

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIATURA EN ECONOMÍA CON ENFASIS EN
ECONOMIA INTERNACIONAL

Título de la investigación:

Análisis del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante segundo cuatrimestre del 2025 y propuesta de estrategias para mejorar el desempeño empresarial

Nombre del estudiante:

Caleb Segreda Miranda

Tutor(a):

Jonathan Salas Segura

Sede Central

Diciembre, 2025

Tabla de Contenido

Índice de Tablas	vii
Tabla de Figuras.....	viii
Dedicatoria y agradecimientos.....	x
Resumen ejecutivo.....	xi
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO	1
Problema	2
Sistematización del problema	3
Justificación	4
Justificación práctica.....	5
Justificación metodológica.....	5
Justificación teórica	6
Alcances y limitaciones	7
Alcances.....	7
Alcance temporal	8
Limitaciones.....	8
Descripción del tema.....	8
Información existente.....	9
Estudios previos	10
Delimitación del título	11
Aporte del investigador.....	11
Objeto de estudio	12
Sujeto de estudio	12
Delimitación espacial.....	13
Delimitación temporal	13
Objetivos.....	14
Objetivos generales.....	14
Objetivos específicos	14
Antecedentes	15
Tesis internacionales.....	15
Tesis nacionales	23

Proyecciones	27
CAPÍTULO II: MARCO SITUACIONAL Y MARCO TEÓRICO	29
Marco Situacional	30
Educación financiera en emprendedores del sector manufacturero textil	30
Brechas de acceso a formación financiera en América Latina	32
Impacto de la educación financiera en la sostenibilidad del emprendimiento.....	33
Educación financiera como estrategia para mejorar el desempeño empresarial.....	33
Toma de decisiones financieras	34
Desafíos para alcanzar rentabilidad en el sector manufacturero textil latinoamericano.....	34
Formas de medir el crecimiento en emprendimientos textiles.....	35
Factores que limitan el crecimiento de los emprendedores textiles.....	36
Educación financiera en el contexto latinoamericano	36
El papel de las plataformas digitales en la formación emprendedora.....	37
El canal de YouTube “Gonzalo De Souza” como referente educativo en el sector textil	37
Marco Teórico.....	38
Educación financiera.....	38
Relación entre la educación financiera y la toma de decisiones empresariales.....	40
Rentabilidad.....	41
Indicadores clave de rentabilidad.....	42
Influencia de la educación financiera en la mejora de la rentabilidad.....	43
Crecimiento empresarial	44
Rentabilidad como incentivo para el crecimiento empresarial	45
Relación entre rentabilidad y sostenibilidad del emprendimiento.....	45
Educación financiera y crecimiento empresarial	46
PYMES	47
Clasificación de las PYMES en Costa Rica.....	47
Emprendedor.....	47
Características del emprendedor textil.....	48
Análisis econométrico.....	49
Beneficios de los modelos econométricos	50
Modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO).....	50

Supuestos del Modelo MCO	51
Aplicaciones del MCO.....	51
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO.....	52
Procedimiento metodológico	53
Enfoque cualitativo	54
Diseño del estudio.....	55
No experimental.....	55
Seccional	55
Transeccional o transversal.....	56
Diseño (cualitativo).....	56
Narrativo	56
Método de investigación	57
Analítico.....	57
Disyuntivo.....	57
De campo	58
Tipo de investigación.....	58
Descriptiva	59
Empírica.....	59
Hermenéutica	60
Etnografía.....	60
Nomotética.....	60
Sujetos y fuentes de información.....	61
Sujetos de información	61
Fuentes primarias	61
Fuentes secundarias	62
Población y muestra.....	63
Población.....	63
Muestra	63
Muestreo	65
Aleatorio	65
Probabilístico	66

Instrumentos.....	66
Cuestionario.....	67
Encuesta.....	68
Entrevista.....	69
Confiabilidad y validez.....	70
Confiabilidad.....	71
Validez.....	71
Proceso de recolección de datos.....	72
Operacionalización de variables.....	73
Primera variable: educación financiera.....	73
Definición conceptual.....	73
Definición instrumental.....	73
Definición operacional.....	74
Segunda variable: rentabilidad empresarial.....	76
Definición conceptual.....	76
Definición instrumental.....	76
Definición operacional.....	77
Tercera variable: crecimiento empresarial.....	78
Definición conceptual.....	78
Definición instrumental.....	78
Definición operacional.....	79
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	81
Análisis e interpretación de resultados.....	82
Análisis sociodemográfico de la muestra.....	82
Análisis de la primera variable: educación financiera.....	90
Análisis de la segunda variable: rentabilidad empresarial.....	97
Análisis de la tercera variable: crecimiento empresarial.....	102
Alfa de Cronbach.....	108
Instrumento de la entrevista.....	110
Análisis de la primera variable de la entrevista: educación financiera.....	110
Análisis de la segunda variable de la entrevista: rentabilidad empresarial.....	115

Análisis de la tercera variable de la entrevista: crecimiento empresarial	119
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	124
Conclusiones y Recomendaciones.....	125
Conclusiones de la primera variable: educación financiera.....	125
Conclusiones de la segunda variable: rentabilidad empresarial	127
Conclusiones de la tercera variable: crecimiento empresarial	128
Recomendaciones	129
Recomendaciones de la primera variable: educación financiera	130
Recomendaciones de la segunda variable: rentabilidad empresarial.....	131
Recomendaciones de la tercera variable: crecimiento empresarial	132
CAPÍTULO VI: PROPUESTA.....	134
Propuesta.....	135
Introducción	135
Planteamiento del Problema	135
Objetivos.....	135
Objetivo general.....	135
Objetivos específicos	135
Marco Teórico.....	135
Coeficiente de regresión y modelo de regresión lineal	136
R ² (Coeficiente de determinación).....	137
p-value (valor p).....	138
Estadístico F.....	138
Durbin-Watson.....	139
Metodología	140
Modelo 1: Rentabilidad empresarial ~ Educación financiera.....	141
Modelo 2: Crecimiento empresarial ~ Educación financiera	146
Propuesta a raíz de modelo econométrico	151
Referencias Bibliográficas	157
APÉNDICES.....	168

Índice de Tablas

Tabla 1 Razones financieras más relevantes.....	43
Tabla 2 Desglose del cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	68
Tabla 3 Desglose de la entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	70
Tabla 4 Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	74
Tabla 5 Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	74
Tabla 6 Desglose de encuesta aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	75
Tabla 7 Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	75
Tabla 8 Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	76
Tabla 9 Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	77
Tabla 10 Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	77
Tabla 11 Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	78
Tabla 12 Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	79
Tabla 13 Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	79
Tabla 14 Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	80
Tabla 15 Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza	80
Tabla 16 Características de la encuesta aleatoria.....	83
Tabla 17 <i>Ítems en la escala de Likert y su cantidad de reactivos</i>	109
Tabla 18 Rangos de confiabilidad del Alfa Cronbach	110

Tabla de Figuras

Figura 1	Participación del sector manufacturero América Latina (% del PIB)	31
Figura 2	Resultados Pisa 2022 según países de América Latina.....	39
Figura 3	Participación por grupo de edad.....	84
Figura 4	Composición por sexo de la muestra encuestada	85
Figura 5	Participación por región de residencia	86
Figura 6	Distribución del nivel educativo.....	87
Figura 7	Años de experiencia como emprendedor textil	88
Figura 8	Tamaño de la empresa en número de empleados	89
Figura 9	Distribución en formación temas financieros.....	91
Figura 10	Nivel de uso de herramientas financieras.....	92
Figura 11	Distribución conocimiento en conceptos financieros.....	93
Figura 12	Percepción del impacto de la educación financiera en la toma de decisiones empresariales.....	94
Figura 13	Participación en capacitaciones de educación financiera en el último año.....	96
Figura 14	Margen de ganancia promedio en el último año	97
Figura 15	Incremento de utilidades netas en los últimos 12 meses	98
Figura 16	Ingresos provenientes de productos con alto margen de ganancia.....	99
Figura 17	Frecuencia de revisión de indicadores financieros.....	100
Figura 18	Percepción sobre el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad.....	101
Figura 19	Percepción sobre el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad.....	102
Figura 20	Crecimiento de ingresos empresariales en el último año	103
Figura 21	Expansión de la línea de productos o servicios en los últimos 12 meses.....	104
Figura 22	Distribución de contratación nuevo personal en el último año	105
Figura 23	Inversión reciente en maquinaria, tecnología o infraestructura	106
Figura 24	Etapas de crecimiento sostenido del negocio.....	107
Figura 25	Resultados del modelo 1: Rentabilidad empresarial en función de la educación financiera.....	142
Figura 26	Relación entre educación financiera y rentabilidad empresarial.....	143
Figura 27	Distribución de los residuos del modelo 1.	144

Figura 28 Resultados del modelo 2: crecimiento empresarial en función de la educación financiera	147
Figura 29 Relación entre educación financiera y crecimiento empresarial	148
Figura 30 Distribución de los residuos del modelo 2.	149

Dedicatoria y agradecimientos

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Dios, fuente de vida, fortaleza y propósito, por su guía y misericordia en cada paso de este camino. Sin su luz y dirección, este logro no habría sido posible.

A mi pareja, por su amor, paciencia y apoyo incondicional, que han sido mi refugio y mi mayor motivación durante todo este proceso. También, dedico un espacio especial a mis fieles compañeros, mis mascotas Pretto y Cinza. Aunque Cinza ya no está físicamente conmigo, su cariño dejó una huella imborrable en mi vida. A Pretto, por su compañía y por comprender los momentos en que no pude dedicarle el tiempo que merecía, debido a mi compromiso con los estudios.

A mi familia, especialmente a mis padres y hermanos, por su amor, comprensión y apoyo constante. Ellos han sido el pilar que me sostuvo en los momentos más desafiantes, recordándome siempre la importancia del esfuerzo, la perseverancia y los valores que me han guiado hasta alcanzar esta meta.

A mi tutor, Jonathan Salas Segura, por su orientación, paciencia y dedicación durante todo el proceso de investigación. Su acompañamiento fue clave para el desarrollo de esta tesis.

A mi filóloga, Carol Flores Solano, por su valiosa revisión y corrección del documento, y asegurar la calidad y coherencia del trabajo final.

Asimismo, quiero agradecer a todas aquellas personas que, de manera indirecta, me brindaron su apoyo en este proceso. Sus palabras de aliento, consejos y gestos de solidaridad fueron fundamentales para mantenerme enfocado y motivado.

Finalmente, agradezco a mi alma mater, la Universidad Internacional de las Américas, por brindarme el espacio y las herramientas necesarias para crecer académica y personalmente, permitiéndome alcanzar este importante objetivo.

A todos ustedes, gracias por ser parte de este logro.

Resumen ejecutivo

El presente documento desarrolla un análisis integral sobre la relación entre la educación financiera y la rentabilidad, y el crecimiento empresarial en el sector de manufactura de prendas en América Latina. El estudio se centra en comprender cómo el nivel de alfabetización financiera puede influir en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores, considerando las condiciones económicas y sociales que caracterizan la región.

En los capítulos iniciales se aborda el contexto del problema, la justificación del estudio y los objetivos que guían la investigación. Se examina la importancia de la educación financiera como herramienta estratégica para la toma de decisiones y se delimitan las variables clave que serán objeto de análisis.

Posteriormente, se presenta el marco teórico y situacional, donde se definen conceptos fundamentales como rentabilidad, crecimiento empresarial y educación financiera, además de incluir antecedentes y estudios previos que sustentan la relación entre estas variables. Este apartado proporciona la base conceptual necesaria para interpretar los resultados.

El marco metodológico describe el enfoque mixto aplicado, que combina técnicas cuantitativas y cualitativas. Se detallan los instrumentos utilizados, el diseño muestral y el procedimiento de recolección de datos, así como la aplicación de modelos econométricos de regresión lineal como el de mínimos cuadrados ordinarios para evaluar la influencia de la educación financiera sobre la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

En el análisis e interpretación de resultados, se presentan los hallazgos obtenidos a partir de encuestas y entrevistas realizadas a emprendedores del sector textil. Estos resultados permiten identificar patrones y tendencias que explican la relación entre el nivel de formación financiera y la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

Finalmente, se expone la propuesta, fundamentada en los resultados del modelo econométrico. Esta se estructura en cuatro ejes estratégicos, orientados a fortalecer la educación financiera como mecanismo para mejorar la rentabilidad y el crecimiento empresarial en el sector textil latinoamericano.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN Y PROPÓSITO

Problema

En el presente trabajo se lleva a cabo un análisis del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina, durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Esta investigación surge ante la creciente necesidad de fortalecer las capacidades financieras de los emprendedores, especialmente en un contexto económico regional marcado por la incertidumbre, la informalidad y la limitada inclusión financiera.

A pesar del auge del emprendimiento textil en América Latina, muchos emprendedores enfrentan dificultades para gestionar adecuadamente sus recursos, acceder a financiamiento formal o tomar decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento de sus negocios. Esta situación se ve agravada por la falta de formación financiera, lo que limita su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

En este contexto, el problema central de esta investigación es:

- ¿Cómo influye el nivel de educación financiera de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica en la rentabilidad y el crecimiento de sus empresas durante el segundo cuatrimestre del 2025?

Complementariamente, se busca resolver la siguiente interrogante:

- ¿Qué estrategias pueden derivarse de un análisis econométrico basado en la educación financiera para mejorar la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en este sector?

Este planteamiento se enmarca en la necesidad de comprender cómo la alfabetización financiera puede convertirse en una herramienta clave para mejorar el desempeño empresarial. Se busca identificar los factores financieros que más inciden en la rentabilidad, evaluar la relación entre el conocimiento financiero y el crecimiento del negocio, y proponer estrategias prácticas que puedan ser implementadas por los emprendedores para optimizar su gestión.

La investigación también pretende aportar evidencia empírica que sirva de base para el diseño de programas de capacitación financiera, políticas públicas y modelos de acompañamiento empresarial adaptados a las realidades del sector textil en la región. En resumen, esta tesis se enfoca en analizar el vínculo entre educación financiera y desempeño

empresarial, con el objetivo de generar propuestas que contribuyan al fortalecimiento del ecosistema emprendedor textil en América Latina.

Sistematización del problema

En esta sección se detallan los subproblemas de investigación que sirven como base para la formulación de los objetivos específicos. Se abordan los principales aspectos relacionados con el impacto de la educación financiera en el desempeño empresarial de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina.

Para la primera pregunta específica de la investigación, se procede a indagar sobre los factores clave de la educación financiera que influyen directamente en la rentabilidad de los emprendimientos textiles. Se explora cómo el conocimiento y la gestión de conceptos financieros como presupuesto, flujo de caja, ahorro e inversión pueden incidir en la capacidad de generar utilidades sostenibles:

- ¿Cuáles son los factores clave de la educación financiera que influyen en la rentabilidad de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina?

El segundo subproblema busca puntualizar la relación entre el nivel de educación financiera y el crecimiento empresarial. Se analiza cómo el dominio de herramientas financieras puede facilitar la expansión del negocio, la toma de decisiones estratégicas y el acceso a financiamiento formal, elementos esenciales para el desarrollo sostenido de los emprendimientos:

- ¿Qué relación existe entre el nivel de educación financiera y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina?

El tercer subproblema se enfoca en sugerir estrategias fundamentadas en un análisis econométrico que permitan mejorar el desempeño empresarial. A partir de los datos recolectados, se busca identificar patrones y correlaciones que sirvan de base para diseñar propuestas prácticas orientadas a fortalecer la gestión financiera de los emprendedores:

- ¿Qué estrategias pueden derivarse de un análisis econométrico basado en la educación financiera para mejorar la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina durante el segundo cuatrimestre del 2025?

Justificación

El presente estudio tiene como objetivo principal analizar el impacto que la educación financiera ejerce sobre la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores dedicados al sector de manufactura de prendas en América Latina durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Asimismo, busca proponer estrategias orientadas a mejorar el desempeño empresarial de este grupo, en un contexto regional caracterizado por elevados índices de informalidad, acceso limitado al crédito y baja inclusión financiera.

La justificación de esta pesquisa radica en la necesidad creciente de fortalecer las capacidades financieras de los emprendedores, quienes constituyen un pilar fundamental para el desarrollo económico regional. Según Zamora González (2022), las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) representan el 99.5 % del total de empresas en América Latina, lo que evidencia su relevancia estructural para la economía. No obstante, estas empresas enfrentan múltiples barreras estructurales que dificultan su desarrollo y sostenibilidad, tales como el acceso restringido a financiamiento formal, la informalidad laboral y la insuficiente educación financiera. Estas limitaciones afectan directamente su capacidad para gestionar eficientemente los recursos, optimizar la rentabilidad y tomar decisiones estratégicas a largo plazo. Dichas problemáticas son particularmente agudas en sectores como el manufacturero, donde la eficiencia financiera es un factor clave para la competitividad y el crecimiento sostenido.

En este sentido, la educación financiera se posiciona como un elemento clave para el desarrollo económico, al facilitar la toma de decisiones informadas y responsables tanto por individuos como por emprendedores. Tal como destaca el artículo de Finanzas en Sociedad (2023), la adquisición de conocimientos financieros adecuados no solo facilita el acceso a servicios financieros formales, sino que también mejora la gestión de recursos y fortalece la economía mediante el fomento de hábitos de ahorro, inversión y planificación a largo plazo. En una región como América Latina, donde predominan emprendimientos informales y de subsistencia, la educación financiera puede ser determinante para transformar la supervivencia empresarial en crecimiento sostenible.

La selección del sector de manufactura de prendas para este estudio responde a su importancia económica y social dentro de la región, así como a la alta concentración de emprendimientos liderados por mujeres y jóvenes, grupos que comúnmente presentan menor

acceso a formación financiera formal. Adicionalmente, el trabajo cuenta con una comunidad digital activa, como la del canal de YouTube “Gonzalo de Souza”, permite contar con una muestra diversa y representativa de emprendedores textiles en distintos países latinoamericanos, lo cual enriquece la validez externa del estudio.

En conclusión, esta investigación es pertinente y necesaria, porque aborda una problemática actual y de impacto real: la falta de educación financiera como barrera para el crecimiento empresarial en América Latina. Los resultados de este estudio no solo aportarán al conocimiento académico, sino que también brindarán herramientas prácticas para mejorar la gestión financiera y el desempeño de los emprendedores del sector textil, lo cual posibilita un desarrollo económico más inclusivo y sostenible en la región.

Justificación práctica

Este estudio es relevante, ya que ofrece soluciones concretas para mejorar la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector textil en América Latina, a través del fortalecimiento de su educación financiera. En esta región, el sector emprendedor representa un gran número del tejido empresarial, no obstante, enfrenta limitaciones en gestión financiera. Precisamente, esta investigación busca cerrar esa brecha.

Este estudio se justifica también por su enfoque práctico. A través de un análisis econométrico, se busca identificar los factores clave de la educación financiera que inciden en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendimientos textiles. Con base en este, propone estrategias concretas que puedan ser aplicadas por emprendedores, instituciones de apoyo y formuladores de políticas públicas.

La educación financiera permite a los emprendedores tomar decisiones más informadas, acceder a financiamiento y gestionar mejor sus recursos; por lo tanto, fortalecer estas capacidades resulta clave para que los emprendimientos puedan escalar y sostenerse en el tiempo. Al proponer estrategias basadas en evidencia, este trabajo no solo aporta al conocimiento académico, sino que también ofrece herramientas prácticas para mejorar el desempeño empresarial en un sector clave para la economía regional.

Justificación metodológica

La elección metodológica de este estudio responde a la necesidad de analizar de forma empírica y contextualizada el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el

crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina, durante el segundo cuatrimestre del 2025.

Dado que el objetivo principal es comprender cómo el nivel de alfabetización financiera influye en el desempeño empresarial, se opta por una metodología mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos. Esta combinación permite no solo medir variables clave como ingresos, crecimiento y acceso a financiamiento, sino también explorar las percepciones, prácticas y experiencias de los emprendedores en torno a la gestión financiera.

El uso de encuestas estructuradas permitirá recolectar datos cuantificables sobre el nivel de educación financiera y los indicadores de rentabilidad y crecimiento. Por otro lado, las entrevistas semiestructuradas facilitarán una comprensión más profunda de los desafíos y estrategias utilizadas por los emprendedores, la cual enriquece el análisis con una dimensión cualitativa.

La metodología también se justifica por la naturaleza regional y digital del estudio. Al trabajar con emprendedores vinculados al canal de YouTube “Gonzalo de Souza”, se accede a una comunidad diversa y activa, distribuida en distintos países de América Latina, lo que permite obtener una muestra representativa del sector textil regional.

Finalmente, el uso de análisis econométrico como herramienta de interpretación de los datos permitirá identificar correlaciones significativas entre la educación financiera y el desempeño empresarial, y sustentar la propuesta de estrategias prácticas para mejorar la gestión y sostenibilidad de los emprendimientos.

Justificación teórica

Esta investigación se justifica teóricamente por la necesidad de comprender cómo la educación financiera influye en el desempeño empresarial de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina. El estudio parte del supuesto de que el conocimiento y la aplicación de herramientas financieras pueden tener un efecto directo en la rentabilidad y el crecimiento de los negocios.

Desde el enfoque teórico, se considera que la educación financiera es un componente esencial en la toma de decisiones estratégicas, en la planificación de recursos y en la sostenibilidad de los emprendimientos. Al analizar esta relación, se busca aportar al

desarrollo de un marco conceptual que explique cómo el nivel de alfabetización financiera puede convertirse en un factor determinante para el éxito empresarial.

Además, la presente tesis pretende fortalecer la base teórica sobre la gestión financiera en contextos de emprendimiento, especialmente en sectores productivos como el textil, donde predominan las micro y pequeñas empresas. La investigación permitirá identificar patrones comunes, desafíos recurrentes y oportunidades de mejora que puedan ser utilizados para diseñar estrategias más efectivas de apoyo al emprendedor.

En resumen, el estudio se apoya en fundamentos teóricos que vinculan la educación financiera con el desarrollo empresarial y busca ampliar ese conocimiento mediante un análisis aplicado al contexto latinoamericano, con el fin de generar aportes significativos en el entorno productivo.

Alcances y limitaciones

Alcances

A continuación, se detallan los principales alcances del estudio:

- **Emprendedores del sector textil:** Este trabajo ofrece herramientas prácticas y estrategias que pueden ser aplicadas por emprendedores para mejorar la gestión financiera de sus negocios, lo que puede traducirse en mayor rentabilidad y crecimiento.
- **Instituciones de apoyo al emprendimiento:** La investigación puede servir como insumo para el diseño de programas de capacitación financiera enfocados en las necesidades reales del sector de manufactura de prendas.
- **Formuladores de políticas públicas:** Los hallazgos pueden contribuir a la creación de políticas orientadas a fortalecer la educación financiera como eje del desarrollo económico en sectores productivos clave.
- **Proveedores y distribuidores:** El estudio permite comprender mejor el comportamiento financiero de los emprendedores, lo que puede facilitar relaciones comerciales más sostenibles y estratégicas.
- **Estudiantes e investigadores:** Este trabajo puede ser utilizado como referencia académica para futuras investigaciones relacionadas con educación financiera, emprendimiento y desarrollo económico en América Latina.

Alcance temporal

El alcance temporal de esta investigación corresponde al segundo cuatrimestre del año 2025, periodo para la recopilación los datos de campo.

Limitaciones

- Acceso a la población objetivo: Al tratarse de emprendedores distribuidos en distintos países de América Latina, la recolección de datos depende del alcance digital del canal de YouTube “Gonzalo de Souza” y de la disposición de los participantes a colaborar.
- Instrumentos de recolección: El uso de encuestas y entrevistas en línea puede presentar sesgos de respuesta o limitaciones técnicas, lo que podría afectar la precisión de algunos datos.
- Comparabilidad de resultados: La falta de estudios previos específicos sobre educación financiera en el sector textil latinoamericano puede dificultar la comparación directa de resultados, aunque también representa una oportunidad para aportar conocimiento original.
- Representatividad de la muestra: Aunque se aplicaron criterios de inclusión mediante una pregunta filtro, la muestra se compone únicamente por emprendedores inscritos al canal de YouTube “Gonzalo de Souza”. Esta particularidad podría limitar la representatividad de otros emprendedores del sector textil que no forman parte de esta comunidad digital.
- Condiciones económicas y sociales cambiantes: La investigación se realizó en el segundo cuatrimestre del año 2025, por lo que los resultados pueden estar influenciados por las condiciones económicas y sociales vigentes en ese momento. Esta delimitación impide generalizar los hallazgos a otros contextos temporales.

Descripción del tema

La presente investigación se enfoca en analizar el impacto de la educación financiera sobre la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, durante el segundo cuatrimestre del año 2025. En un entorno económico regional caracterizado por la informalidad, la limitada bancarización y la escasa planificación financiera, la educación financiera se presenta como una herramienta clave para mejorar la toma de decisiones empresariales, optimizar el uso de recursos y fomentar el acceso a fuentes de financiamiento.

Este estudio se dirige específicamente a emprendedores del sector manufacturero textil, un segmento productivo con alto potencial de generación de empleo y valor agregado (Editorialge Spanish Desk, 2025), pero que enfrenta desafíos estructurales en su gestión financiera. A través de un enfoque cuantitativo y el uso de modelos econométricos, se busca identificar los factores clave de la educación financiera que inciden en la rentabilidad y puntualizar su relación con el crecimiento empresarial.

Además, se propone una serie de estrategias fundamentadas en el análisis de datos, orientadas a fortalecer el desempeño financiero de los emprendedores y promover su sostenibilidad en el mercado. Esta propuesta cobra especial relevancia en el contexto latinoamericano, donde la educación financiera no solo facilita el uso efectivo de productos financieros, sino que también empodera a las personas para ejercer sus derechos y tomar decisiones informadas que impacten positivamente en su bienestar económico (Mejía, 2021).

Por otro lado, la alta prevalencia de la economía informal en la región representa un obstáculo adicional para el desarrollo empresarial sostenible. En países como Costa Rica, por ejemplo, la informalidad se asocia con menores ingresos, inestabilidad laboral y falta de acceso a la seguridad social (Ministerio de Trabajo y Seguridad Social [MTSS], 2021) lo que limita las oportunidades de crecimiento y formalización de los emprendimientos. En este sentido, fortalecer la educación financiera puede ser un mecanismo eficaz para facilitar la transición hacia modelos de negocio más formales, rentables y sostenibles.

Información existente

Para el desarrollo de esta pesquisa, se hace uso de información clave proveniente del informe técnico titulado “Fomentando la igualdad de oportunidades: El rol de la educación financiera en la consecución del ODS 10 ‘Reducción de las desigualdades’” de Aracil y Díaz. Este documento proporciona un análisis riguroso respaldado por datos empíricos sobre la relevancia de la educación financiera como herramienta para reducir la desigualdad económica, especialmente en regiones como América Latina. La evidencia presentada permite comprender cómo una adecuada alfabetización financiera, en conjunto con políticas de inclusión financiera, puede influir positivamente en la toma de decisiones económicas de los individuos, promoviendo así una mayor equidad y sostenibilidad social.

De igual manera, se toma como referencia la Ley N.º 8262, Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas, la cual establece el marco normativo que regula y

promueve el desarrollo de las PYMES en Costa Rica. Esta legislación resulta esencial para contextualizar el entorno institucional y las oportunidades disponibles para los emprendedores (Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, 2002).

Igualmente, la investigación se complementa mediante la consulta de fuentes bibliográficas físicas y digitales, artículos especializados, y entrevistas realizadas a emprendedores y propietarios de negocios, tanto en plataformas virtuales como en establecimientos físicos. Estas herramientas permiten enriquecer el análisis con perspectivas prácticas y actuales del entorno comercial.

Estudios previos

Al iniciar el desarrollo de esta investigación, se identificaron diversos estudios y documentos que abordan conceptos clave relacionados con la educación financiera y su impacto en el desempeño de los emprendedores, particularmente en el sector manufacturero de prendas en América Latina.

A nivel internacional, destaca el informe de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) titulado “Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard”, el cual examina cómo la educación financiera puede fortalecer las capacidades de gestión y acceso al financiamiento de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES). Este estudio, que analiza datos de 48 países, revela que la inclusión de las MIPYMES en estrategias nacionales de educación financiera, junto con políticas de apoyo al financiamiento, puede mejorar significativamente su sostenibilidad, facilitar la diversificación de fuentes de financiamiento y fomentar su crecimiento económico (OCDE, 2020).

Otro documento relevante es el publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en 2020, titulado “Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: Impactos, necesidades y recomendaciones”. Este trabajo propone un enfoque centrado en el fortalecimiento de las capacidades personales del emprendedor, más allá del simple diseño de planes de negocio. A través del análisis de experiencias en América Latina y el Caribe, se identifican buenas prácticas y se formulan recomendaciones para mejorar el desempeño empresarial mediante estrategias de formación, acompañamiento y fortalecimiento institucional, especialmente en contextos de crisis como la pandemia del COVID-19 (Kantis y Angelelli, 2020).

Ambos estudios ofrecen marcos teóricos y metodológicos valiosos para esta tesis, ya que permiten comprender cómo la educación financiera puede incidir en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendimientos. Asimismo, sus hallazgos pueden servir como punto de comparación con los resultados obtenidos en el análisis del sector manufacturero de prendas durante el segundo cuatrimestre del 2025.

Delimitación del título

Aporte del investigador

El aporte del investigador en la presente tesis consiste en realizar un análisis detallado sobre el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina durante el segundo cuatrimestre del 2025. Este análisis se fundamenta en un marco teórico sólido, construido a partir de una revisión exhaustiva de literatura académica y estudios de organismos internacionales que abordan la relación entre alfabetización financiera y desempeño empresarial.

Entre las fuentes consultadas, destaca el estudio de García Santos (2021), titulado “Cultura financiera y su incidencia en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria”, el cual demuestra, mediante análisis estadístico, que existe una correlación significativa entre el nivel de cultura financiera y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector textil.

El presente trabajo busca no solo analizar el impacto actual de la educación financiera en este sector, sino también proponer estrategias prácticas y contextualizadas que contribuyan a mejorar el desempeño empresarial de los emprendedores. Estas estrategias estarán orientadas a fortalecer la sostenibilidad financiera, optimizar la toma de decisiones y fomentar el crecimiento económico de las unidades productivas en estudio.

Este enfoque cobra especial relevancia en el contexto económico actual, donde la recuperación postpandemia y la transformación digital exigen a los emprendedores una mayor preparación financiera para adaptarse a los cambios del mercado y competir de manera efectiva.

Objeto de estudio

El objetivo de esta investigación es analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre del 2025, con el propósito de proponer estrategias fundamentadas en un análisis econométrico que contribuyan a mejorar el desempeño empresarial.

Este análisis se enfocará en identificar los factores clave de la educación financiera que inciden directamente en la rentabilidad de los negocios, puntualizar la relación entre el nivel de alfabetización financiera y el crecimiento empresarial, y sugerir estrategias prácticas y contextualizadas que fortalezcan la sostenibilidad y competitividad de los emprendimientos en el sector manufacturero textil.

La investigación se delimita espacialmente a la región de Latinoamérica y temporalmente al segundo cuatrimestre del año 2025, considerando como sujetos de estudio a los emprendedores del sector de manufactura de prendas. El aporte del investigador se centra en ofrecer un análisis riguroso y actualizado, basado en evidencia empírica y literatura especializada, que permita generar propuestas aplicables en el contexto económico actual.

Sujeto de estudio

Los sujetos de estudio en esta investigación son los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina que forman parte de la comunidad del canal de YouTube “Gonzalo de Souza”. Al cierre de la semana diez del segundo cuatrimestre, dicho canal cuenta con 475000 suscriptores. Se caracteriza por ser un espacio digital reconocido por su enfoque en el emprendimiento textil y la capacitación empresarial.

Estas personas han sido consideradas como población objetivo, ya que, al estar activamente inscritas y participando en el canal, demuestran un interés explícito en el desarrollo de habilidades empresariales, incluyendo la educación financiera. Además, representan una muestra diversa de emprendedores ubicados en distintas regiones de América Latina, lo que permite obtener una visión más amplia y representativa del impacto de la educación financiera en este sector.

El criterio de selección se basa en su vinculación con el canal, su actividad en el sector textil y su disposición a participar en la investigación, lo cual los convierte en sujetos idóneos

para analizar la relación entre alfabetización financiera, rentabilidad y crecimiento empresarial en el contexto latinoamericano actual.

Delimitación espacial

La delimitación espacial de la presente investigación abarca diversas localidades de América Latina, específicamente aquellas en las que se encuentran ubicados los emprendedores del sector de manufactura de prendas que forman parte de la comunidad del canal de YouTube “Gonzalo de Souza”.

Esta delimitación responde a la naturaleza digital y descentralizada del grupo de estudio, ya que los emprendedores participantes se distribuyen en distintos países de la región, incluyendo zonas urbanas y semiurbanas con actividad textil significativa. La elección de esta población permite obtener una perspectiva regional sobre el impacto de la educación financiera en el desempeño empresarial, considerando las particularidades económicas y culturales de cada contexto local.

El uso de plataformas digitales para la recolección de datos, como encuestas en línea y entrevistas virtuales, facilita el acceso a esta población dispersa geográficamente, lo que garantiza así la viabilidad del estudio y la representatividad de los resultados en el ámbito latinoamericano.

Delimitación temporal

El tiempo de desarrollo de la presente investigación corresponde al segundo cuatrimestre del año 2025, periodo en el cual se llevará a cabo la revisión teórica, el diseño metodológico y la elaboración del marco analítico.

La aplicación de los instrumentos de recolección de datos, como encuestas y entrevistas dirigidas a emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina, se realizará posterior a la semana diez del segundo cuatrimestre del dos mil veinticinco, aprovechando la disponibilidad de la población objetivo y la dinámica de interacción digital a través del canal de YouTube “Gonzalo de Souza”.

Este cronograma permitirá recopilar información actualizada y contextualizada, alineada con los objetivos de la investigación y con las condiciones económicas y empresariales del momento. Definidas las partes conformantes del tema del trabajo, su título es el siguiente:

Análisis del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante segundo cuatrimestre del 2025 y propuesta de estrategias para mejorar el desempeño empresarial.

Objetivos

Los objetivos de esta investigación se estructuran comenzando con un objetivo general, directamente relacionado con el problema central del estudio. A partir de este, se derivan tres objetivos específicos, formulados en coherencia con la temática abordada y con la lógica del planteamiento del problema.

Objetivos generales

Se plantea un objetivo general para esta investigación, el cual está vinculado directamente con el análisis del problema central, es decir, la influencia de la educación financiera en el desempeño de los emprendedores del sector textil. Se busca analizar el impacto que tiene el nivel de educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina, durante el segundo cuatrimestre del 2025. Este análisis permite comprender cómo el conocimiento y la aplicación de herramientas financieras influyen en la toma de decisiones, la sostenibilidad del negocio y su capacidad de expansión.

Este impacto puede estar condicionado por diversos factores, como el acceso a formación financiera, la experiencia previa del emprendedor, el entorno económico local y la disponibilidad de recursos. A través de la recolección y análisis de datos, se pretende obtener una visión clara y actualizada sobre cómo la alfabetización financiera puede convertirse en un motor de desarrollo empresarial en el sector textil latinoamericano. En resumen, se tiene que el objetivo general del trabajo es el siguiente:

- Analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina durante el segundo cuatrimestre del 2025.

Objetivos específicos

Se detallan los siguientes tres objetivos específicos, derivados del objetivo general de la presente investigación. Cada uno de ellos aborda un aspecto clave del problema planteado y contribuye al desarrollo de la propuesta final.

El primer objetivo específico tiene como finalidad identificar los factores clave de la educación financiera que inciden directamente en la rentabilidad de los emprendedores del sector de manufactura de prendas. Esta etapa permite reconocer qué conocimientos, habilidades o prácticas financieras tienen mayor influencia en la generación de utilidades y en la sostenibilidad del negocio.

- Identificar los factores clave de la educación financiera que influyen en la rentabilidad de los emprendedores del sector de manufactura de prendas.

Una vez identificados estos factores, el segundo objetivo específico se enfoca en puntualizar la relación entre el nivel de educación financiera y el crecimiento empresarial. Se analiza cómo el dominio de conceptos financieros puede facilitar la expansión del negocio, la toma de decisiones estratégicas y el acceso a nuevas oportunidades de mercado.

- Puntualizar la relación entre el nivel de educación financiera y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas.

Finalmente, con base en los hallazgos obtenidos, el tercer objetivo específico busca sugerir o proponer estrategias fundamentadas en un análisis econométrico, orientadas a mejorar el desempeño empresarial. Estas estrategias están diseñadas para fortalecer la gestión financiera, optimizar recursos y fomentar el crecimiento sostenible de los emprendimientos textiles en América Latina.

- Sugerir o proponer estrategias basadas en un análisis econométrico para mejorar la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas.

Antecedentes

Tesis internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de García Santos (2021) con el tema "Cultura financiera y su incidencia en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria, 2020", la realiza para la Universidad César Vallejo para optar por el grado académico de licenciatura. Su objetivo general es: determinar la incidencia de la cultura financiera en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria, 2020. Los objetivos específicos son: determinar la incidencia de los ingresos en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria, 2020; determinar

la incidencia del ahorro en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria, 2020; y determinar la incidencia de la planificación financiera en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria, 2020.

El autor emplea una metodología cuantitativa, mediante encuestas y entrevistas aplicadas a los propietarios de veinticinco MYPES y análisis estadístico para procesar los datos obtenidos. Concluye que existe una fuerte correlación positiva entre el nivel de cultura financiera y la rentabilidad empresarial en el sector textil de Gamarra. Por lo tanto, recomienda implementar programas de formación en cultura financiera para mejorar la gestión y desempeño de las MYPES.

La tesis de García Santos (2021) resulta relevante para esta investigación, porque aborda directamente la relación entre la cultura financiera y la rentabilidad de MYPES del sector de prendas de vestir, por lo que se alinea con el interés de analizar el impacto de la educación financiera en el desempeño empresarial. Además, comparte similitud temática, metodológica y sectorial con el presente estudio, lo que permite utilizar sus hallazgos como referente comparativo para comprender cómo la educación financiera influye en la rentabilidad y crecimiento de los emprendedores del sector manufacturero en Latinoamérica.

La segunda tesis internacional consultada es la de Tisalema Vargas (2020) con el tema "Financiación y crecimiento empresarial del sector de fabricación de prendas de vestir de Ambato", realizada para la Universidad Técnica de Ambato para optar por el grado académico de licenciatura. Tiene como objetivo general: evaluar el impacto de la financiación en el crecimiento de las empresas dedicadas a la fabricación de prendas de vestir en Ambato entre 2015 y 2018. Los objetivos específicos son: establecer la situación financiera de las empresas haciendo énfasis en sus niveles de endeudamiento; determinar el crecimiento económico de las empresas para la evaluación de su desarrollo financiero durante el período; y analizar si la financiación incide en el crecimiento de las empresas de la industria para comprobar una relación entre las variables.

La metodología utilizada por el autor es cuantitativa basada en el análisis de datos financieros y económicos de siete empresas, con énfasis en indicadores de endeudamiento y crecimiento. Se logra concluir que el sobreendeudamiento a corto plazo afecta negativamente el crecimiento sostenible de las empresas del sector. Se recomienda mejorar la gestión

financiera y buscar fuentes de financiamiento más adecuadas para apoyar el desarrollo empresarial.

La tesis de Tisalema Vargas (2020) resulta pertinente para esta pesquisa, pues analiza cómo las decisiones financieras, en particular el nivel de endeudamiento, inciden en el crecimiento empresarial dentro del sector de manufactura de prendas, lo cual se relaciona directamente con la importancia de la educación financiera en la toma de decisiones estratégicas. Sus hallazgos refuerzan la necesidad de una formación financiera adecuada para evitar prácticas como el sobreendeudamiento, que afectan negativamente el desarrollo sostenible de los emprendedores, tema central del estudio propuesto para el contexto latinoamericano.

La tercera tesis internacional consultada es la de Morán Moreira (2020) con el tema "Educación financiera y tributaria en emprendimientos del cantón Quinindé", realizada para la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), para optar por el grado académico de Licenciada en Contabilidad y Auditoría. Tiene como objetivo general: analizar la situación de la educación financiera y tributaria en los emprendimientos del cantón Quinindé, ubicado en la provincia de Esmeraldas. Los objetivos específicos son: evaluar los conocimientos sobre financiamiento, ahorro, inversión y aspectos tributarios en los emprendedores, identificar las prácticas financieras y tributarias implementadas en sus negocios; y proponer estrategias para mejorar la educación financiera y tributaria en el sector emprendedor del cantón.

La metodología que se emplea es cuantitativa, mediante el uso de instrumentos tales como encuestas estructuradas aplicadas a 354 emprendedores. La conclusión presentada por la autora indica que los emprendedores del cantón Quinindé poseen conocimientos sobre fuentes de financiamiento y hábitos de ahorro; sin embargo, presentan deficiencias en la elaboración de planes financieros y en el cumplimiento de obligaciones tributarias, lo que limita el desarrollo sostenible de sus negocios. Para lo anterior, se recomienda implementar programas de capacitación en educación financiera y tributaria, enfocados en fortalecer las habilidades de planificación financiera y cumplimiento fiscal de los emprendedores.

Esta tesis es apropiada para el desarrollo de la presente investigación, ya que demuestra cómo las deficiencias en la educación financiera impactan negativamente en el crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos. Su énfasis en la formación financiera

y tributaria respalda la importancia de fortalecer estos conocimientos para mejorar la rentabilidad y el desempeño empresarial, elementos centrales en el análisis del impacto de la educación financiera en emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Carpio Paz (2021) con el tema "La educación financiera y el emprendimiento de estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico-Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2021", realizada para la Universidad Católica de Santa María, para optar por el grado académico de Maestría en Administración de Negocios. Su objetivo general es: determinar la relación entre la educación financiera y el emprendimiento de los estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2021.

Los objetivos específicos son los siguientes: determinar la relación que se da entre el conocimiento financiero y el emprendimiento de estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2021; determinar la relación que se da entre los riesgos financieros y el emprendimiento de estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2021; y determinar la relación que se da entre las oportunidades financieras y el emprendimiento de estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2021.

La metodología utilizada en la investigación es cuantitativa, la cual aplica encuestas estructuradas a ciento noventa estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico-Sociales, para respuesta al problema de investigación. El autor concluye que existe una relación significativa entre la educación financiera y el emprendimiento de los estudiantes universitarios, lo que sugiere que una mayor educación financiera se asocia con un mayor nivel de emprendimiento. Se recomienda implementar programas de educación financiera en las universidades para fomentar el emprendimiento entre los estudiantes.

Esta tesis es pertinente para esta investigación, ya que evidencia cómo la educación financiera influye en el emprendimiento de los jóvenes universitarios, lo cual es relevante para comprender cómo fortalecer la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el

sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Los hallazgos respaldan la importancia de integrar la educación financiera en la formación de futuros emprendedores para mejorar su desempeño empresarial.

