

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y
Humanidades, Asunción, Paraguay**

ISSN en línea: 2789-3855, 2026

Factores psicosociales y decisiones financieras en las micro, pequeñas y medianas empresas de Guanajuato: un estudio fenomenológico

Psychosocial factors and financial decisions in micro, small and
medium enterprises of Guanajuato: a phenomenological study

Francisco Javier Salgado Ortiz

fasalgado@itess.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-9135-8312>

Universidad del Centro del Bajío

Salvatierra – México

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i3.5996>

Artículo recibido: 24 de enero de 2026.

Aceptado para publicación: 05 de junio de 2026.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

**Redilat**
Red de Investigadores
Latinoamericanos

**LATAM**

Revista Latinoamericana de
Ciencias Sociales y Humanidades

VOLUMEN VII

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v7i3.5996>

Factores psicosociales y decisiones financieras en las micro, pequeñas y medianas empresas de Guanajuato: un estudio fenomenológico

Psychosocial factors and financial decisions in micro, small and medium enterprises of Guanajuato: a phenomenological study

Francisco Javier Salgado Ortiz

fasalgado@itess.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-9135-8312>

Universidad del Centro del Bajío

Salvatierra – México

Artículo recibido: 24 de enero de 2026. Aceptado para publicación: 05 de junio de 2026.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen


En Latinoamérica las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son parte esencial de la economía de la región. No obstante, muchas de ellas fracasan en sus primeros años de vida debido a una deficiente gestión de sus recursos. El propósito de este estudio es identificar los principales factores psicosociales que los dueños de MIPYMES perciben como influyentes en sus decisiones financieras. Para lo cual se realizó una investigación cualitativa mediante el método fenomenológico. Por lo que se analizaron diez entrevistas a profundidad realizadas a micro, pequeños y medianos empresarios que operan en Guanajuato. El estudio concluye que los factores psicosociales que influyen más al momento de tomar decisiones financieras son: la familia como apoyo emocional, la aversión al riesgo financiero, la impulsividad, la tensión entre intuición y análisis de datos, el modelado familiar en prácticas financieras, el locus de control, la paradoja entre el ahorro y la inversión, así como el juicio social. Estos resultados hacen evidente la necesidad de integrar contenidos que incidan en el desarrollo de habilidades psicosociales en los programas de educación financiera.

Palabras clave: comportamiento económico, psicología social, administración financiera, MIPYMES

Abstract

In Latin America, micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) are an essential part of the region's economy. However, many of them fail within their first few years due to poor resource management. This study aims to identify the main psychosocial factors that MSME owners perceive as influential in their financial decisions. To this end, qualitative research was conducted using the phenomenological method, through which ten in-depth interviews with micro, small, and medium-sized entrepreneurs operating in Guanajuato were analyzed. The study concludes that the most influential psychosocial factors when making financial decisions are family as emotional support, financial risk aversion, impulsivity, the tension between intuition and data analysis, family modeling of financial practices, locus of control, the paradox between saving and investing, and social judgment. These results highlight the need to integrate content that affects the development of psychosocial skills into financial education programs.

Keywords: behavioral economics, social psychology, financial management, MSMEs

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Salgado Ortiz, F. J. (2026). Factores psicosociales y decisiones financieras en las micro, pequeñas y medianas empresas de Guanajuato: un estudio fenomenológico. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 7 (3), 980 – 996.
<https://doi.org/10.56712/latam.v7i3.5996>

INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) son entes económicos de gran importancia. De acuerdo con datos del Banco Mundial (2025), este tipo de compañías constituyen el 90% del total de las empresas y generan aproximadamente el 50% de los empleos. En México, las MIPYMES representan el 99.8% de las unidades económicas del país (Secretaría de Economía, 2024). Sin embargo, su permanencia en el mercado requiere una planificación eficaz de sus finanzas, acceso a financiamientos óptimos, formalizar sus procesos económicos, diversificación de inversiones y una administración eficiente de la liquidez (Torres, et al., 2024; Sánchez, 2023).

Para comprender cómo estas organizaciones enfrentan dichos retos, se hace necesario analizar los aspectos psicosociales que intervienen en la toma de decisiones. Al respecto, la teoría económica tradicional se ha caracterizado por estar fundamentada en la premisa de que las personas analizan a profundidad la información de manera racional. Con esta perspectiva, se asume que la toma de decisiones en las empresas se hace calculando los riesgos y los beneficios de manera precisa. No obstante, en la realidad, la toma de decisiones financieras está en gran medida influenciada por factores cognitivos, emocionales y del entorno que, por lo regular, generan sesgos en la conducta al momento de gestionar los recursos (Kahneman y Tversky, 1979).

Investigaciones en psicología económica señalan que el analfabetismo financiero no solo es una falta de conocimientos técnicos, sino que también está relacionado con la falta de habilidades cognitivas, actitudinales y conductuales (Kartini et al., 2020). En ese tenor, Espinoza Quispe et al. (2025) han realizado una revisión sistemática de literatura sobre cómo el comportamiento humano desvía las decisiones financieras de la racionalidad en las MIPYMES y concluyeron que ciertos sesgos cognitivos como el exceso de confianza, el sesgo del presente y el miedo a la pérdida provocan una gestión ineficiente. Estos factores hacen que la toma de decisiones basada en la intuición predomine sobre el análisis de datos, limitando su rentabilidad y supervivencia.

Por su parte, Guillén-Arizaga y Macancela-Espinoza (2025) en una investigación que vincula la formación técnica con la capacidad de controlar impulsos psicológicos en el aspecto social, evidenciaron que, sin una formación financiera adecuada, los sesgos cognitivos inciden negativamente en la rentabilidad del negocio. Lo anterior es debido a que la formación empresarial actúa como un mediador promoviendo decisiones más equilibradas entre la dependencia social y la viabilidad económica. Asimismo, He et al. (2025) y Asante y Affum-Osei (2019) analizaron el impacto del capital psicológico como la esperanza, la resiliencia, y el optimismo, así como el apoyo social percibido que influyen en la supervivencia de las pequeñas empresas. Además, determinaron que las redes de apoyo social y la familia reducen el estrés ocasionado por la presión de la toma de decisiones, evitando que caigan en pánico, lo que los hace más resilientes durante las crisis de mercado. Por su parte, Purbasari et al. (2025) afirma que un locus de control interno influye positivamente en el desempeño empresarial, y esta relación se potencia cuando existe una motivación intrínseca que actúa como puente o mediador.

