

La gestión financiera de las empresas del vino del Valle de Guadalupe: el turismo en la época actual

The financial management of the wine companies of Valle de Guadalupe: Tourism in the current era

Andrés Antonio Luna Andrade^a

Lino Meraz Ruiz^b

Clasificación: trabajo empírico - investigación

Recibido: 22 de marzo, 2023

Revisado: 13 de junio, 2023

Aceptado: 21 de junio, 2023

■ Resumen

Las pequeñas y medianas empresas vitivinícolas desempeñan un papel importante en el desarrollo socioeconómico de Baja California (México), pero debido a algunas problemáticas como uso inadecuado del financiamiento, carga financiera excesiva y carencia de habilidades gerenciales de los empresarios, algunas se ven ante un escenario de incertidumbre. Por esta razón, se realiza esta investigación que presenta un diagnóstico sobre la aplicación de la gestión financiera en las empresas turísticas vitivinícolas de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe, en Baja California. Para llevarlo a cabo, se aplicó un cuestionario estructurado a 45 empresas turísticas dedicadas a la producción y comercialización de vino, dando como resultado un nivel muy bajo en la gestión y planeación financiera en este tipo de organizaciones. Al final, se presentan las principales conclusiones y recomendaciones para la gestión financiera de estas empresas.

Palabras clave: vino, vitivinícolas, gestión, Valle de Guadalupe.

■ Abstract

Small and medium-sized wine companies play an important role in the socioeconomic development of Baja California (México), but due to some problems such as inadequate use of financing, excessive financial burden and lack of managerial skills of entrepreneurs, some are faced with a scenario of uncertainty. For this reason, this research is carried out that presents a diagnosis on the application of financial management in the wine tourism companies of the Valle de Guadalupe Wine Route. To do this, a structured questionnaire was applied to 45 tourism companies dedicated to the production and marketing of wine, resulting in a very low level of management and financial planning in this type of organization. At the end, the main conclusions and recommendations for the financial management of these companies are presented.

Keywords: wine, winegrowers, management, Valle de Guadalupe.

^a Facultad de Enología y Gastronomía, Universidad Autónoma de Baja California, Ensenada, Baja California, México. Correo electrónico: luna.andres@uabc.edu.mx. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-3432-5474>.

^b Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, Baja California, México. Correo electrónico: lino.meraz@uabc.edu.mx. ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7724-9176>

■ Introducción

Durante las últimas dos décadas, ha habido cambios importantes en la industria y el comercio del vino en todo el mundo, en un contexto progresivo que ha generado una redefinición de los actores y estrategias en este sector (Fernández y Meraz, 2022). Se observa un fuerte crecimiento que registró la oferta de nuevos países productores y exportadores de vino, que bien suelen llamarse países del Nuevo Mundo (Meraz et al., 2019), con relación al aumento de la demanda mundial, principalmente de los nuevos países consumidores en América Latina, como Argentina, Colombia, Chile, México y Perú, lo cual ha ocasionado el proceso denominado “globalización del vino” (Medina-Albaladejo et al., 2014).

En el caso específico de México, la producción de vinos declara un relevante progreso, generando el 12% anual del consumo en los últimos diez años, reflejado en las empresas vitivinícolas que producen anualmente 200 000 hectolitros de vinos de calidad y diversidad (Organización Internacional de la Viña y el Vino, 2017). En Baja California se concentra cerca del 90% de la producción del vino del país, donde se cuenta con 3 326 000 hectáreas de cultivo, de las cuales el 60% se encuentra en tierras del Valle de Santo Tomás y San Vicente, 35% en el Valle Guadalupe y San Antonio de las Minas, y el resto en la zona del Valle de Ojos Negros y en Tecate (Meraz, 2017). El gran potencial turístico de esta región en cuanto a la hostelería, restaurantes y servicios se ha incrementado en 45% en los últimos años, lo que promueve la llegada de visitantes y turistas (Montiel-Flores, 2019).

Jiang y Li (2010) señalan que algunas de las dificultades que enfrentan las pequeñas y medianas empresas (pymes) están relacionadas con su gestión, como el control interno, el medioambiente, la alteración de la información y la supervisión ineficiente. Nyangara et al. (2015) explican que por sus características exhiben una mínima cantidad de empleados, igualmente tienen menos controles y, por tanto, la informalidad en la gestión ha sido la principal causa expuesta por los clásicos autores en el

área administrativa como una causante del bajo desempeño. Sallem et al. (2017) precisan que las pymes carecen de conocimiento en contabilidad, respecto a su registro en las regulaciones legales y sus estándares.

Dabla-Norris et al. (2015) explican que suelen enfrentar mayores obstáculos para el crecimiento que las grandes empresas, ya que presentan ciertas restricciones como el acceso a las finanzas, dado por los requerimientos de garantía y el costo del crédito máximo por las elevadas tasas de interés, identificándose como las más transcendentales. Asimismo, es importante el estudio orientado al ambiente interno de las empresas, particularmente en el tema de su gestión financiera como causa reconocida de fracaso de la mismas; es un área poco estudiada y que muestra un desempeño poco eficiente, lo que impide un buen funcionamiento en el resto de las operaciones de la organización.

Cabe señalar que la importancia de la gestión financiera permite emplear mejor los recursos y crear valor, facilitando decisiones estratégicas que sitúan a la organización y le dan mayor estabilidad empresarial (Li et al., 2023). Por ello, las herramientas de gestión financiera se han transformado en estrategias que facilitan la obtención de los objetivos en las organizaciones del sector de la economía de un país; por lo cual resulta fundamental reflexionar los problemas que afrontan, el manejo apropiado y optimización de recursos, son procesos determinantes para llegar a ser mejores y rentables en la empresa (Armijos-Solórzano et al., 2020).

Así, el objetivo de esta investigación consiste en realizar un diagnóstico sobre la aplicación de la gestión financiera y la utilización de herramientas financieras en las pymes vitivinícolas del Valle de Guadalupe, Baja California, México. En virtud de ello, se busca dar respuesta a las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son los sistemas de información utilizados para la gestión de la función financiera de las pymes vitivinícolas de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe?, y ¿Qué tan preparado está el empresario para el uso de los sistemas de información para la gestión financiera de las pymes vitivinícolas?