La quinta tesis internacional consultada es la de Amasifuen Espinoza (2020) con el tema "La educación financiera y el desarrollo de las microempresas, clientes de la Caja Piura SAC - Provincia de Tocache, San Martín", realizada para la Universidad Nacional Agraria de la Selva, para optar por el grado académico de Licenciado en Administración. Se presenta el siguiente objetivo general: determinar la relación entre la educación financiera y el desarrollo de las microempresas, clientes de la Caja Piura SAC en la provincia de Tocache. Los objetivos específicos son: determinar la relación que existe entre el conocimiento financiero de los clientes Micro empresas de la Caja Piura con el desarrollo de su negocio en la provincia de Tocache; y determinar la relación que existe entre las actitudes y comportamiento financiero de los clientes Micro empresas de la Caja Piura con el desarrollo de su negocio en la provincia de Tocache.

En esta investigación se emplea la metodología cuantitativa y utiliza ciento cincuenta encuestas estructuradas, aplicadas a microempresarios clientes de la Caja Piura SAC. El autor concluye que existe una relación significativa entre el nivel de educación financiera y el desarrollo de las microempresas, lo que evidencia que una mayor comprensión y aplicación de conceptos financieros contribuye al crecimiento y sostenibilidad de los negocios. Por consiguiente, se recomienda implementar programas de capacitación financiera dirigidos a microempresarios para fortalecer sus habilidades en gestión financiera y toma de decisiones empresariales.

Esta tesis es de gran aporte para la presente investigación, ya que demuestra cómo la educación financiera influye directamente en el desarrollo y sostenibilidad de las microempresas. Los hallazgos respaldan la importancia de fortalecer las competencias financieras de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, lo cual es esencial para mejorar la rentabilidad y el crecimiento empresarial, elementos centrales en el análisis propuesto.

La sexta tesis internacional consultada es la de Carabali Moreno (2024) con el tema "Incidencia de la educación financiera y económica en el desarrollo de la cultura económica de los escolares de básica secundaria", realizada para la Universidad Pedagógica

Experimental Libertador (UPEL), para optar por el grado académico de doctorado en Ciencias de la Educación. Su objetivo general es: concebir constructos teóricos, sobre la incidencia de la educación económica y financiera en el desarrollo de la cultura económica en escolares de básica secundaria.

Los objetivos específicos son los siguientes: interpretar desde la postura de los padres de familia y estudiantes los significados que atribuyen a la cultura económica desde los índices de: bienestar, conocimientos y actitudes financieras; caracterizar la didáctica ejercida por los docentes en la implementación de la Educación Económica y Financiera; y elaborar fundamentos teóricos asociados al desarrollo de la cultura económica a partir de la incidencia de la educación económica y financiera de escolares de básica secundaria

La metodología que se emplea es cualitativa, mediante entrevistas a profundidad a docentes, estudiantes y padres de familia y la observación participante. Como conclusión, la autora indica que los escolares presentan bajos índices en conocimientos, actitudes y hábitos financieros, influenciados por sesgos cognitivos como el efecto anclaje, la aversión a las pérdidas y la mentalidad de manada. Las prácticas docentes actuales requieren ser acatadas para mejorar la formación económica y financiera de los estudiantes. Para lo anterior se recomienda implementar un modelo de formación basado en la teoría del empujón de Thaler, orientado a mejorar la toma de decisiones a largo plazo.

Esta tesis resulta útil para el desarrollo de la presente investigación, ya que destaca la importancia de la educación financiera desde etapas tempranas, lo cual es fundamental para el desarrollo de habilidades que influyen en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. La identificación de sesgos cognitivos y la propuesta de estrategias educativas innovadoras ofrecen conocimientos valiosos para mejorar el desempeño empresarial en el contexto latinoamericano.

La séptima tesis internacional consultada es la de Eyzaguirre Rejas (2022) con el tema "Educación financiera y cumplimiento de obligaciones tributarias de los abogados colegiados de la ciudad de Tacna en el año 2020", realizada para la Universidad Privada de Tacna, para optar por el grado académico de Licenciada en Contabilidad. Su objetivo general es:

determinar la relación entre la educación financiera y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los abogados colegiados de la ciudad de Tacna en el año 2020.

Los objetivos específicos son los siguientes: establecer la relación entre la cultura y gestión del dinero y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los abogados colegiados de la ciudad de Tacna en el año 2020; determinar la relación entre la planeación y presupuesto, y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los abogados colegiados de la ciudad de Tacna en el año 2020; y analizar la relación entre los hábitos de compra y el cumplimiento de obligaciones tributarias de los abogados colegiados de la ciudad de Tacna en el año 2020.

La autora emplea la metodología cuantitativa, con la cual, mediante el uso de los instrumentos y programas estadísticos a trescientos cuarenta y cinco abogados. Se concluye que existe una relación significativa entre el nivel de educación financiera y el cumplimiento de las obligaciones tributarias en las micro y pequeñas empresas del sector comercio. Un mayor nivel de educación financiera se asocia con un mejor cumplimiento tributario, lo que contribuye a la formalización y sostenibilidad de estas empresas. Por ende, se sugiere implementar programas de capacitación en educación financiera dirigidos a los propietarios y gestores de micro y pequeñas empresas, con el fin de mejorar su cumplimiento tributario y fomentar su desarrollo empresarial.

Esta tesis es pertinente para el desarrollo de la presente investigación, ya que evidencia cómo la educación financiera influye directamente en el cumplimiento de obligaciones tributarias, un aspecto crucial para la formalización y sostenibilidad de los emprendimientos. Los hallazgos respaldan la importancia de fortalecer las competencias financieras de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, lo cual es esencial para mejorar la rentabilidad y el crecimiento empresarial, elementos centrales en el análisis propuesto.

La octava tesis internacional consultada es la de González Tejadilla (2023) con el tema "El efecto de la educación financiera en el bienestar financiero de los individuos en México de 2012 a 2020", elaborada para la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), para optar por el grado académico de Licenciado en Economía. Se establece el siguiente objetivo general: presentar un análisis teórico descriptivo basado en la tecnología

deductiva que permita estudiar la relación fin la relación entre el nivel de educación financiera y el bienestar financiero con énfasis en la economía mexicana.

Los objetivos específicos son: indicar sobre el nivel de educación financiera existente en la población mexicana y si este cambio a lo largo del periodo en estudio; apoyar la inclusión financiera e incentivar a los lectores en la relevancia de acrecentar los niveles de educación financiera con el propósito de gestionar de mejor manera sus finanzas personales, lo que, a su vez, redundara en economías familiares, robustas, amplias y sanas; contribuir con el estudio empírico de la educación financiera en México; y aportar datos y análisis que contribuyan a la reflexión sobre los aportes de la inclusión financiera para la economía mexicana.

La metodología empleada es de tipo cuantitativa, basada en un análisis descriptivo y deductivo con apoyo en datos de la Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF). Estos se complementaron con una muestra primaria mediante muestreo aleatorio simple a cincuenta personas para evaluar la relación entre el nivel educativo financiero y el uso de servicios financieros por parte de las familias.

Se concluye que existe evidencia estadística que permite afirmar que la educación financiera tiene un efecto positivo en el bienestar financiero, tanto a nivel individual como familiar. Se señala que la inclusión de la educación financiera desde edades tempranas podría mejorar significativamente la toma de decisiones relacionadas con el ahorro, la inversión y el manejo del crédito, e impactar positivamente en la salud financiera nacional. Por ello, se propone su incorporación como materia obligatoria en el sistema educativo mexicano.

La tesis de González Tejadilla (2023) resulta significativa para esta pesquisa, ya que examina con rigurosidad el impacto de la educación financiera sobre el bienestar económico de los individuos, lo cual se alinea directamente con el interés de estudiar su influencia sobre la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores. Su enfoque metodológico y su marco teórico permiten establecer similitudes con el contexto latinoamericano, particularmente en el sector de manufactura de prendas. Por lo tanto, ofrece bases para el diseño de estrategias de formación financiera orientadas a mejorar el desempeño empresarial en la región.

Tesis nacionales

La primera tesis nacional analizada es “Análisis de la empleabilidad de la educación financiera en pymes del cantón de Pococí durante tiempos de pandemia” presentada por Artavia Salazar (2020) para la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (ULACIT). Este estudio examina el efecto de la educación financiera en la estabilidad laboral de las pequeñas y medianas empresas en el cantón de Pococí. El siguiente objetivo general del estudio es: analizar el alcance de la crisis económica causada por el coronavirus en PYMES del cantón de Pococí, para el establecimiento de estrategias alineadas a una buena educación financiera para la gestión de las empresas.

Los objetivos específicos son los siguientes: conocer el alcance de la crisis causada por el coronavirus en PYMES del cantón de Pococí; identificar el uso de la educación financiera en la gestión de pymes en el cantón de Pococí; analizar el uso de la educación financiera en la gestión, toma de decisiones y uso de recursos durante la pandemia causada por el coronavirus en pymes del cantón de Pococí; y plantear estrategias que puedan resolver la problemática del cantón de Pococí causada por la falta de educación financiera para una correcta gestión empresarial.

Se implementó una metodología mixta con encuestas a cincuenta y tres personas que dirigen una PYME. Los hallazgos indicaron que el conocimiento en educación financiera en el cantón de Pococí es nulo o casi nulo, lo que afecta a las empresas ante ciertas eventualidades o factores externos. Esta tesis se relaciona con la investigación actual al explorar cómo la educación financiera puede mejorar la estabilidad y crecimiento de negocios, en particular en contextos desafiantes similares a los del sector manufacturero.

La segunda tesis nacional corresponde a “Fintech: la revolución tecnológica y su impacto en las PYMES en el Cantón de Pococí” desarrollada por Medrano Rojas (2020) para la Universidad de las Ciencias y Tecnología (ULACIT). En la misma se explora el rol de la tecnología financiera para mejorar la gestión de las pequeñas y medianas empresas. El objetivo general es el siguiente: establecer el alcance de las Fintech como una herramienta para la innovación tecnológica en Pymes de Pococí, para el establecimiento de acciones que permitan su uso en los diferentes sistemas tecnológicos.

Los objetivos específicos son: conocer el mercado y las herramientas que ofrece las tecnologías financieras para las pequeñas y medianas empresas del cantón de Pococí;

identificar cuáles son las oportunidades de mejora que hay en el cantón de Pococí con el uso de las Fintech; analizar cómo se podrían implementar las herramientas para el desarrollo e innovación de las PYMES del cantón de Pococí; y Establecer las acciones que deben de desarrollar las empresas para utilizar las tecnologías financieras

La investigación se basó en un diseño descriptivo con un enfoque cualitativo, usando entrevistas y análisis documental a cincuenta pymes del cantón de Pococí. Se concluyó que las Fintech facilitan la inclusión financiera y optimizan procesos empresariales, aunque persisten desafíos en su implementación. Esta tesis es pertinente para el estudio actual, porque muestra cómo las innovaciones financieras pueden potenciar el desarrollo empresarial. Este aspecto puede complementar las estrategias propuestas para emprendedores en manufactura.

La tercera tesis nacional investigada corresponde a “Impacto de la educación financiera en la gestión de tarjetas de crédito por parte de jóvenes colaboradores de empresas multinacionales, 2020”, realizada por Matasol Córdova (2020) en ULACIT para optar por el grado de Licenciatura en Finanzas. Este trabajo examina cómo la formación financiera influye en el manejo responsable de crédito entre jóvenes trabajadores.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: analizar el nivel de endeudamiento a causa de tarjetas de crédito de jóvenes de entre 22 y 32 años colaboradores de empresas multinacionales para el establecimiento de recomendaciones que favorezcan la educación financiera. Los objetivos específicos son: conocer el estado de endeudamiento de jóvenes colaboradores de empresas multinacionales; identificar las principales razones por las que los jóvenes se endeudan con tarjetas de crédito; y analizar cuáles son las posibles herramientas que faciliten a los jóvenes a mejorar sus finanzas personales y situación de deuda.

Se utilizó un método mixto y se aplicó una encuesta a cincuenta personas adultas jóvenes costarricenses entre los 22 y 32. Posteriormente, se realizó un análisis estadístico. El autor concluye que la gran mayoría de jóvenes colaboradores cuentan con alto nivel de endeudamiento derivado de actividades recreacionales o bien por los beneficios de lealtad. El uso de herramientas tecnológicas es aún escaso, por lo que se recomienda a los jóvenes prestar mayor atención a su estado actual de endeudamiento, realizar técnicas de presupuestación e instruirse en temas relacionados con la educación financiera.

Esta tesis es de vital importancia para el presente estudio, porque enfatiza la importancia de la formación financiera para la toma de decisiones acertadas, que impactan la rentabilidad y crecimiento empresarial.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Barrientos Gutiérrez et al. (2022), titulada “Propuesta de un sistema de control interno para optimizar los procesos de inventarios en la PYME Café Vista al Mar, San Ramón, Alajuela; basado en el marco integrado COSO 2013”, elaborada como seminario de graduación para la Universidad de Costa Rica, Sede de Guanacaste, para obtener el grado académico de Licenciatura en Contaduría Pública.

El objetivo general de esta investigación es elaborar una propuesta de sistema de control interno para optimizar los procesos de inventarios de la PYME Café Vista al Mar, mediante un diagnóstico utilizando como referencia el marco integrado COSO 2013. Los objetivos específicos incluyen: analizar los procesos actuales de inventario de la empresa, identificar las debilidades en el control interno existente y diseñar una propuesta de mejora basada en los principios del marco COSO 2013.

La metodología empleada es de tipo cualitativa con un enfoque descriptivo. Se realizó un análisis detallado de los procesos de inventario de la empresa para identificar las áreas que requieren mejoras en el control interno. A partir de este análisis, se diseñó una propuesta de sistema de control interno alineada con los componentes del marco COSO 2013.

Se concluye que la implementación de un sistema de control interno basado en el marco COSO 2013 puede mejorar significativamente la gestión de inventarios en la PYME Café Vista al Mar. Este permitirá a la empresa optimizar el uso de sus recursos, reducir costos asociados a las existencias y planificar de manera más eficiente sus operaciones. Para ello, se propone aprobar políticas y procedimientos relacionados con inventario, realizar revisiones periódicas, definir medios de comunicación y realizar capacitaciones constantes al personal.

Esta tesis es relevante para la investigación en curso, ya que demuestra cómo la aplicación de un marco estructurado de control interno puede impactar positivamente en la eficiencia operativa de una PYME. Además, resalta la importancia de una gestión adecuada de inventarios para la sostenibilidad y rentabilidad de las empresas, aspectos clave en el análisis del impacto de la formación financiera sobre la rentabilidad y crecimiento de los emprendedores.

La quinta tesis consultada es la de Monterrosa Detrinidad (2022), “Estudio sobre las dinámicas socioculturales del endeudamiento personal con créditos de consumo en Costa Rica”, elaborada como trabajo final de graduación para la Universidad de Costa Rica, por el grado académico de Licenciatura en Sociología. El objetivo general es: analizar las dinámicas socioculturales que configuran el endeudamiento personal mediante créditos de consumo en Costa Rica. Los objetivos específicos incluyen: describir el surgimiento y desarrollo del mercado de crédito formal dirigido a las personas en Costa Rica, identificar las representaciones sociales del endeudamiento con créditos para consumo en Costa Rica y caracterizar las implicaciones del endeudamiento con créditos para consumo en Costa Rica.

La metodología empleada es de tipo cualitativa, con un enfoque sociológico. Se realizó un análisis documental empleando fuentes secundarias para comprender las transformaciones en el mercado crediticio y las implicaciones socioculturales del endeudamiento. La investigación se desarrolló en varias etapas, incluyendo la revisión de antecedentes nacionales e internacionales y el análisis teórico-metodológico del fenómeno estudiado.

La conclusión principal del estudio es que el endeudamiento personal en Costa Rica no puede entenderse únicamente desde una perspectiva económica, sino que está profundamente influenciado por factores socioculturales. La expansión del mercado de crédito y las estrategias de captación de deuda han generado una "fábrica de deudas" que afecta las prácticas cotidianas y las relaciones sociales de las personas, especialmente en contextos de desigualdad y precariedad económica.

Esta tesis es un importante referente para la investigación en curso, ya que ofrece una comprensión profunda de las dimensiones socioculturales del endeudamiento, un aspecto crucial al analizar el impacto de la formación financiera sobre la rentabilidad y crecimiento de los emprendedores. Al destacar cómo las prácticas de endeudamiento están arraigadas en contextos sociales y culturales específicos, proporciona una perspectiva valiosa para diseñar estrategias de educación financiera más efectivas y contextualizadas.

La sexta tesis consultada es la de Arias Camacho y Ramírez Mayorga (2022), titulada “Efectos de la educación financiera en adultos de 21 a 24 años del distrito San Rafael Arriba, durante el segundo semestre 2021”, elaborada para la Universidad Internacional de las Américas con el fin de optar por el título de bachillerato.

La investigación se desarrolla con el objetivo general: analizar los efectos de la educación financiera en adultos de 21 a 24 años del distrito San Rafael Arriba, durante el segundo semestre 2021. Asimismo, se proponen como objetivos específicos: determinar los conocimientos de educación financiera que poseen los adultos jóvenes; describir las principales situaciones que afectan su toma de decisiones financieras; y establecer las fuentes de información financiera más consultadas por esta población.

Los autores aplican una metodología de tipo cuantitativo, utilizando como instrumento principal una encuesta aplicada a una muestra de ciento cuarenta y siete personas. Los datos fueron procesados mediante análisis estadístico descriptivo para identificar patrones de comportamiento financiero y nivel de conocimiento en la población estudiada.

La conclusión principal indica que, aunque la mayoría de los encuestados reconoce la importancia de la educación financiera, existe una brecha significativa entre el reconocimiento de su valor y la aplicación práctica de conocimientos financieros. Se evidencian debilidades en la gestión de recursos, hábitos de ahorro y uso de productos financieros, lo que resalta la necesidad de fortalecer la educación financiera desde edades tempranas y mediante estrategias accesibles y adaptadas a la realidad de los jóvenes adultos.

La tesis de Arias Camacho y Ramírez Mayorga (2022) resulta pertinente para este estudio, porque aborda la relación entre educación financiera y planificación. Por lo tanto, se vincula con el análisis del desempeño económico de unidades productivas. Además, se emplea una metodología cuantitativa similar, lo que permite considerar sus resultados como un punto de comparación relevante para entender cómo el conocimiento financiero influye en la toma de decisiones personales y empresariales en el contexto costarricense.

Proyecciones

- Se analizará el nivel de educación financiera de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, con el fin de identificar los factores clave que inciden en la rentabilidad de sus negocios durante el segundo cuatrimestre del año 2025.
- Se evaluará la relación entre el nivel de alfabetización financiera y el crecimiento empresarial, considerando variables como acceso a financiamiento, planificación financiera, control de costos y toma de decisiones estratégicas.

- Se propondrán estrategias prácticas y contextualizadas, fundamentadas en un análisis econométrico, que permitan mejorar la gestión financiera de los emprendedores textiles, con el objetivo de fortalecer su sostenibilidad y competitividad en el mercado regional.
- Se espera que los resultados de esta investigación sirvan como base para el diseño de programas de capacitación financiera, políticas públicas y modelos de acompañamiento empresarial adaptados a las realidades del sector manufacturero textil en América Latina.
- Se explorará el impacto de la educación financiera en la resiliencia empresarial, considerando cómo los emprendedores del sector textil enfrentan desafíos económicos, adaptan sus modelos de negocio y toman decisiones en contextos de incertidumbre, con base en su nivel de alfabetización financiera.

CAPÍTULO II: MARCO SITUACIONAL Y MARCO TEÓRICO

Marco Situacional

Este capítulo constituye la base conceptual de la presente investigación, con el objetivo de facilitar la comprensión del lector mediante la presentación de los principales términos, teorías y enfoques vinculados con el estudio. Se abordan conceptos fundamentales relacionados con la educación financiera, la rentabilidad empresarial y el crecimiento de los emprendedores, así como las características del sector de manufactura de prendas en el contexto latinoamericano. Estos elementos teóricos permiten contextualizar la problemática y brindan un marco de referencia sólido para el análisis posterior.

Para la elaboración de este capítulo se recurrió a una amplia variedad de fuentes bibliográficas y documentales, tales como libros especializados, artículos científicos, tesis académicas nacionales e internacionales, reportes de organismos multilaterales, normativa aplicable en distintos países de Latinoamérica, y documentos técnicos que abordan temas de emprendimiento, educación financiera y desarrollo empresarial. Toda esta información ha sido seleccionada cuidadosamente para proporcionar al lector una visión clara, actualizada y relevante sobre los aspectos clave que sustentan la investigación.

Además, este capítulo ofrece los fundamentos necesarios para respaldar la propuesta metodológica de la investigación, que contempla el desarrollo de un modelo econométrico orientado a analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores. Dicho modelo servirá como base para formular estrategias que busquen mejorar el desempeño empresarial en el sector de manufactura de prendas, para brindar así un aporte práctico y aplicado a los desafíos que enfrenta el emprendimiento en la región latinoamericana.

Educación financiera en emprendedores del sector manufacturero textil

En el sector manufacturero textil, donde predominan micro y pequeñas empresas, la educación financiera es aún más crítica, debido a la alta informalidad y a las limitaciones en recursos y acceso a financiamiento. La mayoría de estos emprendedores carecen de una formación en administración financiera, lo que impacta directamente en la forma en que entienden y gestionan sus costos, ingresos y gastos.

Muchos no tienen claridad sobre conceptos básicos como el punto de equilibrio, el nivel mínimo de ventas para cubrir costos o cual es el flujo de caja que poseen. Esta falta de

conocimiento puede llevar a decisiones financieras inadecuadas, como subestimar gastos operativos o aceptar términos desfavorables con proveedores y clientes. Además, esta situación se agrava cuando no se utilizan herramientas o sistemas contables que ayuden a visualizar el estado financiero real del negocio.

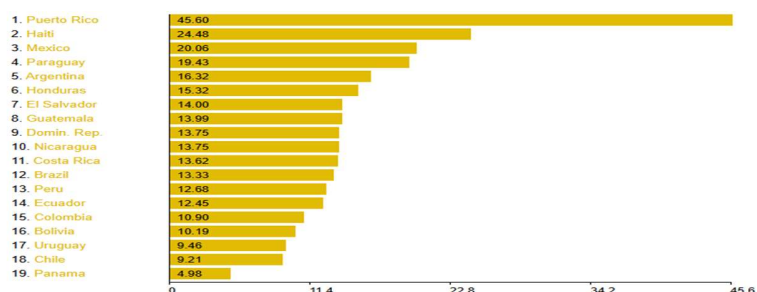
El desconocimiento financiero limita la capacidad para planificar inversiones, gestionar el inventario, fijar precios competitivos y prever contingencias, lo que afecta la competitividad y supervivencia en un mercado cada vez más exigente. Por tanto, fortalecer la educación financiera en estos emprendedores es fundamental para mejorar la gestión empresarial y fomentar la formalización del sector (Banco Mundial, 2025).

La participación del sector manufacturero en el producto interno bruto (PIB) es un indicador clave para evaluar el peso de la industria en la economía de un país. En América Latina, esta participación varía significativamente entre países, lo que refleja diferencias estructurales en sus modelos productivos. Según datos de TheGlobalEconomy.com (2023), Puerto Rico lidera la región con una participación del 45.60 %, seguido por Haití (24.48 %) y México (20.06 %).

En contraste, países como Panamá (4.98 %) y Chile (9.21 %) presentan niveles considerablemente más bajos. Esta heterogeneidad evidencia la necesidad de políticas diferenciadas para fortalecer el sector manufacturero, especialmente en economías donde su contribución al PIB es limitada. En el caso del subsector textil, que forma parte de esta industria, estas cifras subrayan la importancia de mejorar capacidades productivas, acceso a financiamiento y formación empresarial para impulsar su competitividad y sostenibilidad.

Figura 1

Participación del sector manufacturero América Latina (% del PIB)



Nota: De “Share of manufacturing (% of GDP)”, por TheGlobalEconomy.com, 2023, (https://www.theglobaleconomy.com/rankings/Share_of_manufacturing/Latin-Am/?utm_source).

Brechas de acceso a formación financiera en América Latina

Las brechas de acceso a la formación financiera en América Latina representan un obstáculo importante para el desarrollo económico de emprendedores y ciudadanos. A pesar de avances en inclusión financiera, la región sigue enfrentando barreras estructurales que impiden que microempresarios, especialmente mujeres y habitantes de zonas rurales, adquieran competencias financieras adecuadas, dentro de las brechas más relevantes se citan:

- **Escolaridad y ubicación geográfica:** Un estudio publicado en la Revista Cuestiones Económicas por Meza y Guachamín (2022) señala que, a pesar de los avances en educación financiera en Ecuador, existen factores como el nivel educativo y la ubicación geográfica que influyen significativamente en el acceso y comprensión de los servicios financieros. Las poblaciones rurales y con menor escolaridad enfrentan mayores barreras para adquirir conocimientos financieros, lo que limita su capacidad de tomar decisiones informadas y acceder a productos financieros adecuados.
- **Disparidades de género:** Mejía (2020) evidenció una brecha de género significativa entre hombres y mujeres en conceptos, conocimiento, actitudes y comportamientos financieros en países tales como Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Paraguay y Perú.
- **Falta de diagnóstico y diseño de programas basados en evidencia:** Un estudio conjunto de OCDE y la Corporación Andina de Fomento (CAF) (2020) destaca que muchas de las Estrategias Nacionales de Educación Financiera (ENEF) carecen de una base estructurada de diagnóstico que identifique con precisión las necesidades y características de los grupos objetivo, lo cual dificulta el diseño de intervenciones efectivas.
- **Obstáculos institucionales:** El informe de la OCDE y la CAF (2020) señala que, en muchos países de América Latina, no existe una estructura institucional consolidada para coordinar las políticas de educación e inclusión financiera. Falta un liderazgo claro a cargo de entes como los bancos centrales o ministerios, lo que produce esfuerzos dispersos, carencia de seguimiento y una baja implementación efectiva de programa. “Existe muy poca información sobre los procesos específicos de monitoreo y evaluación del progreso de las estrategias nacionales” (OCDE y CAF 2020).

- Brecha digital: El uso creciente de servicios financieros digitales, especialmente entre los jóvenes, ha puesto en evidencia una nueva dimensión de desigualdad: la combinación de habilidades financieras limitadas con el acceso desigual a la tecnología (Di Noia, 2025).

Impacto de la educación financiera en la sostenibilidad del emprendimiento

La educación financiera no solo mejora la gestión diaria de un negocio, sino que también fortalece su sostenibilidad a largo plazo. Los emprendedores que cuentan con conocimientos financieros están mejor preparados para planificar su crecimiento, gestionar riesgos y mantener una estructura financiera saludable. Estas habilidades se traducen en una menor probabilidad de sobreendeudamiento y una mayor capacidad para enfrentar crisis económicas o cambios inesperados en el mercado.

En el documento *Financial Education for MSMEs and Potential Entrepreneurs* de Atkinson (2017), se destaca cómo la educación financiera puede ayudar a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y a los emprendedores potenciales a acceder a financiamiento y mejorar sus habilidades de gestión financiera. También, subraya la importancia de incluir a las MIPYMES en las estrategias nacionales de educación financiera para fortalecer su sostenibilidad y crecimiento.

En el contexto del sector textil manufacturero, donde la competencia global y las fluctuaciones en los costos de materia prima pueden afectar la estabilidad, la educación financiera ayuda a construir reservas, planificar inversiones y tomar decisiones preventivas. Esta resiliencia financiera es fundamental para la supervivencia y el desarrollo sostenible del negocio. De igual forma, contribuye también a la generación de empleo y bienestar económico en la comunidad.

Educación financiera como estrategia para mejorar el desempeño empresarial

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2023) destaca que la educación financiera es esencial para que las personas, sin importar su situación económica o social, puedan no solo acceder a servicios financieros pertinentes, sino también utilizarlos eficazmente. Esta formación contribuye a mejorar indicadores clave como la rentabilidad, la gestión del flujo de caja, la eficiencia operativa y el acceso al financiamiento formal. Asimismo, impulsa la formalización de negocios, promueve la innovación y fortalece la competitividad tanto en mercados locales como internacionales.

La educación financiera como estrategia para mejorar el desempeño empresarial es pertinente con la presente investigación, ya que se alinea directamente con el objetivo central de analizar cómo el conocimiento financiero influye en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector manufacturero de prendas en América Latina.

Toma de decisiones financieras

La toma de decisiones financieras es un proceso complejo que implica seleccionar entre diversas alternativas económicas con el objetivo de maximizar el valor de los recursos disponibles y minimizar los riesgos asociados. Este proceso no se limita únicamente a un análisis racional de datos, sino que también está influenciado por factores psicológicos, sociales y contextuales. Según Trejos-Salazar et al. (2021), las decisiones financieras están determinadas por una combinación de elementos cognitivos y emocionales, así como por el nivel de educación financiera, la experiencia previa y el entorno en el que se desenvuelve el individuo o la organización. En el ámbito empresarial, una adecuada toma de decisiones financieras permite optimizar el uso del capital, mejorar la rentabilidad, y garantizar la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

Desafíos para alcanzar rentabilidad en el sector manufacturero textil latinoamericano

El sector manufacturero textil en Latinoamérica enfrenta múltiples desafíos estructurales y coyunturales que dificultan la obtención de niveles sostenibles de rentabilidad. Según Villalba Suárez et al. (2024), uno de los principales obstáculos es la limitada resiliencia financiera de las empresas textiles frente a crisis económicas, como las vividas entre 2016 y 2022 en Ecuador. A través de un estudio de caso aplicado a grandes empresas del sector, los autores identifican que la rentabilidad se ve afectada por factores como la inestabilidad del entorno económico, la falta de acceso a financiamiento competitivo y la deficiente gestión de la deuda.

El estudio revela que, aunque algunas empresas lograron mantener niveles aceptables de liquidez, la rentabilidad mostró una alta sensibilidad ante variaciones en los costos operativos y en la demanda del mercado. Indicadores como el retorno sobre el patrimonio (ROE) y el retorno sobre activos (ROA) presentaron desviaciones significativas, lo que evidencia una gestión financiera desigual y poco adaptativa. Esta situación se agrava en contextos donde no existen políticas claras de apoyo al sector manufacturero ni estrategias de innovación productiva que permitan mejorar la eficiencia operativa.

En este sentido, los desafíos para alcanzar la rentabilidad en el sector textil latinoamericano no solo se relacionan con factores internos de gestión, sino también con condiciones estructurales como la informalidad, la competencia desleal, la dependencia de insumos importados y la escasa inversión en tecnología. Superar estos retos requiere fortalecer la educación financiera de los emprendedores, implementar sistemas de control de costos más rigurosos y fomentar políticas públicas que impulsen la competitividad del sector. Así, se podrá avanzar hacia una rentabilidad más estable y sostenible, alineada con los objetivos de crecimiento económico regional.

Formas de medir el crecimiento en emprendimientos textiles

El crecimiento empresarial en el sector textil puede evaluarse desde múltiples dimensiones, que van más allá del simple aumento en las ventas o la expansión física del negocio. Según Dután Loja y Ormaza Andrade (2022), el crecimiento puede clasificarse en dos grandes formas: crecimiento interno, que se da a través de la reinversión en capacidades propias como infraestructura, talento humano o tecnología; y crecimiento externo, que se logra mediante alianzas estratégicas, fusiones o adquisiciones. En el caso de emprendimientos textiles, estas formas de crecimiento se reflejan en indicadores como el aumento en la producción, la diversificación de productos, la penetración en nuevos mercados y la mejora en la eficiencia operativa.

Por su parte, el Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad (ONTSI, 2024) destaca que el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas también puede medirse a través de su nivel de digitalización, la adopción de tecnologías de la información, y su capacidad para generar empleo y valor agregado. En el sector textil, estas variables se traducen en la implementación de herramientas digitales para la gestión de inventarios, ventas en línea, automatización de procesos y análisis de datos para la toma de decisiones. Estos elementos no solo impulsan el crecimiento, sino que también fortalecen la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento.

En el contexto latinoamericano, donde los emprendimientos textiles enfrentan desafíos como la informalidad, el acceso limitado a financiamiento y la alta competencia, medir el crecimiento de forma integral permite identificar oportunidades de mejora y diseñar estrategias más efectivas. Por ello, la presente investigación considera tanto indicadores

financieros como no financieros para evaluar el impacto de la educación financiera en el crecimiento de los emprendedores del sector textil.

Factores que limitan el crecimiento de los emprendedores textiles

El crecimiento de los emprendedores textiles en Latinoamérica se ve condicionado por una serie de factores estructurales, financieros y de gestión que dificultan la consolidación y expansión de sus negocios. Según Salas-Muentes y Zambrano-Zambrano (2025), uno de los principales obstáculos es la limitada capacidad de gestión financiera en las microempresas, lo que repercute directamente en su rentabilidad y sostenibilidad. La falta de conocimientos en planificación, control de costos y análisis de indicadores financieros impide a los emprendedores tomar decisiones estratégicas que impulsen el crecimiento de sus iniciativas.

Además, los autores destacan que el acceso restringido a financiamiento formal, la informalidad en la operación de los negocios y la escasa digitalización son barreras recurrentes en el sector textil. Estas limitaciones reducen la competitividad de los emprendimientos, dificultan su inserción en mercados más amplios y restringen su capacidad de innovación. En muchos casos, los emprendedores operan sin registros contables adecuados, lo que limita su acceso a créditos y programas de apoyo institucional, y perpetúa un ciclo de bajo crecimiento y vulnerabilidad económica.

En este contexto, es fundamental fortalecer las competencias financieras de los emprendedores textiles como estrategia para superar estas barreras. La educación financiera no solo mejora la rentabilidad, sino que también permite una gestión más profesionalizada, orientada al crecimiento sostenible. Por tanto, identificar y abordar estos factores limitantes es clave para diseñar políticas públicas, programas de capacitación y herramientas de apoyo que impulsen el desarrollo del sector textil en la región.

Educación financiera en el contexto latinoamericano

La educación financiera se ha consolidado como una herramienta esencial para los emprendedores latinoamericanos, para permitirles tomar decisiones informadas, gestionar sus recursos y enfrentar los desafíos del mercado con mayor seguridad. En sectores como la manufactura de prendas, donde predominan los negocios familiares e informales, el

conocimiento financiero es clave para mejorar la rentabilidad y fomentar el crecimiento sostenible (Espino-Barranco, et al, 2021).

Diversas iniciativas en la región han buscado cerrar brechas de inclusión financiera mediante programas de capacitación, como los impulsados por Mibanco en Perú, que en 2025 planea formar a más de 500 mil emprendedores (Mibanco, 2025). Además, estudios regionales destacan la importancia de adaptar la educación financiera a las características culturales y económicas de cada país (Alianza para la Inclusión Financiera, 2024).

El papel de las plataformas digitales en la formación emprendedora

El acceso a internet y el crecimiento de plataformas digitales han transformado la manera en que los emprendedores adquieren conocimientos. YouTube, en particular, se ha convertido en una herramienta educativa poderosa, al ofrecer contenido gratuito, visual y accesible sobre temas técnicos, financieros y empresariales (Revista Cabal, 2024).

La flexibilidad de esta plataforma permite a los emprendedores aprender a su propio ritmo, reforzar conocimientos previos y desarrollar nuevas habilidades. En el sector textil, los tutoriales en video han sido especialmente útiles para enseñar técnicas de confección, estrategias de venta y gestión de negocios (Avanti Educación, 2025).

El canal de YouTube “Gonzalo De Souza” como referente educativo en el sector textil

En este ecosistema digital destaca el canal Gonzalo De Souza, con más de 475,000 suscriptores y más de 400 videos publicados. Gonzalo es un diseñador y emprendedor costarricense que ofrece contenido educativo sobre costura, patronaje digital, emprendimiento y estrategias de negocio. Su enfoque práctico y accesible ha impactado positivamente a miles de emprendedores en Latinoamérica, especialmente en el sector manufacturero de prendas.

El canal no solo enseña técnicas de confección, sino que también promueve la educación financiera aplicada al emprendimiento, al abordar temas como la diversificación de ingresos, el uso de herramientas digitales y la resiliencia empresarial. Por su alcance, calidad y relevancia temática, este canal se incluye como objeto de análisis en la presente investigación.

Marco Teórico

El presente apartado correspondiente al marco teórico se exponen las definiciones fundamentales que sustentan las variables de análisis, con el propósito de apoyar los objetivos y subproblemas planteados en esta investigación. A través de la revisión de literatura especializada, se ofrece un panorama conceptual que permite comprender de manera más precisa el tema bajo estudio.

La exposición de estos conceptos resulta esencial, ya que constituyen la base para el análisis de los resultados y para la propuesta de estrategias que se desarrollará en etapas posteriores. De igual forma, se incorporan definiciones y enfoques teóricos directamente relacionados con el objeto de estudio, lo que posibilita un análisis preliminar que orienta y enmarca la investigación. En síntesis, el marco teórico busca brindar claridad y coherencia en torno a los términos clave, para facilitar la comprensión de los hallazgos y recomendaciones planteadas en este trabajo.

Educación financiera

La educación financiera es actualmente tan fundamental como la alimentación, la salud o la educación formal. Esta permite a las personas comprender conceptos clave como el ahorro, el crédito, el presupuesto y la inversión, lo cual les ayuda a tomar decisiones económicas más informadas en su vida cotidiana. Este conocimiento se ha vuelto particularmente importante para los emprendedores, quienes deben gestionar eficientemente sus recursos para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de sus negocios.

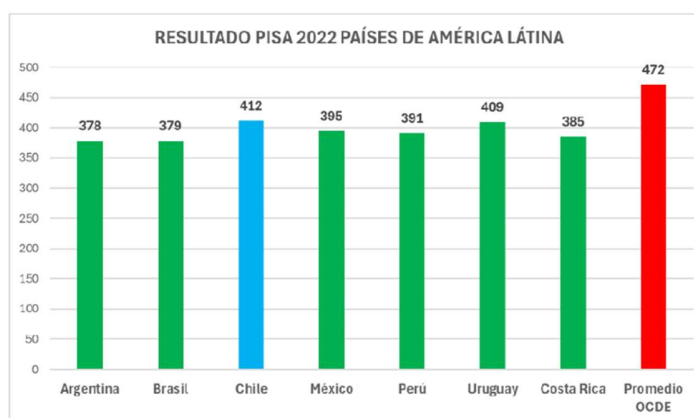
La educación financiera no siempre fue considerada un pilar de la inclusión económica. Su impulso moderno comenzó a consolidarse a finales del siglo XX, especialmente tras las crisis financieras que afectaron a países desarrollados y emergentes. Uno de los hitos en su formalización fue la creación de la Red Internacional de Educación Financiera (INFE) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), quien definió este concepto como el proceso mediante el cual los consumidores adquieren una mejor comprensión de los productos y servicios financieros, desarrollan habilidades para evaluarlos críticamente, y ganan confianza para tomar decisiones acertadas que impacten positivamente en su bienestar económico (OCDE, s.f).

Este concepto fue posteriormente ampliado por el Banco Mundial, el cual reconoció la educación financiera como una herramienta estratégica para la estabilidad del sistema financiero y la reducción de la pobreza (Banco Mundial, 2025).

Un elemento que evidencia la necesidad de fortalecer la educación financiera en la región es el desempeño de los países latinoamericanos en las pruebas PISA. Estas evaluaciones internacionales, que incluyen un módulo específico sobre competencias matemáticas, muestran que los resultados obtenidos por los países de América Latina se sitúan consistentemente por debajo del promedio de los países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) como lo evidencia la imagen a continuación.

Figura 2

Resultados Pisa 2022 según países de América Latina



Nota: De “Comparación de resultados de PISA 2022 en matemáticas: Chile y América Latina”, por Matemáticas.cl., 2023, (<https://matematicas.cl/comparacion-de-resultados-de-pisa-2022-en-matematicas-chile-y-america-del-latina/>)

La educación financiera no solo permite mejorar la relación de las personas con el dinero, sino también impulsa la formalización de actividades económicas, la sostenibilidad de los negocios y la prevención del sobreendeudamiento. En el caso particular de los emprendedores del sector manufacturero textil en América Latina, contar con una formación básica en finanzas puede ser determinante para acceder a financiamiento, calcular costos de producción, definir precios de venta y proyectar utilidades. De ahí la importancia de incorporar este concepto como base de análisis para proponer estrategias que impulsen su rentabilidad y crecimiento empresarial.

Relación entre la educación financiera y la toma de decisiones empresariales

La educación financiera desempeña un papel estratégico en la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones empresariales efectivas. A través del conocimiento y manejo adecuado de conceptos clave como ingresos, egresos, costos fijos y variables, punto de equilibrio, rentabilidad y financiamiento, los emprendedores pueden evaluar con mayor claridad el entorno económico y tomar decisiones informadas que inciden directamente en el desempeño de sus negocios.

En el caso específico del sector manufacturero de prendas de vestir en América Latina, compuesto en gran parte por micro y pequeñas empresas (MIPYMES), la falta de educación financiera representa una limitación significativa. Esta carencia reduce la habilidad de los emprendedores para planificar presupuestos, analizar precios, gestionar inventarios o acceder a financiamiento formal, lo que con frecuencia conduce a decisiones intuitivas y poco fundamentadas.

Según el Banco Mundial (2025), la formación financiera contribuye a mejorar la toma de decisiones económicas, fortalece la confianza y las capacidades individuales, promueve el bienestar económico, facilita la inclusión financiera y apoya la reducción de la pobreza y la desigualdad. Estos beneficios son especialmente relevantes para los emprendedores que operan en mercados altamente competitivos e inestables, como es el caso del sector textil en la región.

En este contexto, la educación financiera no solo mejora la toma de decisiones a nivel operativo, sino que también permite a los emprendedores visualizar el crecimiento de sus negocios desde una perspectiva técnica y estructurada. Para ello, se incluye el uso de indicadores clave de desempeño y herramientas de análisis económico-financiero. Por el contrario, su ausencia puede derivar en errores críticos como el sobreendeudamiento, el uso ineficiente del capital de trabajo o la fijación incorrecta de precios, lo que afecta negativamente la competitividad y sostenibilidad del emprendimiento.

Por tanto, la relación entre educación financiera y toma de decisiones empresariales se convierte en un eje fundamental para fortalecer el tejido productivo en América Latina, especialmente en sectores como el manufacturero textil, donde predominan altos niveles de informalidad y una limitada capacitación técnica.

Rentabilidad

Según Pérez Castañeda et al. (2024), la rentabilidad empresarial se entiende como uno de los indicadores más utilizados para la maximización de la riqueza empresarial y su análisis permite evaluar el desempeño financiero de las organizaciones en distintos contextos económicos. Por su parte, Caruz Barzola y Santos Blas (2021) definen la rentabilidad a través de indicadores financieros como la utilidad neta, el margen de rentabilidad y el retorno sobre la inversión (ROI), los cuales reflejan la eficiencia con la que una empresa convierte sus recursos en beneficios económicos.

La definición de rentabilidad propuesta por ambos estudios es pertinente para la presente investigación sobre el impacto de la educación financiera en emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. En primer lugar, al tratarse de un concepto medible mediante indicadores financieros, permite establecer una relación directa entre el nivel de educación financiera y los resultados económicos de los emprendedores. Esta es fundamental para evaluar si una mayor alfabetización financiera se traduce en una mejor gestión de recursos y, por ende, en mayores beneficios.

En segundo lugar, el enfoque de Pérez Castañeda et al. (2024) aporta una visión regional que enriquece el estudio, ya que contextualiza la rentabilidad dentro del entorno latinoamericano, donde las condiciones económicas, sociales y estructurales influyen significativamente en el desempeño empresarial. Esta perspectiva permite adaptar los hallazgos a la realidad de los emprendedores de manufactura textil, quienes enfrentan desafíos particulares como el acceso limitado a financiamiento, informalidad y escasa formación empresarial.