Además, cuando los empresarios presentan deficiencias conductuales, las actitudes hacia el dinero suelen ser disfuncionales, induciendo una baja autoestima y resistencia a la modificación de hábitos. Asimismo, se presentan condiciones patológicas como la compra compulsiva, la aversión a la pérdida y la evitación (Furnham, 2014). Al combinar estos factores se crea una limitante sobre la capacidad de autocontrol financiero y la optimización de recursos.

Por lo tanto, en un entorno donde la toma de decisiones financieras es primordial para el éxito económico, esta investigación permite identificar qué factores psicosociales influyen principalmente

en el comportamiento de los empresarios al gestionar sus recursos. Este estudio facilitará el desarrollo de programas y herramientas de capacitación orientados a mejorar el pensamiento estratégico. Esto se puede alcanzar, si se diseñan intervenciones educativas que además de transmitir conocimientos técnicos, también contribuyan a modificar esquemas psicológicos arraigados en los propietarios de las MIPYMES.

Con base en lo anterior, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuáles son los significados que los dueños de las MIPYMES de Guanajuato atribuyen a los factores psicosociales presentes en su toma de decisiones financieras? En consecuencia, se determinó que el objetivo de este estudio sea identificar los principales factores psicosociales que los dueños de MIPYMES de Guanajuato perciben como influyentes en sus decisiones financieras, desde su propia experiencia. Responder a la pregunta planteada, permite comprender cómo los factores psicosociales moldean sus conductas al tomar decisiones financieras.

A diferencia de estudios previos que por lo general tienen un enfoque cuantitativo y se centran en la prevalencia de los sesgos cognitivos o en la falta de conocimientos técnicos de los emprendedores, este trabajo contribuye a la psicología económica mediante un análisis fenomenológico. Para ello, esta investigación revela los significados subjetivos en un contexto de inseguridad regional que incide en la toma de decisiones de dueños de MIPYMES que llevan más de tres años en el mercado. De esta manera, esta investigación llena un vacío de conocimiento al integrar la dimensión psicosocial como pieza fundamental de la conducta económica de los sujetos en contextos de alta incertidumbre.

METODOLOGÍA

Este estudio se realizó con un enfoque cualitativo mediante el método fenomenológico interpretativo, para comprender las experiencias de los dueños de las MIPYMES al momento de tomar decisiones financieras. La investigación tuvo un alcance exploratorio. Se utilizó un muestreo intencional. La muestra estuvo integrada por diez participantes que operan en Guanajuato, de los cuales cinco fueron microempresarios, tres de empresas pequeñas y dos de empresas medianas. Los criterios de inclusión requirieron que los entrevistados fueran los propietarios o socios mayoritarios de las empresas y contarán con facultades para tomar decisiones financieras; además las empresas debían tener un mínimo de tres años de antigüedad en operación continua en México y estar constituidas legalmente. Cabe mencionar que el tamaño de la muestra se determinó bajo el criterio de saturación teórica, la cual se alcanzó al entrevistar al décimo participante, después de que se verificó que en la octava y novena entrevistas no surgían nuevas categorías.

La técnica de recolección de datos utilizada fue la entrevista a profundidad, para lo cual se diseñó una guía de entrevista semiestructurada de 15 preguntas abiertas, las cuales tuvieron un diseño basado en el análisis de la literatura sobre el tema y fueron validadas por una psicóloga con experiencia en investigaciones sobre finanzas conductuales y un doctor en gestión empresarial. Además, para validar la entrevista, se realizó una entrevista piloto y se ajustó la guía. El diseño de la guía de entrevista y el análisis de los datos se basaron en las dimensiones descritas en el marco teórico. Específicamente, se exploraron los conceptos de la racionalidad normativa y la racionalidad limitada, así como las actitudes y normas subjetivas propias de la Teoría de Acción Planificada. A su vez, se consideraron el ambiente percibido y el bienestar que son componentes del Modelo de Van Raaij. De igual manera, el proceso de codificación se apoyó en las dimensiones del locus de control. De esta manera, la interpretación fenomenológica conectó las experiencias de los entrevistados con los constructos teóricos revisados.

Sobre la aplicación de las entrevistas, ocho de ellas se realizaron de manera presencial y dos fueron virtuales mediante la plataforma Zoom. Estas fueron grabadas en audio con consentimiento

informado. El estudio se rigió por el principio de confidencialidad, haciendo anónimos los nombres de las empresas y de los participantes y utilizando seudónimos numéricos en las citas textuales.

Para el análisis de la información, se siguió el método temático propuesto por van Manen (2016) que consistió en 3 pasos:

Aproximación holística: En este primer momento, se hizo una lectura repetida de las transcripciones de todas las entrevistas para captar el sentido general de cada experiencia.

Codificación: En esta etapa, con el apoyo del software de análisis cualitativo ATLAS.ti en su versión web, se identificaron las diferentes unidades de significado que mostraron los factores psicológicos.

Reflexión fenomenológica: En esta fase, se construyeron los temas centrales que describieron los factores influyentes en la toma de decisiones financieras en el contexto de las MIPYMES de Guanajuato.

Debido a que el método fenomenológico interpretativo reconoce que el investigador es una pieza central en la construcción de significados, se implementó la herramienta de bracketing para la suspensión de juicios previos. Este proceso consistió en que, antes del análisis de datos se elaboró una lista de creencias, experiencias y supuestos teóricos sobre el tema. Posteriormente, dichos escritos fueron revisados antes de cada sesión de análisis con la intención de tomar conciencia de ellos y evitar que determinarán la identificación de las categorías. Finalmente, para garantizar la credibilidad de los resultados, se realizó una validación con tres de los entrevistados, a quienes se les mostraron los hallazgos preliminares para confirmar que las interpretaciones reflejaban su realidad y mediante correo electrónico redactaron sus conclusiones. En estos tres casos manifestaron que había coherencia entre los hallazgos y sus experiencias personales.