■ Revisión de la literatura

I Gestión financiera en las pymes

En la actualidad, el mundo de los negocios se ha convertido en un ambiente cada vez más competitivo y globalizado, por lo que deben orientar sus estrategias hacia los colaboradores, con el fin de lograr una ventaja competitiva (Felzensztein et al., 2014). Autores como Porter (1987) y Guerrero (2018), toman en cuenta que al implantar una estrategia competitiva esta debe contribuir al éxito o fracaso de las organizaciones, fomentando competencia entre empresas del sector. Por consiguiente, es elemental que una empresa pueda valorar el entorno competitivo en el que planea desarrollar sus actividades, a través del grado de rivalidad de la industria y del grado de competencia de los mercados de sus principales proveedores y compradores, y conservar afuera a los potenciales entrantes. Se debe agregar la existencia de otros factores internos y externos, entre ellos se encuentra el proceso de financiación determinado en parte por la ascendente rentabilidad del sector financiero parasitario sobre el sector productivo de la economía (Tarziján, 2018).

Desde una visión de gestión empresarial y una perspectiva macroeconómica, López et al. (2009) expresan que no existen países competitivos, sino más bien empresas competitivas; esto significa que la riqueza no se produce a nivel macro, sino a nivel micro. La factibilidad de que una empresa pueda obtener y conservar sus niveles de competitividad se centra en las competencias distintivas que aliente internamente y en las limitantes externas características del sector perteneciente, como la región-país en el que se localice. Estas competencias coadyuvan también a mejorar las condiciones de las pymes, involucrando la forma en que estas compiten y se organizan, en el que la distribución geográfica produce efectos en periodos de mayor productividad, innovación y competitividad de las regiones (Felzensztein et al., 2014).

En lo relativo al mercado del vino, cada vez más las empresas intentan desarrollar e innovar sus productos, ante las amenazas de la incorporación de productores extranjeros que gestio-

nan sus modelos de negocios para poder crecer y mantenerse de manera sostenible en el mercado. Al mismo tiempo, existen empresas dentro del mismo clúster o sector que están limitadas en sí, por la calidad de la tradición de sus métodos, normas y estándares de instituciones reguladoras en los diferentes niveles: regional, nacional e internacional (Chen, 2019).

La competitividad entre las empresas y la globalización del mercado del vino han dificultado aún más la supervivencia diaria del entorno económico al que pertenecen; y si a esto se le suma la aparición de nuevos países productores de vino en el mercado internacional (Australia, Nueva Zelanda, Sudáfrica, Chile, Argentina, Estados Unidos, y más recientemente China) que emplean técnicas de producción modernas y estrategias de comercialización nuevas que han servido para motivar a los países del viejo mundo (Barco y Navarro, 2012). Conforme a Campbell y Guibert (2006), estos países del Nuevo Mundo del vino asientan sus tácticas en una marca fuerte y productos heterogéneos de alta calidad y precios sumamente competitivos, fortaleciendo estas estrategias con determinantes inversiones en promoción, tecnología e innovación.

En América Latina, el 99% de las empresas formales son pymes y constituyen el 61% de la generación de empleo. Estas organizaciones son un actor esencial para el desarrollo económico de los países (Dini y Stumpo, 2018). Claramente se distingue su papel de carácter social que representan en el sector económico, ya que propician la integración de la fuerza laboral en el mercado de trabajo. A pesar de su relevancia, son muchos los desafíos que enfrentan las pymes latinoamericanas; algunas de ellas manifiestan escalas bajas de productividad, asociada con frecuencia a la incapacidad para beneficiarse de las economías de escala, obstáculos para acceder al crédito o inversión, ausencia de conocimiento de técnicas de gestión debido a la escasa preparación de los empresarios y la informalidad de sus contratos con clientes y proveedores (Geldes et al., 2015).

Valenzuela-Klagges et al. (2018) encuentran que el emprendedor latinoamericano común-

mente no empieza su proyecto con un plan de negocios y, por lo general, ostenta dificultades para gestionar una adecuada administración y finanzas en la empresa por falta de conocimientos, causando el fracaso empresarial. Por su parte, Rodríguez y Moreno (2019) realzan que la falta de cultura de control financiero de los empresarios lleva al desconocimiento de aplicarlo; así como de los beneficios que podrían tener de los servicios que ofrece el sector financiero.

En México, la aportación de las pymes es un factor determinante para el desarrollo del país (INEGI, 2019). Acorde con los datos de la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Empresas de 2018, se sustenta que existen aproximadamente 4.1 millones de unidades económicas, clasificadas en los sectores manufacturero, comercio y servicios, con una esperanza de vida promedio de siete a ocho años, que puede variar dependiendo del sector al que pertenezcan. Por este motivo, las organizaciones deben ser cada vez más competitivas en un entorno complejo y dinámico, que requiere diferenciarse y ajustarse a los cambios del entorno; es por ello por lo que se desarrollan estrategias que procuran aprovechar al máximo sus particularidades únicas y les permitan mejorar sus resultados empresariales (Geldes et al., 2017).

En este orden de ideas, Saavedra et al. (2013) destacan que las empresas competitivas ponen en práctica una planeación financiera a corto plazo que, a su vez, les permite disponer de las necesidades de liquidez que les posibilita proseguir sin ningún impedimento en sus actividades diarias. Además, González (2016) descubrió en su estudio que las empresas más competitivas son las que poseen una gestión financiera eficiente. Asimismo, la literatura de algunos autores como Ramón y Jordana (2015) y González (2016), señalan que la gestión financiera se basa en administrar de manera adecuada los recursos en términos monetarios con los que cuenta una empresa, para asegurar que sean suficientes para cubrir los gastos de operatividad y llevar a cabo las actividades con efectividad en la misma.

Por otro lado, Reyna (2017) afirma que la administración financiera se encarga de las decisiones de inversión, el financiamiento y la admi-

nistración de bienes con alguna meta en general establecida. Se puede constatar que existe una preocupación por mejorar el rendimiento de la empresa en todos los ámbitos de la misma y la búsqueda de factores atribuibles a esta necesidad. En este marco, las organizaciones diversifican sus esfuerzos en nuevos modelos de gestión e innovación con una orientación estratégica e integradora, que facilitan la flexibilidad, calidad y atención al cliente como una forma de generar rendimientos elevados, tornándose en una herramienta clave del éxito de las mismas (Geldes et al., 2017).

Es importante recalcar que la forma de organización y estructuración del área financiera depende del tamaño de la empresa, de cómo se desarrolla la función financiera y se cumplen sus objetivos para la obtención de mayores estándares de rentabilidad y aprovechar las oportunidades para garantizar el éxito (Pérez-Carballo, 2015). En el caso de las pymes de tipo familiar, la actividad financiera es precaria y suele realizarse por el mismo propietario con la ayuda de un experto contable o algún asesoramiento externo; pero a medida que la empresa crezca, será necesario considerar a conciencia la contratación de un gerente profesional; de ahí la relevancia de la función financiera y su papel al interior de la organización (Bonilla et al., 2015).