Finalmente, la aplicación de indicadores como los utilizados por Caruz Barzola y Santos Blas (2021) proporciona una base metodológica sólida para el presente análisis, ya que no solo permiten medir la rentabilidad de manera objetiva, sino que también facilitan la comparación entre emprendedores con distintos niveles de educación financiera. Como resultado, posibilitan identificar patrones y proponer estrategias concretas para mejorar el desempeño empresarial, lo que alinea la investigación con un enfoque práctico y orientado a resultados.

Indicadores clave de rentabilidad

En el contexto de los emprendimientos textiles, la rentabilidad está estrechamente vinculada con la gestión eficiente de los costos de producción. Según Macías-Lozano y Estefano-Almeida (2022), los costos de producción representan un factor determinante en la rentabilidad de las empresas textiles, ya que inciden directamente en la capacidad de generar utilidades sostenibles. En su estudio realizado en la ciudad de Guayaquil, los autores identifican que la ausencia de un sistema de costos por órdenes de producción limita la capacidad de las empresas para medir con precisión sus márgenes de ganancia, lo que afecta negativamente la toma de decisiones estratégicas.

Entre los indicadores clave de rentabilidad que emergen del análisis de estos autores se encuentran el margen de utilidad neta, el costo unitario de producción, la rentabilidad operativa y el punto de equilibrio. Estos permiten evaluar no solo la eficiencia financiera, sino también la capacidad de las empresas para adaptarse a las condiciones del mercado. Por ejemplo, el margen de utilidad neta refleja la proporción de ingresos que se convierte en ganancia, mientras que el costo unitario permite establecer precios competitivos sin comprometer la rentabilidad. Asimismo, el punto de equilibrio es esencial para determinar el volumen mínimo de ventas necesario para cubrir los costos totales, lo cual es especialmente relevante en emprendimientos con recursos limitados.

La inclusión de estos indicadores en el presente estudio es pertinente, ya que permite establecer una conexión directa entre la educación financiera de los emprendedores y su capacidad para interpretar y aplicar herramientas de análisis financiero. En el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, donde predominan las micro y pequeñas empresas (MYPYMES), el desconocimiento de estos indicadores puede traducirse en decisiones ineficientes y baja rentabilidad. Por tanto, comprender cómo los costos de producción afectan estos indicadores es fundamental para diseñar estrategias de formación financiera que fortalezcan el desempeño empresarial y promuevan el crecimiento sostenible de los emprendimientos textiles.

En la tabla a continuación se presentan las principales razones financieras de rentabilidad:

Tabla 1
Razones financieras más relevantes

RATIO	FÓRMULA
Liquidez corriente	Activos corrientes ÷ Pasivos corrientes
Liquidez Rápida	Disponible ÷ Pasivos corrientes
Solvencia a largo plazo	Activos totales ÷ Deudas a largo plazo
Cobertura de intereses	BAIL ÷ Intereses
Endeudamiento	Deuda total ÷ Capital total
Rentabilidad económica (ROA)	Beneficio neto ÷ Activo total promedio
Rentabilidad financiera (ROE)	Beneficio neto ÷ Capital contable promedio

Nota: Adaptado de “*Ratios financieros en la empresa*” por Cámara de Comercio de Málaga. 2023, (<https://www.master-malaga.com/economia/ratios-economicos-empresa/>).

Influencia de la educación financiera en la mejora de la rentabilidad

La educación financiera se ha convertido en un elemento estratégico para el fortalecimiento de la competitividad empresarial, especialmente en contextos donde predominan las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPYMES). Según Castañeda Acuña et al. (2022), la alfabetización financiera permite a los emprendedores comprender y aplicar conceptos clave relacionados con la gestión de recursos, la toma de decisiones económicas y la planificación financiera, lo cual incide directamente en la rentabilidad de sus negocios. Esta capacidad de análisis y proyección financiera se traduce en una mayor eficiencia operativa, reducción de riesgos y aprovechamiento de oportunidades de inversión.

Los autores destacan que la educación financiera no solo mejora la rentabilidad al optimizar el uso del capital y controlar los costos, sino que también fortalece la sostenibilidad empresarial al fomentar una cultura de planificación y evaluación constante. En su aproximación teórico-conceptual, argumentan que la alfabetización financiera impulsa la generación de valor, la innovación y la participación en mercados más amplios, lo cual es especialmente relevante para las MYPYMES. Estas capacidades permiten a los emprendedores tomar decisiones más informadas sobre precios, financiamiento, reinversión y expansión, lo que se traduce en un desempeño económico más sólido y competitivo.

En el marco del presente estudio, la influencia de la educación financiera en la rentabilidad cobra especial relevancia, ya que se analiza su impacto en emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. En este contexto, donde muchas

empresas operan con recursos limitados y escaso acceso a formación especializada, la alfabetización financiera se presenta como una herramienta clave para mejorar la rentabilidad y garantizar la sostenibilidad del negocio. Por tanto, promover estrategias de formación financiera adaptadas a las necesidades del sector textil no solo contribuye al crecimiento económico individual, sino también al desarrollo regional y sectorial.

Crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es un proceso dinámico que refleja la capacidad de una organización para expandirse, aumentar su participación en el mercado y mejorar su desempeño económico a lo largo del tiempo. Según Parra Quintero y Moreno Salazar (2021), el crecimiento empresarial está estrechamente vinculado con la incorporación de tecnologías de la información, las cuales permiten optimizar procesos, mejorar la toma de decisiones y aumentar la productividad. Estas tecnologías actúan como catalizadores del desarrollo organizacional, ya que facilitan la innovación, la eficiencia operativa y la adaptación a entornos altamente competitivos.

Por su parte, Caruz Barzola y Santos Blas (2021) abordan el crecimiento empresarial desde una perspectiva financiera y destacan su relación directa con la rentabilidad. En su estudio de caso aplicado a la empresa V&O Asesorías y Proyectos S.A.C., los autores evidencian que el crecimiento sostenido de una empresa está condicionado por su capacidad para generar utilidades, mantener una estructura financiera saludable y gestionar eficientemente sus recursos. A través del análisis de indicadores como el margen de utilidad, el retorno sobre activos y la evolución de las ventas netas, concluyen que existe una correlación positiva entre la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

En el contexto del presente estudio, el crecimiento empresarial se entiende como un objetivo estratégico para los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Alcanzar este crecimiento implica no solo mejorar los indicadores financieros, sino también fortalecer las capacidades de gestión, innovación y adaptación al cambio. Por ello, la educación financiera se presenta como un factor clave para impulsar el crecimiento, al dotar a los emprendedores de herramientas que les permitan tomar decisiones informadas, planificar a largo plazo y aprovechar oportunidades de expansión en mercados cada vez más exigentes.

Rentabilidad como incentivo para el crecimiento empresarial

La rentabilidad no solo representa un indicador clave del desempeño financiero de una empresa, sino que también actúa como un motor fundamental para su crecimiento sostenido. Según Parra Quintero y Moreno Salazar (2021), la rentabilidad constituye un incentivo estratégico que impulsa a las organizaciones a expandirse, invertir en innovación y mejorar su competitividad. En su estudio sobre tecnologías de la información y crecimiento empresarial, los autores destacan que las empresas con mayores niveles de rentabilidad tienden a adoptar herramientas tecnológicas que optimizan procesos y fortalecen su capacidad de adaptación al entorno.

Desde esta perspectiva, la rentabilidad se convierte en un recurso que permite financiar el crecimiento, ya sea mediante la reinversión de utilidades, la mejora de la infraestructura productiva o la expansión hacia nuevos mercados. Además, una empresa rentable genera mayor confianza entre inversionistas, entidades financieras y socios estratégicos, lo que facilita el acceso a capital externo y reduce los riesgos asociados al crecimiento. Así, la rentabilidad no solo refleja el éxito económico de una organización, sino que también habilita las condiciones necesarias para su desarrollo a largo plazo.

En este estudio, es fundamental comprender esta relación. Promover la rentabilidad a través de una gestión financiera eficiente no solo mejora los resultados económicos inmediatos, sino que también crea un entorno propicio para el crecimiento empresarial. Por tanto, fortalecer las competencias financieras de los emprendedores se traduce en una mayor capacidad para generar valor, tomar decisiones estratégicas y consolidar negocios sostenibles en el tiempo.

Relación entre rentabilidad y sostenibilidad del emprendimiento

La sostenibilidad de los emprendimientos no solo depende de su capacidad para mantenerse operativos en el tiempo, sino también de su habilidad para generar valor económico de forma constante. Según Paredes Montero (2025), la educación financiera es una herramienta clave que permite a los emprendedores tomar decisiones estratégicas orientadas a la sostenibilidad, al mejorar su comprensión sobre la gestión de recursos, la planificación financiera y el análisis de rentabilidad. En este sentido, la rentabilidad no se concibe únicamente como un resultado financiero, sino como un indicador esencial para garantizar la continuidad y el crecimiento del emprendimiento.

El autor sostiene que una adecuada alfabetización financiera permite a los emprendedores identificar oportunidades de mejora en sus procesos productivos, optimizar el uso del capital y anticiparse a riesgos financieros. Estos alcances se traducen en una mayor capacidad para sostener el negocio frente a fluctuaciones del mercado, crisis económicas o cambios en la demanda. Así, la rentabilidad actúa como un pilar de la sostenibilidad, ya que proporciona los recursos necesarios para reinvertir, innovar y adaptarse a nuevas condiciones del entorno.

Para el caso del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, donde muchas micro y pequeñas empresas enfrentan limitaciones estructurales y financieras, fortalecer la relación entre rentabilidad y sostenibilidad resulta fundamental. Promover la educación financiera entre los emprendedores de este sector no solo mejora su desempeño económico, sino que también contribuye a la consolidación de negocios resilientes, capaces de generar empleo, valor social y desarrollo económico local de forma sostenida.

Educación financiera y crecimiento empresarial

La educación financiera se ha consolidado como un factor estratégico para el crecimiento empresarial, especialmente en contextos donde predominan los emprendimientos y las microempresas. Según Paredes Montero (2025), la alfabetización financiera permite a los emprendedores comprender y aplicar herramientas clave para la gestión eficiente de sus recursos, lo que se traduce en una mayor capacidad para planificar, invertir y expandir sus negocios. Esta formación no solo mejora la toma de decisiones económicas, sino que también fortalece la visión estratégica de los emprendedores e impulsa su desarrollo a largo plazo.

El autor sostiene que la educación financiera incide directamente en el crecimiento empresarial al facilitar el acceso a financiamiento, optimizar la estructura de costos y fomentar una cultura de ahorro e inversión. Estas competencias permiten a los emprendedores identificar oportunidades de mejora, evaluar riesgos y establecer metas de crecimiento realistas y sostenibles. En este sentido, la educación financiera no solo actúa como un mecanismo de control y prevención de crisis, sino también como un motor de innovación y expansión.

En el contexto del sector textil latinoamericano, donde muchas empresas enfrentan limitaciones estructurales y operan en entornos de alta incertidumbre, la educación financiera

adquiere un valor aún mayor. Proporcionar a los emprendedores conocimientos financieros adecuados les permite profesionalizar su gestión, mejorar su rentabilidad y consolidar procesos de crecimiento sostenido. Por tanto, integrar la educación financiera como eje transversal en las estrategias de desarrollo empresarial es clave para fortalecer la competitividad y sostenibilidad del sector.

PYMES

En Costa Rica, las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) se definen conforme a lo establecido en el artículo 3 del Reglamento a la Ley N.º 8262, Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas (02 de mayo del 2002) de la siguiente manera:

Se entiende por pequeñas y medianas empresas (pymes) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica.

Para la presente tesis, las PYMES representan el segmento empresarial vulnerable y, al mismo tiempo, con potencial de desarrollo puesto que se tratan de unidades productivas que operan bajo figuras jurídicas o físicas, con recursos humanos limitados y en sectores como el industrial, comercial, de servicios o agropecuario. Estas empresas enfrentan desafíos estructurales que pueden ser mitigados mediante una adecuada formación financiera.

Clasificación de las PYMES en Costa Rica

Según la información publicada en pymes.cr (2023), en Costa Rica las empresas se clasifican principalmente por el número de empleados:

- Microempresas: menos de 5 empleados.
- Pequeñas empresas: entre 6 y 30 empleados.
- Medianas empresas: entre 31 y 100 empleados.

Emprendedor

El emprendedor es una figura clave en el desarrollo económico y social, especialmente en sectores productivos como el textil, donde la innovación, la creatividad y la resiliencia son fundamentales para la sostenibilidad del negocio. Según Medina Pulido (2022), el emprendedor no solo cumple una función económica al generar empleo y

dinamizar mercados, sino que también desempeña un rol social al contribuir al bienestar de su comunidad. En el contexto de la industria textil, el emprendimiento se convierte en una vía para la inclusión productiva, la recuperación de saberes tradicionales y la generación de valor social.

El autor destaca que el emprendedor textil se caracteriza por su capacidad para identificar oportunidades en entornos de alta competencia, adaptarse a los cambios del mercado y gestionar recursos limitados con eficiencia. Esta figura combina habilidades técnicas con competencias blandas como el liderazgo, la comunicación y la toma de decisiones estratégicas. Además, el emprendimiento en este sector suele estar vinculado a dinámicas familiares o comunitarias, lo que refuerza su impacto en el tejido social y económico local.

En el marco de este estudio, comprender el perfil del emprendedor es esencial para analizar cómo la educación financiera puede potenciar su desempeño y contribuir al crecimiento y rentabilidad de sus iniciativas. Al fortalecer sus capacidades de gestión, planificación y análisis financiero, se promueve no solo la viabilidad económica de los emprendimientos textiles, sino también su sostenibilidad y su contribución al desarrollo territorial.

Características del emprendedor textil

El emprendedor textil se distingue por una serie de características que lo posicionan como un agente clave en la dinamización económica y social de su entorno. Según Medina Pulido (2022), el emprendimiento en la industria textil no solo responde a una necesidad económica, sino también a una vocación creativa y cultural que se manifiesta en la producción de bienes con identidad local y valor social. En este contexto, el emprendedor textil combina habilidades técnicas con una profunda comprensión del mercado, lo que le permite adaptarse a las tendencias, innovar en diseño y responder a las demandas de los consumidores.

Entre las principales características del emprendedor textil se encuentran la resiliencia, la capacidad de adaptación, la creatividad, y el sentido de comunidad. La resiliencia se manifiesta en su habilidad para enfrentar crisis económicas, escasez de recursos o cambios en el entorno comercial. La creatividad, por su parte, es esencial para diferenciar sus productos en un mercado competitivo. El sentido de comunidad se refleja en la

generación de empleo local y en la preservación de saberes tradicionales. Además, estos emprendedores suelen operar en contextos de informalidad o con acceso limitado a financiamiento, lo que exige una gestión eficiente y una fuerte motivación personal.

Para esta investigación, comprender estas características resulta fundamental para analizar cómo la educación financiera puede potenciar las capacidades del emprendedor textil. Al fortalecer su conocimiento en áreas como costos, precios, inversión y planificación, se promueve no solo la rentabilidad del negocio, sino también su sostenibilidad y su impacto positivo en el desarrollo local.

Análisis econométrico

El análisis econométrico es una herramienta fundamental en la investigación económica, al integrar teoría económica, métodos matemáticos y técnicas estadísticas para cuantificar relaciones entre variables económicas, formular y probar hipótesis, así como predecir tendencias. Según Nature Research Intelligence (2023), la econometría permite aplicar técnicas cuantitativas rigurosas sobre datos empíricos reales, evaluar políticas, modelar fenómenos inciertos y entender mejor los vínculos entre variables económicas fundamentales.

Modelos funcionales que relacionan variables económicas, como el modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO), continúan siendo ampliamente utilizados en estudios recientes por su simplicidad, interpretabilidad y capacidad explicativa. Por ejemplo, Kaya, Aydın y Ülengin (2023) compararon el modelo MCO con estimadores alternativos en un modelo *Gravity* para el mercado aéreo de carga y destacan que MCO actúa como referencia estándar en la estimación de relaciones lineales. Asimismo, Cunha et al. (2024) señalan que, a pesar de los desafíos estadísticos que pueden presentarse (heterocedasticidad, dependencia espacial, etc.), el MCO mantiene vigencia en la estimación de determinantes económicos como precios de vivienda, lo que respalda su uso en análisis de rentabilidad y crecimiento empresarial.

En el contexto del presente estudio, el análisis econométrico se emplea como método para evaluar el impacto de la educación financiera sobre la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores textiles. A través de la estimación de modelos lineales, se busca identificar relaciones significativas entre variables como nivel de formación financiera, indicadores de

rentabilidad y métricas de crecimiento. Esta metodología permite sustentar los hallazgos con evidencia cuantitativa y, por ende, fortalece la validez científica de la investigación.

Beneficios de los modelos econométricos

Los modelos econométricos constituyen una herramienta fundamental en la investigación económica, ya que permiten cuantificar relaciones entre variables, validar teorías y realizar predicciones basadas en datos empíricos. Su principal ventaja radica en la capacidad de transformar hipótesis teóricas en expresiones matemáticas que pueden ser contrastadas con la realidad, lo que fortalece la rigurosidad científica del análisis económico.

Además, los modelos econométricos facilitan la toma de decisiones informadas en políticas públicas y estrategias empresariales, al ofrecer estimaciones precisas sobre el impacto de diferentes factores económicos. Según Sánchez Dávila (2023), estos modelos permiten acercarse a la validación de hipótesis formuladas desde la teoría económica, por lo que reducen sesgos en la interpretación de fenómenos sociales y mejoran la capacidad predictiva de los estudios aplicados.

Para esta investigación, el uso de modelos econométricos resulta especialmente útil para analizar el impacto de la educación financiera sobre variables como la rentabilidad y el crecimiento empresarial, ya que permite establecer relaciones causales y medir su significancia estadística.

Modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO)

El modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) es una de las herramientas fundamentales en econometría para estimar relaciones lineales entre variables. Según Gómez-Mejía (2020), este modelo se basa en la minimización de la suma de los cuadrados de los errores (residuos) entre los valores observados y los valores estimados por el modelo.

Matemáticamente, el modelo de regresión lineal simple se expresa como:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + u_i$$

Donde:

- Y_i es la variable dependiente,
- X_i es la variable independiente,
- β_0 y β_1 son los parámetros para estimar.

- u_i es el término de error aleatorio.

El método de MCO estima los parámetros β_0 y β_1 de forma que se minimice la suma de los cuadrados de los errores.

Supuestos del Modelo MCO

La Academialab (2024) destaca que para que las estimaciones obtenidas mediante MCO sean neutrales, eficientes y consistentes, deben cumplirse ciertos supuestos clásicos, entre ellos:

- Linealidad en los parámetros.
- Valor esperado del error igual a cero.
- Varianza constante del error (homocedasticidad).
- No autocorrelación entre los errores.
- No multicolinealidad perfecta entre las variables explicativas.
- Normalidad del término de error (para inferencia estadística).

Aplicaciones del MCO

El modelo de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) es pertinente para la presente investigación, debido a su capacidad para estimar relaciones lineales entre variables económicas a partir de datos observados. Según indica Aguilar Esteva (s.f.) los modelos de mínimos cuadrados ordinarios permiten capturar la variabilidad empírica que no puede ser explicada únicamente por la teoría económica, por lo que proporcionan una herramienta robusta para el análisis cuantitativo. Además, su simplicidad, interpretabilidad y fundamentos estadísticos sólidos lo convierten en un método adecuado para estudios que buscan establecer relaciones causales o correlacionales entre variables socioeconómicas.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Procedimiento metodológico

En este capítulo se detalla el procedimiento metodológico utilizado para llevar a cabo la investigación sobre el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre del 2025. Este ha sido diseñado para garantizar una recolección, organización y análisis de datos rigurosos y sistemáticos, con el propósito de cumplir los objetivos planteados en la investigación.

El estudio adopta un enfoque mixto, integrando métodos cuantitativos y cualitativos, para captar tanto la dimensión numérica como las percepciones y experiencias relacionadas con la educación financiera en el contexto empresarial. El enfoque cuantitativo permitirá identificar relaciones y tendencias entre el nivel de educación financiera y los indicadores de desempeño empresarial, como el margen de rentabilidad, el volumen de ventas, el crecimiento del capital invertido y la expansión del mercado.

Para la recolección de datos cuantitativos, se aplicará un cuestionario estructurado a una muestra representativa de emprendedores activos en el sector de manufactura de prendas, distribuidos en distintos países de Latinoamérica. El cuestionario incluirá preguntas relacionadas con el nivel de conocimiento y aplicación de conceptos financieros básicos (presupuesto, ahorro, inversión, uso del crédito, planificación financiera), así como indicadores de rentabilidad y crecimiento registrados en el segundo cuatrimestre del 2025. La selección de la muestra se basará en criterios como formalidad del emprendimiento, tiempo de operación y localización geográfica.

Complementariamente, se realizarán entrevistas semiestructuradas a un subconjunto de emprendedores, seleccionados según criterios de diversidad regional y niveles contrastantes de desempeño económico. Estas entrevistas permitirán explorar de forma más profunda las percepciones, barreras y buenas prácticas relacionadas con la educación financiera en contextos empresariales reales. Se buscará comprender cómo los emprendedores interpretan y aplican el conocimiento financiero en la toma de decisiones estratégicas y operativas.

Los datos recolectados serán analizados utilizando técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales, como correlación de Pearson y regresión lineal múltiple, para establecer relaciones entre la educación financiera y los indicadores de desempeño empresarial. Por su

parte, los datos cualitativos serán procesados mediante análisis temático, para identificar patrones y categorías emergentes en las experiencias relatadas por los emprendedores. Este enfoque integrado facilitará una comprensión amplia y profunda del impacto de la educación financiera, y servirá como base para proponer estrategias concretas orientadas a fortalecer las capacidades empresariales en el sector.

Enfoque cuantitativo:

El enfoque de la presente investigación es de carácter cuantitativo, ya que se centra en la recolección y análisis de datos numéricos obtenidos a través de encuestas aplicadas a emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. El objetivo inicial es identificar, mediante técnicas estadísticas, la relación entre la educación financiera y variables como la rentabilidad y el crecimiento empresarial. Posteriormente, con base en los resultados del análisis econométrico, se propondrán estrategias orientadas a mejorar el desempeño empresarial.

Este enfoque es pertinente, ya que permite medir de forma objetiva las variables involucradas y establecer relaciones causales entre ellas. Como señalan Tarrillo Saldaña et al. (2024), la investigación cuantitativa se fundamenta en el uso de métodos estadísticos para analizar fenómenos y generalizar los resultados a una población más amplia, lo cual es esencial para sustentar propuestas estratégicas basadas en evidencia empírica.

Enfoque cualitativo

Además del enfoque cuantitativo, esta investigación incorpora un enfoque cualitativo con el fin de comprender en profundidad las percepciones, experiencias y significados que los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica atribuyen a la educación financiera y su relación con el desempeño empresarial. Para ello, se realizarán entrevistas semiestructuradas que permitirán explorar la realidad desde una perspectiva subjetiva y contextual.

Este enfoque cualitativo es fundamental para complementar el análisis estadístico, ya que permite captar dimensiones sociales, culturales y personales que no pueden ser representadas únicamente mediante datos numéricos. Según Tarrillo Saldaña et al. (2024), la investigación cualitativa se basa en la recolección de datos no numéricos y descriptivos, y

utiliza métodos como entrevistas en profundidad y análisis de contenido para interpretar fenómenos complejos desde la diversidad de perspectivas de los participantes.

Diseño del estudio

El diseño de esta investigación establece la estructura metodológica que guiará el análisis del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. Contempla una fase inicial de recolección y análisis de datos cuantitativos mediante encuestas, seguida por entrevistas cualitativas para profundizar en las percepciones de los emprendedores. Finalmente, se aplicará un modelo econométrico que permitirá sustentar la propuesta de estrategias para mejorar el desempeño empresarial.

Según Hadi et al. (2023), el diseño de investigación define la estructura general del estudio, orienta la elección de métodos y técnicas, y establece el orden lógico de las etapas que permiten alcanzar los objetivos planteados. Así, garantiza la coherencia entre el planteamiento del problema y la interpretación de los resultados.

No experimental

El presente estudio adopta un diseño no experimental, ya que no se manipulan deliberadamente las variables independientes, sino que se observan los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural. Este tipo de diseño es adecuado cuando se busca analizar relaciones entre variables sin intervenir directamente en ellas, como en el caso del impacto de la educación financiera sobre la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores.

Según Tarrillo Saldaña et al. (2024), el diseño no experimental se caracteriza por la ausencia de control directo sobre las variables, lo que permite estudiar fenómenos en su entorno real. Es especialmente útil en investigaciones descriptivas, exploratorias o correlacionales, donde no es posible o ético intervenir en las condiciones del estudio.

Seccional

El diseño seccional adoptado en esta investigación se justifica por el hecho de que la recolección de datos se realizará en un único momento del tiempo, específicamente durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Este lapso permite observar y analizar las variables de interés como la educación financiera, la rentabilidad y el crecimiento empresarial sin necesidad de seguimiento longitudinal.

Según Vizcaíno Zúñiga et al. (2023), este tipo de diseño se caracteriza por recolectar información en un punto específico del tiempo, lo que permite describir y analizar fenómenos tal como se presentan en ese instante. Es útil para estudios descriptivos y correlacionales que no requieren manipulación de variables ni observación prolongada.

Transeccional o transversal

El presente estudio se enmarca en un diseño transversal, ya que la recolección de datos se realizará en un único momento del tiempo, lo que permite explorar y analizar las relaciones entre la educación financiera y variables como la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica.

Este tipo de diseño es apropiado para investigaciones que no requieren manipulación de variables y que buscan describir o establecer relaciones entre fenómenos, tal como se presentan en un punto específico del tiempo. Según Tarrillo Saldaña et al. (2024), los estudios transversales pueden clasificarse en exploratorios, descriptivos, relacionales, explicativos o predictivos. Se caracterizan por su capacidad para analizar fenómenos en su estado actual, sin intervención directa del investigador.

Diseño (cualitativo)

Narrativo

El enfoque cualitativo de esta investigación adopta un diseño narrativo, ya que busca comprender las experiencias de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica a través de sus relatos personales. Este diseño permite reconstruir cronológicamente los eventos, percepciones y decisiones relacionadas con la educación financiera y su impacto en el desempeño empresarial.

Según Vizcaíno Zúñiga et al. (2023), los diseños narrativos se centran en las historias contadas por los participantes, para identificar patrones, categorías y significados que emergen de sus vivencias, lo cual resulta fundamental para interpretar fenómenos sociales desde una perspectiva contextual y subjetiva. En este estudio, las entrevistas cualitativas posibilitarán articular una narrativa general sobre cómo los conocimientos financieros han influido en la toma de decisiones y el crecimiento de sus negocios.

Método de investigación

A continuación, se describen los métodos y técnicas aplicados en el estudio, los cuales permiten al investigador orientar y estructurar los procesos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos. La metodología es esencial, ya que define la forma en que se obtendrán, organizarán y analizarán los datos requeridos para el estudio del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica.

En este estudio se emplean técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Las técnicas cuantitativas permiten recolectar datos numéricos a través de encuestas estructuradas, por lo que facilitan el análisis estadístico y la generalización de resultados. Las técnicas cualitativas, como las entrevistas, permiten explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los emprendedores. Según Tarrillo Saldaña et al. (2024), la metodología de investigación debe ser coherente con los objetivos del estudio y adaptarse al tipo de información que se desea obtener, ya sea para describir, explicar o interpretar fenómenos sociales desde una perspectiva empírica o teórica.

Analítico

El enfoque analítico de esta investigación tiene como propósito identificar la relación causa y efecto entre el nivel de educación financiera y el desempeño empresarial de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. A través del análisis de datos recolectados mediante encuestas y entrevistas, se pretende determinar si una mayor formación financiera incide positivamente en la rentabilidad y el crecimiento de los negocios.

Según Fresno (2019), en los estudios analíticos, la causalidad se establece cuando la causa precede al efecto y su modificación genera un cambio en el resultado. En este contexto, se analizará si la educación financiera actúa como un factor determinante en la mejora del desempeño empresarial, a fin de sustentar propuestas estratégicas basadas en evidencia empírica.

Disyuntivo

El método disyuntivo resulta pertinente para esta investigación, ya que se busca determinar cuál de dos alternativas estratégicas basadas en los resultados del modelo econométrico representa una mejor opción para mejorar el desempeño empresarial de los

emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica: si fortalecer la educación financiera mediante programas formales o a través de asesorías personalizadas.

Este tipo de razonamiento permite evaluar escenarios mutuamente excluyentes y concluir cuál es más adecuado según los datos obtenidos. Como señalan autores contemporáneos en metodología científica, el razonamiento disyuntivo se basa en la lógica deductiva, donde se parte de una disyunción para llegar a una conclusión válida, siempre que una de las opciones sea descartada por evidencia empírica (Vizcaíno Zúñiga et al., 2023).

De campo

La presente investigación se enmarca en un enfoque de campo, ya que se desarrollará directamente en el entorno donde ocurre el fenómeno de estudio: el sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. Este tipo de investigación permite recolectar información primaria de manera directa, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas a emprendedores, lo cual garantiza una comprensión más precisa y contextualizada de la realidad que se analiza.

Según Hadi et al. (2023), la investigación de campo se caracteriza por realizarse en el lugar y momento donde se manifiestan los hechos. Es comúnmente utilizada en las ciencias sociales para obtener datos relevantes a través de técnicas como la observación, la entrevista o la encuesta, con el fin de describir y analizar fenómenos sociales en su contexto natural.

Tipo de investigación

A continuación, se describen los métodos y técnicas aplicados en este estudio los cuales permiten al investigador orientar y estructurar los procesos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos. La metodología es esencial, ya que define la forma en que se obtendrán, organizarán y analizarán los datos requeridos para el estudio del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica.

En este trabajo, se emplean técnicas tanto cuantitativas como cualitativas. Las técnicas cuantitativas permiten recolectar datos numéricos a través de encuestas estructuradas, por lo que facilitan el análisis estadístico y la generalización de resultados. Las técnicas cualitativas, como las entrevistas, permiten explorar en profundidad las experiencias y percepciones de los emprendedores. Según Tarrillo Saldaña et al. (2024), la metodología de investigación debe ser coherente con los objetivos del estudio y adaptarse al tipo de

información que se desea obtener, ya sea para describir, explicar o interpretar fenómenos sociales desde una perspectiva empírica o teórica.

Descriptiva

El análisis descriptivo constituye una fase fundamental en esta investigación, ya que permite caracterizar de manera detallada las variables relacionadas con la educación financiera, la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. Este tipo de análisis se enfoca en resumir y organizar los datos recolectados a través de encuestas, utilizando medidas de tendencia central como la media, mediana y moda, así como medidas de dispersión como la desviación estándar y el rango intercuartílico.

Además, se empleará la distribución de frecuencias para identificar patrones comunes en los conocimientos financieros, prácticas contables y decisiones estratégicas de los emprendedores. Según Tarrillo Saldaña et al. (2024), el análisis descriptivo permite obtener una visión clara y estructurada de los datos, facilita la interpretación inicial de los resultados y sirve como base para análisis más complejos, como los modelos econométricos que se aplicarán posteriormente en esta investigación.

Empírica

La presente investigación se fundamenta en un enfoque empírico, ya que se basa en la observación directa y la experiencia de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica para obtener datos concretos y verificables. A través de la aplicación de encuestas y entrevistas, se recopilará información sistemática que permitirá comprender cómo la educación financiera influye en la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios. Este enfoque es esencial para analizar fenómenos reales en su contexto natural, y proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas y la formulación de estrategias empresariales.

Según Cerón Islas et al. (2020), la investigación empírica se apoya en la observación, la formulación de hipótesis y la experimentación para llegar a conclusiones válidas, de modo que contribuye al avance del conocimiento científico y a la mejora de prácticas en distintos ámbitos. En este estudio, el enfoque empírico no solo permitirá validar relaciones entre variables, sino también generar propuestas fundamentadas en evidencia real y contextualizada.

Hermenéutica

Este estudio incorpora el enfoque hermenéutico como parte del análisis cualitativo, ya que busca interpretar las experiencias, percepciones y significados que los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica atribuyen a la educación financiera. Este método permite comprender los discursos y narrativas desde una perspectiva contextual, reconociendo la subjetividad del lenguaje y la influencia del entorno sociocultural.

Según González Pérez (2022), la hermenéutica en la investigación educativa se orienta a la comprensión profunda de los fenómenos humanos a través de la interpretación de textos, relatos y experiencias, lo cual resulta especialmente útil cuando se pretende captar la complejidad de las realidades sociales desde la voz de los propios actores.

Etnografía

El enfoque etnográfico se incorpora en esta investigación como una herramienta cualitativa que permite comprender en profundidad las prácticas, creencias y experiencias de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. A través de la observación directa y la interacción con los participantes, se busca interpretar el contexto sociocultural en el que se desenvuelven, así como los significados que atribuyen a la educación financiera y su impacto en el desempeño empresarial.

Según Pérez Gómez (2012), la etnografía no solo permite describir comportamientos, sino también interpretar las dinámicas sociales desde la perspectiva de los propios actores, lo que la convierte en un método integrador y reflexivo dentro de la investigación cualitativa.

Nomotética

El método nomotético se aplica en esta investigación con el propósito de identificar patrones generales y establecer relaciones causales entre variables, específicamente entre el nivel de educación financiera y el desempeño empresarial de los emprendedores del sector manufacturero de prendas en Latinoamérica. Este enfoque se orienta hacia la formulación de leyes o principios generales que puedan ser replicables y aplicables a una población más amplia.

Según Sarasola (2024), este método nomotético tiene como finalidad identificar leyes o principios de alcance general aplicables a un fenómeno o población determinados. Para lograrlo, se parte de la observación de casos particulares relacionados con dicho fenómeno y, a partir de ellos, mediante procedimientos de generalización estadística, se buscan patrones

y tendencias que permitan formular conclusiones de carácter general o incluso leyes aplicables más ampliamente.

Sujetos y fuentes de información

Los sujetos de información son individuos que poseen conocimientos clave y pueden ofrecer datos valiosos para una investigación. Su participación resulta especialmente crucial cuando las fuentes bibliográficas disponibles son escasas o no abordan completamente el tema de estudio. A través de sus aportes directos, estos sujetos enriquecen el análisis al proporcionar perspectivas y datos que no suelen encontrarse en libros o documentos escritos.

Sujetos de información

Los sujetos de información en esta investigación son emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina, cuyas experiencias, conocimientos y testimonios han sido recopilados a través del canal de YouTube del creador de contenido Gonzalo de Souza. Este canal se ha consolidado como una plataforma educativa y de intercambio de experiencias, donde emprendedores textiles de distintos países comparten técnicas, tácticas y procesos para profesionalizar la confección de prendas, así como estrategias para mejorar la gestión de sus negocios.

La elección de esta fuente responde a la necesidad de acceder a información cualitativa rica y contextualizada, especialmente en un entorno donde las fuentes bibliográficas tradicionales pueden resultar limitadas para captar la complejidad del fenómeno estudiado. Como señala Barrantes (2021), los sujetos de estudio representan a las personas objeto de análisis, también conocidas como población o universo, y su selección debe responder a criterios de pertinencia y relevancia para los objetivos de la investigación.

En este caso, los emprendedores seleccionados a través del canal de Gonzalo de Souza ofrecen una perspectiva directa sobre cómo la educación financiera formal o empírica influye en la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios. Sus aportes permiten identificar patrones comunes, desafíos recurrentes y oportunidades de mejora que servirán como base para la formulación de estrategias orientadas a fortalecer el desempeño empresarial en el sector.

Fuentes primarias

Trejo Sánchez (2021) señala que las fuentes primarias comprenden datos obtenidos directamente por el investigador a través de observaciones, encuestas, entrevistas o experimentos, o bien, se generan en terreno o laboratorio mediante diversos mecanismos de

registro. Al tratarse de información original y nueva, estas fuentes resultan fundamentales cuando los objetivos de la investigación requieren un contacto directo con el objeto de estudio.

En el presente trabajo, se emplea el análisis de fuente primaria a través de la observación y sistematización de testimonios obtenidos del canal de YouTube de Gonzalo de Souza, el cual reúne a emprendedores del sector textil de manufactura de prendas en diversos países de América. Este canal funciona como una plataforma de aprendizaje colaborativo, donde los participantes comparten técnicas, tácticas y procesos para profesionalizar la confección, así como experiencias relacionadas con la gestión financiera de sus negocios.

Para esta investigación, se consideran como fuente primaria los datos cualitativos extraídos de entrevistas y relatos publicados en dicho canal, los cuales serán analizados mediante una guía de observación estructurada. Esta guía permitirá identificar elementos clave sobre el nivel de educación financiera de los emprendedores, su impacto en la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios, y las estrategias que han implementado para mejorar su desempeño empresarial.

Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias de información son aquellas que reúnen, interpretan o analizan datos previamente generados por otros autores o instituciones. Según Cruz et al. (2014), estas fuentes permiten contextualizar el fenómeno de estudio y complementar los hallazgos obtenidos a través de fuentes primarias.

En esta investigación, se emplean fuentes secundarias para comprender el contexto económico, educativo y empresarial de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina. Entre estas se incluyen artículos académicos, informes técnicos, literatura especializada en educación financiera y emprendimiento, así como contenido audiovisual sistematizado.

Una fuente secundaria clave es la base de datos audiovisual del canal privado de YouTube de Gonzalo de Souza, el cual contiene una recopilación extensa de entrevistas, tutoriales y experiencias compartidas por emprendedores textiles de distintos países del continente. Aunque los testimonios individuales se analizan como fuente primaria, el canal en su conjunto se considera una fuente secundaria, ya que proporciona un marco de referencia

amplio sobre las prácticas comunes, los desafíos del sector y las estrategias de profesionalización utilizadas por los emprendedores.

Población y muestra

En esta sección se establece con claridad el enfoque metodológico de la investigación, al detallar su naturaleza, clasificación y nivel de precisión. Asimismo, se describe la muestra seleccionada, el procedimiento utilizado para su cálculo y las técnicas aplicadas para su recolección. Todo este proceso tiene como finalidad generar los datos necesarios que sustentarán el desarrollo y las conclusiones del estudio.

Población

La población objeto de estudio está conformada por emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina, específicamente, aquellos que participan activamente en el canal privado de YouTube de Gonzalo de Souza. Este canal reúne a personas de distintos países del continente que comparten sus experiencias, conocimientos técnicos y estrategias de gestión empresarial en el ámbito textil, por lo que constituye una comunidad representativa del sector.

Según Hernández Sampieri et al., (2014), definir la población implica identificar claramente el conjunto de individuos que poseen las características necesarias para aportar información relevante al estudio. En este caso, se trata de emprendedores que, además de estar involucrados en procesos de confección y producción textil, han tenido algún tipo de exposición o formación en temas de educación financiera, ya sea formal o empírica.

Esta población es clave para el análisis del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios, ya que permite observar cómo el conocimiento financiero influye en la toma de decisiones, la sostenibilidad y el desarrollo empresarial dentro del sector.

Muestra

La muestra representa un subconjunto representativo de la población de estudio, seleccionado con el propósito de recolectar datos que permitan analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina. Esta selección es fundamental, ya que permite obtener conclusiones válidas sin necesidad de estudiar a la totalidad de los individuos involucrados.

Como señalan Hernández Sampieri et al. (2014), “la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población. El investigador pretende que los resultados encontrados en la muestra se generalicen o extrapolen a la población” (p. 173).

En este estudio, la muestra está compuesta por emprendedores que han compartido sus experiencias en el canal privado de YouTube de Gonzalo de Souza, el cual funciona como una comunidad activa de aprendizaje y profesionalización en el sector textil. Estos participantes fueron seleccionados de forma no probabilística, bajo un criterio intencional, considerando su nivel de participación, claridad en la exposición de sus experiencias y relevancia para los objetivos del estudio.

Para estimar el tamaño de la muestra, se puede aplicar la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 * p * (1-p) * N}{(N - 1) * e^2 + [z^2 * p * (1-p)]}$$

Donde:

Z= intervalo de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso (1-p)

e= error muestral

N= población

Para este estudio, se aplica de la siguiente manera:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.58 * (1-0.58) * 475000}{(475000 - 1) * 0.053^2 + [1.96^2 * 0.58 * (1-0.58)]}$$

$$n = 332.915571517937$$

En esta investigación, se ha establecido un nivel de confianza del 95%, lo que corresponde a un valor Z de 1,96. Asimismo, se ha definido un margen de error del 5% y un nivel de homogeneidad del 95%, justificado por el hecho de que la población objetivo está

compuesta exclusivamente por emprendedores del sector textil inscritos al canal de YouTube de Gonzalo de Souza. Esta condición se valida mediante una pregunta filtro incluida al inicio del cuestionario, que garantiza que las participantes cumplan con los criterios establecidos.

La aplicación de la fórmula de cálculo muestral, utilizando las variables mencionadas, ha permitido determinar que el tamaño adecuado de la muestra es de setenta y tres emprendedores del canal Gonzalo de Souza divididos en diferentes países de América Latina.

Muestreo

El muestreo es una técnica fundamental en el proceso investigativo, ya que permite seleccionar un grupo representativo de individuos de una población con el fin de analizar sus características y obtener conclusiones aplicables al conjunto total. Esta herramienta metodológica facilita la delimitación del universo de estudio y garantiza la rigurosidad en la recolección de datos (Vizcaíno Zúñiga et al., 2023).

En esta investigación se ha optado por un muestreo no probabilístico de tipo intencional, debido a que los sujetos de interés emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina han sido seleccionados con base en criterios específicos como la participación en el canal privado de YouTube de Gonzalo de Souza, experiencia comprobada en el sector textil y exposición a contenidos relacionados con educación financiera.

Esta estrategia de muestreo permite asegurar que los datos recolectados sean pertinentes y relevantes para los objetivos del estudio, ya que los participantes seleccionados representan casos significativos que aportan información valiosa sobre el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios.

Aleatorio

El muestreo aleatorio es una técnica que permite seleccionar una muestra de manera objetiva y otorga a cada elemento de la población la misma probabilidad de ser elegido. Esta metodología es especialmente útil cuando se busca garantizar la representatividad de los datos y minimizar el sesgo en la recolección de información. Según Vizcaíno Zúñiga et al. (2023), el muestreo aleatorio forma parte de los procedimientos que fortalecen la validez de los estudios científicos al permitir una selección equitativa y sistemática de los participantes.

En el contexto de esta investigación, se aplicó un muestreo aleatorio simple para seleccionar a los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina

que participan en el canal privado de YouTube de Gonzalo de Souza. La selección se realizó sin ningún tipo de preferencia o criterio subjetivo, por lo que aseguran que todos los individuos que cumplieran con las condiciones establecidas participación en el canal, experiencia en el sector textil y exposición a contenidos de educación financiera, tuvieran la misma oportunidad de formar parte de la muestra.

Este enfoque metodológico garantiza que los datos recolectados reflejen de manera confiable las características de la población objetivo y permite obtener conclusiones válidas y generalizables sobre el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendimientos textiles.

Probabilístico

El muestreo probabilístico se caracteriza por otorgar a todos los elementos de la población la misma probabilidad de ser seleccionados, lo que permite garantizar la objetividad del proceso y medir con precisión el margen de error estándar. Este tipo de muestreo es especialmente útil en investigaciones de tipo transeccional, tanto descriptivas como correlacionales, ya que busca asegurar la representatividad de los datos recolectados.

