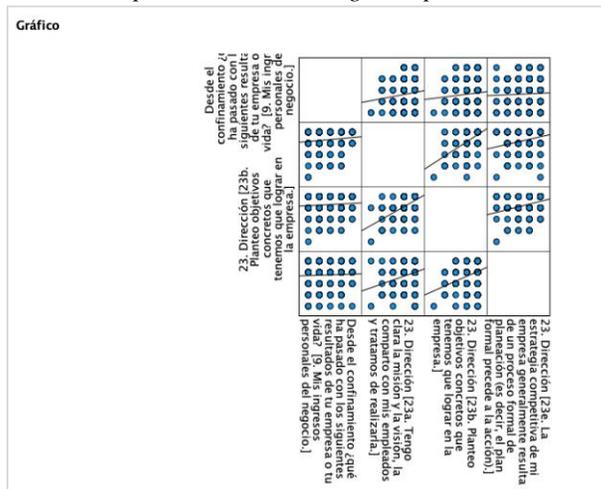


Tabla 7. Estadístico de fiabilidad de las cuatro dimensiones.

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.793	.797	4

Figura 9. Representación de las cuatro dimensiones en estudio

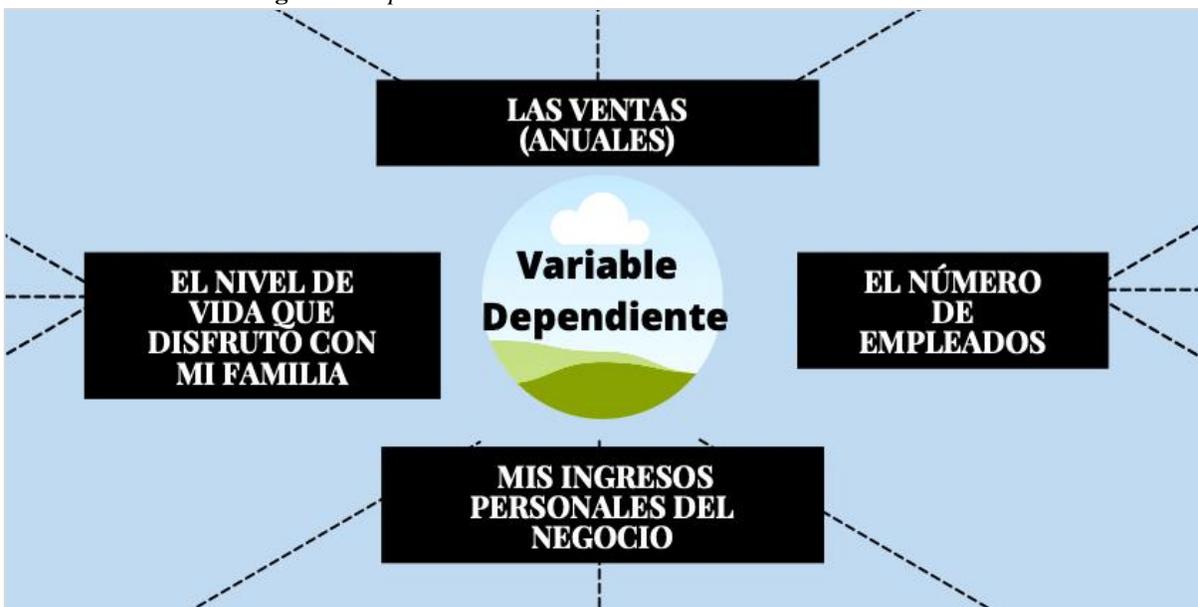
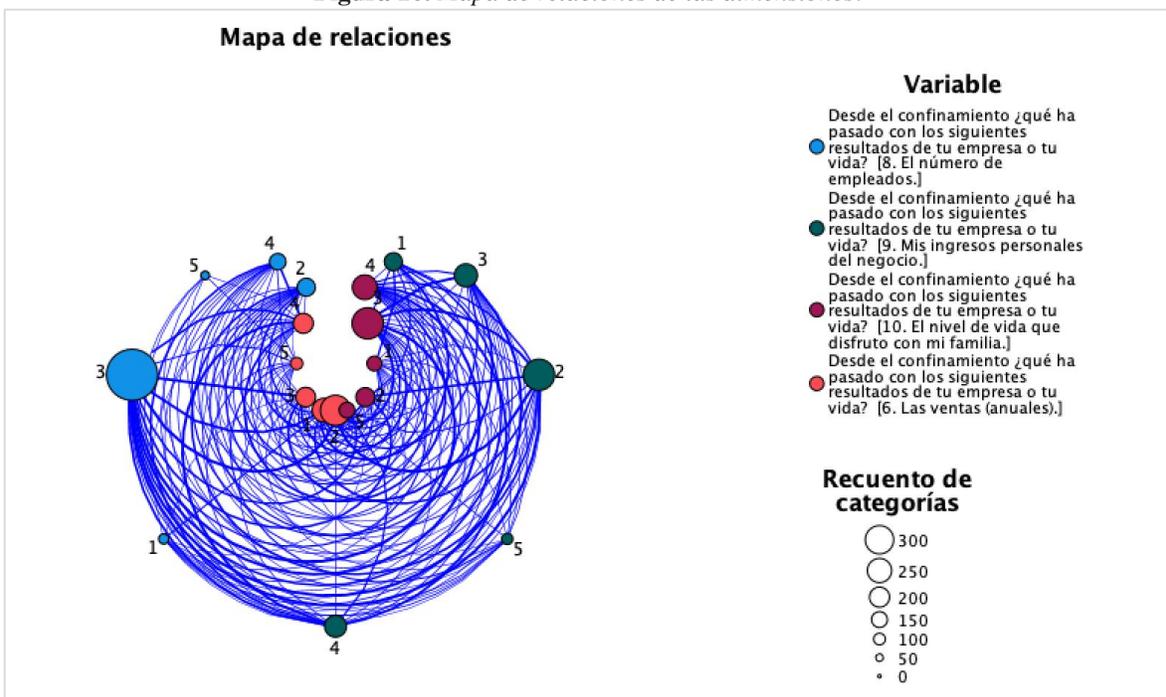