DESARROLLO

Teorías Normativas de la Toma de Decisiones

Tradicionalmente, las teorías normativas han planteado que el empresario actúa de manera totalmente racional, eligiendo siempre la mejor opción. Estos modelos pretenden analizar cómo se pueden tomar decisiones de manera óptima para obtener los mayores beneficios posibles de acuerdo con el contexto. Además, están orientados por el criterio de utilidad esperada, considerando la toma de decisiones como un proceso estructurado para evaluar de manera sistemática las posibles alternativas con las que se cuenta (Martínez, 2012; Keeney y Raiffa, 1993).

Cabe mencionar que, aunque esta teoría ha sido un pilar para la economía clásica y estableció una base lógica muy sólida para su época y pudiera funcionar en grandes empresas que cuentan con departamentos especializados. Sin embargo, la realidad de la mayoría de las MIPYMES latinoamericanas es que carecen de sistemas de información y políticas internas formales que les permitan tomar decisiones meramente racionales. Además, por lo general el dueño de este tipo de empresas es el mismo que toma las decisiones económicas. De esta manera, los empresarios actúan influenciados por diversos factores psicológicos, sociales y culturales.

Teorías Descriptivas de la Toma de Decisiones

Las teorías descriptivas como la de racionalidad limitada de Simon (1955), plantean que el tomador de decisiones no busca la opción óptima, sino la alternativa que se perciba como buena, pues está influenciado por sus propias capacidades cognitivas y la presión del entorno. Estos supuestos tienen como objetivo la descripción de los procesos que las personas realmente llevan a cabo durante la toma

de decisiones en contextos cotidianos (Martínez, 2012). Según estos modelos, la racionalidad de los individuos está limitada por los procesos cognitivos, esto implica que las personas usualmente dependen de sesgos y heurísticos al tomar decisiones (Lema, 2012).

El mismo autor menciona que el proceso de toma de decisiones de estos modelos consta de dos fases:

- La preparación, en la que se recibe la información suministrada por la situación y se elabora una representación mental de la misma mediante la experiencia previa e incorporando sesgos y heurísticos que simplifican el procesamiento de información.
- La valoración, en la que se estima el impacto subjetivo de la probabilidad de que ocurra cada alternativa y la utilidad que se espera de cada una de las opciones para así elegir una alternativa final (Lema, 2012).

Se puede decir que las teorías descriptivas complementan a los modelos normativos humanizando la naturaleza de la toma de decisiones, reconociendo que un individuo no funciona únicamente desde la lógica pura. Mientras que las teorías clásicas se enfocan en el deber ser, este paradigma analiza cómo influyen las limitaciones psicológicas, la escasez de información y la presión del tiempo en la conducta real de las personas. De esta manera, se da paso a la gestación de la economía conductual, una disciplina que une a la psicología con las finanzas.

A pesar de que estas teorías son las precursoras en integrar aspectos psicológicos, principalmente se centran en los aspectos cognitivos, lo que limita su alcance, pues aún no integran completamente los aspectos emocionales, psicosociales y culturales que intervienen en la toma de decisiones.

Teoría de la Acción Planificada (TAP)

Esta teoría sugiere que el comportamiento es el resultado de la evaluación de la información que posee una persona, así como de la valoración de las consecuencias de su conducta. Esto genera una intencionalidad que sirve como predictor de la conducta. De esta manera, se plantean tres variables que afectan la intencionalidad:

- Las actitudes, definidas como las evaluaciones positivas o negativas sobre la conducta a realizar.
- La presión social percibida o normas subjetivas, es decir, la percepción que tiene la persona acerca de si el grupo acepta o rechaza la conducta.
- El control percibido, que es la capacidad que el sujeto percibe para ejecutar la conducta. A su vez, las actitudes están influidas por las creencias sobre la conducta, las cuales se entienden como la probabilidad subjetiva que tiene la persona al predecir cierto resultado. De igual manera, las normas subjetivas se ven afectadas por las creencias normativas, o las referencias sociales que establecen lo que se espera de la conducta.

Finalmente, sobre el control conductual percibido influyen las ideas sobre si será fácil o difícil realizar la conducta, así como los factores que se cree que pueden apoyarla o frenar (Ajzen, 2012).

Al incluir las actitudes personales en la TAP permite entender los aspectos emocionales y experienciales que las teorías descriptivas han comenzado a estudiar. Integrar las actitudes permite a esta teoría visualizar a las personas como seres que, más allá de sus procesos cognitivos, tienen valores y sentimientos que provocan la intención hacia una conducta. De este modo se reconoce la complejidad psicológica del ser humano al momento de elegir.

La TAP representa un avance significativo al integrar la dimensión social en la toma de decisiones. En este tenor, se destaca que las elecciones que realizan los sujetos y que están influenciadas por la

búsqueda de aceptación en los diferentes grupos sociales, tales como las familias, la comunidad y su grupo aspiracional. Esto ayuda a explicar por qué un empresario puede rechazar un negocio rentable si percibe que su grupo social lo desapruueba.

Por su parte, el control percibido se incorpora como un interlocutor entre la intención de actuar que está motivada por los impulsos emocionales, por la aceptación social y la probabilidad de realmente lograr la conducta, ya sea por las capacidades personales o las limitaciones del entorno. Esto otorga al modelo tanto realismo psicológico como contextual.

Finalmente, cabe destacar que el modelo profundiza en los aspectos cognitivos de las variables antes mencionadas, al vincularlas con las creencias, reconociendo que los sujetos actúan basados en lo que asumen que es verdad independientemente de una realidad objetiva. Es así como este supuesto intenta explicar cómo la toma de decisiones no es únicamente impulsiva o meramente lógica, sino que tiene sus raíces en un sistema de creencias.

Modelo Psicoeconómico de Van Raaij

Es un modelo dinámico que propone una serie de factores económicos y psicológicos que interactúan para generar decisiones o comportamientos económicos. De acuerdo con Van Raaij (1981), el modelo se compone de cuatro variables principales:

Ambiente económico: son las condiciones económicas objetivas que rodean al sujeto, por ejemplo, la situación del mercado y el tipo de cambio.

Ambiente percibido: este hace referencia a cómo las personas generan expectativas, actitudes y percepciones sobre el ambiente económico, siendo esta una interpretación subjetiva del contexto. Esto implica que la persona evalúe y aproveche oportunidades, desarrollando actitudes hacia ciertas conductas, generando una intencionalidad.