De acuerdo con Vizcaíno Zúñiga et al. (2023), los métodos probabilísticos permiten aplicar criterios estadísticos rigurosos para la selección de la muestra, lo cual fortalece la validez de los resultados y su extrapolación a la población total. Entre las técnicas más comunes se encuentran el muestreo aleatorio simple, el muestreo estratificado y el muestreo por conglomerados.

En el contexto de esta investigación, se considera la posibilidad de aplicar un muestreo aleatorio simple, en el cual todos los emprendedores del sector de manufactura de prendas que participan en el canal privado de YouTube de Gonzalo de Souza tienen la misma probabilidad de ser seleccionados. Esta estrategia permite garantizar que la muestra sea representativa del universo de estudio, de modo que asegura la imparcialidad en la selección de los participantes y la confiabilidad de los datos obtenidos.

Instrumentos

Para llevar a cabo una investigación de manera efectiva, es fundamental emplear diversas técnicas y herramientas que permitan recopilar datos e información. Estas contribuyen a obtener una visión más profunda y detallada del fenómeno que se analiza.

Cuestionario

El cuestionario constituye una herramienta clave para la recolección de datos primarios en esta investigación, cuyo objetivo es analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre del 2025. Este instrumento está diseñado para captar las percepciones, conocimientos y experiencias de los emprendedores en relación con su formación financiera y cómo esta ha influido en su desempeño empresarial.

Las preguntas del cuestionario se estructuran de forma clara, precisa y no inductiva, con el fin de garantizar la validez de las respuestas. Asimismo, se incluyen preguntas de control que permiten verificar la coherencia de las respuestas obtenidas. El formato del cuestionario busca ser visualmente atractivo y de fácil comprensión, lo que favorece la participación de los encuestados, promueve respuestas sinceras y reflexivas, y minimiza la carga cognitiva.

Según Hernández Sampieri et al. (2014), el cuestionario es una técnica ampliamente utilizada en estudios cuantitativos, ya que permite obtener información estandarizada de una muestra amplia y facilita el análisis estadístico de los datos recolectados. Además, como señala Fresno (2019), su aplicación requiere cumplir con ciertos requisitos metodológicos, como el llamado a la cooperación, la claridad en la redacción de las preguntas y la inclusión de mecanismos que aseguren la validez de las respuestas.

Al elaborar del cuestionario para los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, se han considerado una serie de normas metodológicas que permiten garantizar la calidad, validez y rigor en su diseño y aplicación. Es fundamental que, durante todo el proceso, se mantenga una alineación clara con los objetivos de la investigación, así como con el perfil sociodemográfico y empresarial de los participantes.

El cuestionario ha sido estructurado de forma que facilite la comprensión de las preguntas, fomente respuestas sinceras y reflexivas, y minimice la carga cognitiva de los encuestados. Además, se han incorporado elementos que permiten validar la coherencia de las respuestas para asegurar así la fiabilidad de los datos recolectados.

El desglose específico del cuestionario es el siguiente:

Tabla 2

Desglose del cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo	Indicador
1	Cerrada dicotómica	Educación financiera	Nominal
2	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Uso de herramientas financieras	Ordinal
3	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Nivel de conocimiento financiero	Ordinal
4	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Percepción de impacto financiero	Ordinal
5	Cerrada dicotómica	Formación financiera reciente	Nominal
6	Cerrada politómica de opción múltiple	Margen de rentabilidad	Ordinal
7	Cerrada dicotómica	Crecimiento de utilidades	Nominal
8	Cerrada politómica de opción múltiple	Ingresos de alto margen	Ordinal
9	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Control financiero	Ordinal
10	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Percepción de mejora en rentabilidad	Ordinal
11	Cerrada politómica de opción múltiple	Crecimiento de ingresos	Ordinal
12	Cerrada dicotómica	Diversificación de productos	Nominal
13	Cerrada dicotómica	Expansión de personal	Nominal
14	Cerrada dicotómica	Inversión en activos (Nominal)	Nominal
15	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Percepción de crecimiento	Ordinal

Nota: Elaboración propia, 2025.

Encuesta

La encuesta será aplicada de forma electrónica mediante la plataforma Google Forms y se distribuirá a los emprendedores del sector de manufactura de prendas en distintos países de Latinoamérica a través de medios digitales como correo electrónico, redes de apoyo empresarial y grupos de emprendedores. Esta modalidad permite recopilar información de manera eficiente, flexible y no presencial, y facilita que los participantes puedan responder el cuestionario en el momento que consideren más conveniente, sin interrumpir sus actividades productivas.

El objetivo de esta encuesta es obtener datos relevantes sobre el nivel de educación financiera de los emprendedores y su relación con la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios durante el segundo cuatrimestre del año 2025. La recolección de datos por medios electrónicos no solo optimiza el proceso logístico, sino que también garantiza un entorno impersonal que favorece la sinceridad en las respuestas, lo cual es fundamental para la validez del análisis econométrico posterior.

Como señalan Monroy Mejía y Nava Sanchezllanes (2018), “la encuesta es el cuestionario aplicado por un encuestador para dirigir al encuestado a dar la información que se requiere, pero respetando la respuesta que se da” (p. 115). En este sentido, el diseño del instrumento busca orientar al participante sin inducir sus respuestas, a fin de garantizar la objetividad y confiabilidad de los datos obtenidos.

Entrevista

La entrevista se llevará a cabo de forma presencial o mediante plataformas virtuales, según la disponibilidad y ubicación de los emprendedores seleccionados del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. El objetivo principal es recopilar información cualitativa que complemente los datos obtenidos por medio de la encuesta, para una comprensión más profunda de las experiencias, percepciones y conocimientos financieros de los participantes.

Este método de recolección de datos facilita un intercambio directo y flexible entre el entrevistador y el entrevistado, lo que permite explorar con mayor amplitud las prácticas financieras, los desafíos empresariales y las estrategias utilizadas por los emprendedores para mejorar la rentabilidad y el crecimiento de sus negocios.

La entrevista constituye una fuente primaria de información, amplia y abierta, cuya calidad depende en gran medida de la interacción entre el entrevistador y el entrevistado. Para ello, es fundamental que el entrevistador tenga claramente definidos los objetivos de la entrevista y los temas clave sobre los cuales se desea obtener información.

La conducción de la entrevista debe realizarse en un ambiente de cordialidad, confianza y respeto, de manera que promueva la sinceridad en las respuestas. Como señala Fresno (2019), “la conducción de la entrevista debe ser precisa y dinámica, en un clima de sinceridad, cordialidad y confianza” (p. 115), lo cual requiere de una preparación adecuada por parte del entrevistador.

Tabla 3

Desglose de la entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo	Indicador
1	Abierta	Aprendizaje en manejo financiero del negocio	Razón
2	Abierta	Uso de herramientas financieras	Razón
3	Abierta	Capacitación formal en finanzas	Razón
4	Abierta	Autoevaluación del conocimiento financiero	Razón
5	Abierta	Impacto de la educación financiera en decisiones	Razón
6	Abierta	Evolución de la rentabilidad del negocio	Razón
7	Abierta	Estrategias para mejorar márgenes	Razón
8	Abierta	Monitoreo de resultados financieros	Razón
9	Abierta	Relación entre conocimiento financiero y resultados	Razón
10	Abierta	Desafíos para mantener o mejorar rentabilidad	Razón
11	Abierta	Crecimiento reciente en ventas, personal o infraestructura	Razón
12	Abierta	Factores que impulsan el crecimiento	Razón
13	Abierta	Papel de la gestión financiera en el crecimiento	Razón
14	Abierta	Planes de expansión a corto o mediano plazo	Razón
15	Abierta	Apoyos necesarios para continuar creciendo	Razón

Nota: Elaboración propia, 2025.

Confiabilidad y validez

La validez y la confiabilidad representan pilares fundamentales en toda investigación rigurosa. Asegurar la precisión en la recolección de datos permite que los resultados obtenidos sean consistentes, representativos y útiles para el análisis. Asimismo, el uso de instrumentos válidos garantiza que las mediciones reflejen con fidelidad los conceptos que se desean estudiar. Estas cualidades son esenciales para respaldar la calidad metodológica del estudio y asegurar que las conclusiones derivadas sean sólidas y pertinentes.

Confiabilidad

La confiabilidad del cuestionario utilizado en este estudio se sustenta en la formulación de preguntas claras, objetivas y alineadas con los objetivos específicos de la investigación. Estas fueron diseñadas para captar con precisión las percepciones, conocimientos y prácticas financieras de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Para garantizar la representatividad de los resultados, se aplicó una muestra determinada mediante una fórmula estadística, lo que permitió trabajar con un margen de error muestral del cinco por ciento. Este implica que los resultados obtenidos no se desvían significativamente del comportamiento real de la población, lo cual es esencial para la precisión del análisis.

Además, se estableció un nivel de significancia del 95%, lo que refuerza la confianza en las inferencias realizadas a partir de los datos recolectados. Estos elementos metodológicos aseguran que los resultados sean consistentes y útiles para el análisis econométrico propuesto. La confiabilidad, entendida como el grado en que un instrumento produce resultados estables y coherentes, es un criterio esencial en la investigación cuantitativa. Como afirman Hernández Sampieri et al. (2014), “la confiabilidad se define como el grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p. 200).

Validez

La validez se refiere a la capacidad del instrumento para medir con precisión las variables que se pretende estudiar. En este caso, el cuestionario fue revisado y aprobado por el tutor académico, lo que garantiza que los ítems incluidos están diseñados para evaluar adecuadamente las dimensiones de educación financiera, rentabilidad y crecimiento empresarial. Según Hernández Sampieri et al. (2014), la validez es “el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p. 200), lo cual se ha procurado mediante la construcción técnica y concienzuda del instrumento, y su alineación con los objetivos de la investigación.

Adicionalmente, para evaluar la confiabilidad interna del cuestionario, se aplicará el coeficiente Alfa de Cronbach. Esta prueba estadística permite determinar el grado de consistencia entre los ítems que componen cada dimensión del instrumento, lo que reforzará la validez y confiabilidad del instrumento aplicado. Para el cálculo del Alfa de Cronbach se detalla la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Crobach

K = Cantidad de ítems

$\sum \sigma^2$ = Sumatoria de la varianza de los sujetos

$\sigma^2 \sum \text{ítems}$ = Varianza de la sumatoria de los ítems

Proceso de recolección de datos

El proceso de recolección de datos en este estudio tiene como finalidad obtener la información necesaria para analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Para ello, se utilizarán dos instrumentos principales: un cuestionario estructurado y una guía de entrevista abierta.

El cuestionario será aplicado de forma electrónica a una muestra representativa de emprendedores, utilizando plataformas digitales como Google Forms. Esta modalidad permite una recolección eficiente, flexible y no presencial, y facilita la participación de personas ubicadas en distintos países de la región.

Por otro lado, se realizarán entrevistas abiertas, de manera presencial o virtual, a un grupo seleccionado de emprendedores con el fin de profundizar en sus experiencias, percepciones y conocimientos financieros. Esta técnica cualitativa complementará los datos cuantitativos obtenidos mediante el cuestionario, lo que permite una comprensión más integral del fenómeno en estudio.

Los datos recolectados a través de ambos instrumentos servirán como base para el análisis estadístico y econométrico, así como para la formulación de estrategias orientadas a mejorar el desempeño empresarial en el sector. Este enfoque mixto contribuirá a generar conclusiones sólidas y recomendaciones pertinentes para fortalecer la educación financiera entre los emprendedores latinoamericanos.

Operacionalización de variables

La sección final de este capítulo está dedicada a la definición conceptual y operacional de las variables que conforman el eje central de esta investigación. En este apartado se describe detalladamente la estructura del instrumento de recolección de datos, con el fin de establecer una base metodológica sólida para el análisis posterior.

Cada variable ha sido definida con claridad, considerando su relevancia dentro del marco teórico y su vinculación directa con los objetivos del estudio. Asimismo, se ha procedido a su operacionalización mediante ítems específicos que permiten medir de forma precisa aspectos del nivel de educación financiera, la rentabilidad empresarial y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

Este proceso asegura que las mediciones sean coherentes con los propósitos del estudio, facilita la interpretación de los resultados y la formulación de conclusiones válidas. La claridad en las definiciones y la rigurosidad en la operacionalización son elementos esenciales para garantizar la calidad del análisis estadístico y econométrico que se desarrollará en los capítulos siguientes.

Primera variable: educación financiera

Definición conceptual

La educación financiera se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que permiten a las personas comprender conceptos económicos básicos, gestionar sus recursos financieros de manera eficiente y tomar decisiones informadas sobre ahorro, inversión, crédito y planificación financiera. Esta competencia es esencial para el bienestar económico individual y colectivo, ya que fomenta la autonomía financiera, la inclusión económica y la sostenibilidad empresarial.

Según Merino González, et al. (2023), la educación financiera implica la capacidad de comprender y aplicar conceptos como tasa de interés, inflación, ahorro, uso de tarjetas de crédito y elaboración de presupuestos, lo cual permite a los individuos planificar sus finanzas y tomar decisiones acertadas.

Definición instrumental

Esta variable se evalúa mediante un cuestionario estructurado aplicado a emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. El instrumento incluye ítems que abordan el tipo de formación financiera recibida, el nivel de conocimiento

percibido, el uso de herramientas financieras tales como presupuesto, flujo de caja, análisis de costos y la frecuencia con la que se aplican estos conocimientos en la gestión del negocio. También, se complementa con entrevistas abiertas que permiten explorar en mayor profundidad las experiencias y percepciones de los emprendedores respecto a su formación financiera.

Tabla 4

Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo
1	Cerrada dicotómica	Educación financiera
2	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Uso de herramientas financieras
3	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Nivel de conocimiento financiero
4	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Percepción de impacto financiero
5	Cerrada dicotómica	Formación financiera reciente

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tabla 5

Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo
1	Abierta	Aprendizaje en manejo financiero del negocio
2	Abierta	Uso de herramientas financieras
3	Abierta	Capacitación formal en finanzas
4	Abierta	Autoevaluación del conocimiento financiero
5	Abierta	Impacto de la educación financiera en decisiones

Nota: Elaboración propia, 2025.

Definición operacional

La variable educación financiera se estudia con el objetivo de comprender cómo el nivel de conocimientos, habilidades y prácticas financieras de los emprendedores influye en la gestión y desempeño de sus negocios. Esta variable es clave para analizar la capacidad de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica para tomar

decisiones informadas sobre ahorro, inversión, uso de herramientas financieras y planificación económica.

Para efectos de su medición, se recurre a la aplicación de un cuestionario estructurado que incluye indicadores como el tipo de formación financiera recibida formal, informal o autodidacta, el nivel de conocimiento percibido mediante escalas tipo Likert, la frecuencia de uso de herramientas financieras y la aplicación práctica de estos conocimientos en la toma de decisiones empresariales. Asimismo, se complementa con entrevistas abiertas que permiten explorar en mayor profundidad las experiencias y percepciones de los emprendedores respecto a su formación financiera.

Tabla 6

Desglose de encuesta aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Indicador
1	Cerrada dicotómica	Nominal
2	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Ordinal
3	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Ordinal
4	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Ordinal
5	Cerrada dicotómica	Nominal

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tabla 7

Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Indicador
1	Abierta	Razón
2	Abierta	Razón
3	Abierta	Razón
4	Abierta	Razón
5	Abierta	Razón

Nota: Elaboración propia, 2025.

Segunda variable: rentabilidad empresarial

Definición conceptual

La rentabilidad empresarial se define como la capacidad de una empresa para generar beneficios económicos a partir de los recursos que utiliza. Es un indicador clave de eficiencia y sostenibilidad, ya que refleja el rendimiento financiero de las operaciones del negocio.

Según Cantero-Cora y Leyva-Cardenosa (2016), el análisis de rentabilidad permite medir qué tan eficientemente una empresa utiliza sus recursos para generar ingresos y ganancias, lo cual es fundamental para evaluar su desempeño operativo, rentabilidad y crecimiento corporativo, especialmente en situaciones desafiantes como las pandemias

Definición instrumental

Esta variable se mide mediante el cuestionario aplicado a los emprendedores, a través de preguntas que indagan sobre el margen de ganancia, el crecimiento de ingresos y la percepción del desempeño financiero en los últimos seis meses. También, se consideran indicadores subjetivos como la percepción del impacto de la educación financiera en la rentabilidad del negocio.

Tabla 8

Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo
6	Cerrada politómica de opción múltiple	Margen de rentabilidad
7	Cerrada dicotómica	Crecimiento de utilidades
8	Cerrada politómica de opción múltiple	Ingresos de alto margen
9	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Control financiero
10	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Percepción de mejora en rentabilidad

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tabla 9

Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo
6	Abierta	Evolución de la rentabilidad del negocio
7	Abierta	Estrategias para mejorar márgenes
8	Abierta	Monitoreo de resultados financieros
9	Abierta	Relación entre conocimiento financiero y resultados
10	Abierta	Desafíos para mantener o mejorar rentabilidad

Nota: Elaboración propia, 2025.

Definición operacional

La variable rentabilidad se analiza con el propósito de identificar el impacto que tiene la educación financiera en la capacidad de los emprendedores para generar beneficios económicos sostenibles. Esta variable permite evaluar el rendimiento financiero de las empresas del sector de manufactura de prendas, considerando tanto indicadores objetivos como subjetivos.

Para su medición, se utilizan preguntas dentro del cuestionario que abordan el margen de ganancia promedio, el crecimiento porcentual de los ingresos en los últimos seis meses y la percepción del impacto de la educación financiera sobre los resultados económicos del negocio. Estos datos permiten establecer relaciones entre el nivel de formación financiera y la eficiencia con la que los emprendedores gestionan sus recursos para obtener utilidades.

Tabla 10

Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Indicador
6	Cerrada politómica de opción múltiple	Ordinal
7	Cerrada dicotómica	Nominal
8	Cerrada politómica de opción múltiple	Ordinal
9	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Ordinal
10	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Ordinal

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tabla 11

Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Indicador
6	Abierta	Razón
7	Abierta	Razón
8	Abierta	Razón
9	Abierta	Razón
10	Abierta	Razón

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tercera variable: crecimiento empresarial

Definición conceptual

El crecimiento empresarial se refiere al proceso mediante el cual una empresa incrementa su capacidad operativa, su volumen de ventas, su base de clientes o su presencia en el mercado. Este crecimiento puede ser medido en términos cuantitativos (empleados, ingresos, expansión geográfica) o cualitativos (diversificación, innovación, posicionamiento). Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2025), en su publicación “Superar las trampas del desarrollo de América Latina y el Caribe en la era digital”, el crecimiento económico en la región está condicionado por barreras estructurales que limitan la productividad.

En este contexto, la competitividad se entiende como la capacidad de los países para asignar eficientemente sus recursos, mejorar la productividad y generar ventajas sostenibles en el mercado. La transformación digital y el uso de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial, representan una oportunidad estratégica para superar estas limitaciones. Factores como la innovación, la infraestructura, la educación, la calidad institucional y la apertura comercial son determinantes clave que inciden directamente en el desempeño económico y en la capacidad de adaptación de los países frente a los desafíos del desarrollo.

Definición instrumental

Esta variable se estudia mediante el cuestionario y entrevistas aplicadas a los emprendedores, considerando tanto indicadores cuantitativos como cualitativos del desarrollo del negocio. Se incluyen preguntas sobre el aumento en el número de empleados,

la expansión de operaciones, el crecimiento en ventas y la percepción del crecimiento general del negocio.

Tabla 12

Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo
11	Cerrada politómica de opción múltiple	Crecimiento de ingresos
12	Cerrada dicotómica	Diversificación de productos
13	Cerrada dicotómica	Expansión de personal
14	Cerrada dicotómica	Inversión en activos (Nominal)
15	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Percepción de crecimiento

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tabla 13

Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Reactivo
11	Abierta	Crecimiento reciente en ventas, personal o infraestructura
12	Abierta	Factores que impulsan el crecimiento
13	Abierta	Papel de la gestión financiera en el crecimiento
14	Abierta	Planes de expansión a corto o mediano plazo
15	Abierta	Apoyos necesarios para continuar creciendo

Nota: Elaboración propia, 2025.

Definición operacional

La variable crecimiento empresarial se estudia con el fin de conocer cómo la educación financiera influye en el desarrollo y expansión de los negocios liderados por emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Esta variable permite observar el progreso de las empresas en términos de aumento de personal, incremento en ventas, diversificación de productos o servicios, y expansión hacia nuevos mercados.

Para su análisis, se aplican indicadores específicos dentro del cuestionario, tales como el número de empleados actuales en comparación con periodos anteriores, el crecimiento

porcentual de ingresos o la percepción del crecimiento general del emprendimiento, entre otros. Además, las entrevistas abiertas permiten profundizar en las estrategias utilizadas por los emprendedores para lograr dicho crecimiento y en los factores que han facilitado o limitado su desarrollo empresarial.

Tabla 14

Desglose de cuestionario aplicado a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Indicador
11	Cerrada politómica de opción múltiple	Ordinal
12	Cerrada dicotómica	Nominal
13	Cerrada dicotómica	Nominal
14	Cerrada dicotómica	Nominal
15	Cerrada politómica de escala tipo Likert	Ordinal

Nota: Elaboración propia, 2025.

Tabla 15

Desglose de entrevista aplicada a los emprendedores del sector textil de Latinoamérica del canal de YouTube Gonzalo de Souza

Ítem	Naturaleza	Indicador
11	Abierta	Razón
12	Abierta	Razón
13	Abierta	Razón
14	Abierta	Razón
15	Abierta	Razón

Nota: Elaboración propia, 2025.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e interpretación de resultados

En este capítulo se presentan los hallazgos obtenidos a partir del proceso investigativo, los cuales derivan de la aplicación de los instrumentos cuestionario y entrevista. La exposición de los datos se realiza de manera ordenada y coherente, siguiendo la estructura de las variables de investigación relacionadas con el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, durante el segundo cuatrimestre del año 2025.

El trabajo de campo incluyó la aplicación de un cuestionario a una muestra de trescientas treinta y dos personas suscritas al canal de YouTube Gonzalo de Souza, quienes se identifican como emprendedores activos en el sector de manufactura. Asimismo, se realizaron entrevistas a cinco profesionales vinculados al ámbito financiero y empresarial, con experiencia en asesoría a emprendedores latinoamericanos.

Cada variable fue analizada a partir de la información recopilada, lo que permitió identificar patrones, tendencias y relaciones significativas entre la educación financiera y el desempeño empresarial. Este capítulo incluye la presentación de los datos recolectados mediante ambos instrumentos, así como el desglose e interpretación de cada variable de estudio. Finalmente, se presenta el coeficiente Alfa de Cronbach, utilizado para validar la fiabilidad del cuestionario aplicado para garantizar la consistencia interna de los ítems y la calidad de los datos obtenidos.

Análisis sociodemográfico de la muestra

Los datos presentados a continuación fueron recolectados de un total de 332 personas suscritas al canal de YouTube de Gonzalo de Souza, identificadas como emprendedores activos del sector textil en América Latina. El diseño muestral se fundamentó en esta población específica, seleccionada por su vinculación directa con el objeto de estudio: el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

La recolección de datos se llevó a cabo a partir de la semana diez del segundo cuatrimestre del año 2026, mediante encuestas aplicadas por medio de la plataforma de Google Forms a personas mayores de 18 años, en horarios comprendidos entre las 8:00 a.m. y las 8:00 p.m., abarcando franjas matutinas, vespertinas y nocturnas. Con base en esta muestra, y utilizando un nivel de confianza del 95%, se estima un error muestral máximo de

más menos 3 puntos porcentuales, asumiendo la máxima variabilidad en preguntas dicotómicas.

Es importante señalar que cualquier inferencia o generalización derivada de estos datos debe referirse exclusivamente a la muestra de emprendedores seleccionada de manera aleatoria y no a la totalidad de la población de emprendedores inscritos al canal Gonzalo de Souza

En este apartado se presentan también los resultados sobre las características sociodemográficas de las personas encuestadas, tales como sexo, edad, zona de residencia, nivel educativo, años de experiencia como emprendedor textil y tamaño de la empresa. Esta información resulta esencial para contextualizar la muestra y comprender cómo estos factores pueden influir en la percepción y el comportamiento de los emprendedores en relación con la educación financiera, su rentabilidad y su crecimiento empresarial.

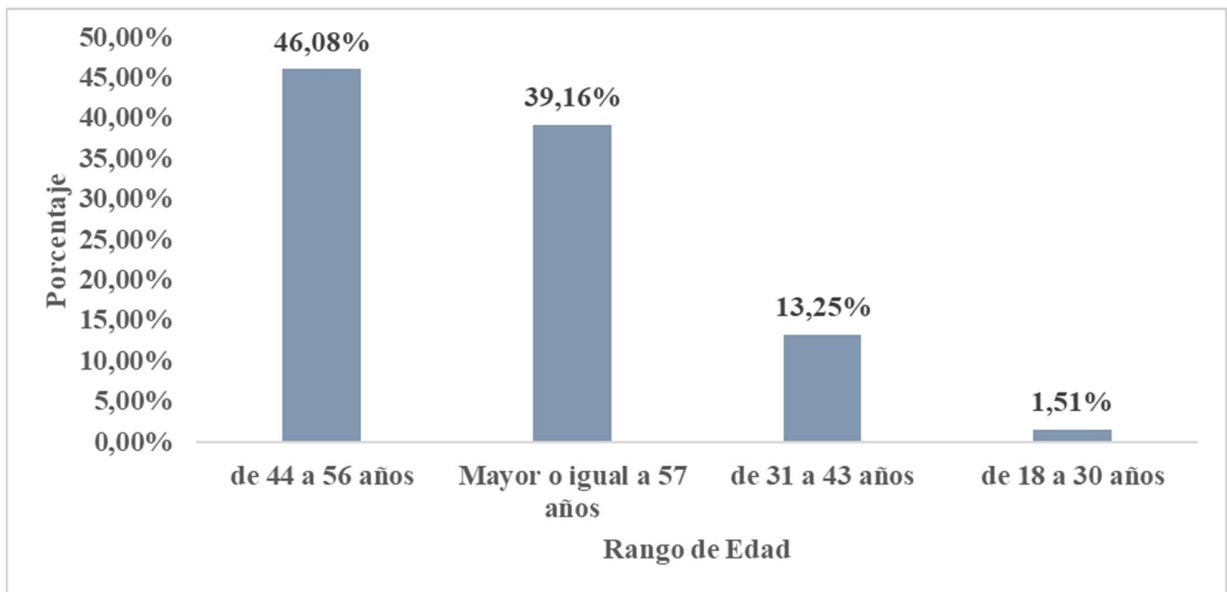
Tabla 16
Características de la encuesta aleatoria

Aspecto	Descripción
Periodo de realización de las entrevistas	De Semana 10 a Semana 15 del Segundo Cuatrimestres del 2025
Horario de trabajo	8:00 a 20:00
Modalidad de la entrevista	Google Forms
Cobertura	Mayores de 18 años Inscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza
Tipo de muestreo	Aleatorio simple
Marco Muestral	Emprendedores inscritos al canal de YouTube de Gonzalo de Souza
Selección de muestra	Aleatoria
Entrevistas realizadas	332
Margen de error	± 5.3 puntos porcentuales al 95% de confianza
Fecha de publicación del estudio	
Medio de comunicación	Universidad Internacional de las Américas

Nota. Elaboración propia, 2025

Figura 3

Participación por grupo de edad



Nota. La figura muestra la distribución porcentual de los participantes del cuestionario por rango de edad.

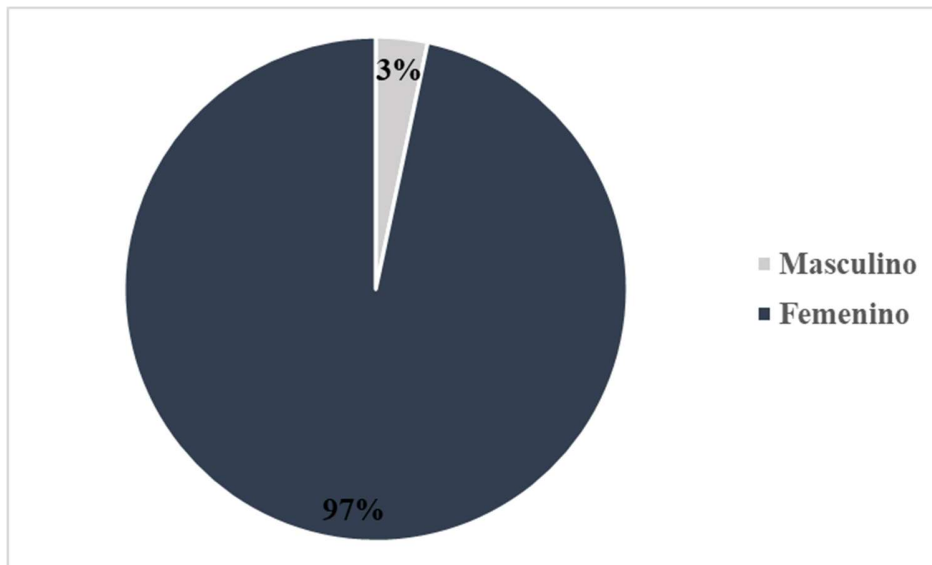
La distribución por rango de edad de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica que participaron en la encuesta muestra una clara predominancia de personas adultas mayores. El grupo de edad de 44 a 56 años representa el 46,08 % de la muestra, seguido por el grupo de 57 años o más con un 39,16 %. En conjunto, estos dos grupos constituyen el 85,24 % del total de encuestados, lo que indica que la mayoría de los participantes son personas con una trayectoria más consolidada en el ámbito empresarial.

En contraste, los grupos de edad de 31 a 43 años (13,25 %) y de 18 a 30 años (1,51 %) presentan una participación significativamente menor. Esta distribución sugiere que el interés por la educación financiera y el fortalecimiento del desempeño empresarial en el sector de manufactura de prendas está más presente entre emprendedores con mayor experiencia y posiblemente con una visión más estructurada de sus negocios.

La baja representación de jóvenes podría estar relacionada con factores como el acceso limitado a recursos formativos, menor experiencia en el sector o una menor presencia en canales como el de YouTube Gonzalo de Souza, desde donde se promovió la encuesta. Estos resultados son clave para orientar las estrategias propuestas en el estudio, enfocándolas en las necesidades específicas de los emprendedores mayores, sin dejar de considerar

acciones que fomenten la participación de generaciones más jóvenes en el ecosistema empresarial.

Figura 4
Composición por sexo de la muestra encuestada



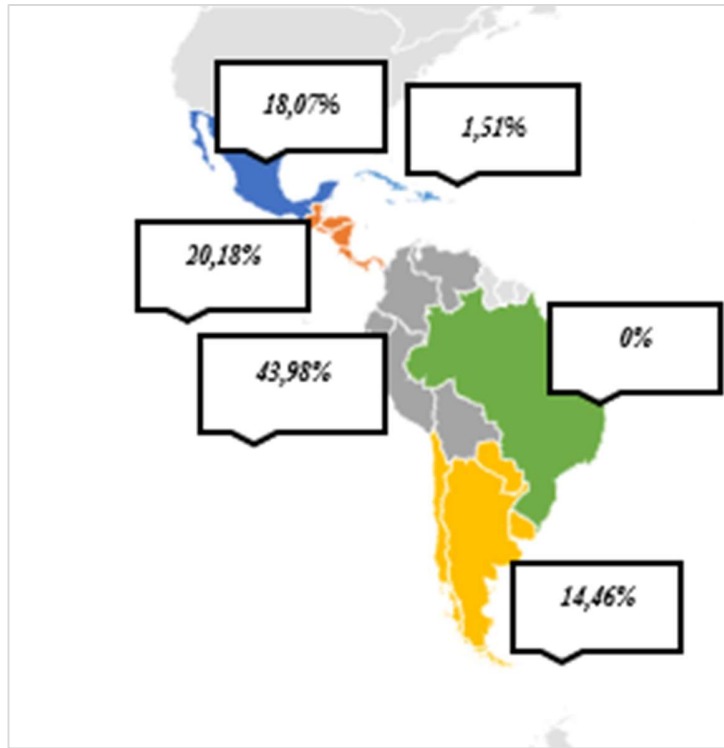
Nota. La figura representa la composición por sexo de los seguidores del canal de YouTube Gonzalo de Souza que participaron en la encuesta.

La muestra definida para la investigación estuvo conformada por 332 personas. Tal como lo indica la Figura 3, de los seguidores del canal de YouTube Gonzalo de Souza que participaron en la encuesta, 321 son mujeres (96.69%) y 11 son hombres (3.31%). Este dato refleja una marcada predominancia femenina en la muestra, lo cual debe ser considerado al momento de interpretar los resultados del estudio. Además, esta composición por sexo sugiere que las percepciones, experiencias y resultados obtenidos estarán fuertemente influenciados por el grupo femenino, lo que limita la posibilidad de realizar comparaciones equitativas entre géneros.

Para enriquecer el análisis y obtener una caracterización más completa de la población encuestada, es necesario complementar estos resultados con variables como el rango de edad, el nivel de escolaridad y el tiempo de experiencia en el emprendimiento. Estos factores pueden aportar información clave sobre el perfil de los emprendedores y su relación con la educación financiera, la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

Figura 5

Participación por región de residencia



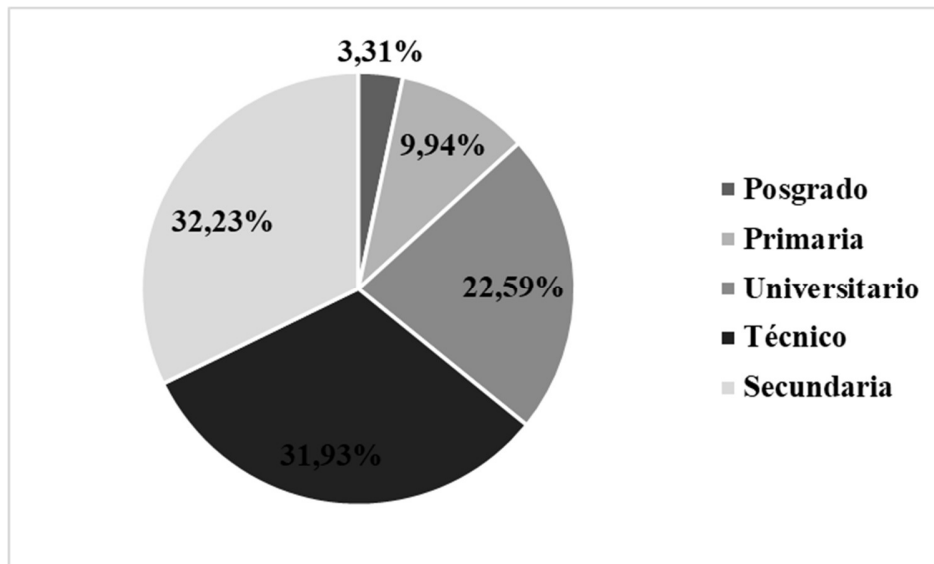
Nota. La figura muestra la distribución porcentual de los participantes del cuestionario por región de residencia.

El mapa anterior muestra la distribución geográfica de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Es posible inferir lo siguiente:

- La Región Andina concentra el 43.98% de los emprendedores, lo que la convierte en el principal foco de actividad empresarial en el sector.
- México y América Central también presentan una participación significativa, con 18.07% y 20.18% respectivamente.
- El Cono Sur representa el 14.46%, mientras que el Caribe tiene una participación marginal del 1.51%.
- Brasil no presenta representación (0%), lo que podría indicar una exclusión metodológica o falta de datos disponibles.

Esta distribución sugiere que las estrategias de educación financiera deben priorizar las regiones con mayor concentración de emprendedores, especialmente la región Andina, para maximizar el impacto en rentabilidad y crecimiento empresarial.

Figura 6
Distribución del nivel educativo



Nota. La figura muestra el porcentaje de encuestados según el nivel educativo alcanzado.

La Figura 6 presenta la distribución porcentual del nivel educativo alcanzado por los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre de 2025. Esta variable es fundamental para comprender el grado de preparación académica que puede influir en la adopción de conocimientos financieros y su aplicación en la gestión empresarial.

La población se divide en cinco niveles educativos: educación primaria, educación secundaria, formación técnica, título universitario de grado y estudios de postgrado. El grupo más numeroso corresponde a las personas con educación secundaria, con un 32,23% del total. Este dato refleja que una parte significativa de los emprendedores ha alcanzado este nivel educativo, lo que lo convierte en el predominante en la muestra. Su presencia mayoritaria sugiere que los programas de educación financiera deben estar diseñados para ser accesibles a este nivel de formación.

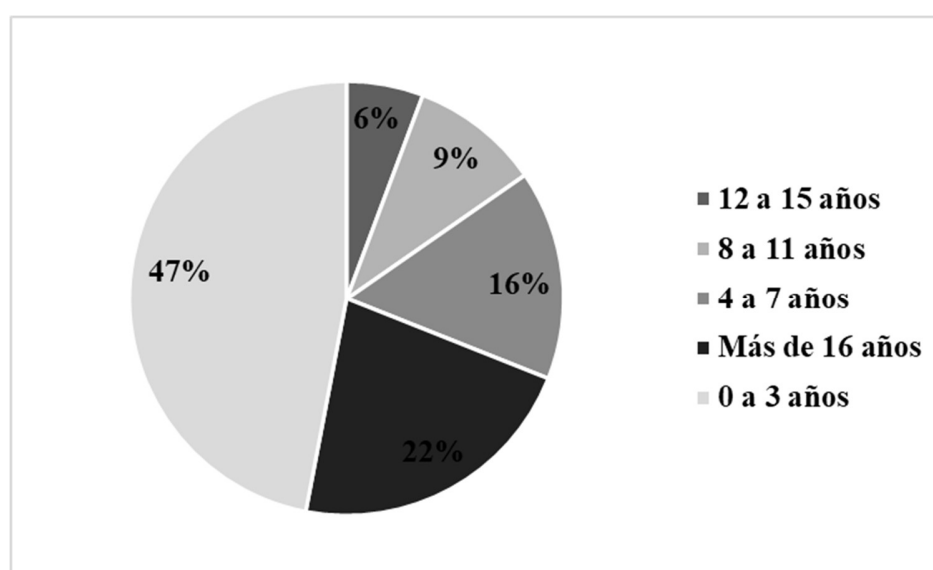
En segundo lugar, se encuentra el grupo con formación técnica, que representa el 31,93%. Esta cifra indica que una proporción considerable de emprendedores ha accedido a

programas de capacitación especializada, lo cual puede facilitar la comprensión de herramientas financieras prácticas y aplicables al entorno productivo. El grupo con título universitario de grado suma un 22,59%, lo que representa un porcentaje relevante. Este nivel educativo puede estar asociado con una mayor capacidad para aplicar conceptos financieros estratégicos, lo que podría influir positivamente en la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

A continuación, el grupo con educación primaria constituye el 9,94% de la muestra. Este menor porcentaje sugiere que solo una minoría de emprendedores tiene este nivel como el más alto alcanzado, lo que podría limitar su acceso a contenidos financieros más complejos y requerir metodologías de enseñanza más inclusivas. Finalmente, el grupo con postgrado representa solo el 3,31%. Esta baja participación indica que los estudios avanzados son poco comunes entre los emprendedores del sector, lo que podría estar relacionado con barreras de acceso o con la naturaleza práctica del rubro manufacturero.

Figura 7

Años de experiencia como emprendedor textil



Nota. Representa los años de experiencia como emprendedor textil.

El 47% de los emprendimientos en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica tienen entre 0 y 3 años de experiencia, lo que evidencia una base emprendedora predominantemente joven y en etapa de consolidación. Este grupo, compuesto por ciento cincuenta y seis emprendedores, representa una población que requiere

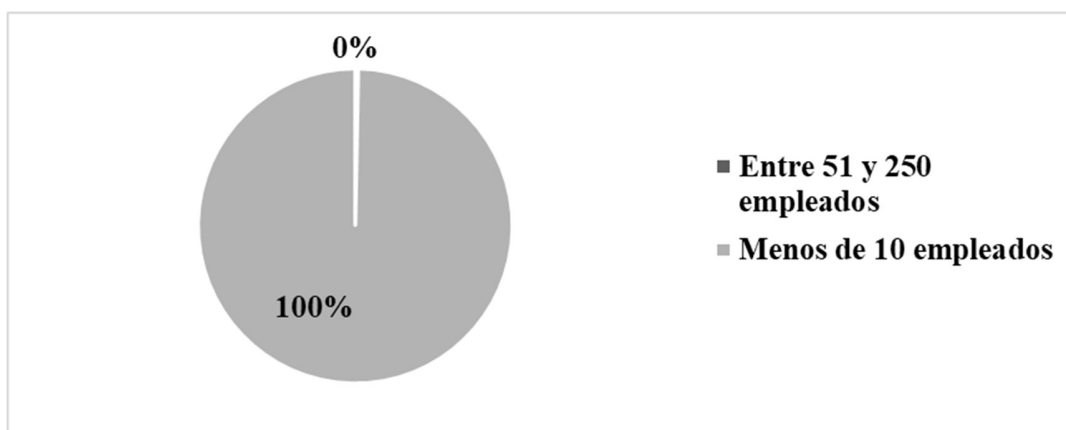
acompañamiento estratégico, especialmente en áreas como educación financiera, para fortalecer su sostenibilidad y rentabilidad.

Un 22% de los emprendedores (setenta y tres observaciones) cuenta con más de 16 años de experiencia, lo que refleja una minoría consolidada que ha logrado mantenerse en el tiempo, posiblemente gracias a una mejor gestión empresarial y financiera. El restante 31% se distribuye entre los rangos de 4 a 15 años de experiencia: un 16% (cincuenta y dos observaciones) tiene entre 4 y 7 años, un 10% (treinta y dos observaciones) entre 8 y 11 años, y un 6% (diecinueve observaciones) entre 12 y 15 años.

Esta diversidad en los niveles de experiencia exige un enfoque de intervención escalonado y adaptado, que combine el fortalecimiento de emprendimientos consolidados con el impulso estratégico de aquellos que están comenzando. En este contexto, la educación financiera se posiciona como una herramienta clave para mejorar el desempeño empresarial, ya que posibilita a los emprendedores tomar decisiones informadas, optimizar recursos y proyectar el crecimiento de sus negocios en el mediano y largo plazo.

Figura 8

Tamaño de la empresa en número de empleados



Nota. La figura muestra el Tamaño de la empresa según el número de empleados.

El 100% de los emprendimientos analizados en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre del 2025 corresponde a empresas con menos de 10 empleados, lo que evidencia una estructura empresarial predominantemente micro. Esta característica refleja una alta concentración de unidades productivas de pequeña

escala, con recursos humanos limitados y, probablemente, con restricciones en capacidad operativa, acceso a financiamiento y formalización.

La ausencia total de empresas con más de 50 empleados (0%) indica que el ecosistema emprendedor textil evaluado se encuentra en una etapa de desarrollo incipiente, donde la expansión y el crecimiento empresarial aún no se han consolidado. Esta situación plantea desafíos importantes en términos de sostenibilidad, competitividad y generación de empleo.