La planeación estratégica no solo contribuye a mejorar la competitividad, sino que también permite que las diferentes áreas de una empresa trabajen en armonía y, en consecuencia, se efectúe un trabajo conjunto hacia un mismo objetivo (Mora-Riapira et al., 2015). Además, es una herramienta útil que contempla las factibles posibilidades de los cursos de acción en el futuro; ello implica una serie de procedimientos y operaciones que perfilan hacia la competitividad empresarial mediante el aprovechamiento de las oportunidades y tener claro sus procesos para evaluar los riesgos (Valle, 2020).

No obstante, la planificación estratégica no es una práctica muy común entre las pymes; pero estudios indican que existe una relación positiva entre la planificación estratégica formal y el rendimiento financiero en este tipo de empresas (Jones, 1982; Moreno et al., 2015). Asimismo,

otros autores aseguran que la planeación financiera debe asociarse a un menor riesgo financiero (Joseph, 2018; Saavedra y Espíndola, 2016).

Autores como Gámez et al. (2018) y Turgunpulatovich y Bulturbayevich (2020) declaran que las pequeñas empresas cometen grandes fallas en administrar su efectivo, debido a una inadecuada gestión. A su vez, Saavedra y Tapia (2011) señalan que si bien es cierto que un empresario trabaja bastante, fracasa en parte por la falta de planeación de su futuro financiero y uso inadecuado de los recursos económicos (Sánchez y Bañón, 2005); incluso por la falta de un patrimonio personal a largo plazo (Saavedra y Espíndola, 2016). Las investigaciones más significativas que abordan la problemática de la gestión financiera en las pymes se encuentran: Zapata et al. (2013), Acosta et al. (2015), Portal et al. (2016), Saavedra-García et al. (2016), Saavedra y Macarena (2017), Casas et al. (2019) y López et al. (2020).

Los sistemas contables de gestión son herramientas muy valiosas, al proporcionar la implementación de estrategias para considerar la efectividad de las distintas técnicas de gestión como mecanismos de naturaleza con visión de futuro, además de permitir a las empresas enfrentar los desafíos más significativos y que tienen que ver con su funcionamiento, a la vez que reducen los riesgos (Vargas, 2015). Asimismo, sirven como herramienta de diagnóstico financiero que evalúa el desempeño de la empresa, de tal manera que se obtenga una buena administración y gestión de los recursos económicos disponibles (Córdoba et al., 2020).

En la actualidad existen empresas que aún no cuentan con un sistema de control interno, ni quién lo supervise a lo largo del tiempo (Pelayo et al., 2019), o en consecuencia no cuentan con ningún tipo de método de registro o control contable fehaciente que proporcione información financiera oportuna; que de utilizar el control interno permitiría evaluar los objetivos y metas planificadas (Martínez et al., 2020).

Puntualizando los estudios aplicados en la gestión de empresas vitivinícolas, aún son muy pocos, pero sobresalen algunos como el trabajo de Alegría (2018), quien señala que, ante la incertidumbre del contexto económico actual,

es necesario diseñar sistemas de información que sean precisos y flexibles para un mayor control en el proceso de toma de decisiones. Quien además propuso el Modelo Basado en Costo que considera otras variables para obtener buena rentabilidad. Otro estudio importante es el de Gómez y Morini (2007), donde elaboraron un sistema de costos flexibles adaptable a la empresa vitivinícola, sin importar el número de vinos elaborados o las técnicas enológicas empleadas, sino que dicha herramienta sirviera en el proceso de toma de decisiones, adaptándose al entorno de competitividad del mercado del vino y a los modernos sistema de producción contemporáneos.

Flores et al. (2007) desarrollaron una investigación en cinco empresas vitivinícolas de la provincia de Nuble (Chile), la cual tuvo como objetivo diseñar un sistema de control de gestión basado en un cuadro de mando operativo para lograr que estas empresas puedan, con la ayuda de un conjunto de indicadores interactivos, controlar las actividades más básicas dentro del área operativa. Migliaccio y Tucci (2019) aseveran en su estudio la validez de la medición del rendimiento, sirviéndose de la información proporcionada en el balance contable de las empresas vitivinícolas italianas, donde les aporta información sobre los perfiles de ingresos, los perfiles de capital y financieros de las empresas. Cabe mencionar que el estudio solo considera a las empresas que sobrevivieron a la crisis económica internacional 2008-2017, y que posiblemente sean las más fuertes en el mercado.

Por otra parte, los hallazgos de Horas (2012) señalan que existe un problema en las pymes vitivinícolas de Luján de Cuyo-Mendoza (Argentina) para adoptar herramientas de gestión, debido a las formas tradicionales de trabajo de las empresas y la falta de recursos suficientes para resolver los problemas cotidianos. La existencia de problemas se evidencia en la falta de planificación estratégica y, por consiguiente, en la creación de valor que sirva para generar una ventaja competitiva. Cabe decir que algunas pymes emplean sistemas de gestión que significan estrategias competitivas; no obstante, algunos sistemas son antiguos, con procesos anticuados, lo que

reduce su nivel en el mercado, el nivel de competitividad, la innovación y el pronóstico desfavorable para resistir y mantenerse vivo (Florido et al., 2016).

■ Metodología

Este trabajo es de tipo exploratorio y cuantitativo, y se efectuó en las pymes vitivinícolas del Valle de Guadalupe, en Baja California, México. La elección de los sujetos a evaluar se basó en una selección cuidadosa y ordenada de casos que cumplieran con las características especificadas en la Introducción. Se tomó como referente el Directorio de la Ruta del Vino de Baja California, publicado por el Fideicomiso Público para la Promoción Turística del Estado de Baja California (2020), al filtrar por zonas las empresas vitivinícolas que conforman el Valle de Guadalupe, las cuales incluye 94 de acuerdo con sus registros. Se realizó un trabajo de campo para la recolección de los datos mediante la aplicación de un cuestionario estructurado a 45 empresarios o productores de pymes dedicados al cultivo, elaboración y venta de vino de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe, los cuales, cabe mencionar, participaron de forma voluntaria en contestar la información del cuestionario de manera confidencial y con fines puramente académicos.