Conducta económica: es la conducta del individuo que puede generar consecuencias en las decisiones económicas. Es decir, que si las personas ejecutan algunas acciones económicas pueden alterar el medio.

Bienestar subjetivo: se refiere a la comparación que se hace de lo que se esperaba con el resultado obtenido, determinando así el grado de satisfacción que logra la persona luego de realizar la conducta.

Van Raaij (1981) añade dos dimensiones: el entorno objetivo como punto de partida y el bienestar subjetivo como sistema de retroalimentación que cierra el ciclo en la toma de decisiones. Este modelo no solo se pregunta qué lleva a una persona a tomar determinada elección, sino también cómo esa decisión transforma el entorno e influye en la manera en que las personas percibirán la realidad en un futuro.

De este modo, se reconoce que existe una realidad material independiente del sujeto, por ejemplo, la inflación o las tasas de interés. Sin embargo, la percepción individual actúa como filtro a través del cual esa realidad objetiva se convierte en acción. Es así como se introduce la noción de que existe una diferencia entre la realidad y la percepción de cada persona.

Otro avance significativo de esta teoría es que no concibe la conducta como un fin, sino como un paso dentro de un ciclo continuo. Así, una vez llevada a cabo la acción, se comparan las expectativas iniciales con las consecuencias obtenidas y el impacto que tuvo en el entorno. Los resultados de esta comparación influyen en la manera en que los tomadores de decisiones percibirán las próximas

opciones de elección. Este proceso de retroalimentación le da al modelo un carácter dinámico y psicológicamente apegado a la realidad.

Locus de Control

Desde la psicología cognitiva, las creencias que tienen las personas sobre quién o qué controla su vida determinan sus actitudes y comportamiento en la toma de decisiones. Partiendo de esta premisa, surge el constructo de Locus de Control propuesto por Rotter (1966) que describe la tendencia constante de una persona a creer que lo que le acontece en su vida, ya sean resultados positivos o negativos, depende de sus actos o de factores ajenos a ella. El mismo autor divide este concepto en dos dimensiones:

Locus de Control Interno: refleja la expectativa generalizada que tiene un individuo sobre sí las consecuencias de sus acciones dependen de su propio comportamiento. En un empresario, pensar así lo motiva a buscar más información y a tener una mayor responsabilidad en su negocio.

Locus de Control Externo: considera que sus refuerzos son causados por fuerzas externas como el azar, la suerte, el destino o el control de otras personas. Estas creencias pueden llevar al propietario a tener una actitud pasiva y a la falta de planeación estratégica, si considera que el entorno es incontrolable y que las cosas caerán por su propio peso.

Otra aportación fundamental es la que realizó Levenson (1973), quien diferenció las fuerzas externas propuestas por Rotter. La autora argumenta que estas no son unidimensionales y sugirió un modelo de tres dimensiones independientes:

- Locus de control interno.
- Locus de control externo de otros poderosos.
- Locus de control externo de azar.

Es así que el estudio del Locus de Control nos permite comprender cómo las decisiones no solo dependen del análisis de datos contables sino de las creencias que posee el individuo. Reconoce que las personas actúan con base en lo que consideran que es verdad, independientemente de la objetividad de esa realidad. Lo anterior, permite conocer cómo la persona procesa los resultados obtenidos. El impacto emocional de un fracaso financiero será distinto si la persona cree que fue por su mala gestión o porque tuvo mala suerte. En las MIPYMES, donde por lo general el dueño es el administrador, su locus de control es el reflejo de las políticas de la empresa. Si él cree que puede modificar su entorno, la empresa será dinámica; en cambio, si considera que el contexto lo domina, las políticas serán reactivas.

RESULTADOS

Del análisis fenomenológico de las entrevistas a los diez empresarios surgen ocho categorías relacionadas con los factores psicológicos en la toma de decisiones financieras. A continuación, se describen dichas categorías:

La Familia como Red de Apoyo Emocional ante la Incertidumbre en la Toma de Decisiones

Definición. La familia sirve como soporte emocional y como un criterio de validación, que más que aportar un consejo técnico, apoya a los empresarios con su regulación emocional disminuyendo la ansiedad y el estrés al tomar decisiones financieras.

Descripción. Todos los participantes consultan a miembros de su familia, en especial al padre, madre o cónyuge, no solo para conocer su visión acerca del negocio, sino para liberar tensión y sentirse

acompañados. La frecuencia con la que se mencionan códigos relacionados con el alivio emocional en las entrevistas sugiere que, en contextos de baja educación financiera formal, la familia ayuda a contener la ansiedad frente a la incertidumbre propia del entorno empresarial:

"A mí me ayuda mucho pensarlo, o sea, como que yo solita estarlo analizando y ya después como que lo voy a platicar. O sea, ya cuando yo lo analicé mucho, ya como ejemplo se lo platico a mi papá o así, y bueno, mi papá tiene un poquito más de noción sobre esas cosas y ya desde su punto de vista me dice. Y así ya lo platicamos y pues eso te ayuda a liberar esa tensión" (Microempresaria).

"Hay algo que me ayuda mucho, lo platico yo mucho con mi mamá y creo que tiene una muy buena perspectiva de los negocios... Ella como que me hace sentir bien, es una persona que me ayuda mucho en todos los sentidos" (Microempresario).

Aversión al Riesgo Económico

Definición: Temor ante la posibilidad de que una decisión financiera genere pérdidas económicas o el fracaso del negocio. Este miedo puede ocasionar rumiación financiera paralizante.

Descripción de la categoría: El miedo a la pérdida es la emoción más recurrente en las narrativas de los participantes, la cual se activa principalmente ante decisiones de inversión, expansión o endeudamiento. Es un temor anclado a experiencias previas como desfalcos anteriores, crisis familiares o a la incertidumbre de que la empresa no llegue a su punto de equilibrio:

"Sí lo pienso mucho, así como que sí le estoy dando vueltas y vueltas y vueltas... a veces se siente como la ansiedad, la incertidumbre y digo: Ay, ¿qué hago? No sé qué hacer" (Pequeño empresario).

"A mí me da mucho miedo invertir... La verdad es que entro en pánico. Pero yo tengo la personalidad de que entro en pánico y a lo mejor digo ¿cómo le voy a hacer? ..." (Pequeña empresaria).