En este contexto, la educación financiera se convierte en un factor estratégico para mejorar el desempeño empresarial. Al fortalecer las capacidades de gestión financiera, los emprendedores pueden optimizar el uso de sus recursos, planificar el crecimiento de sus operaciones y avanzar hacia una mayor formalización y escalabilidad. Por lo tanto, las estrategias de intervención deben enfocarse en brindar herramientas prácticas que permitan a estas microempresas proyectarse hacia modelos de negocio más robustos y sostenibles.

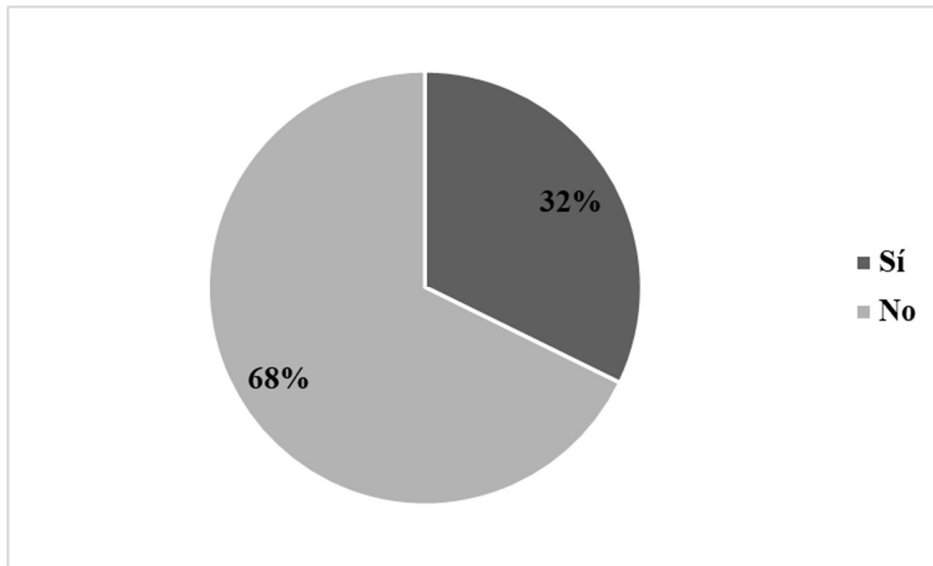
Análisis de la primera variable: educación financiera

Se presentan a continuación los resultados correspondientes a la primera variable del estudio: educación financiera. Esta variable tiene como objetivo identificar el nivel de formación en temas financieros que poseen los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, específicamente aquellos que forman parte de la comunidad del canal de YouTube de Gonzalo de Souza.

El análisis de esta variable permite comprender en qué medida los emprendedores cuentan con herramientas y conocimientos financieros que les permitan gestionar adecuadamente sus recursos, tomar decisiones estratégicas y proyectar el crecimiento de sus negocios. Los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados se detallan en los siguientes gráficos, los cuales sirven como base para interpretar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el desempeño empresarial del sector.

Figura 9

Distribución en formación temas financieros



Nota. Representa los emprendedores que han adquirido formación en temas financieros.

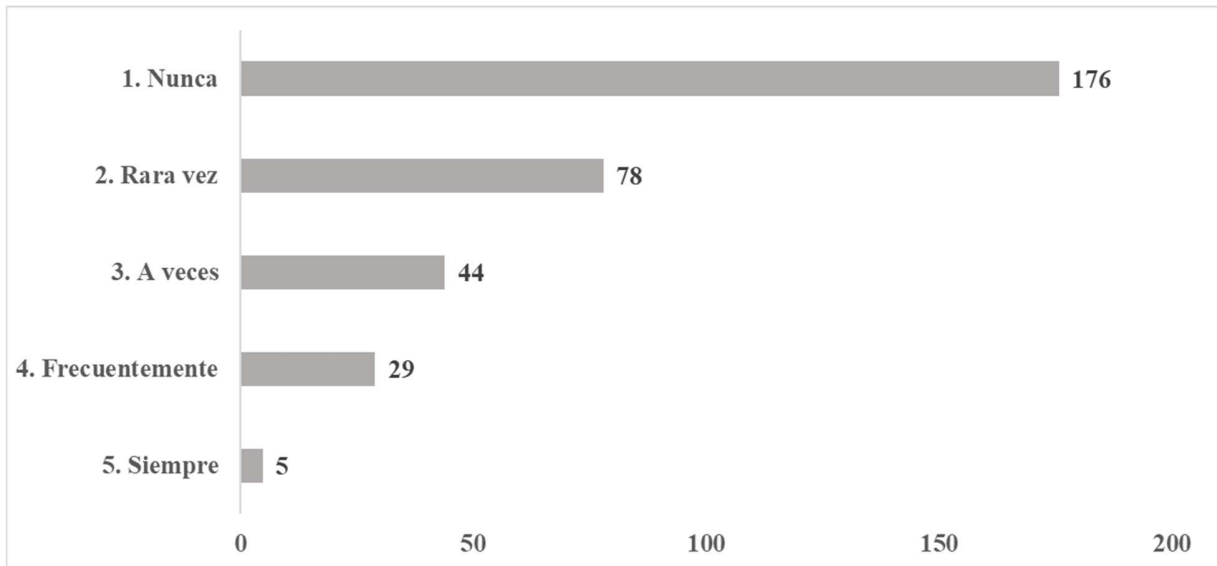
Del total de emprendedores analizados, únicamente el 32% ha recibido formación en temas financieros, mientras que el 68% no ha accedido a este tipo de capacitación. Esta distribución evidencia una baja penetración de la educación financiera entre los emprendedores textiles de la muestra, lo cual podría estar limitando significativamente su capacidad de gestión, planificación y sostenibilidad.

La escasa formación financiera representa un desafío estructural que puede traducirse en una administración ineficiente de recursos, dificultades para acceder a financiamiento formal y una limitada proyección de crecimiento. En este contexto, la educación financiera se posiciona como un factor estratégico clave para mejorar la rentabilidad y el desarrollo empresarial. Fortalecer las competencias financieras de los emprendedores permitiría optimizar la toma de decisiones, mejorar la administración del flujo de caja y fomentar procesos de formalización y escalabilidad.

Por tanto, las estrategias de intervención deben enfocarse en ampliar el acceso a programas de formación financiera, especialmente diseñados para las necesidades del sector manufacturero de prendas, con el fin de impulsar un desarrollo empresarial más robusto y sostenible.

Figura 10

Nivel de uso de herramientas financieras



Nota. Representa el nivel de uso de herramientas financieras.

Los resultados obtenidos respecto al nivel de uso de herramientas financieras por parte de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica inscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza se visualizan en la Figura 10. En ella se evidencia una marcada tendencia hacia la baja utilización de instrumentos financieros en la gestión empresarial.

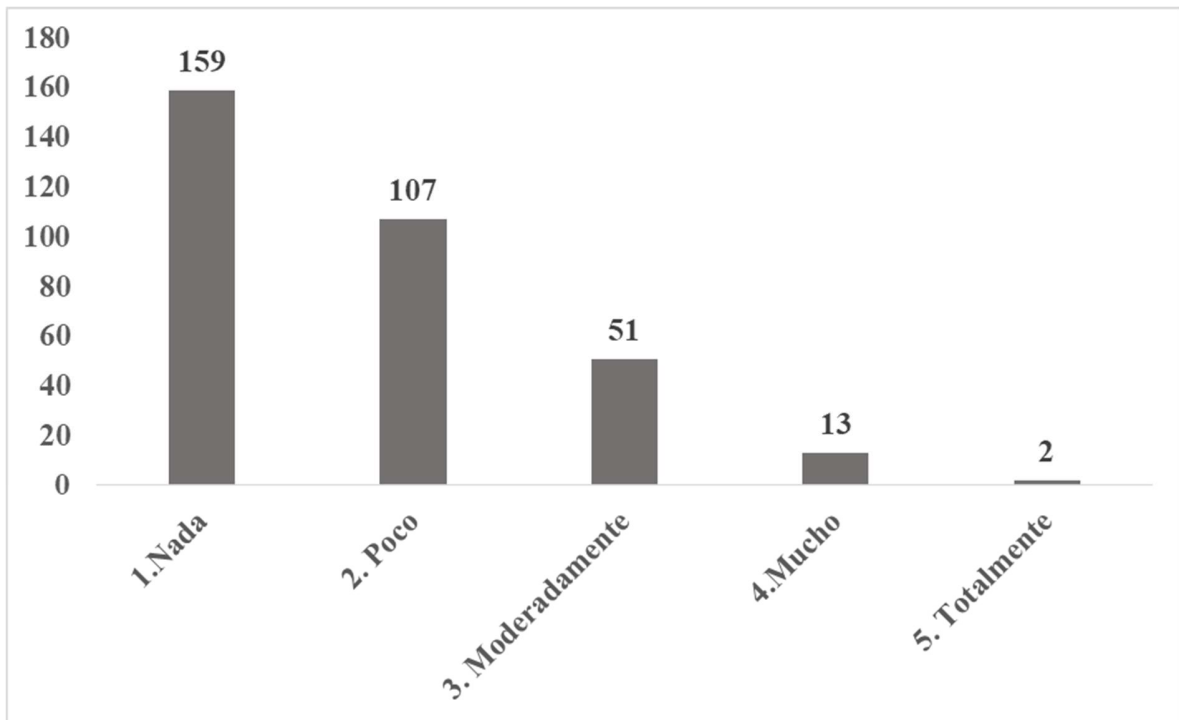
Las respuestas se concentraron, principalmente, en la categoría “Nunca”, con ciento setenta y seis observaciones, seguida por “Rara vez”, con setenta y ocho observaciones, lo que indica que una mayoría significativa de los emprendedores no incorpora prácticas financieras estructuradas en sus operaciones. En menor proporción, se encuentran quienes indicaron usar herramientas financieras “A veces” con cuarenta y cuatro observaciones o “Frecuentemente” con veintinueve observaciones, mientras que solo cinco emprendedores afirmaron utilizarlas “Siempre”.

Este panorama sugiere que, aunque existe cierto grado de conocimiento sobre las herramientas financieras, su aplicación práctica sigue siendo limitada. La baja frecuencia de uso podría estar vinculada a la falta de formación en educación financiera, lo cual representa una barrera para la toma de decisiones estratégicas, la planificación financiera y el crecimiento sostenible de los negocios.

Estos hallazgos resultan clave para el diseño de estrategias que promuevan la capacitación financiera de los emprendedores con el propósito de fomentar una cultura empresarial más orientada a la eficiencia, la rentabilidad y la sostenibilidad a largo plazo.

Figura 11

Distribución conocimiento en conceptos financieros



Nota. Representa el nivel de conocimiento en conceptos financieros tales como tasa de interés, inflación o retorno de inversión.

Según la Figura 11, la distribución del conocimiento en conceptos financieros entre los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica refleja una tendencia desigual en cuanto a la familiaridad con términos clave como tasa de interés, inflación y retorno de inversión. Esta variabilidad en el nivel de comprensión sugiere que no todos los participantes cuentan con las herramientas cognitivas necesarias para aplicar estos conceptos en la gestión de sus negocios.

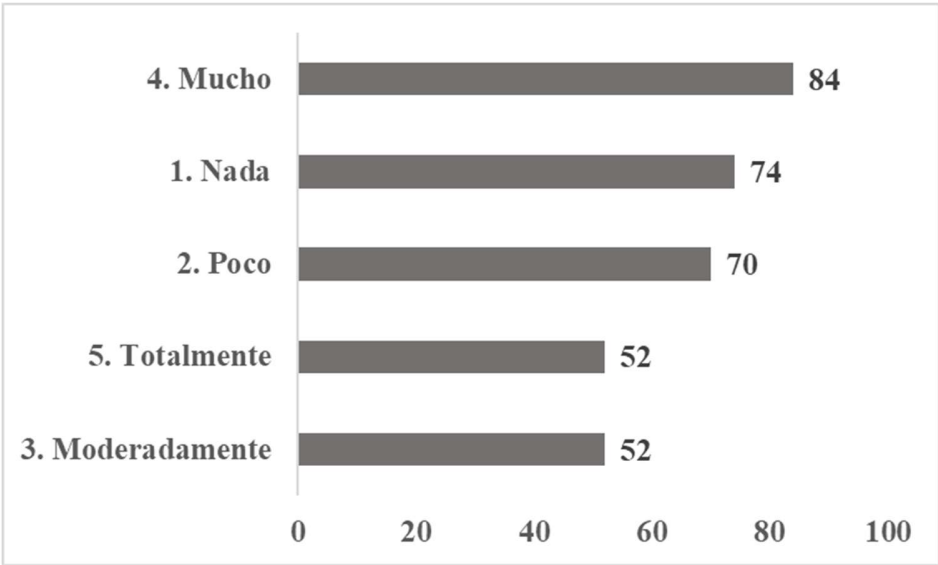
Por un lado, una parte significativa de los encuestados presenta niveles bajos o nulos de conocimiento, lo que podría estar limitando su capacidad para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos financieros o proyectar rentabilidad. Por otro lado, un grupo

menor demuestra tener una comprensión intermedia o alta, lo cual indica que existe un segmento que podría beneficiarse de estrategias más avanzadas de educación financiera.

La distribución anterior evidencia una brecha formativa que debe ser atendida con urgencia. La falta de conocimiento financiero no solo afecta la rentabilidad individual de los emprendimientos, sino que también puede comprometer su sostenibilidad a largo plazo. En este sentido, los resultados refuerzan la necesidad de implementar programas de capacitación financiera adaptados al contexto de los emprendedores manufactureros, que les permitan fortalecer sus habilidades analíticas y mejorar su desempeño empresarial.

En ese sentido, resulta fundamental considerar el nivel de conocimiento como un indicador clave para el diseño de políticas públicas y estrategias de apoyo al emprendimiento. Este aspecto no solo revela las limitaciones actuales, sino que también aporta información valiosa sobre las oportunidades de mejora en el ecosistema empresarial latinoamericano.

Figura 12
Percepción del impacto de la educación financiera en la toma de decisiones empresariales



Nota. Representa la percepción de los emprendedores sobre la influencia que tiene su nivel de educación financiera en la toma de decisiones empresariales dentro del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

Según la Figura 12, la percepción de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica sobre la influencia de su nivel de educación financiera en la toma de decisiones empresariales presenta una distribución relativamente equilibrada, aunque con una ligera inclinación hacia una valoración positiva.

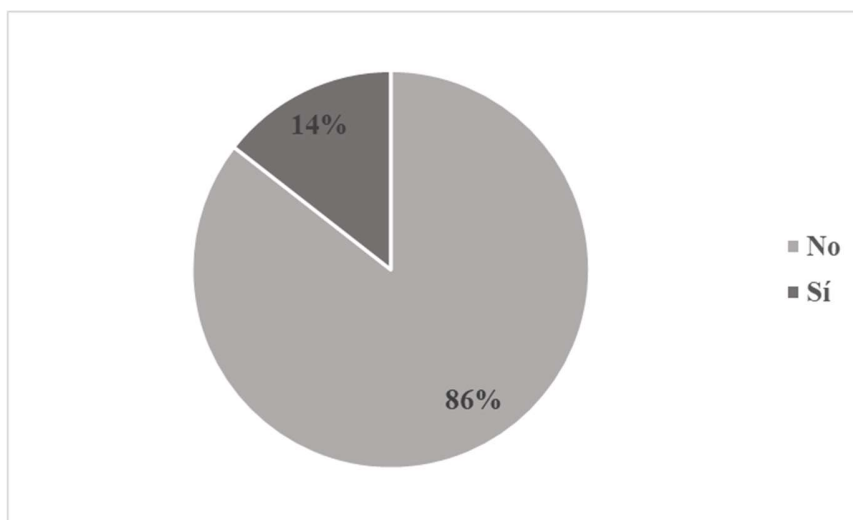
El 33,33 % de los encuestados considera que su educación financiera ha influido “Mucho” o “Totalmente” en sus decisiones empresariales con ochenta y cuatro y cincuenta y dos observaciones, lo que evidencia una valoración significativa del conocimiento financiero como herramienta estratégica. Un 29,36 % manifestó que dicha influencia ha sido “Nada” o “Poca” con setenta y cuatro y setenta observaciones, lo que sugiere que aún existe un grupo considerable que no percibe una relación directa entre su formación financiera y la gestión empresarial. El 20,63 % restante indicó una influencia “Moderada” con cincuenta y dos observaciones, ubicándose en una posición intermedia.

Esta distribución revela una diversidad de percepciones entre los emprendedores, lo cual puede estar relacionado con diferencias en el nivel de formación, experiencia o acceso a recursos educativos. La presencia de respuestas en todos los niveles indica que, si bien hay avances en la integración de la educación financiera en la toma de decisiones, aún persiste una brecha de percepción y aplicación práctica.

De este modo, los resultados refuerzan la necesidad de fortalecer los programas de educación financiera, no solo como herramienta técnica, sino como componente esencial para la toma de decisiones estratégicas, la planificación empresarial y el crecimiento sostenible del sector manufacturero en Latinoamérica.

Figura 13

Participación en capacitaciones de educación financiera en el último año



Nota. Representa la cantidad de emprendedores que han participado en capacitaciones o talleres de educación financiera durante los últimos 12 meses, dentro del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

Según la Figura 13, la participación de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica en capacitaciones o talleres de educación financiera durante los últimos 12 meses muestra una tendencia mayoritaria hacia la no participación. Una proporción significativa de los encuestados indicó que no ha asistido a ninguna actividad formativa en este ámbito, lo que evidencia una baja exposición a procesos de actualización o fortalecimiento de conocimientos financieros. Esta situación puede estar relacionada con factores como la falta de acceso a programas de capacitación, desconocimiento de su existencia, o una subvaloración de su importancia en la gestión empresarial.

Cabe destacar que grupo menor sí reportó haber participado en este tipo de actividades, lo que sugiere que existe interés y disposición por parte de algunos emprendedores para mejorar sus competencias financieras. Sin embargo, la baja participación general refuerza la necesidad de ampliar la cobertura, accesibilidad y difusión de programas de educación financiera, especialmente dirigidos a sectores productivos como el de manufactura de prendas, donde el conocimiento financiero puede tener un impacto directo en la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

Estos hallazgos resultan clave para el diseño de estrategias de intervención que promuevan una cultura de formación continua, orientada al fortalecimiento de capacidades empresariales en contextos latinoamericanos.

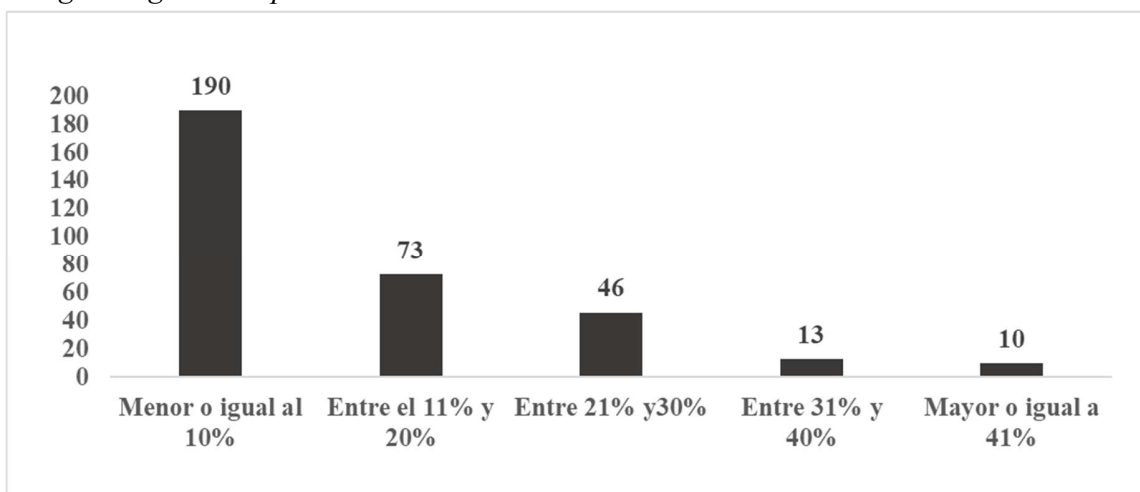
Análisis de la segunda variable: rentabilidad empresarial

Se presentan a continuación los resultados correspondientes a la segunda variable del estudio: rentabilidad empresarial. Esta tiene como objetivo identificar el nivel de ganancias que han obtenido los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el último año, considerando su percepción sobre el desempeño económico de sus negocios.

El análisis de esta variable permite comprender cómo se manifiesta la rentabilidad en este sector, así como los factores que podrían incidir en ella, incluyendo el uso de herramientas financieras, la formación en educación financiera y la toma de decisiones estratégicas. Los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados se detallan en las siguientes figuras, los cuales sirven como base para interpretar el impacto de la rentabilidad en el crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos analizados.

Figura 14

Margen de ganancia promedio en el último año



Nota. Representa la percepción de los emprendedores sobre el margen de ganancia promedio obtenido por sus negocios durante el último año, en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

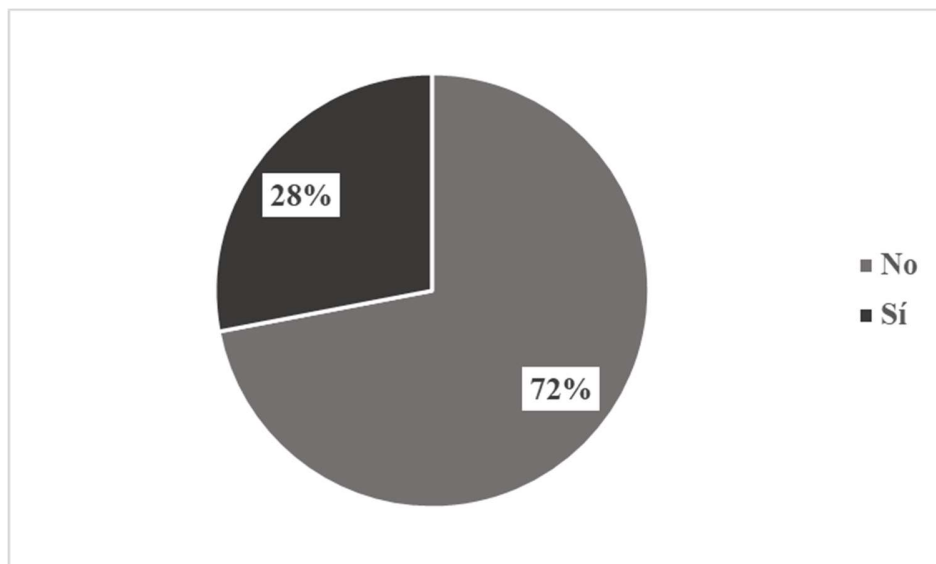
Según la Figura 14, la percepción de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica sobre el margen de ganancia promedio de sus negocios en el último año presenta una distribución diversa, lo que refleja diferencias significativas en el desempeño financiero dentro del sector.

Una parte considerable de los encuestados reportó márgenes de ganancia bajos, lo que podría estar vinculado a factores como la falta de planificación financiera, escasa formación en gestión empresarial o condiciones adversas del mercado. Un grupo más reducido indicó márgenes de ganancia moderados o altos, lo que sugiere que algunos emprendedores han logrado implementar estrategias más efectivas de control de costos, fijación de precios y optimización de recursos.

Esta variabilidad en los márgenes de ganancia pone en evidencia la heterogeneidad del sector, tanto en términos de capacidades administrativas como de acceso a herramientas financieras. Además, refuerza la importancia de fortalecer la educación financiera como un medio para mejorar la rentabilidad, especialmente entre aquellos emprendedores que enfrentan mayores desafíos económicos. En este contexto, los resultados obtenidos son clave para orientar políticas de apoyo y programas de capacitación que promuevan una gestión más eficiente, equitativa y sostenible en el sector manufacturero de prendas en Latinoamérica.

Figura 15

Incremento de utilidades netas en los últimos 12 meses

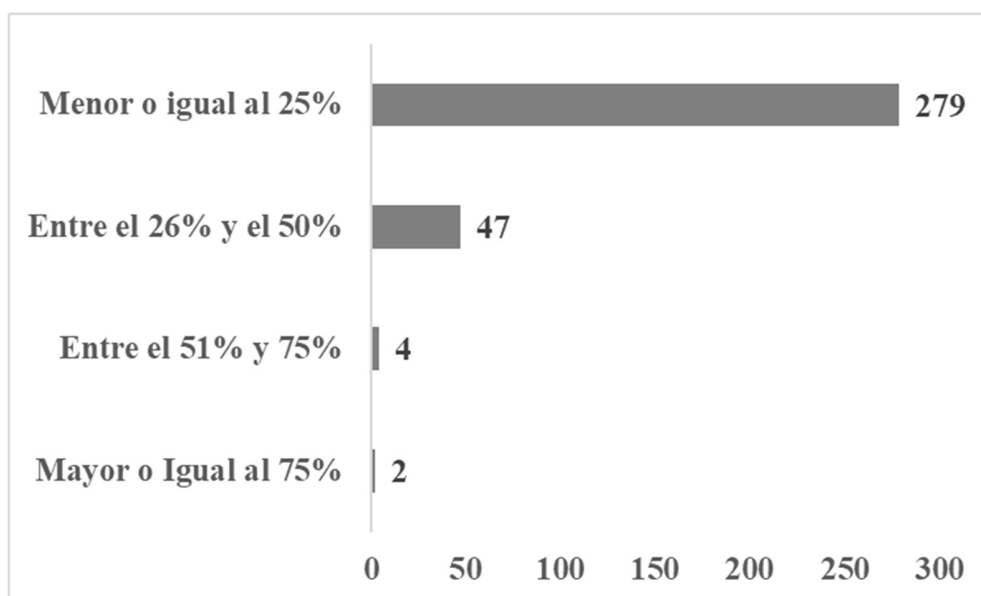


Nota. Representa la percepción de los emprendedores sobre si han logrado aumentar sus utilidades netas durante el último año, en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

Según la Figura 15, la mayoría de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica percibe que no ha logrado aumentar sus utilidades netas en el último año. Esta tendencia sugiere que, a pesar de los esfuerzos empresariales, persisten desafíos que limitan el crecimiento financiero de los negocios. Asimismo, refleja posibles dificultades en la gestión de costos, estrategias de ventas o acceso a formación financiera, lo que podría estar afectando directamente la rentabilidad.

En ese sentido, se evidencia la necesidad de fortalecer las capacidades administrativas y financieras de los emprendedores, como vía para mejorar sus resultados económicos y asegurar la sostenibilidad de sus proyectos.

Figura 16
Ingresos provenientes de productos con alto margen de ganancia



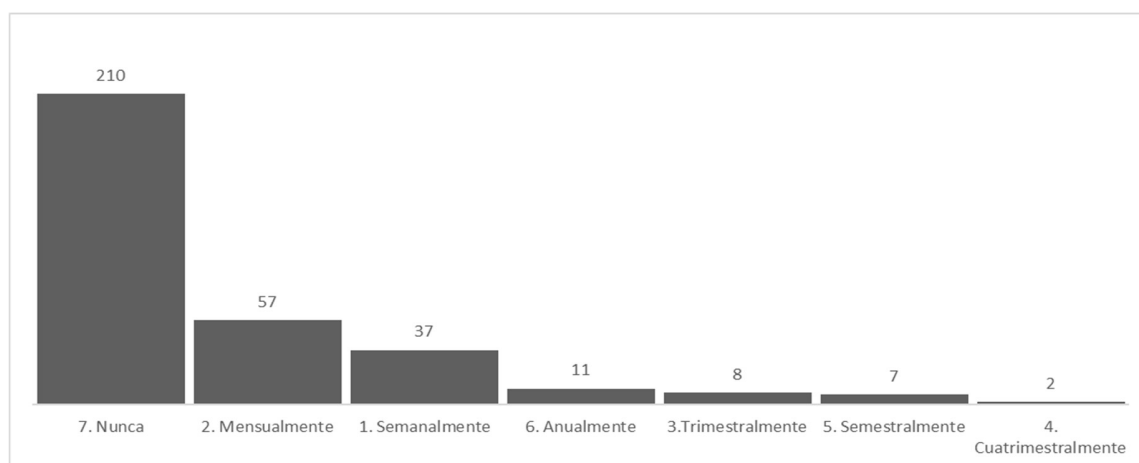
Nota. Representa la proporción de ingresos que los emprendedores atribuyen a productos cuyo margen de ganancia supera el 30%, dentro del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica.

La Figura 16 muestra cómo los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica distribuyen sus ingresos en función del margen de ganancia de sus

productos. En particular, se analiza qué porcentaje de sus ingresos proviene de productos con márgenes superiores al 30%.

Los resultados indican que una proporción limitada de los ingresos está asociada a productos altamente rentables, lo que sugiere que la mayoría de los emprendedores aún depende de líneas con márgenes más bajos. Esta situación puede estar relacionada con decisiones de producción, posicionamiento en el mercado o desconocimiento del potencial de ciertos productos. Por ende, es relevante identificar y potenciar los productos con mayor margen, como estrategia para mejorar la rentabilidad general del negocio y fortalecer su sostenibilidad financiera.

Figura 17
Frecuencia de revisión de indicadores financieros



Nota. Representa la frecuencia con la que los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica revisan los indicadores financieros de sus negocios, como parte de sus prácticas de gestión empresarial.

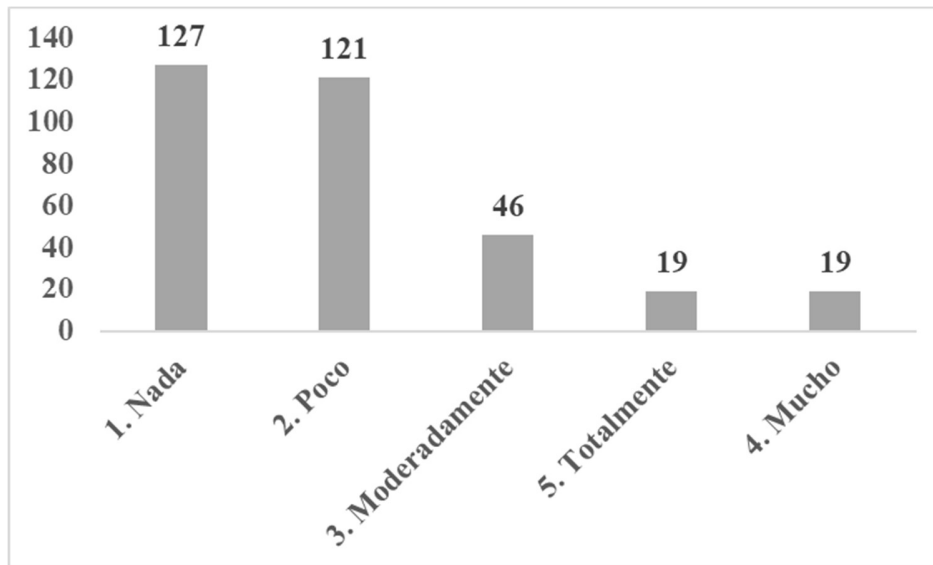
La figura anterior muestra la frecuencia con la que los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica revisan los indicadores financieros de sus negocios. Los resultados evidencian que una mayoría significativa realiza esta revisión de forma esporádica o no lo hace con regularidad, lo que sugiere una limitada integración de prácticas financieras sistemáticas en la gestión empresarial.

Este comportamiento puede estar relacionado con la falta de formación en educación financiera o con la ausencia de herramientas adecuadas para el monitoreo de indicadores clave. Un grupo reducido de emprendedores sí reporta revisar sus indicadores con frecuencia,

lo que indica una mayor conciencia sobre la importancia de la información financiera para la toma de decisiones. En conjunto, estos hallazgos refuerzan la necesidad de promover una cultura de seguimiento financiero constante, como parte de las estrategias para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de los negocios en este sector.

Figura 18

Percepción sobre el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad



Nota. Representa la percepción de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica sobre si una mejor gestión financiera ha contribuido al aumento de la rentabilidad de sus negocios.

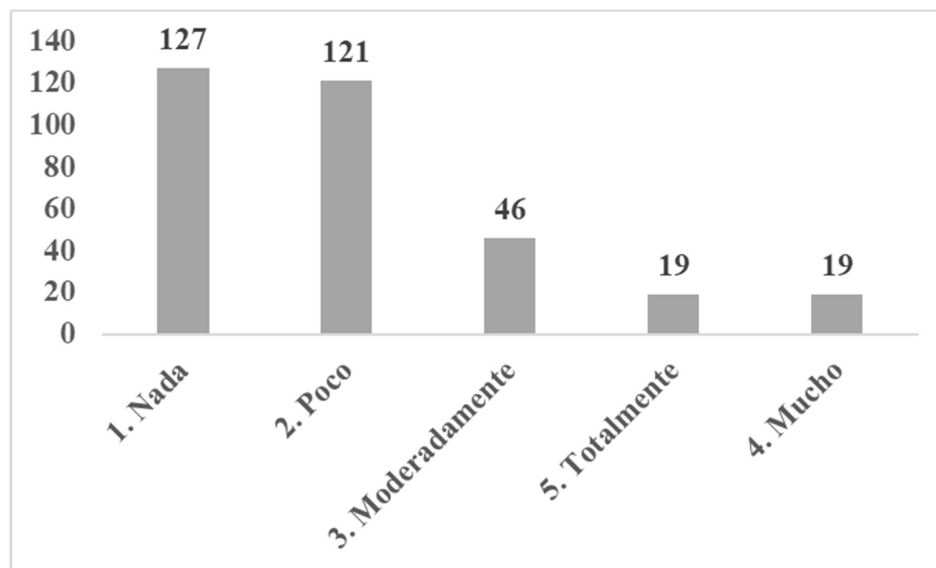
La gestión financiera es un componente clave en el desempeño económico de los negocios. En este caso, los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica fueron consultados sobre el impacto que ha tenido una mejor administración financiera en la rentabilidad de sus empresas.

Los resultados muestran que la mayoría de los participantes se ubica en las categorías “Nada” con siendo veintisiete observaciones y “Poco” con ciento veintiún observaciones, lo que indica que muchos emprendedores no perciben una mejora significativa en sus utilidades como resultado de una mejor gestión financiera. En contraste, solo una minoría considera que dicha gestión ha influido “Mucho” con diecinueve observaciones o “Totalmente” con también diecinueve observaciones en su rentabilidad, mientras que se identificaron cuarenta y seis emprendedores que la califican como “Moderada”.

Este panorama sugiere que, aunque algunos emprendedores reconocen el valor de una gestión financiera eficiente, aún existe una brecha en su aplicación práctica o en la percepción de sus beneficios. Por ello, se vuelve necesario fortalecer las capacidades financieras del sector y promover herramientas que permitan vincular directamente la gestión con resultados económicos concretos.

Figura 19

Percepción sobre el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad



Nota. Representa la percepción de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica sobre si una mejor gestión financiera ha contribuido al aumento de la rentabilidad de sus negocios.

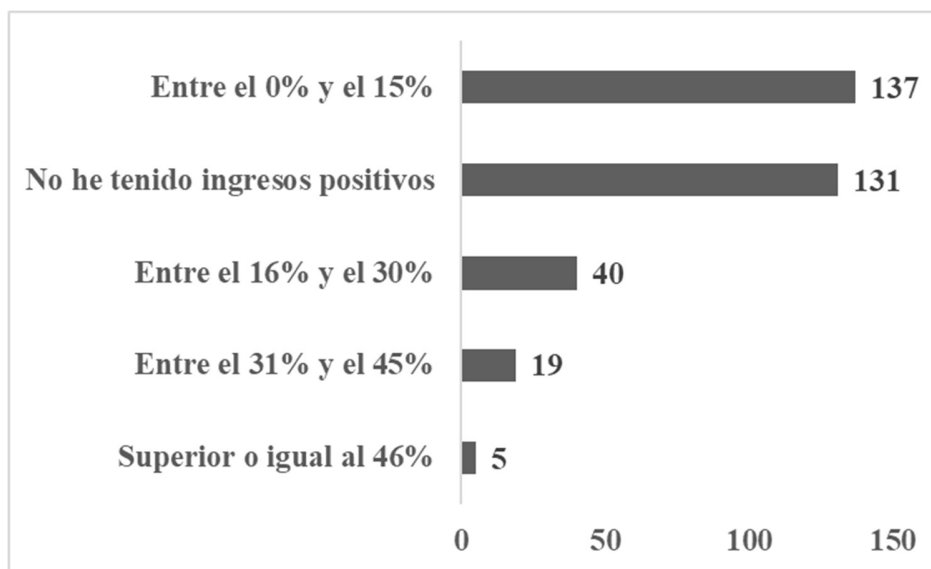
Análisis de la tercera variable: crecimiento empresarial

Se presentan a continuación los resultados correspondientes a la tercera variable del estudio: crecimiento empresarial. Esta tiene como objetivo identificar el nivel de expansión y desarrollo que han experimentado los negocios de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, específicamente aquellos que forman parte de la comunidad del canal de YouTube de Gonzalo de Souza.

El análisis de esta variable permite comprender en qué medida los emprendimientos han logrado mejorar su posicionamiento en el mercado, aumentar sus ingresos, ampliar su capacidad operativa o diversificar sus productos y servicios. Los resultados obtenidos a través de los instrumentos aplicados se detallan en los siguientes gráficos, los cuales sirven como

base para interpretar el impacto de la educación financiera y la gestión empresarial en el crecimiento sostenido de los negocios del sector.

Figura 20
Crecimiento de ingresos empresariales en el último año



Nota. Representa la percepción de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica sobre el nivel de crecimiento que han experimentado sus ingresos durante el último año.

La figura anterior refleja una percepción predominantemente desfavorable por parte de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, en relación con el crecimiento de sus ingresos durante el segundo cuatrimestre del 2025. Un total de ciento treinta y una observaciones indican no haber tenido ingresos positivos, lo que evidencia una situación crítica en términos de rentabilidad. A esta cifra se suman ciento treinta y siete observaciones que reportan un crecimiento limitado, entre el cero por ciento y el quince por ciento, lo cual sugiere que, aunque se generaron ingresos, estos fueron insuficientes para consolidar mejoras significativas en el desempeño empresarial.

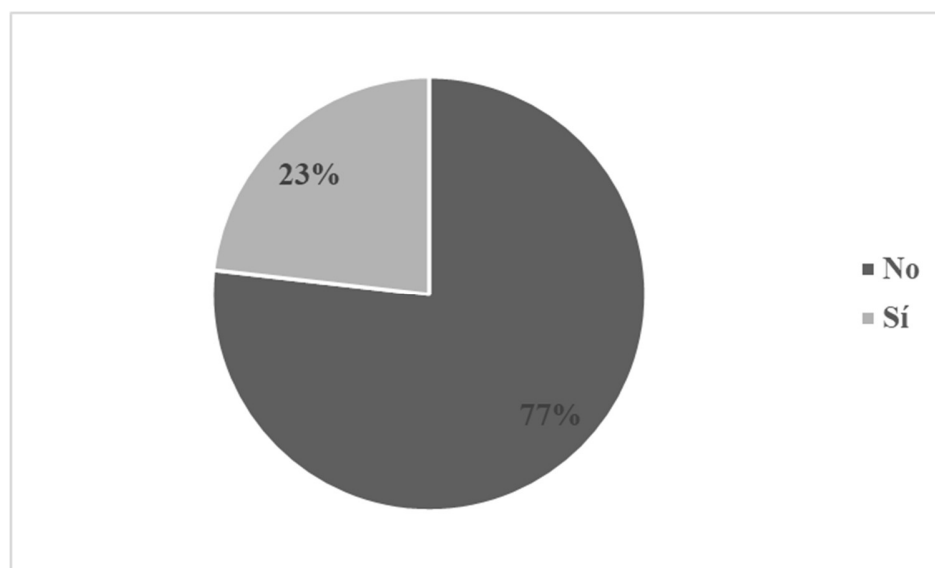
En contraste, solo cuarenta observaciones reportaron un crecimiento entre el dieciséis por ciento y el treinta por ciento, diecinueve entre el treinta y uno por ciento y el cuarenta y cinco por ciento, y únicamente cinco observaciones indicaron un crecimiento igual o superior al cuarenta y seis por ciento. Esta distribución revela que el crecimiento empresarial sostenido es una excepción dentro del sector.

Estos hallazgos permiten inferir que la falta de educación financiera podría estar incidiendo directamente en la baja rentabilidad y el limitado crecimiento de los emprendimientos. La escasa planificación financiera, el desconocimiento sobre gestión de costos y la limitada capacidad para acceder a financiamiento formal son factores que podrían estar afectando negativamente el desempeño empresarial.

La figura contribuye a conformar una base empírica que permite comprender los desafíos que enfrentan los emprendedores del canal de YouTube de Gonzalo de Souza, y sirve como punto de partida para proponer estrategias orientadas a mejorar su desempeño, mediante el fortalecimiento de competencias financieras y la articulación con redes de apoyo institucional.

Figura 21

Expansión de la línea de productos o servicios en los últimos 12 meses



Nota. Representa la percepción de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, sobre si han ampliado su oferta de productos o servicios en los últimos doce meses.

El gráfico muestra que el setenta y siete por ciento de las observaciones indican que los emprendedores no han expandido su línea de productos o servicios en los últimos doce meses, mientras que solo el veintitrés por ciento señala que sí lo han hecho. Este resultado sugiere una limitada capacidad de innovación y diversificación dentro del sector, lo cual

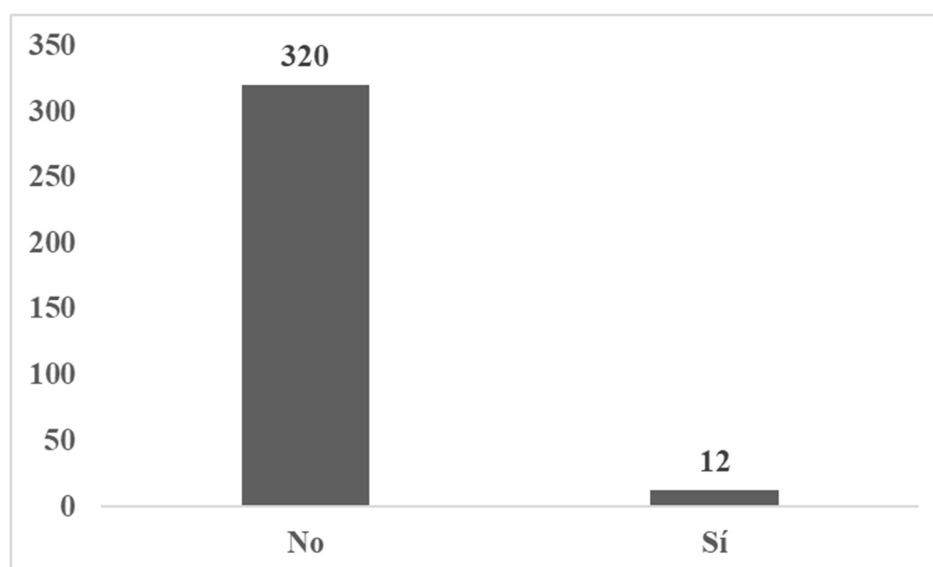
podría estar relacionado con restricciones financieras, falta de conocimiento estratégico o escasa planificación empresarial.

La baja proporción de expansión puede reflejar una debilidad en la gestión del crecimiento, posiblemente vinculada a la ausencia de educación financiera. Sin herramientas adecuadas para evaluar riesgos, proyectar inversiones o identificar oportunidades de mercado, los emprendedores podrían estar optando por mantener sus operaciones en un estado conservador, lo que limita su potencial de rentabilidad.