Para obtener la información necesaria y precisa, se diseñó un cuestionario adaptado para obtener información del desempeño financiero

de las empresas vitivinícolas con ítems distribuidos en cuatro variables: gestión financiera, uso de las tecnologías financieras, de innovación y capital humano (anexo 1). Para lograrlo, se tomó en consideración la revisión bibliográfica de trabajos relacionados con el desempeño financiero y las variables atribuibles a la competitividad que la generan: gestión financiera y capital humano (Ibarra et al., 2016), uso de las tecnologías de la información financiera (Sánchez y Bañón, 2005), e innovación (Geldes et al., 2017).

Para esta investigación se analizaron solo algunos datos generales del empresario y de las empresas, así como de las variables de gestión financiera y sistemas de información de tecnología en finanzas. En la tabla 1 se muestran las variables e indicadores que conforman el cuestionario. Para recolectar los datos, el instrumento en una primera fase se aplicó al visitar las empresas vitivinícolas del Valle de Guadalupe, en un promedio de 15 empresas entre junio a septiembre de 2019, y en una segunda etapa se envió de manera electrónica (online) de noviembre a mayo de 2020 a través de un formulario de Google Forms, la mayoría fueron respondidos por propietarios, directores, gerentes y administradores de las empresas.

Esta investigación se llevó a cabo en la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe, en el estado de Baja California (figura 1), lugar donde se ubica la zona de cultivo y venta de vino de mayor reconocimiento de México. Esta región vinícola des-

Tabla 1. Variables de estudio

Variable	Dimensión	Indicador
Datos generales del empresario o productor	Puesto del entrevistado, nivel de estudios y profesión	Monitoreo de costos y contabilidad
Datos generales de la empresa	Nombre o razón social de la empresa, antigüedad y tipo de empresa	Administración financiera Herramientas financieras Información financiera
Gestión financiera	Diagnóstico del área de contabilidad y finanzas Estrategia y gestión financiera	Desempeño financiero Estrategia financiera

Fuente: elaboración propia.

taca por contar con una amplia tradición en la elaboración de vinos; además, con este atractivo enológico se ha potenciado el desarrollo de una gran variedad de hoteles, restaurantes y servicios turísticos complementarios. En cuanto al tamaño, estas empresas se caracterizan por ser pymes con una producción anual total entre 5000 a 50 000 cajas de vino (García et al., 2018). Novo et al. (2018) señalan la existencia de un aproximado de 107 empresas vitivinícolas registradas oficialmente en el Valle de Guadalupe, la mayoría están abiertas al público y ofrecen distintas actividades enoturísticas, como recorridos por los viñedos, actividades al aire libre, degustaciones, entre otras.

De acuerdo con los datos demográficos, el Valle de Guadalupe presenta una extensión de 66 353 hectáreas y se encuentra a 25 kilómetros al norte de la ciudad de Ensenada, 85 kilómetros al sur de la ciudad de Tecate y a 15 kilómetros del Océano Pacífico, aproximadamente. En este valle se encuentran los poblados de San Antonio de las Minas, Francisco Zarco, El Porvenir, San Marcos, El Sauzal y el Tigre. Esta privilegiada región se consolidó como el "clúster del vino", que busca generar ventajas competitivas con la finalidad de atender e involucrar a un grupo importante de productores de vino de Baja California. No obstante, aún existen aspectos que deben resolverse para garantizar que la viticultura y la ruta del vino de Baja California en general tenga éxito (Meraz et al., 2020).

■ Resultados

De acuerdo con el análisis de los datos obtenidos, se efectuó la estadística descriptiva y se encontró que del total de las pymes el 75% son microempresas, el 20% pequeñas y el 5% medianas. En cuanto al nivel de estudios de los entrevistados, el 73.69% cuenta con estudios de licenciatura, 21.05% tiene una profesión y 5.26% estudios de posgrado. También se observó que las empresas vitivinícolas en general utilizan un sistema de contabilidad y costos que prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones, donde la mayoría aseguró tener un sistema de contabilidad y costos como parte de la administración empresarial (tabla 2).

Enseguida se preguntó a los sujetos de estudio, ¿cuáles herramientas financieras son las que principalmente utilizan?, los resultados se muestran en la figura 2, donde se evidencia el siguiente orden de importancia: 84.6% ventas, 76.9% flujo de efectivo, 71.8% reporte de inventarios, 66.7% presupuestos, 64.1% reporte de cobranzas, 61.5% control de presupuestos, 59% estadísticas o reportes de sus operaciones, 56.4% estados financieros, 38.5% punto de equilibrio, 20.5% aplicación de porcentajes a sus estados financieros y, por último, 23.1% razones financieras. Asimismo, se encontró que la responsabilidad del manejo de la contabilidad de las empresas es del 40% del propietario o principal administrador de la empresa, 30% del departa-

Tabla 2. Utilización del sistema de costos en las pymes vitivinícolas

Indicador	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Rara vez	Nunca
Utilizan un sistema de contabilidad y costos para la toma de decisiones	30.08%	39%	26.60%	5%	0%
Utilizan un sistema de costos dependiendo de las características de los productos y procesos	22.50%	45%	22.50%	10%	0%
Utilizan un sistema de costos para contabilizar y controlar inventarios	37.50%	27.50%	22.50%	5.00%	0%
Uso de un plan financiero formal	27.50%	30%	20%	12.50%	10%
Uso de sistemas de costos para comprar resultados financieros mensuales, análisis de variaciones y toma de decisiones	15%	30%	30%	15%	10%

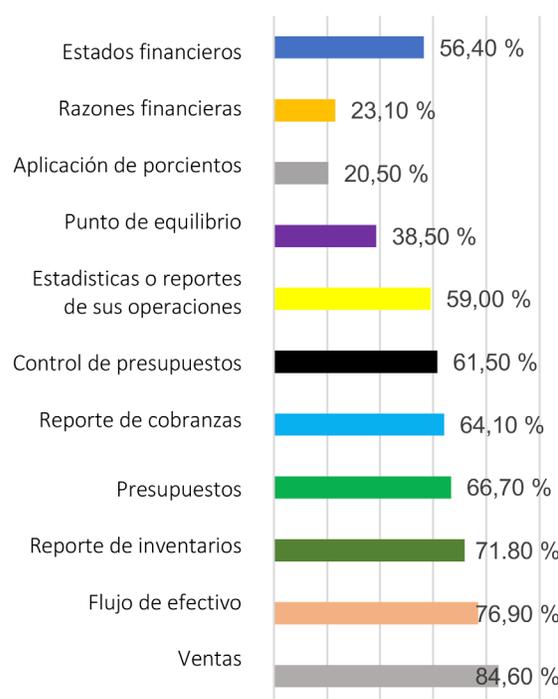
Fuente: elaboración propia.