Impulsividad en la Toma de Decisiones

Definición: Impulso de comprar, gastar o invertir motivado por emociones momentáneas sin hacer un análisis sistemático. Este tipo de decisiones por lo general se toman de forma rápida y con frecuencia generan frustración o arrepentimiento una vez que esa emoción se disipa.

Descripción de la categoría: Aunque la reflexión prolongada es común entre los entrevistados, todos reconocen haber tomado decisiones de manera automática, especialmente al hacer compras pequeñas. Los participantes identifican detonadores usuales como: la novedad, las ofertas, el gusto personal y el exceso de confianza. En estos casos la impulsividad no se limita a cuestiones financieras, sino también incluye decisiones operativas del negocio:

"Una vez compramos un anaquel porque me gustó el estilo, pero en realidad ni aguantó mucho, obvio porque no era de uso rudo como los que se usan en las tiendas para colocar las cubetas de pintura" (Mediana empresaria).

"En ocasiones sin pensarlo como que queremos aprovechar los descuentos de los proveedores, pero se nos junta mucho en la bodega y luego es un rollo sacarlos... luego me arrepiento, pero, pues a echarle ganas" (Pequeña empresaria).

La Intuición Versus el Análisis de Datos Técnicos

Definición: Tensión cognitiva entre guiarse por la experiencia subjetiva, las sensaciones corporales o las necesidades percibidas o por registros numéricos, inventarios y otros datos técnicos. Muchos de

los entrevistados oscilan entre ambos enfoques de acuerdo con el contexto, la urgencia o el tipo de problema que se les presente.

Descripción de la categoría: Los participantes muestran diferentes preferencias respecto a la intuición o al análisis sistemático de los datos. Es relevante señalar que muy pocos de ellos utilizan registros contables sofisticados, sino que en su mayoría confían en su memoria y cálculos mentales, aunque son conscientes de que tomar decisiones basadas en datos les sería más eficiente. Sin embargo, la categoría muestra que el tipo de intuición que utilizan no es irracional, pues se basa en años de experiencia, la observación de las ventas y el conocimiento de sus productos. Cabe mencionar que en muchas ocasiones el análisis sistemático de los datos no está a su alcance por falta de conocimiento o de herramientas:

"No soy mucho como de investigar... Pues te podría decir que a lo mejor hasta hace poco yo decía que eso era lo que no funcionaba, pero últimamente he cuestionado porque hay caminos más fáciles que los que a veces uno decide caminar de acuerdo a lo que uno va aprendiendo" (Microempresaria)

"La compré de segunda mano, digamos que es más investigación, porque no te puedes ir nada más a la ficha técnica como los nuevos, sino le investigué mucho en foros, investigué mucho en opiniones... y los números, pues digo, como que, primero sí es intuitivo, pero después digo no, a ver, los números, si los puedo tener con la intención de analizar, lo prefiero ver por números y por datos" (Pequeño empresario)

Modelado Familiar de Hábitos Financieros

Definición: Los hábitos de ahorro, endeudamiento, gasto y gestión del dinero que se aprenden en la familia influyen de manera significativa en las decisiones financieras que toman los empresarios en la actualidad. La familia es un modelo cognitivo y emocional que establece lo que se considera normal o adecuado en la gestión de la economía personal y empresarial.

Descripción de la categoría: Los entrevistados reconocen que sus patrones financieros tienen sus raíces en la educación familiar, aunque en algunos casos esto resulta ser positivo, en otros es negativo. Es importante recalcar que el modelado no se limita a métodos de administración, sino que incluye actitudes hacia el dinero como: exceso de confianza, hipercontrol, generosidad o avaricia, entre otros:

"Mi papá se echaba compromisos económicos fuertes, se echaba muchos préstamos, muchos, muchos, muchos, muchos préstamos, pero nunca salía, o sea, él decía que sí salía, pero sacaba otro préstamo para pagar ese préstamo, entonces eso yo creo que fue una muy mala enseñanza. Y mi mamá es todo lo contrario, mi mamá era de no gastes, no compres, pero al mismo tiempo, como ya trabajábamos, nos decía, cómpratelo, porque para eso trabajas, nunca fue como un prever, como ahorra, guarda, prevé, ponte este plan. Por ejemplo, yo escucho que para los papás de mis amigas es, dame, no sé, te voy a ayudar a ahorrar para comprarte un terreno... eso en mi casa no se dio. Por eso ahora yo no puedo pedir prestado y se me han ido muchas oportunidades..." (Microempresaria).

"Siento que sí desde chiquitas nos enseñaron como a ahorrar, porque desde chiquillas teníamos una cuenta de ahorro en la caja popular y ahí nos llevaban y ahí ahorrábamos. Y con ese dinero a veces comprábamos cosas. Por ejemplo, si queríamos, no sé, un celular, era como de: Pues ahorra de lo que te damos. Obviamente, era muy poquito, a veces nos terminaban poniendo el resto nuestros papás, pero sí nos decían como de: No, pues a ver, tú ahorra para que puedas pagar esto. Y hay que ir metiendo, no sé, cada mes al ahorro de la caja popular tanto para que tengas tu dinero. Obviamente, uno lo hace de chiste, como de: Ah, pues ¿cuánto tendré?, mi mamá sabe, pero sí siento que eso nos ayudó como a no ser tan impulsivas. Como de que el dinero es para gastarse y me lo gasto así, en cuanto tengo dinero ya me lo gasté todo y no sé qué. Siento que sí influyó" (Mediana empresaria).

Locus de Control Interno y Externo

Definición: Conjunto de creencias en el que el grado de éxito o fracaso depende del esfuerzo personal, la voluntad y sus propias fortalezas, en contraste con factores externos como la suerte, el destino, la violencia, las oportunidades o el gobierno. Esta dimensión tiene gran influencia en la disposición a asumir riesgos, en la resiliencia y en la toma de responsabilidades en diversas situaciones complejas.