Este hallazgo refuerza la necesidad de implementar estrategias de formación en educación financiera, orientadas a fortalecer la toma de decisiones empresariales. La diversificación de productos y servicios no solo permite adaptarse a las dinámicas del mercado, sino que también puede ser un mecanismo para mejorar la sostenibilidad y competitividad de los emprendimientos analizados.

Figura 22

Distribución de contratación nuevo personal en el último año



Nota. Refleja la distribución de contratación de personal de los emprendedores en sus negocios durante el último año.

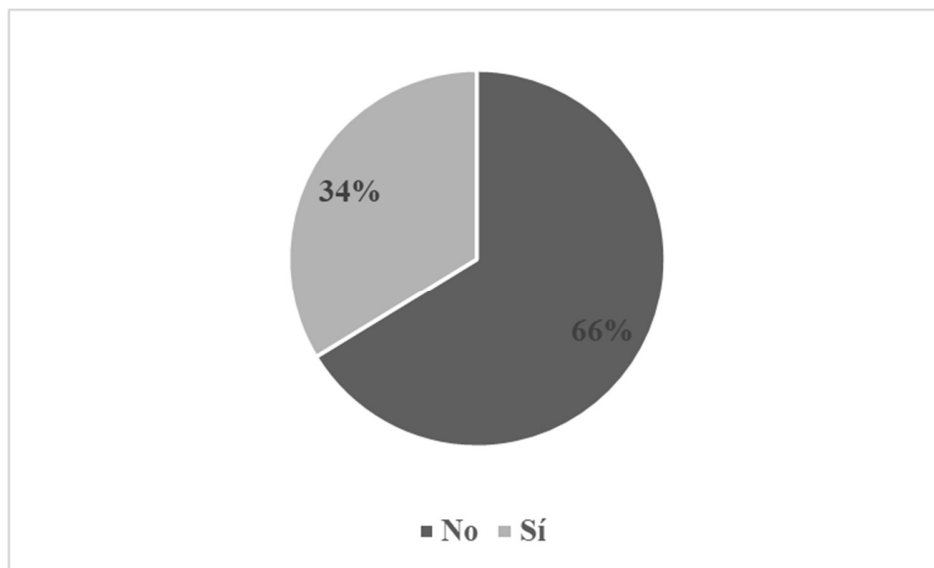
La Figura 22 muestra que una mayoría significativa de emprendedores no ha contratado nuevo personal en el último año. Este resultado sugiere una limitada capacidad de expansión operativa, lo cual podría estar relacionado con restricciones financieras, baja rentabilidad o falta de planificación estratégica.

La ausencia de contratación puede interpretarse como una señal de estancamiento en el crecimiento empresarial y podría estar vinculada a una gestión deficiente de los recursos humanos, posiblemente influenciada por la falta de educación financiera. Sin conocimientos adecuados sobre presupuestos, proyecciones de ingresos y costos laborales, los emprendedores podrían optar por mantener estructuras operativas reducidas, lo que limita su capacidad de escalar.

El grupo minoritario que sí ha contratado nuevo personal podría estar mostrando señales de consolidación y crecimiento, lo cual refuerza la hipótesis de que la educación financiera tiene un impacto positivo en la toma de decisiones empresariales. Este hallazgo aporta evidencia empírica sobre la relación entre la formación financiera y la capacidad de generar empleo y respalda la necesidad de implementar estrategias de capacitación que fortalezcan la gestión empresarial en el sector analizado.

Figura 23

Inversión reciente en maquinaria, tecnología o infraestructura



Nota. Indica si los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica han realizado inversiones operativas en sus negocios durante el último año.

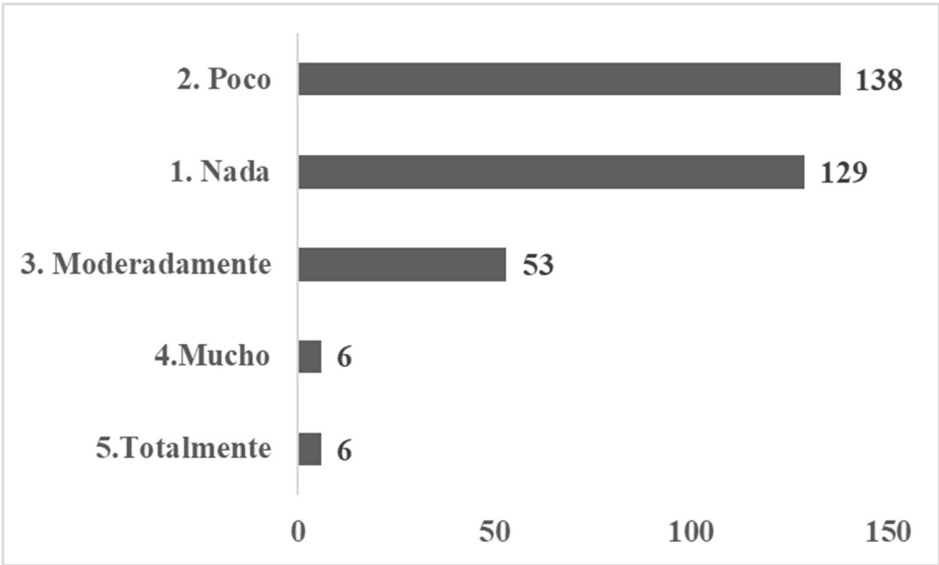
La figura previa muestra que la mayoría de los emprendedores no ha realizado inversiones en maquinaria, tecnología o infraestructura en el último año. Este resultado evidencia una baja dinámica de modernización en el sector, lo cual puede limitar la capacidad de los negocios para mejorar su productividad, eficiencia y competitividad. La falta de

inversión podría estar relacionada con una estructura empresarial enfocada en la subsistencia, donde los recursos disponibles se destinan principalmente a cubrir gastos operativos básicos. Esta situación puede reflejar una visión de corto plazo, en la que no se prioriza el fortalecimiento de capacidades técnicas ni la mejora de procesos productivos.

Además, este comportamiento puede estar influenciado por la ausencia de herramientas de planificación financiera que permitan evaluar la viabilidad de invertir en activos fijos. La educación financiera juega un papel clave en este contexto, ya que facilita la comprensión de conceptos como retorno de inversión, amortización y análisis de riesgo, fundamentales para tomar decisiones estratégicas.

Este hallazgo refuerza la necesidad de promover programas de formación financiera que ayuden a los emprendedores a identificar oportunidades de inversión y a gestionar sus recursos con mayor eficiencia, contribuyendo así al crecimiento sostenible de sus negocios.

Figura 24
Etapa de crecimiento sostenido del negocio



Nota. Indica si los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica consideran que sus negocios se encuentran en una etapa de crecimiento sostenido.

A grandes rasgos, los resultados reflejan una percepción limitada de crecimiento sostenido entre los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Ciento veintinueve observaciones indican que sus negocios no se encuentran en una etapa de crecimiento sostenido, mientras que ciento treinta y ocho observaciones señalan un nivel bajo

o “poco”. En conjunto, estas cifras representan una mayoría que no percibe avances significativos en la consolidación de sus emprendimientos.

Por otro lado, cincuenta y tres observaciones consideran que el crecimiento ha sido “moderado”, mientras que únicamente seis observaciones lo califican como “mucho” y otras seis como “totalmente”. Este contraste evidencia que el crecimiento sostenido es una condición alcanzada por una minoría, lo que podría estar vinculado a factores como la planificación estratégica, el acceso a recursos financieros y la implementación de prácticas empresariales más estructuradas.

Este resultado sugiere que, si bien existen casos puntuales de avance, la mayoría de los emprendedores aún enfrenta barreras que limitan su capacidad de escalar y consolidar sus negocios. La falta de inversión, la baja contratación de personal y la escasa expansión de productos observadas en otras figuras podrían estar influyendo directamente en esta percepción. En conjunto, estos datos aportan evidencia empírica sobre la necesidad de fortalecer las capacidades financieras de los emprendedores analizados. Promover una cultura de educación financiera podría ser clave para transformar esta percepción y facilitar el tránsito hacia modelos de negocio más sostenibles y escalables.

Alfa de Cronbach

En este apartado se presenta el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach, utilizado para evaluar la fiabilidad interna de un conjunto de ítems que conforman una escala o cuestionario. Este permite determinar el grado de consistencia entre los ítems, es decir, si todos ellos miden el mismo constructo de manera coherente. Según Frías-Navarro (2022), el Alfa de Cronbach es el coeficiente más conocido y aplicado en la literatura psicológica para estimar la fiabilidad de la consistencia interna de los ítems que conforman una puntuación.

El método de consistencia interna permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medición mediante el análisis de un conjunto de ítems que se espera midan una misma dimensión teórica o constructo latente. Este enfoque proporciona información sobre la homogeneidad de los ítems, o sea, sobre el grado en que las puntuaciones individuales se correlacionan entre sí dentro de la escala.

Streiner y Norman (2003) señalan que la fiabilidad de la consistencia interna corresponde al promedio de las correlaciones entre todos los ítems, y sus valores oscilan entre

0 y 1. Cuanto más cercano sea el valor a 1, mayor será la consistencia interna del instrumento, lo que indica una mayor coherencia entre los ítems. En este estudio, los ítems utilizados se presentan en una escala ordinal de 1 a 5, específicamente bajo el formato de la escala de Likert, lo que permite evaluar con mayor precisión la percepción de los participantes respecto al constructo analizado.

Tabla 17

Ítems en la escala de Likert y su cantidad de reactivos

Ítem	Nº Reactivos
Ítem 2	5
Ítem 3	5
Ítem 4	5
Ítem 10	5
Ítem 15	5

Nota. Elaboración propia, 2025.

El cálculo del Alfa de Cronbach se detalla seguidamente:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K = Cantidad de ítems

$\sum \sigma^2$ = Sumatoria de la varianza de los sujetos

$\sigma^2 \sum \text{ítems}$ = Varianza de la sumatoria de los ítems

Aplicando la fórmula correspondiente a los datos específicos obtenidos mediante el cuestionario aplicado a los emprendedores del canal de YouTube de Gonzalo de Souza, se obtienen los siguientes resultados:

$$\alpha = \left[\frac{5}{5 - 1} \right] * \left[1 - \left(\frac{5,90796015386849}{12,6930886195384} \right) \right] = 0,668191237$$

Tabla 18*Rangos de confiabilidad del Alfa Cronbach*

Rango	Confiabilidad
0,53 menos	a Confiabilidad nula
0,54 a 0,59	Confiabilidad baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Nota. Elaboración propia, 2025.

El resultado permite demostrar que los hallazgos obtenidos en el estudio son confiables, especialmente, gracias a la adecuada validación estadística del instrumento utilizado. Se observa un coeficiente de confiabilidad que oscila entre 0,66 y 0,71, lo cual indica un nivel alto de fiabilidad y confirma la validez del instrumento aplicado.

Instrumento de la entrevista

Análisis de la primera variable de la entrevista: educación financiera

Pregunta 1

¿Cómo aprendió a manejar las finanzas de su negocio?

Al comienzo fue muy difícil. No sabía cuánto ganaba realmente. Luego tomé un curso virtual que ofrecía la alcaldía sobre finanzas básicas para emprendedores. Eso me ayudó a entender cómo llevar registros y calcular costos correctamente. (Anexo 1, 2025, p1)

La verdad, al principio no sabía nada. Todo lo manejaba con una libreta. Luego tomé un curso del INADEM sobre administración básica y eso me ayudó a entender cómo organizarme mejor. (Anexo 2, 2025, p1)

Estudí administración, pero lo que más me ayudó fue un curso de emprendedores del municipio. Ahí aprendí a aplicar lo que sabía en un contexto más práctico. (Anexo 3, 2025, p1)

Mi formación inicial fue autodidacta. Aprendí por necesidad, como muchos emprendedores. Luego, me capacité formalmente en administración y finanzas, y eso me permitió estructurar mejor el proyecto. También, he aprendido mucho de los errores, especialmente en los primeros años cuando no llevaba registros adecuados. (Anexo 4, 2025, p1)

Los testimonios revelan que, en su mayoría, los emprendedores comenzaron sus negocios sin conocimientos previos en finanzas, lo que dificultó inicialmente la gestión económica de sus proyectos. Sin embargo, todos han buscado capacitación formal a través de cursos ofrecidos por instituciones como alcaldías, el INADEM o programas municipales, lo que les permitió mejorar el control de costos, la organización administrativa y el registro de ingresos y egresos. Este proceso de formación evidencia una clara intención de fortalecer sus habilidades financieras para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de sus emprendimientos.

En el caso del canal de YouTube, se destaca una evolución desde el aprendizaje autodidacta hacia una formación estructurada en administración y finanzas, lo que ha permitido consolidar un modelo de negocio más robusto. En conjunto, las respuestas confirman que la educación financiera, adquirida tanto por necesidad como por iniciativa, ha sido un factor clave en el desarrollo empresarial de los emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 2

¿Qué herramientas financieras utiliza regularmente?

Uso Excel para llevar los ingresos y egresos, y una aplicación sencilla que me ayuda a calcular precios con margen de ganancia. También tengo una hoja de cálculo donde proyecto los gastos mensuales. (Anexo 1, 2025, p1)

Uso una libreta para anotar ingresos y gastos, y una calculadora para sacar precios. Estoy empezando a usar Excel, pero me cuesta un poco. (Anexo 2, 2025, p1)

Uso Excel, Google Sheets y una app de gestión de inventario. También hago reportes mensuales para revisar cómo vamos. (Anexo 3, 2025, p1)

Utilizamos herramientas digitales como Excel, QuickBooks y plataformas de gestión de ingresos y gastos. También trabajamos con indicadores financieros mensuales para evaluar el rendimiento del canal y los programas de formación que ofrecemos. (Anexo 4, 2025, p1)

Los emprendedores entrevistados indicaron que utilizan herramientas financieras variadas, principalmente digitales, para gestionar sus negocios. Excel y Google Sheets son las más mencionadas, utilizadas para llevar registros de ingresos, egresos y proyecciones mensuales. Asimismo, se emplean aplicaciones específicas para calcular precios y gestionar inventarios, lo que evidencia un esfuerzo por aplicar conocimientos financieros en la toma de decisiones operativas.

Aunque algunos aún utilizan métodos tradicionales como libretas y calculadoras, se observa una transición hacia herramientas más eficientes, influenciada por procesos de capacitación y autoaprendizaje. En el caso del canal de YouTube, se destaca el uso de plataformas como QuickBooks y la implementación de indicadores financieros mensuales, lo que refleja una gestión más estructurada. En conjunto, estas prácticas demuestran que la educación financiera ha facilitado el uso de herramientas que contribuyen al control, análisis y mejora del desempeño empresarial.

Pregunta 3

¿Ha recibido alguna capacitación formal en finanzas?

Sí, además del curso de la alcaldía, he visto varios talleres gratuitos en YouTube. No es formación universitaria, pero me ha servido bastante para entender lo básico. (Anexo 1, 2025, p1)

Sí, pero muy básica. Me gustaría algo más práctico, que se enfoque en negocios pequeños como el mío. (Anexo 2, 2025, p1)

Sí, varias. Me gusta actualizarme. He tomado cursos sobre costos, precios y planificación financiera. (Anexo 3, 2025, p1)

Sí, he tomado diplomados y cursos especializados en gestión financiera para pymes. Además, me mantengo actualizado con lecturas, seminarios y asesorías con profesionales del área. (Anexo 4, 2025, p1)

Los testimonios indican que todos los emprendedores han recibido algún tipo de capacitación formal en finanzas, aunque en distintos niveles de profundidad. Algunos han accedido a cursos básicos ofrecidos por instituciones locales o plataformas digitales como YouTube, mientras que otros han participado en diplomados y programas especializados en gestión financiera para pymes. Esta diversidad formativa refleja un interés común por mejorar la administración de sus negocios, especialmente en áreas como costos, precios y planificación.

En general, se observa que la educación financiera ha sido adquirida tanto por iniciativa personal como por necesidad, y ha tenido un impacto positivo en la organización y sostenibilidad de los emprendimientos. En el caso del canal de YouTube, se destaca un enfoque más estructurado y continuo de actualización, lo que refuerza su papel como fuente de formación para otros emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 4

¿Cómo evalúa su nivel de conocimiento financiero actualmente?

Diría que tengo un nivel intermedio. Sé lo suficiente para manejar mi negocio, pero todavía me cuesta hacer proyecciones a largo plazo o entender temas como impuestos. (Anexo 1, 2025, p1)

Diría que básico. Sé lo esencial para no perder dinero, pero me falta para hacer presupuestos más completos o entender bien los impuestos. (Anexo 2, 2025, p1)

Intermedio-alto. Me siento cómodo haciendo proyecciones, presupuestos y análisis de rentabilidad. (Anexo 3, 2025, p1)

Considero que tengo un nivel avanzado. No solo aplico los conocimientos en mi emprendimiento, sino que también los comparto con otros emprendedores. Sin embargo, siempre hay espacio para seguir aprendiendo, sobre todo en temas como inversión y planificación fiscal. (Anexo 4, 2025, p1)

Los emprendedores entrevistados evalúan su nivel de conocimiento financiero como intermedio o básico, con excepción de uno que lo considera avanzado. En general, reconocen que han adquirido habilidades suficientes para manejar sus negocios, aunque aún enfrentan

dificultades en áreas como proyecciones a largo plazo, presupuestos completos e impuestos. Esta autopercepción refleja una conciencia clara sobre sus fortalezas y limitaciones, lo cual es positivo para el desarrollo empresarial.

El caso del canal de YouTube destaca por su nivel avanzado de conocimiento, aplicado tanto en la gestión interna como en la formación de otros emprendedores. Esta diversidad en los niveles de dominio financiero confirma que la educación financiera ha sido un proceso progresivo, influenciado por la experiencia, la capacitación y el acceso a contenidos formativos, especialmente los ofrecidos por el canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 5

¿Qué impacto cree que ha tenido su educación financiera en la toma de decisiones empresariales?

Ha sido clave. Antes tomaba decisiones por intuición, ahora lo hago con base en números. Por ejemplo, sé cuándo puedo invertir en maquinaria o cuándo es mejor esperar. (Anexo 1, 2025, p1)

Me ha ayudado a no gastar de más y a saber cuándo invertir. Antes compraba materiales sin saber si me alcanzaba, ahora hago cuentas antes. (Anexo 2, 2025, p1)

Total. Me permite tomar decisiones con datos, no con intuición. Eso ha sido clave para crecer sin endeudarnos. (Anexo 3, 2025, p1)

Ha sido determinante. Gracias a la educación financiera he podido tomar decisiones estratégicas, como cuándo invertir en equipo, cómo diversificar ingresos, y cómo manejar los flujos de efectivo en temporadas bajas. También me ha permitido evitar errores que podrían haber puesto en riesgo el proyecto. (Anexo 4, 2025, p2)

Los emprendedores entrevistados coinciden en que la educación financiera ha tenido un impacto significativo en la forma en que toman decisiones dentro de sus negocios. Antes de recibir formación, muchos basaban sus decisiones en la intuición, lo que generaba incertidumbre y errores financieros. Tras adquirir conocimientos básicos y aplicarlos, han logrado tomar decisiones más informadas, especialmente en aspectos como inversión en maquinaria, manejo de inventarios y control de gastos.

En el caso del canal de YouTube, se evidencia una aplicación más estratégica de la educación financiera, que ha permitido implementar prácticas como la diversificación de ingresos, la planificación de flujos de efectivo y la evaluación de riesgos. En conjunto, los testimonios confirman que la educación financiera no solo mejora la gestión operativa, sino que también fortalece la capacidad de tomar decisiones empresariales sostenibles y orientadas al crecimiento.

Análisis de la segunda variable de la entrevista: rentabilidad empresarial

Pregunta 6

¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de su negocio en el último año?

Ha mejorado. Antes apenas cubría los gastos, pero ahora tengo un margen de ganancia del 20% aproximadamente. Eso me ha permitido ahorrar e invertir en mejorar el taller. (Anexo 1, 2025, p2)

Se ha mantenido, pero no ha crecido mucho. Las ventas bajaron un poco por la competencia y el aumento de precios en los insumos. (Anexo 2, 2025, p1)

Mejóro un 15%. Pudimos ajustar precios, reducir costos y aumentar la eficiencia. (Anexo 3, 2025, p1)

Ha sido positiva. Hemos logrado aumentar los ingresos gracias a la diversificación de servicios, como asesorías personalizadas y cursos pagos. También hemos optimizado los costos operativos, lo que ha mejorado los márgenes de ganancia. (Anexo 4, 2025, p2)

Los emprendedores entrevistados reportan una evolución positiva en la rentabilidad de sus negocios durante el último año, aunque con diferencias en el grado de mejora. Dos de ellos indican un crecimiento concreto en sus márgenes de ganancia (15% y 20%), lo que les ha permitido invertir en infraestructura y mejorar la eficiencia operativa. Estas mejoras reflejan una gestión financiera más consciente, posiblemente influenciada por la formación recibida y el contenido del canal de YouTube de Gonzalo de Souza.

Por otro lado, uno de los casos señala estabilidad en la rentabilidad, afectada por factores externos como la competencia y el aumento de precios en insumos, lo que evidencia la necesidad de estrategias más sólidas para enfrentar el entorno económico. El emprendimiento vinculado al canal de YouTube destaca por haber incrementado sus ingresos

mediante la diversificación de servicios y la optimización de costos, lo que demuestra una aplicación efectiva de conocimientos financieros en la toma de decisiones estratégicas. En conjunto, los testimonios confirman que la educación financiera ha contribuido a mejorar la rentabilidad empresarial en distintos niveles.

Pregunta 7

¿Qué estrategias ha implementado para mejorar sus márgenes de ganancia?

Negocié mejores precios con proveedores, reduje desperdicios de tela y ajusté los precios según la demanda. También empecé a ofrecer combos de productos que salen más rentables. (Anexo 1, 2025, p2)

Compramos telas al mayoreo, ajustamos los diseños para que sean más rápidos de hacer y tratamos de aprovechar cada retazo. (Anexo 2, 2025, p2)

Automatización de procesos, renegociación con proveedores y control de inventario. También analizamos qué productos son más rentables. (Anexo 3, 2025, p2)

Una de las principales ha sido automatizar procesos, como la gestión de pagos y la programación de contenidos. También hemos renegociado contratos con proveedores de servicios digitales y mejorado la segmentación de nuestra audiencia para ofrecer productos más específicos. (Anexo 4, 2025, p2)

Los emprendedores entrevistados han implementado diversas estrategias para mejorar sus márgenes de ganancia, muchas de ellas enfocadas en la optimización de recursos y la eficiencia operativa. Entre las acciones más comunes se encuentran la negociación con proveedores, la compra de insumos al mayoreo, la reducción de desperdicios y el ajuste de precios según la demanda. Estas prácticas reflejan una gestión consciente de los costos, orientada a maximizar la rentabilidad sin comprometer la calidad del producto.

Además, se observa un uso creciente de la automatización y el análisis financiero para identificar productos más rentables y mejorar la toma de decisiones. En el caso del canal de YouTube, se destacan estrategias más avanzadas como la segmentación de audiencia, la renegociación de contratos digitales y la automatización de procesos administrativos. En conjunto, estas acciones evidencian que la educación financiera ha influido directamente en

la implementación de estrategias que fortalecen la rentabilidad empresarial de los emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 8

¿Cómo monitorea los resultados financieros de su empresa?

Reviso semanalmente los ingresos y egresos, y hago un balance mensual. Eso me permite saber si estoy cumpliendo las metas o si debo ajustar algo. (Anexo 1, 2025, p2)

Reviso cada semana cuánto entra y cuánto sale. No es muy formal, pero me ayuda a tener una idea clara. (Anexo 2, 2025, p2)

Con reportes mensuales, análisis de flujo de caja y revisión de indicadores clave. (Anexo 3, 2025, p2)

Tenemos un sistema de control mensual con indicadores clave: ingresos por fuente, costos fijos y variables, rentabilidad por servicio, y flujo de caja. Esto nos permite tomar decisiones informadas y ajustar estrategias rápidamente. (Anexo 4, 2025, p2)

Los emprendedores entrevistados monitorean sus resultados financieros mediante prácticas que varían en formalidad y profundidad, pero que coinciden en su utilidad para la toma de decisiones. Algunos realizan revisiones semanales de ingresos y egresos, complementadas con balances mensuales, lo que les permite ajustar sus estrategias según el cumplimiento de metas. Aunque en ciertos casos el seguimiento no es completamente estructurado, se reconoce su valor para mantener el control financiero básico.

Por otro lado, se observa un uso más avanzado de herramientas en emprendimientos con mayor nivel de formación, como reportes mensuales, análisis de flujo de caja e indicadores clave. El caso del canal de YouTube destaca por implementar un sistema de control financiero integral, que incluye rentabilidad por servicio, costos fijos y variables, y segmentación de ingresos. Estas prácticas reflejan una gestión orientada a la eficiencia y al crecimiento, fortalecida por la educación financiera adquirida y aplicada por los emprendedores inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 9

¿Qué relación observa entre su conocimiento financiero y los resultados económicos?

Totalmente directa. Desde que empecé a aplicar lo que aprendí, el negocio dejó de ser una incertidumbre. Ahora tengo más control y puedo planear mejor. (Anexo 1, 2025, p2)

Sí hay relación. Cuando me organizo mejor, el dinero rinde más y puedo ahorrar para invertir. (Anexo 2, 2025, p2)

Directa. Sin educación financiera, no podríamos sostenernos ni planear a futuro. (Anexo 3, 2025, p2)

La relación es directa. Sin una base sólida en finanzas, es muy difícil sostener un emprendimiento en el tiempo. El conocimiento financiero me ha permitido crecer de forma ordenada y evitar crisis innecesarias. (Anexo 4, 2025, p2)

Los emprendedores entrevistados coinciden en que existe una relación directa entre el conocimiento financiero adquirido y los resultados económicos de sus negocios. Antes de recibir formación, muchos tomaban decisiones basadas en intuición, lo que generaba incertidumbre y desorganización. Sin embargo, al aplicar conceptos financieros básicos, han logrado mejorar el control de sus operaciones, planificar inversiones y evitar errores que podrían comprometer la estabilidad del negocio.

El caso del canal de YouTube destaca por una visión más estructurada, donde el conocimiento financiero ha sido clave para el crecimiento ordenado y la sostenibilidad del proyecto. En conjunto, los testimonios confirman que la educación financiera no solo influye en la rentabilidad, sino que también fortalece la capacidad de tomar decisiones estratégicas que aseguran el desarrollo a largo plazo de los emprendimientos del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 10

¿Qué desafíos enfrenta para mantener o mejorar la rentabilidad?

La inflación y la competencia. A veces toca bajar precios para no perder clientes, pero eso afecta los márgenes. También me cuesta acceder a financiamiento formal. (Anexo 1, 2025, p2)

La competencia, los precios de los insumos que suben cada mes y la falta de acceso a créditos. (Anexo 2, 2025, p2)

La inflación, la carga impositiva y la competencia informal. (Anexo 3, 2025, p2)

Uno de los principales es la variabilidad en el comportamiento de la audiencia. También enfrentamos desafíos con la inflación y el costo de servicios digitales. Además, mantener la calidad del contenido requiere inversión constante. (Anexo 4, 2025, p2)

Los emprendedores entrevistados enfrentan diversos desafíos para mantener o mejorar la rentabilidad de sus negocios. Los más recurrentes son la inflación, el aumento en los precios de insumos, la competencia formal e informal y las dificultades para acceder a financiamiento. Estas condiciones externas afectan directamente los márgenes de ganancia y limitan la capacidad de inversión, lo que obliga a los emprendedores a ajustar precios o reducir costos, lo cual puede comprometer la calidad o sostenibilidad del negocio.

En el caso del canal de YouTube, se identifican desafíos adicionales relacionados con la variabilidad en el comportamiento de la audiencia y el costo de servicios digitales, lo que exige una inversión constante en calidad y segmentación de contenidos. En conjunto, los testimonios reflejan que, aunque la educación financiera ha fortalecido la toma de decisiones, los emprendedores aún deben enfrentar barreras estructurales que condicionan su rentabilidad, especialmente en contextos económicos cambiantes.

Análisis de la tercera variable de la entrevista: crecimiento empresarial

Pregunta 11

¿Ha experimentado crecimiento en ventas, personal o infraestructura recientemente?

Sí, hemos tenido más pedidos y contratamos a una costurera adicional. También compramos una máquina nueva que nos permite trabajar más rápido. (Anexo 1, 2025, p2)

No mucho, pero sí hemos tenido más pedidos por redes sociales. Eso nos ha ayudado a mantenernos. (Anexo 2, 2025, p2)

Sí, abrimos una tienda física y contratamos a una vendedora. También ampliamos el taller. (Anexo 3, 2025, p2)

Sí, hemos ampliado el equipo y mejorado la infraestructura tecnológica. También hemos incrementado las ventas de cursos y asesorías, lo que nos ha permitido reinvertir en el canal. (Anexo 4, 2025, p3)

Los emprendedores entrevistados reportan haber experimentado distintos niveles de crecimiento en sus negocios, principalmente en áreas como ventas, personal e infraestructura.

En algunos casos, el aumento de pedidos ha permitido contratar personal adicional y adquirir maquinaria, lo que refleja una expansión operativa sostenida. Otros han logrado abrir tiendas físicas o ampliar sus talleres, lo que evidencia una inversión estratégica en infraestructura para mejorar la capacidad de producción y atención al cliente.

En el caso del canal de YouTube, el crecimiento se ha dado en términos de equipo humano y mejoras tecnológicas, además del incremento en la venta de cursos y asesorías. Este tipo de expansión demuestra una diversificación de servicios y una reinversión constante en el proyecto. En conjunto, los testimonios confirman que los emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza han logrado avanzar en sus procesos de crecimiento empresarial, en parte gracias a una gestión más eficiente y al fortalecimiento de sus capacidades financieras.

Pregunta 12

¿Qué factores han impulsado ese crecimiento?

La publicidad en redes sociales, el boca a boca y el control financiero que nos permitió invertir sin endeudarnos. (Anexo 1, 2025, p2)

La promoción en redes sociales y las recomendaciones de clientes satisfechos. (Anexo 2, 2025, p2)

La planificación financiera, el posicionamiento de marca y el uso de redes sociales. (Anexo 3, 2025, p2)

La confianza de la comunidad, la calidad del contenido, y la capacidad de adaptarnos a las necesidades del mercado. También ha sido clave el uso de datos financieros para tomar decisiones estratégicas. (Anexo 4, 2025, p4)

Los emprendedores entrevistados identifican diversos factores que han impulsado el crecimiento de sus negocios. Los más recurrentes son la promoción en redes sociales, el boca a boca y la planificación financiera. Estas estrategias han permitido aumentar la visibilidad de sus productos, atraer nuevos clientes y realizar inversiones sin recurrir al endeudamiento, lo que refleja una gestión empresarial más consciente y eficiente.

En el caso del canal de YouTube, se destacan factores como la confianza de la comunidad, la calidad del contenido y la capacidad de adaptación al mercado, además del

uso de datos financieros para tomar decisiones estratégicas. En conjunto, los testimonios evidencian que el crecimiento empresarial está estrechamente vinculado a la aplicación de conocimientos financieros y al aprovechamiento de herramientas digitales, especialmente entre los emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 13

¿Qué papel ha jugado la gestión financiera en ese proceso?

Ha sido fundamental. Sin saber cuánto podía gastar, no habría tomado el riesgo de contratar a alguien o comprar maquinaria. (Anexo 1, 2025, p2)

Nos permitió ahorrar para comprar una máquina nueva y organizar mejor los pedidos. (Anexo 2, 2025, p2)

Fue clave para decidir cuándo y cómo expandirnos sin poner en riesgo el negocio. (Anexo 3, 2025, p2)

Ha sido el pilar. Sin una gestión financiera clara, no podríamos haber crecido ni sostenido el proyecto. Nos ha permitido planificar, invertir y medir resultados con precisión. (Anexo 4, 2025, p3)

Los emprendedores entrevistados coinciden en que la gestión financiera ha sido un elemento clave en el proceso de crecimiento de sus negocios. Gracias a una administración más consciente de los recursos, han podido tomar decisiones estratégicas como contratar personal, adquirir maquinaria, organizar mejor los pedidos y expandir sus operaciones sin comprometer la estabilidad financiera. Estas demuestran que el conocimiento financiero no solo facilita el control económico, sino que también habilita el crecimiento sostenido.

En el caso del canal de YouTube, la gestión financiera se describe como el pilar del proyecto, lo que permite planificar, invertir y medir resultados con precisión. Esta visión estructurada ha sido fundamental para sostener el crecimiento y adaptarse a las necesidades del mercado. En conjunto, los testimonios confirman que una gestión financiera adecuada es indispensable para impulsar el crecimiento empresarial entre los emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza.

Pregunta 14

¿Tiene planes de expansión a corto o mediano plazo?

Sí, queremos abrir un punto físico en el barrio para atender directamente a los clientes y mostrar los productos. (Anexo 1, 2025, p2)

Sí, queremos vender en ferias fuera del estado y mejorar nuestra presencia en línea. (Anexo 2, 2025, p2)

Sí, queremos abrir otra sucursal en Buenos Aires y explorar ventas internacionales. (Anexo 3, 2025, p2)

Sí, estamos desarrollando una plataforma educativa más robusta y queremos ampliar la cobertura a otros sectores productivos. También estamos explorando alianzas con instituciones educativas. (Anexo 4, 2025, p3)

Los emprendedores entrevistados expresan tener planes concretos de expansión a corto y mediano plazo, lo que evidencia una visión de crecimiento sostenido. Entre las iniciativas mencionadas se encuentran la apertura de puntos físicos de venta, participación en ferias fuera del estado, ampliación de talleres, y exploración de mercados internacionales. Estas metas reflejan una proyección empresarial que va más allá de la operación local, impulsada por el aumento en la demanda y el fortalecimiento de sus capacidades organizativas.

En el caso del canal de YouTube, los planes de expansión se orientan hacia el desarrollo de una plataforma educativa más robusta y la creación de alianzas con instituciones, lo que demuestra una estrategia de crecimiento basada en la diversificación y el impacto formativo. En conjunto, los testimonios confirman que los emprendedores del sector de manufactura de prendas inscritos al canal de Gonzalo de Souza no solo han consolidado sus negocios, sino que también proyectan su desarrollo hacia nuevas oportunidades de mercado.

Pregunta 15

¿Qué apoyo considera necesario para seguir creciendo?

Acceso a créditos con tasas bajas, más capacitaciones prácticas y apoyo para formalizar el negocio sin tanta burocracia. (Anexo 1, 2025, p3)

Capacitación en ventas digitales, acceso a financiamiento y apoyo para formalizar el negocio. (Anexo 2, 2025, p2)

Acceso a créditos productivos, reducción de impuestos y asesoría especializada. (Anexo 3, 2025, p2)

Sería ideal contar con apoyo institucional para llevar la educación financiera a más emprendedores. También necesitamos acceso a financiamiento para escalar la plataforma y mejorar la tecnología que usamos. (Anexo 4, 2025, p3)

Los emprendedores entrevistados identifican como principales necesidades para continuar con el crecimiento empresarial el acceso a financiamiento con condiciones favorables, la capacitación práctica en áreas clave como ventas digitales y gestión financiera, y el acompañamiento institucional para la formalización de sus negocios. Estas demandas reflejan una conciencia clara sobre los obstáculos estructurales que limitan la expansión, especialmente en contextos de alta competencia y burocracia.

En el caso del canal de YouTube, se destaca la necesidad de apoyo institucional para ampliar el alcance de la educación financiera y mejorar la infraestructura tecnológica. De este modo, además de recursos económicos, los emprendedores valoran el fortalecimiento de capacidades y redes de colaboración como elementos esenciales para escalar sus proyectos. En conjunto, los testimonios confirman que el crecimiento empresarial requiere no solo de una buena gestión interna, sino también de condiciones externas que faciliten el desarrollo sostenible.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones y Recomendaciones

Este capítulo tiene como propósito sintetizar los hallazgos más relevantes respecto al análisis del impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica durante el segundo cuatrimestre del 2025. A partir de los datos recolectados mediante cuestionarios y entrevistas aplicadas a emprendedores suscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza, se identificaron patrones significativos que permiten comprender la relación entre la educación financiera y el crecimiento y desempeño empresarial. Las conclusiones se presentan organizadas por variable de estudio, las cuales son educación financiera, rentabilidad y crecimiento empresarial. Posteriormente, se formulan recomendaciones orientadas a mejorar las condiciones de los emprendedores del sector, con base en la evidencia empírica obtenida.

En términos generales, la investigación permitió evidenciar que la educación financiera tiene un impacto directo en la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones estratégicas, gestionar sus recursos y proyectar el crecimiento de sus negocios. A pesar de que una parte de los participantes ha accedido a algún tipo de formación financiera, la mayoría aún presenta niveles bajos de conocimiento y aplicación práctica. Esta situación se refleja en márgenes de ganancia limitados, escasa planificación financiera y crecimiento empresarial incipiente. Asimismo, se identificó que los emprendedores enfrentan barreras estructurales como el acceso restringido a financiamiento, la informalidad y la falta de acompañamiento institucional, lo que limita su desarrollo económico.

Conclusiones de la primera variable: educación financiera

La educación financiera constituye un eje fundamental en la gestión empresarial, especialmente en sectores productivos como el de manufactura de prendas en Latinoamérica, donde predominan los emprendimientos de pequeña escala. Esta variable fue analizada con el objetivo de identificar el nivel de formación financiera de los emprendedores suscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza, así como su capacidad para aplicar conocimientos financieros en la toma de decisiones estratégicas. Los resultados obtenidos permiten comprender el grado de preparación de los participantes en temas clave como planificación,

uso de herramientas financieras y percepción del impacto de la educación financiera en el desempeño de sus negocios.

- Se concluye que existe una baja penetración de la educación financiera entre los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, ya que solo el 32% de los encuestados ha recibido formación en esta área. Esta carencia limita significativamente la capacidad de los emprendedores para gestionar sus negocios de manera eficiente, pues afecta su habilidad para tomar decisiones estratégicas, calcular precios adecuados, proyectar ingresos y evaluar riesgos financieros.
- Se concluye que el uso de herramientas financieras es escaso y poco sistemático, lo que refleja una gestión empresarial basada en la intuición más que en datos concretos. La mayoría de los emprendedores no utiliza instrumentos como hojas de cálculo, aplicaciones de control financiero o indicadores clave de desempeño, lo que dificulta el seguimiento de sus operaciones y la planificación a mediano y largo plazo. Esta situación se agrava en los casos donde no existe formación técnica previa, ya que impide la adopción de prácticas financieras más estructuradas.
- Se concluye que la percepción sobre el impacto de la educación financiera en la toma de decisiones empresariales es positiva entre quienes han accedido a formación, ya que estos emprendedores reportan mejoras en la organización de sus negocios, mayor control sobre sus ingresos y egresos, y una capacidad más clara para decidir cuándo invertir o expandirse. Sin embargo, esta percepción no es compartida por quienes no han recibido capacitación, lo que evidencia una brecha en el entendimiento del valor estratégico de la educación financiera.

Los resultados obtenidos en esta variable permiten afirmar que la educación financiera es un factor determinante en el desempeño empresarial de los emprendedores del sector textil en Latinoamérica. La baja formación en temas financieros, el uso limitado de herramientas y la gestión intuitiva de los negocios representan obstáculos significativos para la rentabilidad y el crecimiento. Por tanto, se hace evidente la necesidad de implementar programas de capacitación accesibles, prácticos y contextualizados, que fortalezcan las

competencias financieras de los emprendedores y les permitan tomar decisiones informadas, sostenibles y orientadas al desarrollo económico.

Conclusiones de la segunda variable: rentabilidad empresarial

La rentabilidad empresarial representa uno de los indicadores más relevantes para evaluar el desempeño económico de los emprendimientos en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Esta variable fue analizada con el propósito de identificar los niveles de ganancia obtenidos por los emprendedores suscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza, así como los factores que inciden en su capacidad para generar utilidades sostenibles. A través del análisis de los datos recolectados, se logró establecer una visión clara sobre las prácticas financieras, los desafíos estructurales y las percepciones que influyen en la rentabilidad de los negocios evaluados.

- Se concluye que la mayoría de los emprendedores presenta márgenes de ganancia bajos y utilidades limitadas, lo que evidencia una situación de vulnerabilidad económica en el sector. Esta tendencia se atribuye a una gestión financiera poco estructurada, donde no se aplican herramientas de control de costos ni estrategias de fijación de precios que permitan optimizar los ingresos. La falta de planificación financiera impide a los emprendedores proyectar sus operaciones con claridad y tomar decisiones que favorezcan la rentabilidad.
- Se concluye que existe una escasa revisión de indicadores financieros clave, como el flujo de caja, la rentabilidad por producto y los costos operativos. Esta omisión limita la capacidad de los emprendedores para evaluar el desempeño de sus negocios y realizar ajustes oportunos. La ausencia de prácticas sistemáticas de monitoreo financiero refleja una debilidad en la cultura empresarial del sector, que debe ser atendida mediante procesos de formación y acompañamiento técnico.
- Se concluye que muchos emprendedores no perciben una relación directa entre la gestión financiera y la rentabilidad, lo que representa una barrera para la mejora del desempeño económico. Esta desconexión entre conocimiento y práctica impide que se aprovechen las herramientas disponibles para incrementar las utilidades. Sin embargo, aquellos que han recibido formación

financiera reportan mejoras significativas en sus márgenes de ganancia, lo que confirma el impacto positivo de la educación financiera en la rentabilidad empresarial.

Los resultados obtenidos en esta variable permiten afirmar que la rentabilidad empresarial de los emprendedores del sector textil en Latinoamérica se encuentra condicionada por la calidad de la gestión financiera. La baja aplicación de herramientas, la escasa revisión de indicadores y la limitada percepción del vínculo entre finanzas y resultados económicos constituyen factores que restringen el crecimiento de los negocios. Por tanto, se hace necesario implementar estrategias de formación financiera que promuevan una cultura de planificación, análisis y toma de decisiones informadas, orientadas a mejorar los márgenes de ganancia y asegurar la sostenibilidad de los emprendimientos.

Conclusiones de la tercera variable: crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es un indicador clave para evaluar la capacidad de los emprendimientos de expandirse, diversificarse y consolidarse en el mercado. En el contexto del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, esta variable permite analizar el nivel de desarrollo alcanzado por los emprendedores suscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza, considerando aspectos como el aumento de ingresos, la contratación de personal, la inversión en infraestructura y la diversificación de productos o servicios. Los resultados obtenidos ofrecen una visión integral sobre las dinámicas de crecimiento en este sector y las condiciones que lo favorecen o limitan.

- Se concluye que el crecimiento empresarial en el sector de manufactura de prendas es limitado, ya que la mayoría de los emprendedores no ha experimentado aumentos significativos en sus ingresos ni ha logrado expandir sus operaciones. Esta situación refleja una estructura empresarial conservadora, con escasa capacidad de inversión y una visión de negocio centrada en la subsistencia más que en la escalabilidad. La falta de recursos financieros y de planificación estratégica impide que los emprendimientos evolucionen hacia modelos más robustos y competitivos.
- Se concluye que la contratación de nuevo personal y la inversión en infraestructura son prácticas poco frecuentes entre los emprendedores analizados, lo que evidencia una baja capacidad de expansión operativa. La mayoría de los negocios se mantienen

con estructuras reducidas, sin incorporar nuevos colaboradores ni mejorar sus instalaciones. Esta limitación puede estar relacionada con la falta de acceso a financiamiento, la incertidumbre económica y la ausencia de conocimientos financieros que permitan evaluar la viabilidad de crecer sin comprometer la estabilidad del negocio.