Figura 10. Mapa de relaciones de las dimensiones.



En este mapa de relaciones se observa que existe una relación entre todas las dimensiones, con mayor fortaleza entre las ventas y el número de empleados, seguida por los ingresos personales y el nivel de vida, ingresos personales y número de empleados, para finalmente concluir que las dimensiones influyen en el desarrollo y crecimiento de las organizaciones analizadas. Lo anterior se

confirma con el análisis de la Matriz de Correlaciones entre elementos de la tabla 8.

Tabla 8. Matriz de correlaciones entre elementos

Matriz de correlaciones entre elementos

	Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [6. Las ventas (anuales).]	Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [8. El número de empleados.]	Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [9. Mis ingresos personales del negocio.]	Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [10. El nivel de vida que disfruto con mi familia.]
Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [6. Las ventas (anuales).]	1,000	,519	,825	,414
Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [8. El número de empleados.]	,519	1,000	,507	,272
Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [9. Mis ingresos personales del negocio.]	,825	,507	1,000	,433
Desde el confinamiento ¿qué ha pasado con los siguientes resultados de tu empresa o tu vida? [10. El nivel de vida que disfruto con mi familia.]	,414	,272	,433	1,000

Con esto, se cumple con el objetivo planteado determinar el análisis estadístico de los factores de impacto estratégico, al existir una correlación significativa entre las dimensiones estudiadas. De igual manera, se aprueba la hipótesis nula (H_0), al existir una relación entre dichas dimensiones y su influencia en el desempeño estratégico de las MiyPes del municipio de Pátzcuaro, Michoacán.

4. Discusión

La disminución de ventas expresada por cerca de un 50% de los empresarios encuestados de las MiyPes objeto de este estudio, es sin duda uno de los efectos esperados y vividos por el confinamiento social y las cuarentenas decretadas en nuestro y en muchos países por la pandemia Covid-19. Muchas de estas empresas llegaron a paralizar sus producciones, y así lo resaltan Rodríguez, et. al (2020) “muchos negocios han cerrado sus puertas o reducido significativamente sus operaciones, debido a que la pandemia exige un replanteamiento de sus estructuras, las cuarentenas forzadas producen la virtualización de relaciones económicas y sociales, convirtiéndose esto en un reto”. Si se analiza y reflexiona sobre este fenómeno es fácil deducir que esto pasaría, pues es un sector empresarial que por estar compuesto generalmente por negocios familiares que se heredan y manejan a un nivel familiar, se carecen de las estrategias comerciales e incluso de la financiación para haber adoptado nuevos procesos comerciales y productivos para hacer frente a estas condiciones impuestas.

La fiabilidad de un 0.62 en el alfa de Cronbach de esta variable “Ventas anuales” y sus factores de impacto, implicados como a) realizar actividades para promocionar ventas, b) vender en un área más grande o en más lugares y c) métodos eficaces para conocer a mis clientes, sus necesidades y preferencias, infiriendo que como relación positiva, se tiene que las MIyPES estudiadas visualizan la necesidad de variar e innovar en sus estrategias de negocio para impulsar su crecimiento y desempeño, pues como lo citan Pérez-García, et.al (2016), “existe evidencia teórica y empírica de la relación positiva entre la innovación y el crecimiento medido en términos de ventas” esta inferencia contribuye a la validez de la hipótesis planteada en esta investigación, concluyendo la necesidad de que en estas empresas se innove para asegurar su permanencia en el mercado