Descripción de la categoría: En la práctica la mayoría de los participantes combina varias visiones reconociendo que hay cosas que dependen de ellos como: optimizar los procesos, gestionar sus recursos de manera eficiente y realizar actividades de mercadotecnia. Sin embargo, hay otras que se salen de su alcance y que los limitan entre las que se destacan la inseguridad y las temporadas bajas:

"... O sea, si va a ser algo, pues depende de las personas que lo logren. Pero no siempre. Siento mucho que tiene que ver el contexto en el que vives. O sea, porque sí es el contexto en el que vives, las oportunidades o las facilidades que se te presenten, porque muchas veces hay gente que no la tiene como tan fácil" (Mediana empresaria).

"Siento que sí es más como de poner tú de tu parte, pero también tiene que ver mucho lo de alrededor. Por ejemplo, ahorita la violencia está a tope y sí es como de... por ejemplo, tú sales a vender y no sabes cómo te va a ir. Muchos negocios tienen que abrir más temprano y cerrar más temprano, porque ya la situación está muy difícil" (Microempresario).

La Paradoja del Ahorro y la Inversión

Definición: Conjunto de creencias, actitudes y conductas respecto a los hábitos de ahorro y la inversión en instrumentos financieros o activos digitales. Incluye también la percepción de riesgo, la confianza en las instituciones financieras, el conocimiento percibido y la influencia de terceros en la decisión de ahorrar o invertir.

Descripción de la categoría: La categoría advierte una paradoja pues, aunque todos los entrevistados reconocen la importancia del ahorro y han pensado en realizar inversiones en diversos instrumentos, la mayoría no ha dado el primer paso. Entre las barreras principales se destacan: A) La falta de conocimiento sobre cómo funcionan los activos financieros. B) Miedo a perder, especialmente en instrumentos de riesgo variable. C) Accesibilidad del efectivo, les da más seguridad tener el dinero a la mano para cualquier eventualidad y D) Desconfianza ante las entidades financieras, no se sienten seguros dejando en manos de otros sus recursos económicos por miedo a algún fraude:

"Yo sí, de repente me pongo a investigar un poquito. Obviamente, no sé bien cómo hacerlo, por eso no lo he hecho, pero sí de repente, o sea, sí empiezo a ver videos, así como de invertir en empresas o cómo se llaman... CETES. Ajá, o sea, de cómo comprar CETES. Me he metido así al simulador y hacer no sé qué, pero nunca me he animado a hacerlo. Siempre digo: 'Voy a hacerlo', pero no. No me siento... siento que no conozco lo suficiente, entonces por eso no me aviento a hacerlo, pero sí lo he pensado" (Microempresaria).

"Sí lo he pensado (invertir en acciones), nada más que precisamente en el sentido de meterme en acciones, siento que sí me haría falta tomar algún curso. ... La indecisión no me ha dejado invertir. Le quiero tirar un poquito más a la segura, digamos así" (Microempresario).

Juicio Social

Definición: Percepción por parte de los empresarios de ser juzgados negativamente por su entorno social cercano incluyendo la familia, en relación con su decisión de emprender, sobre el desempeño de

su negocio o su gestión financiera. Este juicio se manifiesta generalmente con comentarios despectivos, comparaciones o suposiciones sobre el éxito que debería tener una MIPYME.

Descripción de la categoría: El juicio social se presenta como una experiencia recurrente especialmente en dos momentos críticos: 1. Cuando el empresario decide ser emprendedor y abandona la idea de tener un empleo formal. 2. Cuando el negocio atraviesa por problemas económicos. Los entrevistados manifiestan sentirse cuestionados en su capacidad y en su elección vocacional.

“Sí, a mí me pasó cuando me salí de mi trabajo que tenía como ya... ¿sí? Que solamente yo nada más iba y me pagaban. Entonces me salí y fue como de: ¿Pues te saliste porque no te pagaban bien? ¿O por qué? Y yo les decía: No, pues realmente para dedicarme a mi negocio. Y era como de: ¿Pero por qué? O sea, y había gente que me decía: Ah, ¿ya no te gustó trabajar? Y yo: No, sí me gusta. No, pues es que no sé qué... No sé, la verdad no sé, porque cuando dejé de ser como empleada, en casa de mis papás fue como de ‘estás loca, pero, pues la verdad es que mi esposo siempre me apoya...” (Microempresaria)

“Me dijeron, oye, ¿sabes qué? A lo mejor no la vas a armar. ... ¿Y cómo te hizo sentir a ti eso? Me hizo... echarle más ganas, de hecho. Me hizo... demostrar, pues, que uno puede hacer las cosas” (Microempresario).

DISCUSIÓN

A continuación, se discuten los hallazgos de cada categoría en relación con la literatura:

La familia como red de apoyo emocional ante la incertidumbre

En concordancia con He et al. (2025) quienes aseveran que el apoyo social y familiar disminuyen la presión en la toma de decisiones y aumentan la resiliencia durante las crisis, los resultados de este estudio muestran cómo la familia actúa como reguladora emocional, ayudando a los empresarios disminuir la ansiedad y el estrés al momento de tomar de decisiones financieras.

Aversión al riesgo económico

En esta investigación, el miedo a la pérdida surge como una emoción recurrente que se manifiesta en rumiación e inacción en la toma de decisiones. Esto concuerda con lo que mencionan Espinoza et al. (2025), referente a que la aversión a la pérdida en las MIPYMES provoca una administración ineficiente de sus recursos. Sin embargo, los entrevistados relacionan este miedo a experiencias negativas como fraudes o crisis familiares, lo que sugiere que la aversión al riesgo económico no solo es un sesgo cognitivo, sino también parte de un aprendizaje emocional propio de la historia personal.

Impulsividad en la toma de decisiones

En la presente investigación los resultados muestran que todos los participantes reconocen haber realizado compras impulsivas, manifestando que esta impulsividad no solo afecta su economía personal, sino que tiene repercusiones en su estabilidad emocional, lo que incide de manera negativa en las decisiones empresariales. Esto es consistente con Furnham (2014), quien señala que las compras compulsivas generan baja autoestima financiera. Lo anterior evidencia que el autocontrol financiero es una competencia que requiere ser desarrollada en los contextos personal y empresarial.