- Se concluye que los emprendedores que han recibido formación financiera y aplican prácticas de gestión estructuradas reportan avances significativos en su crecimiento empresarial, incluyendo la diversificación de productos, la apertura de nuevos puntos de venta y la mejora en la infraestructura tecnológica. Estos casos demuestran que la educación financiera no solo mejora la rentabilidad, sino que también impulsa la capacidad de expansión, al permitir una planificación más precisa, una mejor administración de recursos y una toma de decisiones orientada al desarrollo sostenible.

Los resultados de esta variable permiten afirmar que el crecimiento empresarial en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica está estrechamente vinculado al nivel de formación financiera y a la calidad de la gestión administrativa. La mayoría de los emprendedores enfrenta barreras estructurales que limitan su capacidad de expansión, como la falta de inversión, la escasa contratación de personal y la ausencia de diversificación. Sin embargo, aquellos que han fortalecido sus competencias financieras muestran un mayor dinamismo y proyección. Por tanto, se hace necesario promover programas de educación financiera que incluyan herramientas de planificación estratégica, evaluación de inversiones y gestión del crecimiento, con el fin de transformar los modelos de negocio hacia estructuras más sostenibles y competitivas.

Recomendaciones

A partir de los hallazgos obtenidos en la investigación sobre el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, se identificó la necesidad de implementar estrategias integrales que fortalezcan las capacidades empresariales de esta población. Las recomendaciones generales que se presentan a continuación buscan atender las principales debilidades detectadas en el estudio, especialmente en lo relacionado con la formación

financiera, el acceso a recursos y el acompañamiento institucional. Estas propuestas están orientadas a mejorar el desempeño económico de los emprendimientos, promover su sostenibilidad y facilitar su desarrollo en contextos de alta vulnerabilidad.

Recomendaciones de la primera variable: educación financiera

La educación financiera se ha identificado como un componente esencial para mejorar la gestión empresarial de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Los resultados del estudio evidencian una baja formación en esta área, lo que limita la capacidad de los emprendedores para tomar decisiones informadas, planificar sus operaciones y proyectar el crecimiento de sus negocios. Por ello, las siguientes recomendaciones están orientadas a fortalecer las competencias financieras de esta población, mediante estrategias accesibles, contextualizadas y sostenibles que respondan a sus necesidades reales.

- Se recomienda establecer alianzas entre instituciones educativas, gobiernos locales y plataformas digitales, con el fin de diseñar e implementar programas de educación financiera adaptados al perfil de los emprendedores. Estos programas deben considerar el nivel educativo predominante (secundaria y técnica) y ofrecer contenidos prácticos sobre gestión de costos, planificación financiera, uso de herramientas digitales y toma de decisiones estratégicas. La colaboración interinstitucional permitirá ampliar la cobertura, mejorar la calidad de los contenidos y facilitar el acceso a la formación.
- Se recomienda fomentar la participación en procesos de capacitación mediante incentivos económicos, certificaciones y reconocimiento público, como mecanismos para aumentar el interés y la motivación de los emprendedores. Estos incentivos pueden incluir becas, subsidios, acceso preferencial a créditos o beneficios fiscales para quienes completen programas de formación. Además, el reconocimiento público mediante eventos, diplomas o menciones en redes sociales puede fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso con el aprendizaje financiero.
- Se recomienda desarrollar contenidos educativos en formatos flexibles y accesibles, como cápsulas audiovisuales, podcasts, guías prácticas y talleres virtuales, que permitan a los emprendedores aprender a su propio ritmo y desde

cualquier lugar. Estos materiales deben estar diseñados con lenguaje claro, ejemplos aplicables al sector textil y herramientas que faciliten la implementación inmediata de los conocimientos adquiridos. La inclusión de testimonios, casos de éxito y simulaciones puede enriquecer la experiencia de aprendizaje y promover una cultura empresarial más sólida.

Recomendaciones de la segunda variable: rentabilidad empresarial

La rentabilidad empresarial es un componente esencial para la sostenibilidad de los emprendimientos en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. Los resultados del estudio evidencian que la mayoría de los emprendedores enfrenta dificultades para incrementar sus márgenes de ganancia, debido a una gestión financiera limitada, escasa planificación estratégica y falta de seguimiento de indicadores clave. Por este motivo, las siguientes recomendaciones están orientadas a fortalecer las capacidades administrativas y financieras de los emprendedores, mediante asesorías especializadas, herramientas digitales y prácticas sistemáticas de evaluación económica.

- Se recomienda implementar asesorías personalizadas en áreas clave como gestión de costos, fijación de precios, análisis de flujo de caja y planificación financiera, con el fin de mejorar la toma de decisiones estratégicas. Estas deben ser impartidas por profesionales con experiencia en el sector textil y adaptadas a las características de cada emprendimiento. El acompañamiento técnico permitirá identificar oportunidades de mejora, optimizar el uso de recursos y establecer metas financieras realistas.
- Se recomienda incorporar herramientas digitales que faciliten el monitoreo de indicadores financieros, como aplicaciones móviles, hojas de cálculo automatizadas y plataformas de gestión empresarial. Estas herramientas deben permitir a los emprendedores registrar ingresos y egresos, calcular márgenes de ganancia, proyectar flujos de efectivo y visualizar el desempeño económico de sus negocios. La digitalización de la gestión financiera contribuirá a una mayor eficiencia, control y capacidad de análisis.
- Se recomienda promover la cultura de revisión periódica de resultados económicos, como parte de las buenas prácticas empresariales. Esta revisión debe incluir el análisis

mensual de indicadores clave, la comparación con metas establecidas y la evaluación de decisiones tomadas. Además, se sugiere realizar sesiones de retroalimentación grupal entre emprendedores, donde se compartan experiencias, aprendizajes y estrategias exitosas. Esta práctica fortalecerá la conciencia financiera y fomentará una gestión más proactiva y orientada a resultados.

Recomendaciones de la tercera variable: crecimiento empresarial

El crecimiento empresarial es un objetivo clave para los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, especialmente en contextos donde predominan las microempresas con estructuras operativas reducidas. Los resultados del estudio evidencian que la mayoría de los emprendimientos no ha logrado expandirse significativamente, lo que limita su capacidad de generar empleo, diversificar productos y consolidarse en el mercado. Por esta razón, las siguientes recomendaciones están orientadas a facilitar el acceso a recursos, fomentar la colaboración entre emprendedores y promover estrategias de innovación que impulsen el desarrollo sostenible de los negocios.

- Se recomienda facilitar el acceso a créditos productivos con tasas preferenciales, destinados específicamente a la inversión en infraestructura, tecnología y expansión operativa. Estos créditos deben estar acompañados de asesoría técnica para garantizar su uso eficiente y estratégico. Además, se sugiere que las instituciones financieras diseñen productos adaptados a las características de las microempresas textiles, considerando sus ciclos de producción, capacidad de pago y necesidades de modernización.
- Se recomienda establecer redes de colaboración entre emprendedores, que funcionen como espacios de intercambio de experiencias, buenas prácticas y recursos. Estas redes pueden organizarse a través de asociaciones locales, plataformas digitales o programas de mentoría, y deben fomentar la cooperación en áreas como comercialización, compras conjuntas, capacitación y acceso a mercados. La colaboración entre pares fortalece el tejido empresarial, reduce la competencia desleal y promueve el crecimiento colectivo.
- Se recomienda incentivar la diversificación de productos y servicios mediante programas de innovación, asesoría en desarrollo de nuevos mercados y apoyo en

estrategias de comercialización digital. Estos programas deben incluir formación en diseño de productos, análisis de tendencias, marketing digital y posicionamiento de marca. La diversificación permite a los emprendedores adaptarse a las demandas del mercado, aumentar sus ingresos y reducir la dependencia de un único producto o canal de venta.

Estas conclusiones y recomendaciones constituyen una guía para la formulación de políticas públicas, programas de apoyo y estrategias de intervención que contribuyan al fortalecimiento del ecosistema emprendedor en el sector de manufactura de prendas en Latinoamérica. La educación financiera se posiciona como un eje transversal para mejorar la rentabilidad, fomentar el crecimiento y promover la sostenibilidad de los negocios en contextos de alta vulnerabilidad económica.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Propuesta

Introducción

El emprendimiento en Latinoamérica representa una fuente clave de desarrollo económico, especialmente en sectores como la manufactura de prendas. Sin embargo, muchos emprendedores enfrentan desafíos relacionados con la gestión financiera, lo que limita su rentabilidad y crecimiento. Esta propuesta de tesis busca analizar el impacto de la educación financiera en el desempeño empresarial de emprendedores inscritos al canal de YouTube Gonzalo de Souza, utilizando el modelo econométrico de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO).

Planteamiento del Problema

A pesar del crecimiento del emprendimiento en el sector textil, muchos negocios no logran consolidarse debido a la falta de conocimientos financieros. La educación financiera puede ser un factor determinante en la rentabilidad y el crecimiento empresarial, pero su impacto aún no ha sido cuantificado empíricamente en este contexto.

Objetivos

Objetivo general

Analizar el impacto de la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en América Latina durante el segundo cuatrimestre del 2025.

Objetivos específicos

- Construir modelos econométricos por variable.
- Analizar la significancia estadística de la educación financiera.
- Proponer estrategias de mejora basadas en los resultados.

Marco Teórico

La educación financiera se define como el conjunto de habilidades, conocimientos y competencias que permiten a las personas tomar decisiones informadas respecto a la administración de sus recursos económicos. Diversos estudios han demostrado que un mayor

nivel de educación financiera se asocia positivamente con indicadores superiores de desempeño y crecimiento empresarial.

Para examinar esta relación, se utilizan modelos de regresión lineal bajo el enfoque de mínimos cuadrados ordinarios (MCO). Estos permiten estimar el efecto de una variable explicativa sobre una variable dependiente, así como evaluar la significancia estadística de dicha relación. En este sentido, Barradas Martínez et al. (2021) señalan que el análisis del desempeño organizacional requiere técnicas que midan integralmente las variables involucradas y que los modelos de regresión son herramientas eficaces para identificar relaciones significativas entre factores financieros y operativos.

Con el fin de comprender adecuadamente el modelo de regresión lineal aplicado en este estudio, es esencial definir algunos conceptos clave relacionados con la educación financiera y el análisis estadístico. Estos permiten contextualizar la relación entre el conocimiento financiero y su impacto en el crecimiento y desempeño empresarial, además de facilitar la comprensión de la lógica detrás del uso de modelos explicativos como el de mínimos cuadrados ordinarios (MCO).

Coefficiente de regresión y modelo de regresión lineal

El coeficiente de regresión representa el cambio esperado en la variable dependiente por cada unidad de cambio en la variable independiente, manteniendo constantes las demás variables del modelo. Este indica la relación entre ambas variables en donde si es positivo, ambas aumentan juntas; por el contrario, si es negativo, una disminuye cuando la otra aumenta. Además, debe evaluarse junto con su error estándar y valor p. Un valor p menor a 0.05 indica que el coeficiente es estadísticamente significativo, lo que sugiere que la variable independiente tiene un efecto real sobre la dependiente (Roca-Fernández, Mullor, 2024).

Fórmula general del modelo de regresión lineal

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

Donde:

- Y: Variable dependiente (respuesta).
- X: Variable independiente (predictora).
- β_0 : Intercepto del modelo.

- β_1 : Coeficiente de regresión.
- ε : Término de error aleatorio.

Interpretación de rangos del coeficiente de regresión:

- Si $\beta_1 > 0 \rightarrow$ Existe una relación positiva: a mayor valor de X, mayor valor esperado de Y.
- Si $\beta_1 < 0 \rightarrow$ Existe una relación negativa: a mayor valor de X, menor valor esperado de Y.
- Si $\beta_1 = 0 \rightarrow$ No hay relación lineal entre X y Y.

Este modelo permite estimar la pendiente de la recta de regresión, lo que facilita la comprensión del impacto de una variable sobre otra en contextos como el análisis clínico, económico o empresarial (Palacios-Cruz et al, 2021).

R² (Coeficiente de determinación)

El coeficiente de determinación, denotado como R², representa la proporción de la variabilidad total de la variable dependiente que es explicada por el modelo de regresión. Según Rodríguez Sánchez et al. (2020), cuando se cumple la descomposición de la suma de cuadrados en la estimación por mínimos cuadrados ordinarios (MCO), el R² puede expresarse como el cociente entre la varianza explicada y la varianza total, lo que refleja la capacidad predictiva del modelo. La fórmula general es:

Fórmula

$$R^2 = 1 - (SS_{\text{res}} / SS_{\text{tot}})$$

Donde:

- SS_{res}: Suma de cuadrados de los residuos.
- SS_{tot}: Suma total de cuadrados.

Interpretación de rangos:

- $R^2 < 0.3 \rightarrow$ Bajo, pero aceptable en ciencias sociales.
- $0.3 \leq R^2 < 0.6 \rightarrow$ Moderado.
- $R^2 \geq 0.6 \rightarrow$ Alto.

Este coeficiente es fundamental para evaluar la calidad del ajuste del modelo, aunque debe complementarse con otras métricas como el valor p y el error estándar para una interpretación robusta.

p-value (valor p)

El valor p es una medida estadística que indica la probabilidad de obtener un resultado igual o más extremo que el observado, bajo la suposición de que la hipótesis nula es verdadera. En el contexto de la investigación cuantitativa, el valor p se utiliza como criterio para aceptar o rechazar la hipótesis nula. Según Hernández Roque (2022), el análisis estadístico permite evaluar relaciones, supuestos e hipótesis, y obtener modelos que facilitan la toma de decisiones en condiciones de incertidumbre. En este proceso, el valor p cumple un papel fundamental, ya que permite determinar si los resultados observados son estadísticamente significativos. No obstante, se recomienda que su interpretación se complemente con otras métricas como el tamaño del efecto y la potencia estadística para evitar conclusiones erróneas o poco replicables.

Interpretación de rangos del valor p:

- $p < 0.01$ → Muy significativo: fuerte evidencia contra H_0 .
- $0.01 \leq p < 0.05$ → Significativo: evidencia moderada contra H_0 .
- $0.05 \leq p < 0.10$ → Marginalmente significativo.
- $p \geq 0.10$ → No significativo: no hay suficiente evidencia para rechazar H_0 .

Un valor p menor que el nivel de significancia α (por ejemplo, 0.05) indica que se puede rechazar la hipótesis nula con cierto grado de confianza.

Estadístico F

El estadístico F es una herramienta fundamental en el análisis de regresión, utilizada para evaluar si el modelo en su conjunto es estadísticamente significativo. Este estadístico compara la variabilidad explicada por el modelo con la variabilidad residual, lo que posibilita determinar si al menos una de las variables independientes tiene un efecto significativo sobre la variable dependiente.

Fórmula

La fórmula general del estadístico F en regresión lineal es:

$$F = (SSR / k) / (SSE / (n - k - 1))$$

Donde:

- SSR: Suma de cuadrados explicada por el modelo (Regression Sum of Squares).
- SSE: Suma de cuadrados de los errores (Error Sum of Squares).
- k: Número de variables independientes.
- n: Número total de observaciones.

Interpretación de rangos:

Un valor elevado del estadístico F, acompañado de un valor p menor a 0.05, indica que el modelo tiene capacidad explicativa y que no todos los coeficientes de regresión son iguales a cero (Association LEA, 2020).

Durbin-Watson

El estadístico Durbin-Watson detecta autocorrelación en los residuos de un modelo de regresión. Esta prueba busca identificar correlación serial de primer orden, comparando residuos consecutivos en el tiempo. Un valor cercano a dos indica ausencia de autocorrelación, mientras que valores menores a dos sugieren autocorrelación positiva y valores mayores a dos indican autocorrelación negativa. Valores extremos (cerca de cero y cuatro) son considerados críticos (Statistics How To, s.f.).

Fórmula

La fórmula del estadístico Durbin-Watson es la siguiente:

$$DW = \sum (e_t - e_{t-1})^2 / \sum e_t^2$$

Donde:

- e_t son los residuos del modelo en el tiempo t.
- e_{t-1} son los residuos en el tiempo anterior.
- La suma se realiza desde $t = 2$ hasta n (n es el número de observaciones).

Interpretación de rangos:

El valor del estadístico Durbin-Watson varía entre 0 y 4:

- Un valor cercano a 2 indica ausencia de autocorrelación.

- Un valor menor a 1.5 sugiere autocorrelación positiva.
- Un valor mayor a 2.5 sugiere autocorrelación negativa.
- Valores extremos (cerca de 0 o 4) indican una fuerte autocorrelación, lo que puede afectar la validez del modelo.

Metodología

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo y explicativo, orientado a analizar la relación entre la educación financiera y dos indicadores del desempeño empresarial: rentabilidad y crecimiento. Para ello, se aplicaron modelos econométricos de regresión lineal utilizando el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS), reconocido por su capacidad para estimar relaciones lineales entre variables bajo supuestos clásicos.

La metodología se estructuró en las siguientes etapas:

Definición de variables

- Variable independiente: Nivel de educación financiera.
- Variables dependientes:
 - Rentabilidad empresarial (Modelo 1).
 - Crecimiento empresarial (Modelo 2).

Diseño muestral

Las muestras fueron seleccionadas de manera aleatoria a partir de la base de datos original para asegurar representatividad y reduciendo sesgos.

- Modelo 1: Incluyó 207 observaciones para analizar la relación entre educación financiera y rentabilidad empresarial.
- Modelo 2: Consideró 65 observaciones para evaluar el vínculo entre educación financiera y crecimiento empresarial.

Especificación de los modelos

Se plantearon dos modelos simples, cada uno con una sola variable explicativa:

- Modelo 1: $\text{Rentabilidad Empresarial}_i = \beta_0 + \beta_1 (\text{Educación Financiera}_i) + \varepsilon_i$
- Modelo 2: $\text{Crecimiento Empresarial}_i = \beta_0 + \beta_1 (\text{Educación Financiera}_i) + \varepsilon_i$

Estimación econométrica

Los parámetros se estimaron mediante el método OLS, bajo los supuestos de linealidad, independencia, homocedasticidad y normalidad de los errores. Este procedimiento permite obtener estimadores insesgados y eficientes cuando dichos supuestos se cumplen.

Herramientas utilizadas

El análisis se realizó con software estadístico especializado para garantizar precisión en los cálculos y replicabilidad del estudio.

Modelo 1: Rentabilidad empresarial ~ Educación financiera

El primer modelo econométrico se centra en analizar la relación entre la educación financiera y la rentabilidad empresarial, considerando que la formación en finanzas puede influir en la capacidad de las empresas para optimizar recursos y generar mayores beneficios. Este análisis busca determinar si un mayor nivel de educación financiera se traduce en una mejora significativa en la rentabilidad, lo cual es relevante para diseñar estrategias de capacitación orientadas al fortalecimiento del desempeño empresarial.

Para este modelo se utilizó una muestra aleatoria compuesta por 207 observaciones, extraídas de la base de datos original. La variable dependiente corresponde a la rentabilidad empresarial, mientras que la variable independiente es el nivel de educación financiera. El modelo se estimó mediante el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS), bajo los supuestos clásicos de linealidad, independencia y homocedasticidad, con el objetivo de obtener estimadores insesgados y consistente.

Figura 25

Resultados del modelo 1: Rentabilidad empresarial en función de la educación financiera

```
Modelo 1: Rentabilidad Empresarial ~ Educación Financiera
OLS Regression Results

=====
Dep. Variable:      Rentabilidad Empresarial      R-squared:          0.719
Model:              OLS                        Adj. R-squared:    0.718
Method:             Least Squares              F-statistic:       524.5
Date:               Tue, 21 Oct 2025             Prob (F-statistic): 2.06e-58
Time:               14:23:24                   Log-Likelihood:    -115.03
No. Observations:  207                        AIC:               234.1
Df Residuals:       205                        BIC:               240.7
Df Model:           1
Covariance Type:   nonrobust

=====
                    coef      std err          t      P>|t|      [0.025      0.975]
-----
const                0.3504      0.069          5.055      0.000      0.214      0.487
Educación Financiera  1.0896      0.048         22.901      0.000      0.996      1.183
=====

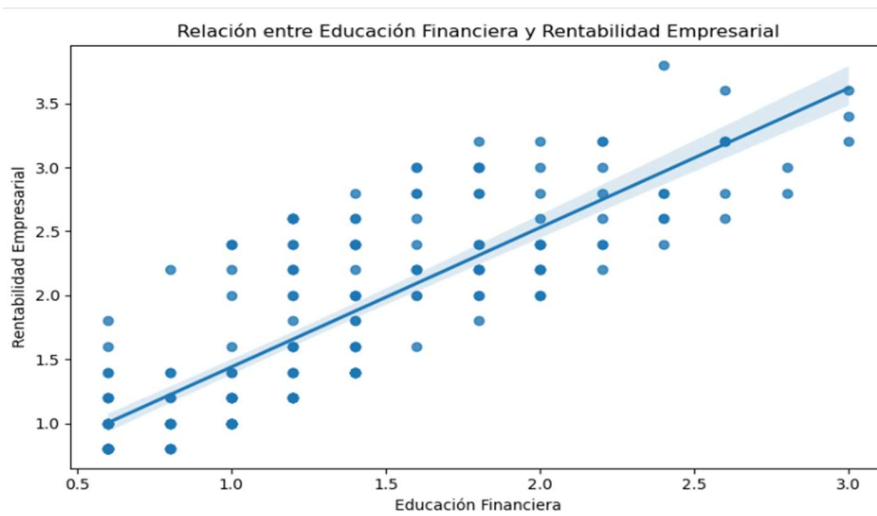
Omnibus:            21.958      Durbin-Watson:     1.923
Prob(Omnibus):      0.000      Jarque-Bera (JB):  26.239
Skew:                0.856      Prob(JB):          2.01e-06
Kurtosis:            2.667      Cond. No.          4.84
=====

Notes:
[1] Standard Errors assume that the covariance matrix of the errors is correctly specified.
```

Nota. La figura presenta los resultados de la estimación econométrica mediante el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS), donde la variable dependiente es la rentabilidad empresarial y la variable independiente corresponde al nivel de educación financiera. El análisis se realizó con una muestra aleatoria de 207 observaciones, bajo los supuestos clásicos de la regresión lineal.

Figura 26

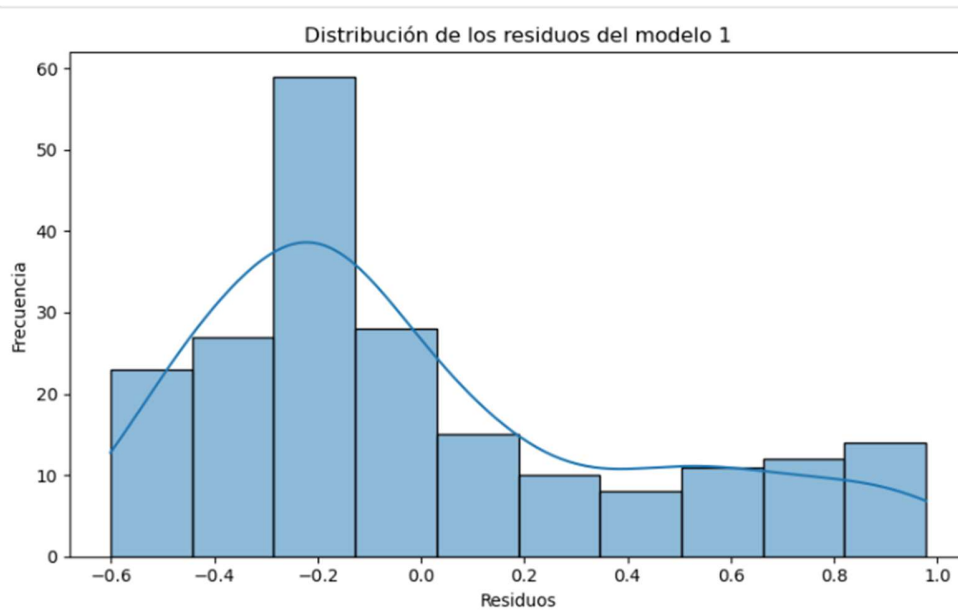
Relación entre educación financiera y rentabilidad empresarial



Nota. La figura ilustra la asociación entre el nivel de educación financiera y la rentabilidad empresarial, mostrando una tendencia positiva en la dispersión de los datos. La línea de ajuste corresponde a la estimación por regresión lineal simple, indicando que, a mayor educación financiera, se observa un incremento en la rentabilidad empresarial. El análisis se realizó con una muestra aleatoria de 207 observaciones.

Figura 27

Distribución de los residuos del modelo 1.



Nota. La figura muestra la distribución de los residuos obtenidos en la estimación del Modelo 1 mediante el método OLS. El histograma permite evaluar la normalidad de los errores, uno de los supuestos fundamentales de la regresión lineal. Aunque se observa una tendencia central cercana a cero, la forma indica posibles desviaciones respecto a la normalidad, lo que debe considerarse en el análisis de validez del modelo.

Resultado del modelo 1: Rentabilidad Empresarial ~ Educación Financiera

R-cuadrado (R^2) = 0.719

Este estadístico indica que el modelo explica el 71.9% de la variabilidad observada en la rentabilidad empresarial. Un valor alto sugiere un buen ajuste del modelo a los datos.

R-cuadrado ajustado = 0.718

Corrige el R^2 considerando el número de variables independientes. La diferencia mínima entre ambos indica que el modelo no está sobre ajustado.

Estadístico F = 524.5

Evalúa la significancia global del modelo. Un valor elevado indica que la variable educación financiera contribuye significativamente a explicar la rentabilidad empresarial.

Probabilidad asociada al estadístico F = 2.22e-61

Valor p extremadamente bajo (< 0.001) que confirma la significancia estadística del modelo.

Coefficiente de la constante (intercepto) = 0.3504

Representa la rentabilidad esperada cuando el nivel de educación financiera es cero. Es estadísticamente significativo ($p < 0.001$).

Coefficiente de Educación Financiera = 1.0896

Por cada unidad adicional en educación financiera, la rentabilidad empresarial aumenta en promedio 1.0896 unidades. Este coeficiente es altamente significativo ($p < 0.001$).

Error estándar del coeficiente = 0.048

Indica la precisión de la estimación. Un valor bajo sugiere alta confiabilidad.

Estadístico t = 22.901

Evalúa si el coeficiente es significativamente diferente de cero. Un valor alto indica un efecto real.

Intervalo de confianza (95%) $\approx [0.996, 1.996]$

Con un 95% de confianza, el verdadero efecto de la educación financiera sobre la rentabilidad se encuentra en este rango.

Omnibus = 21.998, Jarque-Bera = 26.239, $p < 0.001$

Los residuos no siguen perfectamente una distribución normal, lo que puede afectar algunas inferencias.

Skewness = -2.105, Kurtosis = 2.667

Indican ligera asimetría y curtosis moderada en la distribución de los residuos.

Durbin-Watson = 1.923

Valor cercano a 2, lo que indica ausencia de autocorrelación significativa en los residuos.

AIC = 234.1 y BIC = 240.7

Criterios de información que permiten comparar modelos. Valores bajos indican mejor ajuste.

Los resultados del Modelo 1 permiten inferir que la educación financiera ejerce un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la rentabilidad empresarial. El coeficiente estimado indica que, por cada incremento en el nivel de educación financiera, la rentabilidad empresarial aumenta en promedio, lo que respalda la hipótesis de que la formación financiera contribuye a mejorar la gestión y el desempeño económico de las empresas.

El elevado valor de R^2 (71.9%) refleja que el modelo explica gran parte de la variabilidad en la rentabilidad, lo que sugiere un buen ajuste. Asimismo, la significancia global del modelo, confirmada por el estadístico F y su probabilidad asociada, refuerza la solidez de la relación planteada. Aunque se detectaron ligeras desviaciones respecto a la normalidad de los residuos, estas no invalidan la interpretación principal, dado que no se observó autocorrelación significativa.

En síntesis, se concluye que la educación financiera es un factor determinante para incrementar la rentabilidad empresarial, lo que justifica la implementación de programas de capacitación financiera como estrategia para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de las empresas.

Modelo 2: Crecimiento empresarial ~ Educación financiera

El segundo modelo econométrico se orienta a examinar la relación entre la educación financiera y el crecimiento empresarial, partiendo de la premisa de que una mayor formación financiera puede facilitar la toma de decisiones estratégicas que impulsen la expansión de las empresas. Este análisis busca determinar si el nivel de educación financiera constituye un factor relevante para explicar el crecimiento, lo cual es fundamental para diseñar políticas de capacitación que fomenten la sostenibilidad y competitividad empresarial.

Para este modelo se utilizó una muestra aleatoria compuesta por 65 observaciones, extraídas de la base de datos original. La variable dependiente corresponde al crecimiento empresarial, mientras que la variable independiente es el nivel de educación financiera. El modelo se estimó mediante el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS), bajo los supuestos clásicos de linealidad, independencia y homocedasticidad, con el objetivo de obtener estimadores insesgados y consistentes.

Figura 28

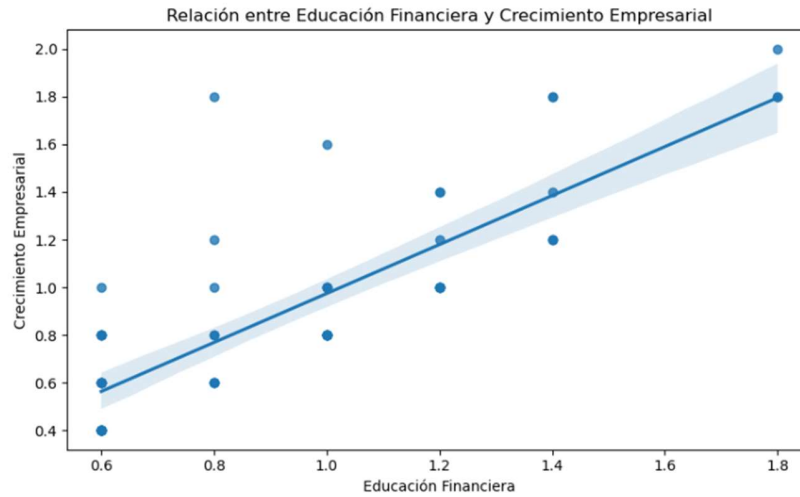
Resultados del modelo 2: crecimiento empresarial en función de la educación financiera

```
Modelo 2: Crecimiento Empresarial ~ Educación Financiera
OLS Regression Results
=====
Dep. Variable:      Crecimiento Empresarial      R-squared:      0.671
Model:              OLS                        Adj. R-squared: 0.665
Method:             Least Squares             F-statistic:    128.3
Date:               Tue, 21 Oct 2025             Prob (F-statistic): 7.74e-17
Time:               15:37:23                    Log-Likelihood: 1.2228
No. Observations:  65                          AIC:            1.554
Df Residuals:      63                          BIC:            5.903
Df Model:          1
Covariance Type:   nonrobust
=====
                    coef      std err          t      P>|t|      [0.025      0.975]
-----+-----
const              -0.0521     0.089      -0.585     0.560     -0.230     0.126
Educación Financiera  1.0264     0.091     11.327     0.000     0.845     1.207
=====
Omnibus:           35.840      Durbin-Watson:    1.979
Prob(Omnibus):     0.000      Jarque-Bera (JB): 81.455
Skew:              1.819      Prob(JB):         2.05e-18
Kurtosis:          7.105      Cond. No.         5.78
=====
```

Nota. La figura presenta los resultados de la estimación econométrica mediante el método de Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS), donde la variable dependiente es el crecimiento empresarial y la variable independiente corresponde al nivel de educación financiera. El análisis se realizó con una muestra aleatoria de 65 observaciones, bajo los supuestos clásicos de la regresión lineal.

Figura 29

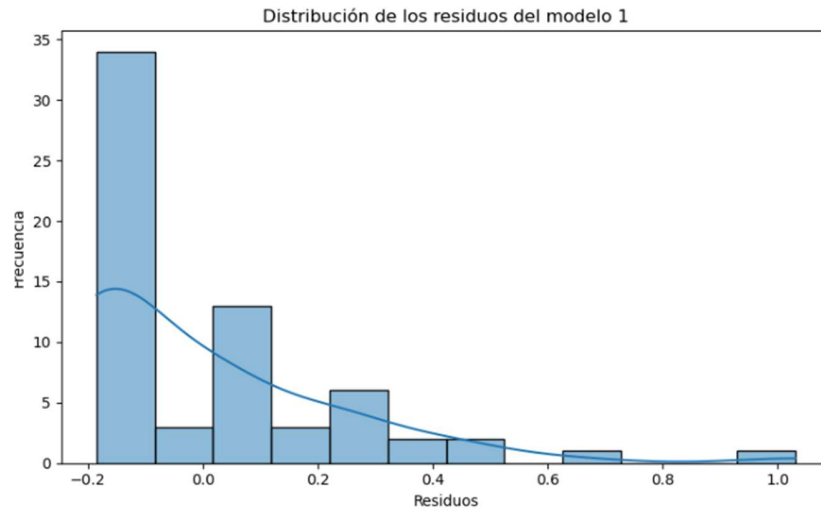
Relación entre educación financiera y crecimiento empresarial



Nota. La figura ilustra la asociación entre el nivel de educación financiera y el crecimiento empresarial, mostrando una tendencia positiva en la dispersión de los datos. La línea de ajuste corresponde a la estimación por regresión lineal simple, indicando que, a mayor educación financiera, se observa un incremento en el crecimiento empresarial. El análisis se realizó con una muestra aleatoria de 65 observaciones.

Figura 30

Distribución de los residuos del modelo 2.



Nota. La figura presenta la distribución de los residuos obtenidos en la estimación del Modelo 2 mediante el método OLS. El histograma permite evaluar la normalidad de los errores, uno de los supuestos fundamentales de la regresión lineal. Se observa una concentración hacia valores negativos y una cola hacia la derecha, lo que indica una desviación respecto a la normalidad, aspecto que debe considerarse en la interpretación del modelo.

Resultado Modelo 2: Crecimiento Empresarial ~ Educación Financiera

R-cuadrado (R^2) = 0.671

El modelo explica el 67.1% de la variabilidad observada en el crecimiento empresarial. Este valor indica un buen ajuste, aunque ligeramente menor que el del Modelo 1.

R-cuadrado ajustado = 0.665

Corrige el R^2 considerando el número de variables independientes. La diferencia mínima entre ambos indica que el modelo no está sobre ajustado.

Estadístico F = 128.3

Evalúa la significancia global del modelo. Un valor elevado indica que la variable educación financiera contribuye significativamente a explicar el crecimiento empresarial.

Probabilidad asociada al estadístico F = $7.74e-17$

Valor p extremadamente bajo (< 0.001) que confirma la significancia estadística del modelo.

Coefficiente de la constante (intercepto) = -0.0521

Representa el crecimiento esperado cuando el nivel de educación financiera es cero. No es estadísticamente significativo ($p = 0.560$).

Coefficiente de Educación Financiera = 1.0264

Por cada unidad adicional en educación financiera, el crecimiento empresarial aumenta en promedio 1.0264 unidades. Este coeficiente es altamente significativo ($p < 0.001$).

Error estándar del coeficiente = 0.091

Indica la precisión de la estimación. Un valor bajo sugiere alta confiabilidad.

Estadístico t = 11.327

Evalúa si el coeficiente es significativamente diferente de cero. Un valor alto indica un efecto real.

Intervalo de confianza (95%) $\approx [0.845, 1.207]$

Con un 95% de confianza, el verdadero efecto de la educación financiera sobre el crecimiento se encuentra en este rango.

Omnibus = 35.840 , Jarque-Bera = 81.455 , $p < 0.001$

Los residuos no siguen perfectamente una distribución normal, lo que puede afectar algunas inferencias.

Skewness = 1.819 , Kurtosis = 7.105

Indican asimetría positiva y curtosis elevada, lo que sugiere una distribución sesgada y con colas más pesadas.

Durbin-Watson = 1.979

Valor cercano a 2, lo que indica ausencia de autocorrelación significativa en los residuos.

AIC = 1.554 y BIC = 5.903

Criterios de información que permiten comparar modelos. Valores bajos indican mejor ajuste relativo.

Los resultados del modelo 2 permiten inferir que la educación financiera tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre el crecimiento empresarial. El coeficiente estimado indica que, por cada incremento en el nivel de educación financiera, el crecimiento empresarial aumenta en promedio, lo que respalda la hipótesis de que la formación financiera contribuye a la expansión y sostenibilidad de las empresas.

El valor de R^2 (67.1%) refleja que el modelo explica una proporción considerable de la variabilidad en el crecimiento, lo que sugiere un buen ajuste. La significancia global del modelo, confirmada por el estadístico F y su probabilidad asociada, refuerza la solidez de la relación planteada. Sin embargo, se detectaron desviaciones importantes respecto a la normalidad de los residuos, lo que debe considerarse en análisis posteriores.

En síntesis, se concluye que la educación financiera es un factor clave para impulsar el crecimiento empresarial, lo que justifica la implementación de programas de capacitación financiera como estrategia para fomentar la competitividad y sostenibilidad en el largo plazo.

Propuesta a raíz de modelo econométrico

Esta propuesta busca impulsar la educación financiera como motor de desarrollo económico en el sector manufactura de prendas en Latinoamérica. Basada en evidencia empírica que demuestra su impacto positivo en la rentabilidad y el crecimiento empresarial, se plantean cuatro ejes estratégicos:

- Diseño de programas de capacitación financiera dirigidos a emprendedores

La evidencia empírica demuestra que la educación financiera tiene un impacto significativo en la rentabilidad y el crecimiento empresarial. Por ende, se propone desarrollar programas de formación financiera específicamente diseñados para emprendedores del sector manufactura de prendas en Latinoamérica. Estos deben ser:

- Contextualizados: Adaptados a las realidades económicas, culturales y operativas del sector, considerando el perfil de los emprendedores (microempresas, negocios familiares, emprendimientos informales).
- Modulares y progresivos: Estructurados en niveles (básico, intermedio, avanzado) que permitan una progresión gradual en el aprendizaje, desde conceptos fundamentales hasta herramientas de análisis financiero.

- Prácticos y aplicables: Enfocados en casos reales, simulaciones empresariales, y ejercicios que permitan aplicar los conocimientos directamente en la gestión del negocio.

Temáticas clave por incluir:

- Elaboración y análisis de estados financieros.
- Gestión del flujo de caja y control presupuestario.
- Evaluación de proyectos de inversión.
- Estrategias de financiamiento y negociación con entidades financieras.
- Indicadores de desempeño financiero y toma de decisiones.

Además, se recomienda que los programas incluyan certificaciones que validen las competencias adquiridas, lo cual puede mejorar el acceso a financiamiento y fortalecer la credibilidad del emprendedor ante socios y clientes.

- Integración de herramientas digitales en los procesos de formación

Para maximizar el alcance y efectividad de los programas de capacitación, se propone la incorporación de tecnologías digitales que faciliten el acceso, personalización y seguimiento del aprendizaje. Estas incluyen:

- Plataformas virtuales de aprendizaje: Espacios interactivos donde los emprendedores puedan acceder a contenidos multimedia, realizar evaluaciones, participar en foros y recibir retroalimentación.
- Simuladores financieros: Herramientas que permitan experimentar escenarios de gestión empresarial, evaluar decisiones y observar sus impactos en indicadores clave como rentabilidad y liquidez.
- Aplicaciones móviles: Apps que ofrezcan funcionalidades como registro de ingresos y gastos, generación de reportes financieros, recordatorios de pagos, y acceso a micro contenidos educativos.
- Dashboards personalizados: Interfaces que muestren el progreso del emprendedor en el programa, sus fortalezas y áreas de mejora, y recomendaciones de contenido adicional.

Estas herramientas deben ser accesibles, intuitivas y compatibles con dispositivos de bajo costo, considerando las limitaciones tecnológicas de algunos emprendedores. También, se sugiere incluir soporte técnico y tutoriales para facilitar su adopción.

- Establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones financieras y educativas

Para garantizar la sostenibilidad y escalabilidad de las iniciativas propuestas, se recomienda establecer alianzas con actores clave del ecosistema emprendedor. Estas alianzas pueden tener múltiples beneficios:

- Con instituciones financieras:
 - Diseño de productos financieros adaptados a emprendedores capacitados tales como microcréditos, líneas de financiamiento con tasas preferenciales.
 - Implementación de programas de mentoría financiera y asesoría personalizada.
 - Reconocimiento de la certificación en educación financiera como criterio para evaluación crediticia.
- Con universidades y centros de formación técnica:
 - Desarrollo conjunto de contenidos académicos y metodologías de enseñanza.
 - Participación de estudiantes y docentes en proyectos de extensión, investigación aplicada y acompañamiento empresarial.
 - Validación académica de los programas y posibilidad de articulación con carreras técnicas o universitarias.
- Con organismos multilaterales, ONGs y gobiernos locales:
 - Obtención de financiamiento para la implementación de programas en comunidades vulnerables.
 - Promoción de políticas públicas que incentiven la educación financiera como herramienta de desarrollo económico.

- Generación de redes de apoyo y espacios colaborativos para el intercambio de experiencias entre emprendedores.

Estas alianzas deben formalizarse mediante convenios de cooperación, con objetivos claros, indicadores de impacto y mecanismos de seguimiento que aseguren la efectividad de las acciones implementadas.

- Promoción de contenidos educativos gratuitos a través del canal de Gonzalo de Souza

Como parte de las estrategias para fortalecer la educación financiera entre emprendedores del sector manufactura de prendas en Latinoamérica, se propone aprovechar el canal de YouTube de Gonzalo de Souza, el cual ofrece contenidos educativos gratuitos enfocados en finanzas personales y empresariales. Este representa una herramienta accesible, dinámica y de bajo costo para la formación continua de emprendedores, especialmente aquellos que enfrentan barreras económicas o geográficas para acceder a educación formal.

- Características destacadas del canal:

- Accesibilidad universal: Los contenidos están disponibles de forma gratuita y en formato audiovisual, de manera que facilita el aprendizaje autónomo en cualquier momento y lugar.
- Enfoque práctico: Los videos abordan situaciones reales del entorno emprendedor, con ejemplos aplicables a la gestión financiera cotidiana.
- Actualización constante: El canal publica regularmente nuevos contenidos, lo que permite a los usuarios mantenerse al día con tendencias, herramientas y estrategias financieras.

Temáticas abordadas:

- Fundamentos de educación financiera.
- Elaboración de presupuestos personales y empresariales.
- Técnicas de ahorro e inversión.
- Gestión de deudas y planificación fiscal.
- Uso de herramientas digitales para el control financiero.
- Estrategias para mejorar la rentabilidad y el crecimiento empresarial.

Público objetivo y segmentación:

El canal puede ser aprovechado por distintos perfiles de emprendedores, según sus necesidades específicas:

- Emprendedores informales o en etapa inicial: Requieren contenidos introductorios sobre manejo del dinero, planificación básica y control de gastos.
- Microempresarios consolidados: Necesitan herramientas para optimizar la rentabilidad, acceder a financiamiento y escalar sus operaciones.
- Emprendedores jóvenes: Se benefician de contenidos dinámicos y digitales que les permitan desarrollar una mentalidad financiera desde edades tempranas.
- Emprendedores en zonas rurales o con baja conectividad: Pueden acceder a los contenidos mediante dispositivos móviles, incluso en formatos descargables para uso offline.