Respecto a la dimensión “Número de empleados”, su relación directa con sus indicadores y los porcentajes referidos por los empresarios encuestados: 62.4% han conservado el número de empleados; 46% tienen empleados muy leales; 51.8% considera tener empleados muy capaces y el

44.2% reconocen el buen trato de sus empleados con todos; se observa que todos estos indicadores están alrededor del 50%, lo cual lleva a inferir la importancia que dichos empresarios le conceden a este aspecto en relación con el desempeño de su empresa, lo cual aporta validez a la hipótesis de estudio de esta investigación.. Es importante mencionar que las MIyPES juegan un papel muy importante como creadoras de empleo y autoempleo. Según el estudio sobre Caracterización e importancia de las MiPyMes en Latinoamérica, hecho por Saavedra, et. al. (2008), este rubro empresarial genera en promedio el 64.26% de los empleos totales en Latinoamérica, en México, específicamente se reportó por encima del 70%, destacando además su función amortiguadora del alto desempleo.

En el Municipio de Pátzcuaro, las MiyPes se caracterizan por que, en un gran número de ellas, los propietarios/socios/familiares fungen como mano de obra, y por lo mismo llegan a requerir gran rigidez laboral, lo que permite determinar este aspecto como una posible debilidad o área de oportunidad para incurrir en impulsar procesos administrativos que lleven a incrementar o mantener el número de empleados y por ende el desempeño de estos negocios, pues como lo refiere García-Pérez, et.al. (2016), “en cuanto mayor es el tamaño de la MiyPe la innovación tiende a producir mayor generación de empleos” y esto influirá en la productividad de este sector empresarial, suscitando así la movilidad social en la región.

El valor de fiabilidad de 0.557 del alfa de Cronbach respecto a la dimensión “Ingresos personales del negocio” aunado a su relación positiva con los tres indicadores estudiados: a) tengo clara la misión y la visión, la comparto con mis empleados y tratamos de realizarla; b) planteo objetivos concretos que tenemos que lograr en la empresa, y c) la estrategia competitiva de mi empresa generalmente resulta de un proceso formal de planeación, permiten deducir que la visión, estilo y solvencia económica del director de la MiyPe del Municipio de Pátzcuaro que en su mayoría es el dueño de la empresa por ser casi siempre familiar, tiene gran influencia en el desempeño de la misma, pues el involucramiento de los empleados en la mejora de los procesos estratégicos administrativos le lleva a un mejor nivel de competitividad, y en este caso, el director considera importante este aspecto, a pesar de que “muchos de los micro o pequeños empresarios no han sido calificados en universidades o academias especializadas, pero si han dado muestras de tener conocimiento de negocios” (González, 2015).

Considerando que, desde un enfoque de competitividad empresarial, Chiavenato (2011, citado en Larios, et. al., 2018) considera que la calidad de vida laboral incluye factores como satisfacción laboral, motivación, crecimiento en el trabajo, reconocimiento, salario, relaciones con compañeros y jefes, libertad para decidir, y participación en las decisiones, entre otros, es menester entonces que el director de la MiyPe reconozca la importancia de que un “empleado satisfecho personalmente rendirá más en la empresa, será más productivo y mayor lealtad y repercutirá en la satisfacción integral en la empresa” (Larios, et.al. 2018), y, por ende, dicha productividad repercute finalmente en los ingresos personales del negocio, confirmando la hipótesis de este estudio. Se concluye sobre la importancia que tiene el estilo y la visión de un jefe en mejorar la vida laboral de sus empleados como pilar fundamental de su desempeño empresarial y habilidad gerencial para motivar a sus empleados y generar un clima laboral de trabajo integrador (Rodríguez, 2020).

El análisis de la última de las dimensiones, “Nivel de vida que disfruto con mi familia” muestra una correlación en grado de mayor a menor con los indicadores: a) satisfacción con la empresa; b) mi empresa me deje suficiente dinero para vivir, y c) cultura financiera al planificar ingresos, ahorro y gastos, lleva a inferir que un empresario satisfecho con el desempeño de su empresa y su cultura financiera permitirá el manejo de mejores procesos administrativos, pues sin duda la innovación en la gestión, redundará en un incremento de ventas, un crecimiento empresarial y mayor satisfacción y nivel de vida del empresario. Al respecto, Wang, (citado en García-Pérez,2016) refiere que “las empresas que constantemente habían adoptado e implementado actividades de innovación lograron incrementar sustancialmente sus ganancias, razón por lo cual las empresas, sobre todo las pequeñas y medianas, han incrementados sus actividades de innovación”, ello con la finalidad de no desaparecer y hacer frente a diversas situaciones como la crisis por esta pandemia del Covid-19.