La intuición versus el análisis de datos técnicos

Las decisiones de los empresarios oscilan entre la intuición sustentada en su experiencia y en análisis de datos. Cabe mencionar que esta intuición no es irracional, sino que se fundamenta en el

conocimiento del producto y del mercado. Este resultado coincide con Kartini et al. (2020), quienes afirman que el analfabetismo financiero no solo es falta de conocimientos técnicos, sino también es una deficiencia actitudinal. En este orden de ideas, la falta de sistemas de información no siempre es por desidia de los empresarios, sino consecuencia de limitaciones de infraestructura tecnológica propias de la mayoría de las MIPYMES latinoamericanas.

Modelado familiar de hábitos financieros

Los entrevistados mencionan de manera literal que sus esquemas de ahorro, endeudamiento y gestión del dinero fueron aprendidos en el contexto familiar. Este resultado se alinea con lo propuesto por Purbasari et al. (2025), quienes encontraron que las habilidades empresariales y el locus de control están influenciados por la historia familiar de cada persona. A la par, uno de los resultados que se destaca en este trabajo es que el modelado familiar va más allá de las conductas evidentes como ahorrar o endeudarse, sino también incluye actitudes como el exceso de confianza o la avaricia; esto nos indica que los programas de educación financiera deben considerar el aspecto psicosocial y no solo impartir conocimientos técnicos.

Locus de control interno y externo

Los participantes combinan tanto el locus de control interno como el externo de acuerdo con diversas circunstancias: reconocen su responsabilidad en la gestión de sus empresas, pero también atribuyen ciertos resultados a factores externos, principalmente la inseguridad o las temporadas de ventas bajas. Cabe mencionar que, en el contexto mexicano, la violencia y la inestabilidad económica aparecen como fuerzas externas que inciden en el control percibido. En este contexto, un locus de control externo puede ser una adaptación más realista al entorno y no solo un sesgo cognitivo. Esto concuerda con Purbasari et al. (2025), quienes afirman que el locus de control interno mejora el desempeño de las MIPYMES, siempre que vaya acompañado de una motivación intrínseca.

La paradoja del ahorro y la inversión

Aunque los participantes reconocen la importancia del ahorro y tienen la intención de invertir en instrumentos como CETES o acciones, la mayoría no da el primer paso por falta de conocimiento, por temor a perder su dinero, por la necesidad de liquidez y por desconfianza en las instituciones financieras. Esto concuerda con el modelo de Van Raaij (1981), quien menciona que el entorno económico real es filtrado por un ambiente percibido de desconfianza e incompetencia, lo que desincentiva la inversión. Esta paradoja radica en que, aunque los empresarios valoran el ahorro y la inversión como algo ideal, sus creencias, emociones y sesgos cognitivos son un obstáculo para la acción.

Juicio social

La teoría de la acción planificada de Ajzen (2012) menciona que la desaprobación social percibida puede disuadir la conducta emprendedora. Esta teoría difiere de los hallazgos de la presente investigación, pues, aunque los empresarios comentan haberse sentido juzgados de manera negativa por su entorno cercano cuando decidieron emprender o al enfrentar dificultades económicas, a diferencia de lo que predice la teoría, los entrevistados usan el juicio social como una motivación para demostrar su capacidad de éxito. No obstante, el costo emocional de no sentir el apoyo es desgastante y podría derivar en altos niveles de ansiedad, respecto al desempeño financiero de las MIPYMES mexicanas.

Implicaciones

Los resultados de este estudio tienen implicaciones teóricas importantes sobre la toma de decisiones de los dueños de las MIPYMES. En primer lugar, contribuyen a la Teoría de Acción Planificada de Ajzen (2012) al exponer que el juicio social percibido no siempre es una barrera, sino también puede actuar como un motivador de la conducta emprendedora al momento en que los empresarios quieren demostrar su capacidad para hacer negocios. Además, se destaca que la familia no solo es una presión normativa para los empresarios, sino también sirve como un apoyo emocional. Esto sugiere que esta teoría podría enriquecerse al incluir una variable mediadora entre el control percibido y la intención de llevar a cabo la acción.

En segundo lugar, los hallazgos relacionados con el locus de control median la división entre locus interno y externo de Rotter (1966), pues los empresarios combinan ambos tipos de locus de acuerdo a cada situación. En este sentido, en un contexto mexicano donde concurren altos índices de inseguridad y violencia, el locus externo es una adaptación a su realidad y no un sesgo cognitivo. Por lo tanto, las escalas de evaluación de locus de control podrían requerir ser adaptadas a cada región basada en su realidad.

Sobre las implicaciones prácticas, esta investigación puede incidir en el diseño de programas de capacitación financiera dirigidos a dueños de MIPYMES. Para tal efecto es necesario integrar temas psicosociales que procuren el desarrollo de habilidades orientadas a la regulación emocional, la aversión a la pérdida y el autocontrol. Además, las intervenciones podrían incluir la gestión de las relaciones familiares sanas, dado que estas sirven como red de apoyo en momentos críticos.

A su vez, se recomienda desarrollar herramientas financieras de análisis de datos que sean accesibles y fortalezcan la toma de decisiones basadas en la experiencia. Finalmente, se debe fomentar la planeación económica de las empresas, incluyendo prevención de riesgos que respondan a la realidad de la inseguridad y la violencia que se ha desatado en México.

Limitaciones

Una de las limitaciones de este estudio es el reducido tamaño de la muestra que consta de diez participantes únicamente, por lo que no se pueden generalizar los hallazgos a todas las MIPYMES de Guanajuato. Además, el alcance geográfico está limitado a un solo estado de México, por lo que los resultados no muestran la diversidad del país. Cabe mencionar que, al tratarse de un método fenomenológico mediante entrevistas, la información recaudada depende de la honestidad y la percepción de los entrevistados, lo que introduce posibles sesgos. De la misma manera, la interpretación de los discursos es subjetiva porque es imposible eliminar totalmente los juicios previos del investigador. Por último, el estudio no compara el impacto de los factores psicosociales con los indicadores de desempeño reales de las empresas y se limita a analizar la percepción de los dueños.

CONCLUSIÓN

Reconocer que los factores psicosociales tienen gran influencia en la toma de decisiones económicas es elemental para diseñar modelos y programas efectivos de capacitación en gestión financiera en México. Este estudio evidencia que los dueños de MIPYMES no actúan bajo la racionalidad pura como lo suponen las teorías normativas, sino que sus decisiones están influenciadas por factores psicosociales. Estos factores se integran en el sujeto a través de los aprendizajes que se adquirieron en el núcleo familiar y por la influencia del contexto en el que se desenvuelve. Dichos aspectos determinan en gran medida la conducta financiera de las personas; pues, aunque desean actuar de

manera óptima en la gestión de las finanzas, en muchas ocasiones los componentes psicológicos y sociales las incitan a actuar de manera irracional.