Figura 1. Mapa de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe



Fuente: TurismoMexico.es (2020).

Figura 2. Herramientas financieras que utilizan las pymes vitivinícolas



Fuente: elaboración propia.

mento de contabilidad y 30% de algún despacho contable externo.

En consecuencia, se demostró que los tipos de presupuestos que elaboran se encuentran los siguientes por orden de importancia: 67.5% ventas, 65% general, 47.5% compras, 37.5% egresos, 27.5% productos, 27.5% flujo de efectivo, 12.5% departamentos y ninguno de los anteriores 12.5%. Para determinar las utilidades, estas empresas emplean información proveniente inicialmente de las ventas (61.50%), así como de los estados de resultados (48.70%) y del flujo de efectivo (28.20%). Cabe mencionar que en la figura 3 se destaca que los principales problemas considerados de relevancia que enfrentan regularmente las vitivinícolas son liquidez (76.9%), ventas (69.2%), falta de financiamiento (61.5%), por mencionar algunas.

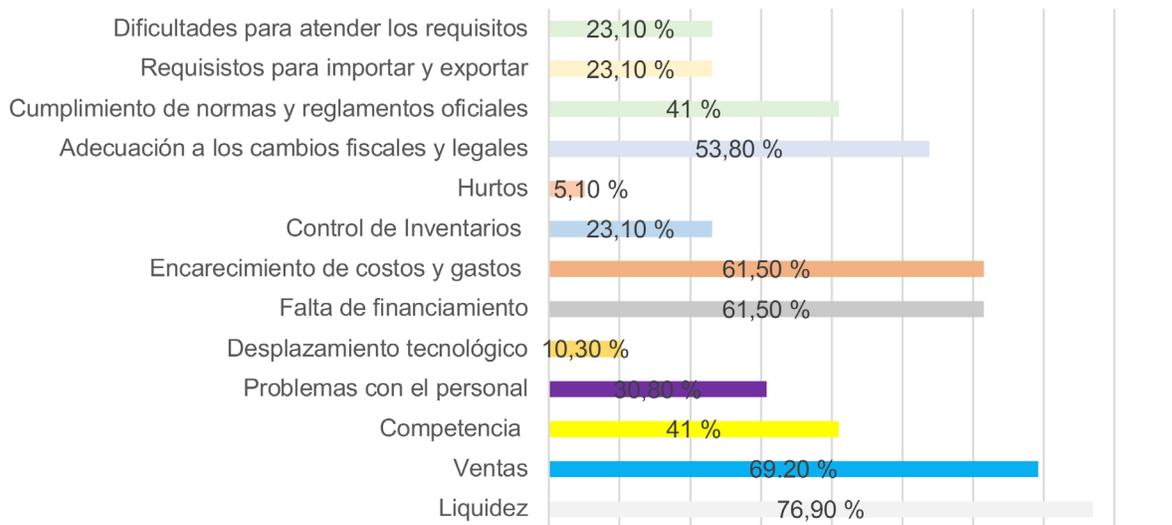
Por otra parte, respecto al desempeño financiero de las empresas vitivinícolas con relación a la competencia, el 10.50% considera que muy bueno, 34.20% bueno, 47.50% regular, 5.30% malo y 2.60% muy malo. Ahora bien,

en la figura 4 se presenta el resultado en el que los sujetos de estudio opinaron sobre cuál es el elemento que contribuye más a la rentabilidad de la empresa: el 66.7% dijo que es el conocimiento de mercado y políticas de ventas, el 12.8% que es la gestión financiera, 10.3% las actividades administrativas, entre otras. Así, la mayoría de las empresas exploran continuamente otras alternativas de financiación a las cuales acceder, y el 42.5% está totalmente de acuerdo en la utilización de un software especializado para la administración y gestión empresarial del negocio, principalmente en aspectos relacionados con contabilidad y nómina.

■ Discusión y conclusiones

Esta investigación tuvo por objetivo realizar un diagnóstico sobre la aplicación de la gestión financiera y de las herramientas tecnológicas financieras utilizadas en las pymes vitivinícolas del Valle de Guadalupe, en Baja California, México. De esta manera, se encontró que entre los principales problemas existentes para una

Figura 3. Principales problemas que enfrentan las pymes vitivinícolas



Fuente: elaboración propia.

adecuada gestión figuran la falta de un plan de negocios estructurado, insuficiencia de capital, uso inadecuado del financiamiento, vulnerabilidad a lo nuevo, excesiva carga financiera, falta del conocimiento del mercado y carencia de habilidades gerenciales por parte de los empresarios, lo que coincide con el estudio de Ortiz y Arredondo (2014). Aunque en su mayoría son empresas técnicamente competentes, presentan serios problemas en la parte administrativa por falta de conocimiento y profesionalismo.