Finalmente, el valor del alfa de Cronbach de .797 para la relación entre las cuatro dimensiones antes analizadas, demuestra la fiabilidad y correlación significativa de las mismas con el crecimiento y desempeño de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro, lo cual determina la comprobación de la hipótesis nula (H_0) de estudio: Las cuatro dimensiones seleccionadas tienen relación e impacto positivo en el desempeño estratégico de las MiyPes del Municipio de Pátzcuaro.

5. Referencias

- Aguilar, O.C; Peña, N.B., & Posada, R. (2022). Método y resultados generales del estudio de cultura financiera en microempresarios de Latinoamérica. En R. Posada; N.B. Peña & O.C. Aguilar (Coords). *Cultura financiera en la micro y pequeña empresa de Latinoamérica* (pp. 1-345). Ciudad de México: McGraw Hill.
- Andrade Mayer, M. S. (2017). Concepto de organización y empresa y su clasificación. Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Arquitectura y Diseño, Licenciatura en Diseño Industrial. 1-48. http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/70595/secme-29747_1.pdf?sequence=1 m
- Carreño, L. (9 de febrero de 2020). La disputa gremial por los aranceles a las prendas de vestir. *El Espectador*. <https://www.elespectador.com/economia/la-disputagremial-por-los-aranceles-las-prendas-de-vestir-articulo-903768>
- Castañeda Naranjo, L. A. y Palacios Neri, J. (2015). Nanotecnología: fuente de nuevos paradigmas. *Mundo Nano. Revista Interdisciplinaria en Nanociencias y Nanotecnología*, 7(12), 45-49. <https://doi.org/10.22201/ceiich.24485691e.2014.12.49710>
- Echauri, A. M. F., Minami, H., & Sandoval, M. J. I. (2012). La Escala de Likert en la evaluación docente: acercamiento a sus características y principios metodológicos. *Perspectivas docentes*, (50).
- García-Pérez, D., Gálvez-Albarracín E., Maldonado-Gúzmañ G. (2016) Efecto de la innovación en el crecimiento y el desempeño de las Mipymes de la Alianza del Pacífico. Un estudio empírico. *Estudios Gerenciales*. 32, 326-335. Universidad ICESI. En <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2016.07.003>
- González, G. (2015). Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico. *Quipukamayoc*, 23(43), 29–39. <https://doi.org/10.15381/quipu.v23i43.11597>
- Herrera Cáceres, C. y Rosillo Peña, M. (2019). *Confort y eficiencia energética en el diseño de edificaciones*. Universidad del Valle.
- INEGI (2019). Censo Económico. <https://www.inegi.org.mx>
- International Business Machines [IBM] (1989). (...) IBM (2021).
- Kogan Cogan, L. (2014). *La insoponible proximidad de lo material: Cuerpos e identidades* [Tesis de doctorado, Pontificia Universidad Católica del Perú] Dissertations & Theses A&I. <https://bdbib.javerianacali.edu.co:2519/docview/2398211090/61EA0F09B31D47A2PQ/5?acountid=13250>
- Larios, E., Mora, R.M., Vargas, A.H., Salazar, S. (2018). Calidad de vida laboral en la PYMES de Brasil: Un diagnóstico. *Original*, 24(70), 668-677. <https://doi.org/10.19136/hitos.a24n70.3226>
- Muñoz-Sánchez, H. (2018). *Hacerse hombre. La construcción de masculinidades desde las subjetividades: un análisis a través de relatos de vida de hombres colombianos* [Tesis de pregrado, Universidad Complutense de Madrid]. Archivo digital. <https://eprints.ucm.es/28063/>
- Newbold, P., Carlson, W.L, & Thorne, B.M. (2008). *Estadística para Administración y Economía*. Person.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2020). *La dinámica de la urbanización de África 2020: Africapolis, mapeando una nueva geografía urbana*. Estudios de África occidental, Editorial OECD, <https://doi.org/10.1787/b6bccb81-en>
- Panza, M. (2019). *Números: elementos de matemáticas para filósofos*. Universidad Del Valle. <https://www.reddebibliotecas.org.co/>

- Renteria Salazar, P. (2006). El comienzo de la renovación. En M. A. Flórez Góngora (Ed.), *Bogotá: Renovacion Urbana, Renovacion Humana* (pp. 80-100). Empresa De Renovacion Urbana.
- Rodríguez, G., Ortiz, O., Quiroz, A., Parrales, M. (2020). El e-commerce y las Mipymes en tiempos de Covid-19. *Espacios*, 41(42) 100-118. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n42p09>
- Saavedra, G., María, L., Hernández, C. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad Contable*. 11(17). 122-134. Universidad de los Andes Mérida, Venezuela. En <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2571178401>
- Soler, S.F., Soler, P. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Me. Electrón [Internet]* [citado: 26/04/2022]; 34(1). Disponible en : http://www.revmatanzas.sid.cu/revista%20medica/ano%202012/vol%202012/re_ma02.htm