Propuesta de acción:

- Incorporar los contenidos del canal como complemento en los programas de capacitación formal, mediante rutas de aprendizaje virtual.
- Establecer una colaboración directa con Gonzalo de Souza para desarrollar series temáticas específicas para el sector manufactura de prendas.
- Difundir el canal en redes de emprendedores, asociaciones y plataformas educativas para promover su uso como recurso de autoformación.

Referencias Bibliográficas

- AcademiaLab. (2024). *Mínimos cuadrados ordinarios*. <https://academia-lab.com/enciclopedia/minimos-cuadrados-ordinarios/>
- Aguilar Esteva, A. (s.f.). *Notas de Microeconomía Aplicada*. Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM). <https://bookdown.org/vielzrz/notasmicro/>
- Alianza para la Inclusión Financiera. (2024). La educación financiera en América Latina y el Caribe (V.2). https://www.afi-global.org/wp-content/uploads/2024/09/Financial-Education-in-Latin-America-and-the-Caribbean-v.2_SP_hv.pdf
- Amasifuen Espinoza, A. (2020). *La educación financiera y el desarrollo de las microempresas, clientes de la Caja Piura SAC - Provincia de Tocache, San Martín* [Tesis de grado, Universidad Nacional Agraria de la Selva]. Repositorio de la Universidad Nacional Agraria de la Selva. <https://repositorio.unas.edu.pe/server/api/core/bitstreams/237d3e2b-8637-49bb-8dad-58e58eaa6b5c/content>
- Aracil, E., y Díaz Aguiluz, E. (2022). *Fomentando la igualdad de oportunidades: El rol de la educación financiera en la consecución del ODS 10 'Reducción de las desigualdades'*. Universidad Pontificia Comillas. https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/74271/2022925205243965_Caixabank-Comillas_%20fin%20literacy-inequalities%20report062722_mkting.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias Camacho, A. M. y Ramírez Mayorga, J. R. (2022). *Efectos de la educación financiera en adultos de 21 a 24 años del distrito San Rafael Arriba, durante el segundo semestre 2021* [Tesis de grado, Universidad Internacional de las Américas]. Repositorio de la Universidad Internacional de las Américas. <http://repositorio.uia.ac.cr/items/c22cbdc5-2860-4fc1-9352-dbb183e6f374>
- Artavia Salazar, M. (2020). *Análisis de la empleabilidad de la educación financiera en pymes del cantón de Pococí durante tiempos de pandemia* [Tesis de grado, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología]. Repositorio de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología. <https://repositorio.ulacit.ac.cr/handle/20.500.14230/10809>

- Association LEA. (2020, abril 18). *La prueba F para el análisis de regresión*. Recuperado el 20 de octubre de 2025, de <https://assolea.org/es/la-prueba-f-para-el-an%C3%A1lisis-de-regresi%C3%B3n/>
- Atkinson, A. (2017). *Financial Education for MSMEs and Potential Entrepreneurs*. OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 43. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/bb2cd70c-en>
- Avanti Educación. (2025). Curso de emprendimiento textil. <https://www.avantieducacion.com/emprendimientotextil>
- Banco Mundial. (2025). *Financial Inclusion. Overview*. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>
- Barrantes, R. (2001). *Investigación un camino al conocimiento, un enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto*. EUNED.
- Barradas Martínez, M. del R., Rodríguez Lázaro, J., y Maya Espinoza, I. (2021). *Desempeño organizacional. Una revisión teórica de sus dimensiones y forma de medición*. Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, vol. 10, núm. 28, 2021. <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968301002/637968301002.pdf>
- Barrientos Gutiérrez, A. T., Briceño Leal, L. V., González Madrigal, E. G., Jiménez Sánchez, F. A., Jirón López, J. E., y Rojas Ramírez, M. F. (2022). *Propuesta de un sistema de control interno para optimizar los procesos de inventarios en la PYME Café Vista al Mar, San Ramón, Alajuela; basado en el marco integrado COSO 2013* [Tesis de grado, Universidad de Costa Rica]. Repositorio de la Universidad de Costa Rica. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/8b1591ab-6674-43fd-8607-bd6b8ae9c9d9>
- Cámara de Comercio de Málaga. (2023). *Ratios financieros en la empresa*. Máster en Dirección Financiera. <https://www.master-malaga.com/economia/ratios-economicos-empresa/>
- Carabali Moreno, Y. F. (2023). *Incidencia de la educación financiera y económica en el desarrollo de la cultura económica de los escolares de básica secundaria* [Tesis de Posgrado, Universidad Pedagógica Experimental Libertador]. Repositorio de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. <https://www.espacio.digital.upel.edu.ve/index.php/TD/article/view/781>

- Carpio Paz, N. (2021). *La educación financiera y el emprendimiento de estudiantes universitarios del quinto año de la Facultad de Ciencias Histórico Sociales en la Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa 2021* [Tesis de Posgrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio de la Universidad Católica de Santa María. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/f71d01b5-676c-4fce-adf5-62709992adae/content>
- Caruz Barzola, R., y Santos Blas, A. P. (2021). *El crecimiento empresarial y la rentabilidad en la empresa V&O Asesorías y Proyectos S.A.C. Lima, 2017-2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/91218>
- Castañeda Acuña, E. R., Sinforoso Martínez, S., y Ricárdez Jiménez, J. D. (2022). Alfabetización financiera elemento de competitividad empresarial: aproximación teórica-conceptual. *Revista Inclusiones: Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 9(2), 403-421. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/3265>
- Cerón Islas, A., Perea de la Fuente, M. A., y Figueroa Vélazquez, J. G. (2020). *Métodos empíricos de la investigación parte 1*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Instituto de Ciencias Económico Administrativas. <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/19611/metodos-empiricos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2025). Superar las trampas del desarrollo en América Latina y el Caribe en la era digital. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/e4ca636c-2b8a-4138-8c62-b685540d9b99/content>
- Cunha, António, et al. (2024). *Econometric Advances in the Estimation of Housing Price Determinants*. <https://papers.academic-conferences.org/index.php/ecrm/article/view/2393/2205>
- Di Noia, C. (2025). *Empowering young people in the digital financial age: The role of financial literacy*. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) https://www.oecd.org/en/blogs/2025/03/the-role-of-financial-literacy.html?utm_source

- Dután Loja, A. y Ormaza Andrade, J. (2022). Estrategias de crecimiento empresarial para la empresa Roads Networks de la ciudad de Cuenca, Ecuador. *FIPCAEC (Cuenca)*, 7(1), 40-54. <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/download/506/887/>
- Editorialge Spanish Desk. (2025). *7 tendencias Clave en el Sector de Fabricación de Ropa en América Latina*. <https://es.editorialge.com/tendencias-manufactura-textil-latinoamerica/>
- Espino-Barranco, L. E., Hernández-Calzada, M. A., y Pérez-Hernández, C. C. (2021). Educación financiera en el ecosistema emprendedor. *Investigación Administrativa*, 50(128), 1–19. Instituto Politécnico Nacional. <https://www.redalyc.org/journal/4560/456067615002/html/redalyc.org>
- Eyzaguirre Rejas, C. (2022). *Educación financiera y cumplimiento de obligaciones tributarias de los abogados colegiados de la ciudad de Tacna en el año 2020* [Tesis de grado, Universidad Privada de Tacna]. Repositorio de la Universidad Privada de Tacna. <http://161.132.207.135/handle/20.500.12969/2308>
- Finanzas en Sociedad. (2023). *El papel de la educación financiera en el desarrollo económico*. <https://www.finanzasensociedad.com/noticias/papel-de-la-educacion-financiera-en-desarrollo-economico>
- Fresno, C. (2019). Metodología de la investigación: así de fácil. El Cid Editor. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/98278>
- Frías-Navarro, D. (2022). Apuntes de estimación de la fiabilidad de consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. Universidad de Valencia. España. Disponible en: <https://www.uv.es/friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- Gamboa Ramón, K. (2018). *Propuesta de un modelo para el diagnóstico de la gestión financiera de una empresa de educación continua con el fin de determinar la viabilidad de fuentes de financiamiento para el mejoramiento de sus operaciones* [Tesis de Posgrado, Universidad de Costa Rica]. Repositorio de la Universidad de Costa Rica. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/e9104c4a-70d8-49e2-9e67-501c4dfc4ac1>
- García Santos, N. (2021). *Cultura financiera y su incidencia en la rentabilidad de las MYPES de prendas de vestir de Gamarra, La Victoria, 2020* [Tesis de grado, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/81093>].

- Gómez-Mejía, A. (2020). Modelo de máxima verosimilitud. *Libre Empresa*, 17(2), p.121-138.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8109683>
- González Pérez, F. C. (2022). El camino comprensivo en la investigación educativa: reflexiones dentro de la fenomenología hermenéutica. *Revista Franz Tamayo*, 4(10), 103–115. <https://www.redalyc.org/pdf/7605/760579087008.pdf>
- González Tejadilla, S. (2023). *El efecto de la educación financiera en el bienestar financiero de los individuos en México de 2012 a 2020* [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México]. Repositorio de la Universidad Nacional Autónoma de México. <https://ru.dgb.unam.mx/handle/20.500.14330/TES01000849582>
- Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R., y Arias, J. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., y Baptista Lucio, P. (2023). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill. <https://drive.google.com/file/d/1Fjufmi0oGY4Zs8EajFiAJYNT2qoecH4k/view>
- Hernández, Roque, R. (2022). La enseñanza de la estadística para la investigación: algunas recomendaciones reflexionadas desde la praxis. *Revista Educación*, 46(2). Universidad de Costa Rica. <https://redalyc.org/journal/440/44070055017/44070055017.pdf>
- Quinde-Guamán, J. G., Orellana-Pinos, G. J., y Romero-Galarza, K. A. (2022). Análisis de la rentabilidad económica y financiera de las empresas de transporte terrestre de carga en Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 28(E-5). <https://doi.org/10.17163/abyaups.65.503>
- Kantis, H., y Angelelli, P. (2020). *Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: Impactos, necesidades y recomendaciones*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://publications.iadb.org/es/los-ecosistemas-de-emprendimiento-de-america-latina-y-el-caribe-frente-al-covid-19-impactos-necesidades-y-recomendaciones>
- Kaya, G., Aydın, U., y Ülengin, B. (2023). *A Comparison of Forecasting Performance of PPML and OLS estimators: The Gravity Model in the Air Cargo Market*. *EKOIST Journal of Econometrics and Statistics*, 39, 112-128.

Ley N.º 8262, *Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas* (02 de mayo del 2002).

https://pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=48533&nValor3=0&strTipM=TC

Macías-Lozano, H. A., y Estefano-Almeida, M. A. (2022). Costos de producción y su incidencia en la rentabilidad, en industriales textiles de la ciudad de Guayaquil. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 7(11), 1064-1077.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9263494>

Matasol Córdova, K. (2020). *Impacto de la educación financiera en la gestión de tarjetas de crédito por parte de jóvenes colaboradores de empresas multinacionales, 2020* [Tesis de grado, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología]. Repositorio de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.

<https://repositorio.ulacit.ac.cr/handle/20.500.14230/10796>

Matemáticas.cl. (2024). *Comparación de resultados de PISA 2022 en matemáticas: Chile y América Latina*. <https://matematicas.cl/comparacion-de-resultados-de-pisa-2022-en-matematicas-chile-y-america-del-latina/>

Medina Pulido, M. A. (2022). El emprendimiento y valor social desde la industria textil. *Episteme. Revista De divulgación En Estudios Socioterritoriales*, 14(2), 42–49.

<https://doi.org/10.15332/27113833.8375>

Mejía, D. (2020). *Financial literacy must consider gender differences*. Corporación Andina de Fomento (CAF). <https://www.caf.com/en/blog/financial-literacy-must-consider-gender-differences/>

Medrano Rojas, K. (2020). *Fintech: la revolución tecnológica y su impacto en las PYMES en el Cantón de Pococí* [Tesis de grado, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología]. Repositorio de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología.

<https://repositorio.ulacit.ac.cr/handle/20.500.14230/10810>

Mejía, D. (2021). *¿Cómo están la inclusión y educación financiera en América Latina?*. Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe. [https://www.caf.com/es/blog/como-estan-la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina/#:~:text=Ha%20trabajado%20en%20diversos%20proyectos%20de%20inclusi%C3%](https://www.caf.com/es/blog/como-estan-la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina/#:~:text=Ha%20trabajado%20en%20diversos%20proyectos%20de%20inclusi%C3%9a)

[B3n%20y.de%20estrategias%20nacionales%20de%20includi%C3%B3n%20y%20educaci%C3%B3n%20financiera](#)

- Merino González, E. L. (2023). Factores que influyen en la educación financiera de los jóvenes de Celaya, Guanajuato, México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas (REMEF): Nueva Época*, 18(3), e890. <https://doi.org/10.21919/remef.v18i3.890>
- Meza, A., y Guachamín, M. (2022). Determinantes que impulsan la educación financiera en Ecuador. *Revista Cuestiones Económicas*, 32(2), 31-57. <https://doi.org/10.47550/RCE/32.2.2>
- Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. (2021). *Definición y caracterización de los vectores de empleo informal en Costa Rica*. https://www.mtss.go.cr/elministerio/estructura/direccion-planificacion/documentos/vectores_IV_2020.pdf
- Mibanco. (2025). Mibanco apuesta por la educación financiera para cerrar brechas de inclusión. <https://microfinanzas.pe/mibanco-apuesta-por-la-educacion-financiera-para-cerrar-brechas-de-inclusion-500-mil-emprendedores-seran-capacitados-en-2025/>
- Monterrosa Detrinidad, F. (2022). *Estudio sobre las dinámicas socioculturales del endeudamiento personal con créditos de consumo en Costa Rica* [Tesis de grado, Universidad de Costa Rica]. Repositorio de la Universidad de Costa Rica. <https://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr/items/cb9deecd-f5ec-4b42-9f45-cce310f7eca6>
- Morán Moreira, M. (2020). *Educación financiera y tributaria en emprendimientos del cantón Quinindé* [Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador]. Repositorio de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.puce.edu.ec/items/39e2b944-f4cd-4ee8-9af8-e7353efbd5ba>
- Monroy, M. y Nava, N. (2018). *Metodología de la Investigación*. Lapslázuli ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/172512>
- Observatorio Nacional de Tecnología y Sociedad. (2024). *Informe de digitalización de las pymes 2024*. <https://www.ontsi.es/sites/ontsi/files/2024-12/informedigitalizacionpymes-analisiscomparado2024.pdf>
- Organización Internacional del Trabajo. (2023). *Educación financiera*. <https://www.ilo.org/es/resource/training-material/educacion-financiera>

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (s.f.). *Financial Education*.
<https://www.oecd.org/en/topics/financial-education.html>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2020). *Financing SMEs and Entrepreneurs 2020: An OECD Scoreboard*. https://www.oecd.org/en/publications/financing-smes-and-entrepreneurs-2020_061fe03d-en.html
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, y Corporación Andina de Fomento. (2020). *Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina y el Caribe: retos de implementación*.
https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1605/Estrategias-nacionales-de-inclusi%C3%B3n-y-educaci%C3%B3n-financiera-en-Am%C3%A9rica-Latina-y-el-Caribe.pdf?sequence=1%26isAllowed%3Dy&utm_source
- Palacios-Cruz, L., Pérez, M., Rivas-Ruiz, R., y Talavera, J. O. (2021). *Del juicio clínico al modelo de regresión lineal*. *Revista Médica del Instituto Mexicano del Seguro Social*, 51(6), 656–661. <https://www.redalyc.org/pdf/4577/457745492012.pdf>
- Paredes Montero, J. M. (2025). Educación financiera como herramienta clave para la sostenibilidad de los emprendimientos. *Prisma Journal*, 1(1), 47-55.
<https://doi.org/10.63803/prisma.v1n1.05>
- Parra Quintero, D. P., y Moreno Salazar, F. (2021). Tecnologías de la Información y Crecimiento Empresarial. *Tecnura*, 25(70), 1-13. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9999608.pdf>
- Pérez Castañeda, S. S., Sauza Avila, B., Cruz Ramírez, D., y Lechuga Canto, C. B. (2024). Estudio de la Rentabilidad Empresarial en Latinoamérica Una Aproximación Bibliométrica. *Ciencia Latina: Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 1433-1453.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9530
- Pérez Gómez, A.V. (2012). La etnografía como método integrativo. *Revista Colombiana de Psiquiatría* 41(2), 421-428. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80624462006>
- Pymes.cr. (2023). *Todo lo que necesitas saber sobre las PYMES*. Recuperado de <https://pymes.cr/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-las-pymes/>.
- Revista Cabal. (2024). YouTube como herramienta educativa.
<https://www.revistacabal.coop/tecnologia/youtube-como-herramienta-educativa>

- Roca-Fernández, C., y Mullor, M. (2024). *Contraste o prueba de hipótesis e introducción al análisis de regresión lineal o ajuste de mínimos cuadrados. Notas para doctorandos*. Revista Internacional de Métodos Cuantitativos e Investigación Científica, 11(21). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9695403>
- Rodríguez Sánchez, A., García García, C., Salmerón Gómez, R., y García García, C. B. (2020). El coeficiente de determinación en la regresión cresta. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, Universidad de Granada. <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=c0ddbc99833660371168c888dd15fd022289a033a73ae87cf5ee84e8c88d8eb8JmltdHM9MTc2MDkxODQwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=23fcb184-7f22-695c-2741-a4217e4168c6&psq=El+coeficiente+de+determinaci%3%b3n+en+la+regresi%3%b3n+cresta.+Revista+de+M%3%a9todos+Cuantitativos+para+la+Econom%3%ada+y+la+Empresa&u=a+laHR0cHM6Ly9kaWFsbmV0LnVuaXJpb2phLmVzL2Rlc2NhcmdhL2FydGljdWxvLzY2NDEwNzUucGRm>
- Salas-Muentes, N. D., y Zambrano-Zambrano, E. J. (2025). Gestión financiera y su incidencia en la rentabilidad de microempresas comerciales manabitas. Ecuador. *Gestio et Productio. Revista Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 7(12). <https://doi.org/10.35381/gep.v7i12.202>
- Sánchez Dávila (2023). The impact of economic and social expenditure on poverty reduction. Panel var analysis for some Latin American countries 2000-2019). *Investigación económica*, 82(324), 51-71. <http://dx.doi.org/10.22201/fe.01851667p.2023.324.82168>
- Sarasola, J. (2025). Investigación nomotética. *Ikusmira*. <https://ikusmira.org/p/investigacion-nomotetica/>
- Social Blade. (2025). Gonzalo De Souza YouTube Statistics. <https://socialblade.com/youtube/handle/gonzalodesouza>
- Statistics How To. (s.f.). *Durbin Watson Test & Test Statistic*. Recuperado de <https://www.statisticshowto.com/durbin-watson-test-coefficient/>
- Streiner, D. L. y Norman, G. R. (2003). *Health measurement scales: a practical guide to their development and use*. (3rd ed.). Oxford University Press.
- Tarrillo Saldaña, O., Mejía Huamán, J., Dávila Mego, J. S., Pintado Castillo, C. A., Tapia Idrogo, C. E., Chilón Camacho, W. M., y Vélez Escobar, S. B. (2024). *Metodología de la investigación:*

una mirada global. Ejemplos prácticos. Biblioteca Ciencia Latina. <https://biblioteca.ciencialatina.org/wp-content/uploads/2024/07/Metodologia-de-la-investigacion-una-mirada-global.pdf>

TheGlobalEconomy.com. (2023). *Share of manufacturing (% of GDP)*. https://www.theglobaleconomy.com/rankings/Share_of_manufacturing/Latin-Am/?utm_source

Tisalema Vargas, K. (2020). *Financiación y crecimiento empresarial del sector de fabricación de prendas de vestir de Ambato* [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/325b15e3-cd26-4f7f-b8bd-7fb70472684d>

Trejos-Salazar, D. F., Osorio-Correa, S. L., Corrales-Marín, L. V., y Duque, P. (2021). Toma de decisiones financieras: perspectivas de investigación. *Revista de Ingenierías Interfaces*, 4(1), 1–22. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8661426.pdf>

Trejo Sánchez, K. (2021). *Fundamentos de metodología para la realización de trabajos de investigación*. Editorial Parmenia. <https://elibro.net/es/ereader/bibliouia/183470>

Villalba Suárez, C. S., Verdezoto Jácome, D. J., Oña Sinchiguano, B. E., & Reyes Armas, R. A. (2024). Resiliencia financiera en tiempos de crisis del sector textil ecuatoriano: un estudio de liquidez y rentabilidad entre los años 2016-2022. *Runas. Journal of Education and Culture*, 5(9). <https://doi.org/10.46652/runas.v5i9.173>

Vizcaíno Zúñiga, P. I., Cedeño Cedeño, R. J., y Maldonado Palacios, I. A. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina* 7(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658

YouTube. (2025). Gonzalo De Souza - Canal oficial. <https://www.youtube.com/@GonzaloDeSouza>

Zamora González, M. V. (2022). Acceso de las micro, pequeñas y medianas empresas a financiamiento por medio de los mercados de valores en Costa Rica. *Derecho en Sociedad*, 16 (1), 44–63. <https://revistas.ulacit.ac.cr/index.php/derecho-en-sociedad/article/view/54/44>

Nature Research Intelligence. (2023). *Econometrics*. Nature Portfolio. Recuperado de <https://www.nature.com/research-intelligence/nri-topic-summaries/econometrics-for-12-3802>

APÉNDICES

Cuestionario

Análisis del Impacto de la Educación Financiera en la Rentabilidad y el Crecimiento de los Emprendedores en el Sector de Manufactura de Prendas en Latinoamérica durante el Segundo Cuatrimestre del 2025 y Propuesta de Estrategias para Mejorar el Desempeño Empresarial

Buenas tardes, estimado entrevistado. Primeramente, le agradezco sinceramente por acceder a participar en esta entrevista. Como usted ya bien sabe, soy estudiante de la Universidad Internacional de las Américas.

El objetivo de esta investigación es obtener información para analizar el impacto que tiene la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Asimismo, se busca proponer estrategias que contribuyan a mejorar el desempeño empresarial en este sector.

En caso de requerir contactarse conmigo, puede hacerlo a través de mi correo electrónico: caleb.segreda123@gmail.com

Consentimiento informado

Antes de comenzar, quisiera informarle que:

- Su participación en esta encuesta es voluntaria y completamente anónima.
- La información que usted suministre será utilizada únicamente para fines de esta investigación.
- No se requiere información de datos personales.
- Usted puede retirarse de la encuesta en el momento que lo considere conveniente.
- Esta encuesta no representa ningún tipo de riesgo para usted.

¡Muchas gracias!

Parte 1: Información Demográfica

1. Edad: Menor de 17 años de 18 a 30 años de 31 a 43 años de 44 a 56 años
 Mayor o igual a 57 años
2. Género: Masculino Femenino

3. Región de Residencia Edad:

América del Norte (México)

América Central (Guatemala, Belice, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica o Panamá)

Caribe (Cuba, República Dominicana, Puerto Rico o Haití)

América del Sur (Región Andina: Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú o Bolivia)

América del Sur (Cono Sur: Chile, Argentina, Uruguay o Paraguay)

Brasil

Otro:

4. Nivel educativo alcanzado:

Primaria Secundaria Técnico Universitario Posgrado

5. Años de experiencia como emprendedor:

0 a 3 años 4 a 7 años 8 a 11 años 12 a 15 años Más de 16 años

6. Tamaño de la empresa (número de empleados):

Menos de 10 empleados Entre 11 y 50 empleados Entre 51 y 250 empleados

Más de 251 empleados

Parte 2: Educación Financiera

1. ¿Ha recibido formación en temas financieros?

Sí No

2. ¿Con qué frecuencia utiliza herramientas como presupuestos, balances o flujos de caja?

1 Nunca 2 Rara vez 3 A veces 4 Frecuentemente 5 Siempre

3. ¿Qué tan familiarizado está con conceptos como tasa de interés, inflación o retorno de inversión?

1 Nada 2 Poco 3 Moderadamente 4 Mucho 5 Totalmente

4. ¿Considera que su nivel de educación financiera ha influido en la toma de decisiones empresariales?

1 Nada 2 Poco 3 Moderadamente 4 Mucho 5 Totalmente

5. ¿Ha participado en capacitaciones o talleres de educación financiera en los últimos 12 meses?

Sí No

Parte 3: Rentabilidad

1. ¿Cuál ha sido el margen de ganancia promedio de su negocio en el último año?

Menor o igual al 10% Entre el 11% y 20% Entre 21% y 30% Entre 31% y 40% Mayor o igual a 41%

2. ¿Ha logrado aumentar sus utilidades netas en los últimos 12 meses?

Sí No

3. ¿Qué porcentaje de sus ingresos proviene de productos con alto margen de ganancia?

Menor o igual al 25% Entre el 26% y el 50% Entre el 51% y 75% Mayor o Igual al 75%

4. ¿Con qué frecuencia revisa los indicadores financieros de su negocio?

1. Semanalmente 2. Mensualmente 3. Trimestralmente 4. Cuatrimestralmente 5. Semestralmente 6. Anualmente 7. Nunca

5. ¿Considera que su rentabilidad ha mejorado gracias a una mejor gestión financiera?

1 Nada 2 Poco 3 Moderadamente 4 Mucho 5 Totalmente

Parte 4: Crecimiento

1. ¿Cuál ha sido el crecimiento de sus ingresos en el último año?

No he tenido ingresos positivos Entre el 0% y el 15% Entre el 16% y el 30% Entre el 31% y el 45% Superior o igual al 46%

2. ¿Ha expandido su línea de productos o servicios en los últimos 12 meses?

Sí No

3. ¿Ha contratado nuevo personal en el último año?

Sí No

4. ¿Ha invertido en maquinaria, tecnología o infraestructura recientemente?
- Sí No
5. ¿Considera que su empresa está en una etapa de crecimiento sostenido?
- 1 Nada 2 Poco 3 Moderadamente 4 Mucho 5 Totalmente

Entrevista

Análisis del Impacto de la Educación Financiera en la Rentabilidad y el Crecimiento de los Emprendedores en el Sector de Manufactura de Prendas en Latinoamérica durante el Segundo Cuatrimestre del 2025 y Propuesta de Estrategias para Mejorar el Desempeño Empresarial

Buenas tardes, estimado entrevistado. Primeramente, le agradezco sinceramente por acceder a participar en esta entrevista. Como usted ya bien sabe, soy estudiante de la Universidad Internacional de las Américas.

El objetivo de esta investigación es obtener información para analizar el impacto que tiene la educación financiera en la rentabilidad y el crecimiento de los emprendedores del sector de manufactura de prendas en Latinoamérica, durante el segundo cuatrimestre del año 2025. Asimismo, se busca proponer estrategias que contribuyan a mejorar el desempeño empresarial en este sector.

En caso de requerir contactarse conmigo, puede hacerlo a través de mi correo electrónico: caleb.segreda123@gmail.com

Consentimiento informado

Antes de comenzar, quisiera informarle que:

- Su participación en esta entrevista es voluntaria y completamente anónima.
- La información que usted suministre será utilizada únicamente para fines de esta investigación.
- No se requiere información de datos personales.
- Usted puede retirarse de la entrevista en el momento que lo considere conveniente.
- Esta entrevista no representa ningún tipo de riesgo para usted.

¡Muchas gracias!

Bloque 1: Información General

- ¿Podría contarme brevemente sobre su emprendimiento?
- ¿Cuántos años lleva operando y cuántas personas trabajan con usted?

Bloque 2: Educación Financiera

- ¿Cómo aprendió a manejar las finanzas de su negocio?

- ¿Qué herramientas financieras utiliza regularmente?
- ¿Ha recibido alguna capacitación formal en finanzas?
- ¿Cómo evalúa su nivel de conocimiento financiero actualmente?
- ¿Qué impacto cree que ha tenido su educación financiera en la toma de decisiones empresariales?

Bloque 3: Rentabilidad

- ¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de su negocio en el último año?
- ¿Qué estrategias ha implementado para mejorar sus márgenes de ganancia?
- ¿Cómo monitorea los resultados financieros de su empresa?
- ¿Qué relación observa entre su conocimiento financiero y los resultados económicos?
- ¿Qué desafíos enfrenta para mantener o mejorar la rentabilidad?

Bloque 4: Crecimiento

- ¿Ha experimentado crecimiento en ventas, personal o infraestructura recientemente?
- ¿Qué factores han impulsado ese crecimiento?
- ¿Qué papel ha jugado la gestión financiera en ese proceso?
- ¿Tiene planes de expansión a corto o mediano plazo?
- ¿Qué apoyo considera necesario para seguir creciendo?

Anexo 1

¿Podría contarme brevemente sobre su emprendimiento?

Mi emprendimiento es de confección de ropa deportiva. Empecé hace unos años con una máquina prestada, haciendo uniformes para equipos locales. Poco a poco fui consiguiendo clientela por redes sociales y ahora tengo pedidos constantes. Trabajo desde casa y tengo un pequeño espacio adaptado como taller.

¿Cuántos años lleva operando y cuántas personas trabajan con usted?

Llevo cuatro años en esto. Al principio trabajaba solo, pero ahora somos cinco personas, todos familiares. Mi esposa me ayuda con la parte administrativa, y tengo dos costureras que trabajan por encargo.

¿Cómo aprendió a manejar las finanzas de su negocio?

Al comienzo fue muy difícil. No sabía cuánto ganaba realmente. Luego tomé un curso virtual que ofrecía la alcaldía sobre finanzas básicas para emprendedores. Eso me ayudó a entender cómo llevar registros y calcular costos correctamente.

¿Qué herramientas financieras utiliza regularmente?

Uso Excel para llevar los ingresos y egresos, y una aplicación sencilla que me ayuda a calcular precios con margen de ganancia. También tengo una hoja de cálculo donde proyecto los gastos mensuales.

¿Ha recibido alguna capacitación formal en finanzas?

Sí, además del curso de la alcaldía, he visto varios talleres gratuitos en YouTube. No es formación universitaria, pero me ha servido bastante para entender lo básico.

¿Cómo evalúa su nivel de conocimiento financiero actualmente?

Diría que tengo un nivel intermedio. Sé lo suficiente para manejar mi negocio, pero todavía me cuesta hacer proyecciones a largo plazo o entender temas como impuestos.

¿Qué impacto cree que ha tenido su educación financiera en la toma de decisiones empresariales?

Ha sido clave. Antes tomaba decisiones por intuición, ahora lo hago con base en números. Por ejemplo, sé cuándo puedo invertir en maquinaria o cuándo es mejor esperar.

¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de su negocio en el último año?

Ha mejorado. Antes apenas cubría los gastos, pero ahora tengo un margen de ganancia del 20% aproximadamente. Eso me ha permitido ahorrar e invertir en mejorar el taller.

¿Qué estrategias ha implementado para mejorar sus márgenes de ganancia?

Negocié mejores precios con proveedores, reduje desperdicios de tela y ajusté los precios según la demanda. También empecé a ofrecer combos de productos que salen más rentables.

¿Cómo monitorea los resultados financieros de su empresa?

Reviso semanalmente los ingresos y egresos, y hago un balance mensual. Eso me permite saber si estoy cumpliendo las metas o si debo ajustar algo.

¿Qué relación observa entre su conocimiento financiero y los resultados económicos?

Totalmente directa. Desde que empecé a aplicar lo que aprendí, el negocio dejó de ser una incertidumbre. Ahora tengo más control y puedo planear mejor.

¿Qué desafíos enfrenta para mantener o mejorar la rentabilidad?

La inflación y la competencia. A veces toca bajar precios para no perder clientes, pero eso afecta los márgenes. También me cuesta acceder a financiamiento formal.

¿Ha experimentado crecimiento en ventas, personal o infraestructura recientemente?

Sí, hemos tenido más pedidos y contratamos a una costurera adicional. También compramos una máquina nueva que nos permite trabajar más rápido.

¿Qué factores han impulsado ese crecimiento?

La publicidad en redes sociales, el boca a boca y el control financiero que nos permitió invertir sin endeudarnos.

¿Qué papel ha jugado la gestión financiera en ese proceso?

Ha sido fundamental. Sin saber cuánto podía gastar, no habría tomado el riesgo de contratar a alguien o comprar maquinaria.

¿Tiene planes de expansión a corto o mediano plazo?

Sí, queremos abrir un punto físico en el barrio para atender directamente a los clientes y mostrar los productos.

¿Qué apoyo considera necesario para seguir creciendo?

Acceso a créditos con tasas bajas, más capacitaciones prácticas y apoyo para formalizar el negocio sin tanta burocracia.

Anexo 2

¿Podría contarme brevemente sobre su emprendimiento?

Mi emprendimiento es de confección de ropa tradicional mexicana. Trabajo desde casa con mi hermana y mi mamá. Hacemos prendas para eventos, fiestas y también para venta en línea. Empezamos con encargos de conocidos y ahora tenemos clientes en otros estados.

¿Cuántos años lleva operando y cuántas personas trabajan con usted?

Llevamos seis años. Somos tres personas fijas, pero a veces contratamos a alguien por temporada alta, como en septiembre o diciembre.

¿Cómo aprendió a manejar las finanzas de su negocio?

La verdad, al principio no sabía nada. Todo lo manejaba con una libreta. Luego tomé un curso del INADEM sobre administración básica y eso me ayudó a entender cómo organizarme mejor.

¿Qué herramientas financieras utiliza regularmente?

Uso una libreta para anotar ingresos y gastos, y una calculadora para sacar precios. Estoy empezando a usar Excel, pero me cuesta un poco.

¿Ha recibido alguna capacitación formal en finanzas?

Sí, pero muy básica. Me gustaría algo más práctico, que se enfoque en negocios pequeños como el mío.

¿Cómo evalúa su nivel de conocimiento financiero actualmente?

Diría que básico. Sé lo esencial para no perder dinero, pero me falta para hacer presupuestos más completos o entender bien los impuestos.

¿Qué impacto cree que ha tenido su educación financiera en la toma de decisiones empresariales?

Me ha ayudado a no gastar de más y a saber cuándo invertir. Antes compraba materiales sin saber si me alcanzaba, ahora hago cuentas antes.

¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de su negocio en el último año?

Se ha mantenido, pero no ha crecido mucho. Las ventas bajaron un poco por la competencia y el aumento de precios en los insumos.

¿Qué estrategias ha implementado para mejorar sus márgenes de ganancia?

Compramos telas al mayoreo, ajustamos los diseños para que sean más rápidos de hacer y tratamos de aprovechar cada retazo.

¿Cómo monitorea los resultados financieros de su empresa?

Reviso cada semana cuánto entra y cuánto sale. No es muy formal, pero me ayuda a tener una idea clara.

¿Qué relación observa entre su conocimiento financiero y los resultados económicos?

Sí hay relación. Cuando me organizo mejor, el dinero rinde más y puedo ahorrar para invertir.

¿Qué desafíos enfrenta para mantener o mejorar la rentabilidad?

La competencia, los precios de los insumos que suben cada mes y la falta de acceso a créditos.

¿Ha experimentado crecimiento en ventas, personal o infraestructura recientemente?

No mucho, pero sí hemos tenido más pedidos por redes sociales. Eso nos ha ayudado a mantenernos.

¿Qué factores han impulsado ese crecimiento?

La promoción en redes sociales y las recomendaciones de clientes satisfechos.

¿Qué papel ha jugado la gestión financiera en ese proceso?

Nos permitió ahorrar para comprar una máquina nueva y organizar mejor los pedidos.

¿Tiene planes de expansión a corto o mediano plazo?

Sí, queremos vender en ferias fuera del estado y mejorar nuestra presencia en línea.

¿Qué apoyo considera necesario para seguir creciendo?

Capacitación en ventas digitales, acceso a financiamiento y apoyo para formalizar el negocio.

Anexo 3

¿Podría contarme brevemente sobre su emprendimiento?

Tengo un emprendimiento de ropa urbana. Diseñamos y confeccionamos prendas con estilo alternativo, apuntando a jóvenes. Empezamos vendiendo por Instagram y ahora tenemos un pequeño taller donde producimos todo.

¿Cuántos años lleva operando y cuántas personas trabajan con usted?

Cinco años. Somos cuatro personas: yo, mi pareja y dos colaboradores que se encargan de la costura y el empaque.

¿Cómo aprendió a manejar las finanzas de su negocio?

Estudí administración, pero lo que más me ayudó fue un curso de emprendedores del municipio. Ahí aprendí a aplicar lo que sabía en un contexto más práctico.

¿Qué herramientas financieras utiliza regularmente?

Uso Excel, Google Sheets y una app de gestión de inventario. También hago reportes mensuales para revisar cómo vamos.

¿Ha recibido alguna capacitación formal en finanzas?

Sí, varias. Me gusta actualizarme. He tomado cursos sobre costos, precios y planificación financiera.

¿Cómo evalúa su nivel de conocimiento financiero actualmente?

Intermedio-alto. Me siento cómodo haciendo proyecciones, presupuestos y análisis de rentabilidad.

¿Qué impacto cree que ha tenido su educación financiera en la toma de decisiones empresariales?

Total. Me permite tomar decisiones con datos, no con intuición. Eso ha sido clave para crecer sin endeudarnos.

¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de su negocio en el último año?

Mejóro un 15%. Pudimos ajustar precios, reducir costos y aumentar la eficiencia.

¿Qué estrategias ha implementado para mejorar sus márgenes de ganancia?

Automatización de procesos, renegociación con proveedores y control de inventario. También analizamos qué productos son más rentables.

¿Cómo monitorea los resultados financieros de su empresa?

Con reportes mensuales, análisis de flujo de caja y revisión de indicadores clave.

¿Qué relación observa entre su conocimiento financiero y los resultados económicos?

Directa. Sin educación financiera, no podríamos sostenernos ni planear a futuro.

¿Qué desafíos enfrenta para mantener o mejorar la rentabilidad?

La inflación, la carga impositiva y la competencia informal.

¿Ha experimentado crecimiento en ventas, personal o infraestructura recientemente?

Sí, abrimos una tienda física y contratamos a una vendedora. También ampliamos el taller.

¿Qué factores han impulsado ese crecimiento?

La planificación financiera, el posicionamiento de marca y el uso de redes sociales.

¿Qué papel ha jugado la gestión financiera en ese proceso?

Fue clave para decidir cuándo y cómo expandirnos sin poner en riesgo el negocio.

¿Tiene planes de expansión a corto o mediano plazo?

Sí, queremos abrir otra sucursal en Buenos Aires y explorar ventas internacionales.

¿Qué apoyo considera necesario para seguir creciendo?

Acceso a créditos productivos, reducción de impuestos y asesoría especializada.

Anexo 4

¿Podría contarme brevemente sobre su emprendimiento?

Mi emprendimiento comenzó como un canal de YouTube enfocado en compartir consejos prácticos para emprendedores del sector textil. Con el tiempo, se convirtió en una comunidad activa de personas que buscan mejorar sus negocios, especialmente en la confección de prendas. Además de los contenidos, hemos desarrollado espacios de formación, asesoría y acompañamiento para quienes están empezando o quieren escalar sus operaciones.

¿Cuántos años lleva operando y cuántas personas trabajan con usted?

El canal tiene ya más de siete años. Empezó como un proyecto personal, pero actualmente trabajamos en equipo con cinco personas: dos en producción de contenido, una en gestión de redes, y dos en asesoría técnica para emprendedores. También colaboramos con expertos externos para talleres y capacitaciones.

¿Cómo aprendió a manejar las finanzas de su negocio?

Mi formación inicial fue autodidacta. Aprendí por necesidad, como muchos emprendedores. Luego me capacité formalmente en administración y finanzas, y eso me permitió estructurar mejor el proyecto. También he aprendido mucho de los errores, especialmente en los primeros años cuando no llevaba registros adecuados.

¿Qué herramientas financieras utiliza regularmente?

Utilizamos herramientas digitales como Excel, QuickBooks y plataformas de gestión de ingresos y gastos. También trabajamos con indicadores financieros mensuales para evaluar el rendimiento del canal y los programas de formación que ofrecemos.

¿Ha recibido alguna capacitación formal en finanzas?

Sí, he tomado diplomados y cursos especializados en gestión financiera para pymes. Además, me mantengo actualizado con lecturas, seminarios y asesorías con profesionales del área.

¿Cómo evalúa su nivel de conocimiento financiero actualmente?

Considero que tengo un nivel avanzado. No solo aplico los conocimientos en mi emprendimiento, sino que también los comparto con otros emprendedores. Sin embargo, siempre hay espacio para seguir aprendiendo, sobre todo en temas como inversión y planificación fiscal.

¿Qué impacto cree que ha tenido su educación financiera en la toma de decisiones empresariales?

Ha sido determinante. Gracias a la educación financiera he podido tomar decisiones estratégicas, como cuándo invertir en equipo, cómo diversificar ingresos, y cómo manejar los flujos de efectivo en temporadas bajas. También me ha permitido evitar errores que podrían haber puesto en riesgo el proyecto.

¿Cómo ha evolucionado la rentabilidad de su negocio en el último año?

Ha sido positiva. Hemos logrado aumentar los ingresos gracias a la diversificación de servicios, como asesorías personalizadas y cursos pagos. También hemos optimizado los costos operativos, lo que ha mejorado los márgenes de ganancia.

¿Qué estrategias ha implementado para mejorar sus márgenes de ganancia?

Una de las principales ha sido automatizar procesos, como la gestión de pagos y la programación de contenidos. También hemos renegociado contratos con proveedores de servicios digitales y mejorado la segmentación de nuestra audiencia para ofrecer productos más específicos.

¿Cómo monitorea los resultados financieros de su empresa?

Tenemos un sistema de control mensual con indicadores clave: ingresos por fuente, costos fijos y variables, rentabilidad por servicio, y flujo de caja. Esto nos permite tomar decisiones informadas y ajustar estrategias rápidamente.

¿Qué relación observa entre su conocimiento financiero y los resultados económicos?

La relación es directa. Sin una base sólida en finanzas, es muy difícil sostener un emprendimiento en el tiempo. El conocimiento financiero me ha permitido crecer de forma ordenada y evitar crisis innecesarias.

¿Qué desafíos enfrenta para mantener o mejorar la rentabilidad?

Uno de los principales es la variabilidad en el comportamiento de la audiencia. También enfrentamos desafíos con la inflación y el costo de servicios digitales. Además, mantener la calidad del contenido requiere inversión constante.

¿Ha experimentado crecimiento en ventas, personal o infraestructura recientemente?

Sí, hemos ampliado el equipo y mejorado la infraestructura tecnológica. También hemos incrementado las ventas de cursos y asesorías, lo que nos ha permitido reinvertir en el canal.

¿Qué factores han impulsado ese crecimiento?

La confianza de la comunidad, la calidad del contenido, y la capacidad de adaptarnos a las necesidades del mercado. También ha sido clave el uso de datos financieros para tomar decisiones estratégicas.

¿Qué papel ha jugado la gestión financiera en ese proceso?

Ha sido el pilar. Sin una gestión financiera clara, no podríamos haber crecido ni sostenido el proyecto. Nos ha permitido planificar, invertir y medir resultados con precisión.

¿Tiene planes de expansión a corto o mediano plazo?

Sí, estamos desarrollando una plataforma educativa más robusta y queremos ampliar la cobertura a otros sectores productivos. También estamos explorando alianzas con instituciones educativas.

¿Qué apoyo considera necesario para seguir creciendo?

Sería ideal contar con apoyo institucional para llevar la educación financiera a más emprendedores. También necesitamos acceso a financiamiento para escalar la plataforma y mejorar la tecnología que usamos.