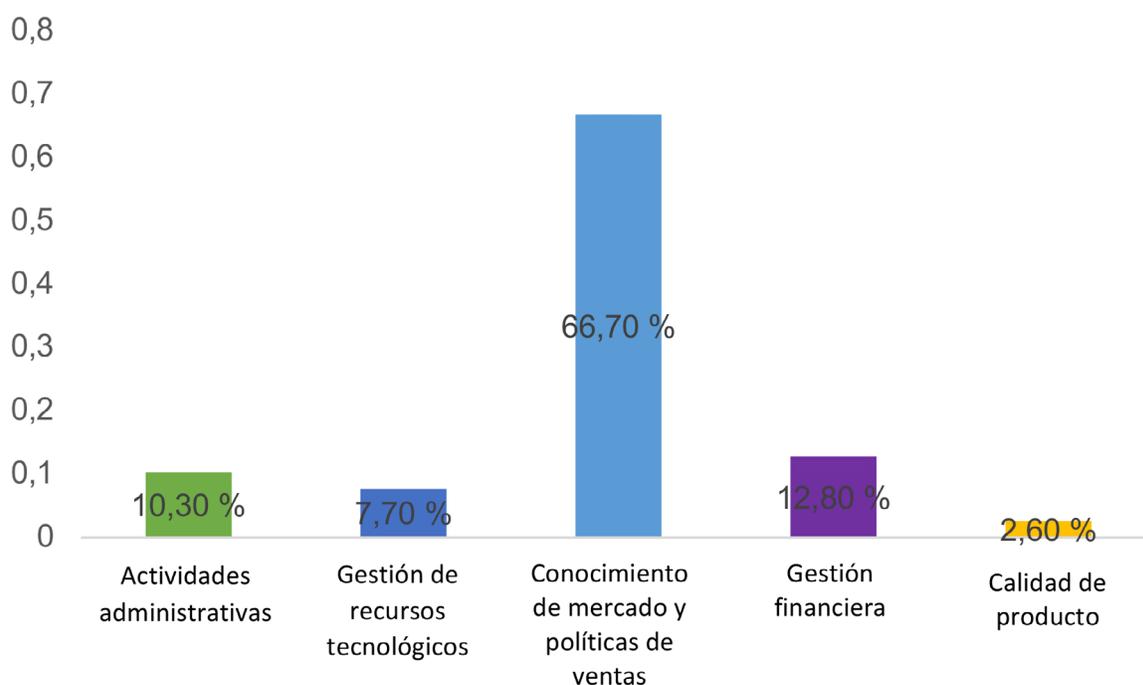
Ante este escenario, las pymes vitivinícolas deben asumir un papel que les permita obtener una posición de liderazgo en el mercado, y que, a su vez, puedan adaptarse rápidamente a la flexibilidad y rapidez a los cambios a un largo plazo para que puedan sobrevivir y tener éxito; lo que da como resultado que las organizaciones descubran que la gestión financiera y el uso de las tecnologías orientadas a la administración del negocio y sus actividades empresariales son sus mejores aliados, para hacer posible una administración más ágil y posibilitar la gestión de los sistemas de información. Para ello, deben estar bien estructurados con el propósito de obtener una ventaja competitiva (Geldes et al., 2017).

Luego de analizar este tipo de empresas, se han encontrado algunos datos indispen-

sables que se destacan con relación a la relevancia concebida en función de su actividad. Cabe señalar la importancia de trabajar en el área de gestión financiera, solo el 12.8% la utilizan, pero hace falta implementar estrategias y herramientas de planeación que ayuden a una mejor gestión financiera. De ahí que se deriven los siguientes hallazgos que sirven para la toma de decisiones: (1) formalizar una estructura ordenada y de procesos en el área financiera, como se puede apreciar ante la preocupación y la difícil situación que enfrentan los empresarios, directivos o administradores de las pymes vitivinícolas; (2) establecer una estructura financiera idónea para los efectos de la gestión acorde con los principales problemas presentados; (3) es necesario medir el desempeño financiero de acuerdo con su competencia, y (4) se requieren herramientas financieras que puedan adaptarse a sus necesidades actuales mediante la interpretación de los datos como resultado de la aplicación de las herramientas y técnicas de análisis existentes.

Por otra parte, con relación al tema del uso de los sistemas de información para la gestión financiera del negocio, es necesario destacar los siguientes hallazgos: (1) el uso de equipo de cómputo (computadoras, impresoras, escáner, entre

Figura 4. Elementos que contribuyen a la rentabilidad de las pymes vitivinícolas



Fuente: elaboración propia.

otros) ha sido adecuado para la gestión y administración de la empresa, lo que se traduce en posiciones competitivas ventajosas, y (2) utilización de software para la gestión y administración de las pymes vitivinícolas que permita evaluar y obtener información relevante en la toma de decisiones del empresario.

Entre las limitaciones del presente estudio se encontró una baja participación de los empresarios y productores de vino en una época de pandemia mundial por el COVID-19, donde el cuestionario se aplicó en línea debido al cierre temporal al público general derivado de la contingencia. Este medio se consideró el más apropiado en vista del problema, derivado de la falta de tiempo y repuesta por parte de estos, al concentrar sus esfuerzos en buscar la manera de innovar y vender vino por otros medios de distribución.

Asimismo, la falta de respuesta en el tema de proporcionar información relacionada con la gestión financiera y elementos de planeación estratégica para la toma de decisiones. Denota que, aunque cuentan con un sistema de costos en las empresas vitivinícolas, en la realidad existe

un desconocimiento en la determinación de los costos y gastos de operación de las actividades que generan valor en las empresas vitivinícolas, puesto que no poseen indicadores de evaluación periódica que faciliten determinar los niveles de rentabilidad y de endeudamiento. Lo cual es muy recurrente, ya que la mayoría de los empresarios toman decisiones inapropiadas como consecuencia de la falta de capacidad o preparación del análisis de la información financiera para la utilización de herramientas de gestión financiera y la toma de decisiones en los procesos de elaboración del vino, entre otras áreas de vital importancia para una adecuada gestión empresarial.

Finalmente, es importante mencionar que el presente artículo tiene como objetivo analizar el contexto situacional de las empresas vitivinícolas del Valle de Guadalupe y desarrollar una metodología de investigación que pueda emplearse como referencia para futuras investigaciones en el tema de gestión financiera, debido a la existencia de pocos estudios o trabajos aplicados en gestión en empresas vitivinícolas, particularmente en México.

Anexos

Anexo 1. Instrumento de medición (cuestionario)

Objetivo del cuestionario: Identificar las variables financieras, tecnológicas, de innovación y capital humano asociadas al desempeño financiero que ayuden a incrementar la competitividad de las empresas vitivinícolas (mipymes) de la Ruta del Vino del Valle de Guadalupe, Baja California, México.

Instrucciones: Marque con una equis (X) solo una de las respuestas que se presentan en cada una de las preguntas.

I. Identificación e información general

1. Puesto del entrevistado: _____

2. Profesión: _____

3. Nombre o razón social de la empresa: _____

4. Mencione los años de antigüedad de la empresa: _____

5. Tamaño de la empresa:

1) Micro (0-10 empleados) 3) Pequeña (11-50 empleados)

2) Mediana (51-100 empleados) 4) Grande (251 en adelante)

II. Gestión financiera

Diagnóstico del área de contabilidad y finanzas

Indique con una equis (X) su respuesta. La clave de respuestas es la siguiente:

	1- Nunca	2- Rara vez	3- Algunas veces	4- Casi siempre	5- Siempre
6. El sistema de contabilidad y costos prevé información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.					
7. La empresa tiene un sistema claro para definir los costos de la empresa, dependiendo de las características de los productos y de los procesos.					
8. La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y controlar sus inventarios.					
9. La empresa cuenta con una planeación financiera formal (presupuesto de ingresos y egresos, flujos de caja, razones financieras, punto de equilibrio, etc.).					
10. Se comparan mensualmente los resultados financieros con los presupuestos, se analizan las variaciones y se toman decisiones correctivas.					