Bajo esta perspectiva, el modelado familiar de costumbres y creencias financieras arraigadas, así como la incertidumbre que causa el grave problema de inseguridad ciudadana que se presenta en México, obstaculizan el desarrollo empresarial. Por consiguiente, las políticas públicas dirigidas al apoyo de las MIPYMES sólo tendrán éxito si trascienden la mera capacitación técnica e intervienen en la reconfiguración de los paradigmas mentales y sociales del ecosistema empresarial.

Es por ello que se sugiere que la educación financiera incorpore habilidades psicosociales como la regulación emocional, el autocontrol, el autoconocimiento y la gestión de las relaciones, adaptando el uso de herramientas y conceptos al contexto de la realidad de cada región. De esta manera, se podría reducir la brecha entre la teoría económica y la realidad empresarial, promoviendo una gestión más consciente y sostenible. Asimismo, invertir en la capacitación financiera de los emprendedores puede ayudar a reducir la tasa de cierre de negocios y mejorar la calidad de vida de las personas.

RECOMENDACIONES

En futuras investigaciones podrían realizarse investigaciones cuantitativas con muestras representativas de las MIPYMES mexicanas que describen estadísticamente la existencia de las ocho categorías encontradas en este trabajo exploratorio. A su vez, se sugiere comparar las creencias que tienen los empresarios de distintas regiones del país, niveles educativos y tamaños de empresa en relación con el ahorro, la inversión y el endeudamiento con el propósito de conocer si el contexto y la formación influyen en dichas percepciones. Además, sería de gran utilidad diseñar y evaluar intervenciones psicoeducativas sobre la gestión financiera que incluyan el desarrollo de habilidades psicosociales y conocimientos técnicos adaptados a la realidad de las MIPYMES mexicanas.

REFERENCIAS

Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. En P. A. M. Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 1, pp. 438-459). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>

Asante, E. A., & Affum-Osei, E. (2019). Entrepreneurship as a career choice: The impact of locus of control on aspiring entrepreneurs' opportunity recognition. *Journal of Business Research*, 98, 227-235. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.006>

Banco Mundial. (7 de octubre de 2025). SME Finance: Expanding access to finance for SMEs is essential <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>

Espinoza Quispe, L. E., Viay Rada Vittes, J. F., Vilchez Galarza, N. D., Martín Marcelo, J. M., & Nuñez Moscoso, J. C. (2025). Psicología financiera en las MIPYMES: análisis de factores psicológicos que influyen en la toma de decisiones financieras. *Arandu UTIC*, 12(2), 692-709. <https://doi.org/10.69639/arandu.v12i2.950>

Furnham, A. (2014). *The Psychology of Money*. Routledge.

Guillén-Ariza, J. F., & Macancela-Espinoza, D. E. (2025). Educación financiera y sesgos conductuales en la toma de decisiones de los emprendedores sociales [Tesis de Grado de Maestría, Universidad de Cuenca]. <https://rest-dspace.ucuenca.edu.ec/server/api/core/bitstreams/a7175cd4-98c6-4d65-8b1a-508ad5b6890b/content>

He, J., Chen, Y., Zhou, Y., Zhang, Y., & Wang, B. (2025). The relationship between entrepreneurial psychological capital and entrepreneurial persistence: Evidence from China. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 17(5), 1311-1331. <https://doi.org/10.1108/JEEE-01-2024-0037>

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291. <https://doi.org/10.2307/1914185>

Kartini, K., Fitri, F., Rabiya, U., & Anggraeni, D. (2020). Analysis of the financial literacy behavior model. *Golden Ratio of Finance Management*, 1(2), 114-122. <https://doi.org/10.52970/grfm.v1i2.69>

Keeney, R. L., & Raiffa, H. (1993). *Decisions with multiple objectives: Preferences and value trade-offs*. Cambridge University Press.

Lema Arocena, F. A. (2012). Racionalidad limitada y gestión de riesgos en la sociedad del riesgo global. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas*, 11(1), 105-118. <https://revistas.usc.gal/index.php/rips/article/view/1027>

Levenson, H. (1973). Multidimensional locus of control in psychiatric patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 41(3), 397-404. <https://doi.org/10.1037/h0035357>

Martínez-Mediano, C. (2012). La teoría de la evaluación de programas. *Educación XX1*, 1(1). <https://doi.org/10.5944/educxx1.1.1.398>

Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine-country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51-75. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7)

Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299-313. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>

Purbasari, R. N., Sugiharjo, R. J., & Oli'i, I. A. (2025). The impact of internal and external LOC with intrinsic motivation as a mediator on the MSME's business performance in Indonesia. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2). <https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V3I12P124>

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28. <https://doi.org/10.1037/h0092976>

Sánchez, L. M. J. (2023). Estrategias de ahorro y gestión financiera para las pequeñas y medianas empresas. *Transdigital*, 4(7), 1-14. <https://revista-transdigital.transdigital.mx/index.php/transdigital/article/view/241>


Secretaría de Economía. (2024). MIPYMES mexicanas: motor de nuestra economía. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/923851/20240626_Dossier_MIPYMES_SALIDA_Int_eractivo_5_.pdf

Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99-118. <https://doi.org/10.2307/1884852>

Torres, M. G., Ruiz-Esparza, S., Quezada-Flores, M. D. L. L., & Valdivieso, O. (2024). Economic and financial challenges of micro, small and medium-sized enterprises in Mexico. *Journal Financial Economy*, 8(14), 3-9. <https://doi.org/10.35429/JFE.2024.8.14.3.9>

Van Manen, M. (2016). Fenomenología de la práctica: Métodos de donación de sentido en la investigación y la escritura fenomenológica. *Errata Naturae*.

Van Raaij, W. F. (1981). Economic psychology. *Journal of Economic Psychology*, 1(1), 1-24. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(81\)90002-7](https://doi.org/10.1016/0167-4870(81)90002-7)

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) .