11. Indique si utiliza las siguientes herramientas financieras en su empresa.

	Sí	No	Periodicidad
1) Razones financieras			
2) Estadísticas o reportes de sus operaciones			
3) Control de presupuestos			
4) Aplicación de porcentajes a sus estados financieros			
5) Reporte de inventarios			
6) Reporte de cobranzas			
7) Flujo de efectivo			
8) Estados financieros			
9) Presupuestos			
10) Ventas			
11) Punto de equilibrio			

12. ¿En quién recae la responsabilidad del manejo de la contabilidad de la empresa?

1) Propietario o principal administrador de la empresa

2) Departamento de contabilidad

3) Despacho contable externo

4) Otros (especifique): _____

13. Señale los tipos de presupuestos que elaboran

- 1) General
- 2) Departamentos
- 3) Productos
- 4) Ventas
- 5) Egresos
- 6) Compras
- 7) Flujos de efectivo
- 8) Ninguno

14. Indique con base en qué información determina sus precios de venta

- 1) Costos y margen de utilidad
- 2) Precios de la competencia
- 3) Empíricamente
- 5) Punto de equilibrio
- 6) Otros (especifique): _____

15. Señale con base en qué información proyecta sus ventas

- 1) Venta de años anteriores
- 2) Inflación pronosticada
- 3) Tendencias del mercado
- 4) Experiencia
- 5) Punto de equilibrio
- 6) Otros (especifique): _____

16. Señale la información que utiliza para determinar sus utilidades

- 1) Ventas
- 2) Estados de resultados
- 3) Flujos de efectivo
- 4) Otros (especifique): _____

17. Señale con base en qué información determina sus volúmenes de compras

- 1) Ventas
- 2) Saldos de inventarios
- 3) Ofertas de proveedores
- 4) Flujos de efectivo
- 5) Temporadas de ventas
- 6) Otros (especifique): _____

18. Señale los mecanismos que utiliza para el control de sus inventarios y su periodicidad

Mecanismo	Sí	No	Periodicidad
1) Tarjetas de almacén			
2) Inventarios físicos			
3) Sistemas de cómputo de inventarios			
4) Reporte de ventas			
5) Ninguno			

19. Señale en orden de importancia en una escala del 1 al 13, donde 1 es el más importante, ¿cuáles considera que son los problemas a los que se enfrenta regularmente su empresa?

- 1. Liquidez
- 2. Ventas
- 3. Competencia
- 4. Problemas con el personal
- 5. Desplazamiento tecnológico
- 6. Falta de financiamiento
- 7. Encarecimiento de costos y gastos
- 8. Control de inventarios
- 9. Hurtos
- 10. Adecuación a los cambios fiscales y legales
- 11. Cumplimiento de normas y reglamentos oficiales
- 12. Requisitos para importar y exportar
- 13. Dificultades para atender los requisitos y trámites aduaneros

Gestión financiera

Marque con una equis (X) su respuesta. La clave de respuestas es la siguiente:

	1- Muy malo		2- Malo		3- Regular		4- Bueno		5- Muy bueno	
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. ¿Cómo califica el desempeño financiero de su empresa?										
21. ¿Cómo califica si el desempeño financiero de su empresa ha sido mayor que la de sus competidores?										
22. ¿Cómo califica la rentabilidad de su empresa en comparación con la de sus competidores?										
23. ¿Cómo se ha comportado el crecimiento de sus ventas en los últimos tres años?										
24. ¿Cómo se ha comportado el rendimiento sobre ventas en los últimos tres años?										

25. ¿Cuál de estos factores contribuye más a la rentabilidad de su empresa?

- 1. Actividades administrativas
- 2. Gestión de recursos tecnológicos
- 3. Conocimiento de mercado y políticas de ventas
- 4. Gestión financiera
- 5. Otro (especifique): _____

26. ¿Qué uso le da a la utilidad de la empresa?

- 1. Gastos personales
- 2. Inversiones en maquinaria y equipo
- 3. Expansión de la capacidad
- 4. Ahorro
- 5. Desarrollo tecnológico
- 6. Otro (especifique): _____

27. ¿En quién recae la responsabilidad del manejo de las finanzas de la empresa?

- 1. Propietario o principal administrador de la empresa
- 2. Departamento de contabilidad
- 3. Despacho contable externo

4. Otro (especifique): _____

Estrategia financiera

Marque con una equis (X) su respuesta. La clave de respuestas es la siguiente:

	1- Nunca	2- Rara vez	3- Algunas veces	4- Casi siempre	5- Siempre
28. ¿Se encuentran los objetivos de la empresa claramente definidos?	1	2	3	4	5
29. ¿La estrategia financiera es congruente con las estrategias definidas en las áreas de producción, innovación, recursos humanos y tecnologías de la información?					
30. ¿Su empresa está continuamente explorando las diferentes alternativas de financiamiento a las que podría acceder?					
31. ¿Las alianzas estratégicas con otras empresas son el resultado de la estrategia financiera diseñada?					

III. Innovación empresarial

Comportamiento innovador

Marque con una equis (X) su respuesta. La clave de respuestas es la siguiente:

	1- Nunca	2- Rara vez	3- Algunas veces	4- Casi siempre	5- Siempre
32. Busca cómo mejorar los procesos, tecnología, productos, servicios o relaciones de trabajo existentes	1	2	3	4	5
33. Propone ideas creativas, se considera innovador					
34. Prueba las nuevas ideas, tratando de evaluarlas					
35. Promueve y defiende las nuevas ideas de otros					
36. Trata de persuadir a los demás de la importancia de una nueva idea o solución					
37. Trata de encontrar los fondos necesarios para poner en marcha las nuevas ideas					
38. Desarrolla planes y programas adecuados para implantar las nuevas ideas					

IV. Uso de las tecnologías de la información

Marque con una equis (X) su respuesta. La clave de respuestas es la siguiente:

	1- En total desacuerdo	2- En desacuerdo	3- Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4- De acuerdo	5- Totalmente de acuerdo
Recursos en tecnologías de la información					
	1	2	3	4	5
39. Utilizo y manejo los equipos como fax, cámara, computadora, internet en apoyo a mi negocio					
40. La empresa posee el equipo de cómputo (computadoras, impresoras, escáner) adecuado para la gestión y administración de la empresa					
41. La empresa cuenta con software adecuado para el control de producción o inventarios de la empresa					
42. Esta empresa posee el software adecuado (contabilidad, nómina) para la gestión y administración de la empresa					
43. Contamos con la conexión adecuada a internet para la gestión y administración de la empresa					

V. Capital humano

Marque con una equis (X) su respuesta. La clave de respuestas es la siguiente:

1- En total desacuerdo	2- En desacuerdo	3- Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4- De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo	
Aspectos generales					
	1	2	3	4	5
44. La empresa tiene un organigrama escrito e implantado donde las líneas de autoridad y responsabilidad están claramente definidas					
45. La empresa tiene unas políticas y manuales de procedimientos escritos, conocidos y acatados por todo el personal					
Capacitación y promoción del personal					
	1	2	3	4	5
46. La empresa tiene un organigrama definido para la capacitación de todo su personal y a todo el personal nuevo se le da una inducción a la empresa					
47. Las habilidades personales, las calificaciones, el deseo de superación, la creatividad y la productividad son criterios claves para la remuneración y promoción del personal					
	1	2	3	4	5
48. Existe una buena comunicación oral o escrita a través de los diferentes niveles de la compañía					
49. La empresa logra que el personal desarrolle un sentido de pertinencia					
50. La empresa ha establecido programas e incentivos para mejorar el clima laboral					
Cultura organizacional					

Fuente: elaboración propia. Este cuestionario contiene más variables que fueron medidas.

Referencias

- Acosta, C., Bocanegra, L., & Ordorica, N. (2015). Agenda para estudio de las problemáticas de las mipymes mexicanas. *Revista de la Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas- FACCEA*, 5(2), 107-117.
- Alegria, F. (2018). *Guía para la formulación estratégica, planificación estratégica y alineamiento organizacional de la empresa Vitivinícola Agrícola y Comercial Santa Camila S. A.* (tesis de doctorado). Universidad de Talca, Talca.
- Armijos-Solórzano, J., Narváez-Zurita, C., Ormaza-Andrade, J., & Erazo-Álvarez, J. (2020). Herramientas de gestión financiera para las mipymes y organizaciones de la economía popular y solidaria. *Dominio de las Ciencias*, 6(1), 466-497. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i1.1156>
- Barco, E., & Navarro, M. (2012). *Factores de cambio en el mercado internacional del vino en un escenario de crisis*. Ponencia presentada en la XIV Reunión de Economía Mundial, 30 y 31 de mayo y 1 de junio de 2012, Jaén, España.
- Bonilla, E., Cardeño, N., & Cardeño, E. (2015). La función financiera en las micros, pequeñas y medianas empresas, del municipio de Riohacha. *Económicas CUC*, 36(2), 137-146.
- Campbell, G., & Guibert, N. (2006). Introduction: Old world strategies against New World competition in a globalizing wine industry. *British Food Journal*, 108(4), 233-242. <https://doi.org/10.1108/00070700610657092>
- Casas, R., Hernández, J., & Vargas, O. (2019). El presupuesto en la gestión financiera de las mipymes asistido por el proceso administrativo como herramienta competitiva de las mipymes. *Gestión Joven*, 20(2), 6-25. <https://doi.org/10.23925/2178-0080.2019v21i3.39868>
- Chen, Y. (2019). *El mercado del vino en China: oportunidad de negocio, tendencias e internacionalización* (tesis de doctorado). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia.
- Córdoba, S., Zambrano, H., Paguay, C., Peñafiel, V., Rodríguez, J., & Pachón, E. (2020). Diagnóstico financiero y biofísico para la producción de semilla de papa. *Agronomía Mesoamericana*, 31(3), 635-647. <https://doi.org/10.15517/am.v31i3.39940>
- Dabla-Norris, E., Deng, Y., Ivanova, A., Karpowicz, I., Unsal, F., VanLeemput, E., & Wong, J. (2015). Inclusión financiera: un enfoque centrado en América Latina. *Boletín*, 61(4), 244-281.

- Dini, M., & Stumpo, G. (2018). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Felzensztein, C., Stringer, C., Benson-Rea, M., & Freeman, S. (2014). International marketing strategies in industrial clusters: Insights from the southern hemisphere. *Journal of Business Research*, 67(5), 837-846. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.07.002>
- Fernández, M., & Meraz, L. (2022). Etiqueta como estrategia de compra. *Vinos ganadores de concurso internacional*. RIVAR, 9(25), 230-245. <https://doi.org/10.35588/rivar.v9i25.5457>
- Fideicomiso Público para la Promoción Turística del Estado de Baja California. (2020). *Directorio Ruta del Vino, Ciudad de México*. <https://bajanorte.com/ruta-del-vino-directorio/>
- Flores, A., Catalán, C., & Arriagada, T. (2007). *Diseño de un sistema de control de gestión basado en un cuadro de mando operativo para la utilización de cinco pymes del sector vitivinícola de la provincia de la Ñuble* (tesis de licenciatura). Universidad del Bio-Bio, Chillán.
- Florido, J., Enríquez, L., & Adame, M. (2016). Los sistemas de control de gestión y la cultura organizacional en las pymes. *Mercados y Negocios*, (23-24), 55-70. <https://doi.org/10.32870/myn.v0i23-24.5166>
- Gómez, A., Morales, M., & Ramírez, C. (2018). Estado del arte sobre las problemáticas financieras de las pymes en Bogotá, Colombia y América Latina. *Económicas CUC*, 39(2), 77-94. <https://doi.org/10.17981/econcuc.39.2.2018.05>
- García, A., Meraz, L., & Díaz, E. (2018). Wine tourism and wine marketing in family-owned micro wineries in Guadalupe Valley, México. *Rosa Dos Ventos*, 10(4), 690-711. <http://dx.doi.org/10.22136/est20191344>
- Geldes, C., Felzensztein, C., & Palacios-Fenech, J. (2017). Technological and non-technological innovations for propensity to innovate. The case of an emerging economy. *Industrial Marketing Management*, 61, 55-66. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2016.10.010>
- Geldes, C., Felzensztein, C., Turkina, E., & Durand, A. (2015). How does proximity affect marketing cooperation? A study of clusters in emerging economies. *Journal of Business Research*, 68(2), 263-272. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.09.034>
- Geldes, C., Heredia, J., Felzensztein, C., & Mora, M. (2017). Proximity as determinant of business cooperation for technological and non-technological innovations. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 32, 167-178. [https://doi.org/10.1108/JBIM-01-](https://doi.org/10.1108/JBIM-01-2017-0010)
- Gómez, J., & Morini, S. (2007). Uso de un sistema ABC para el cálculo y gestión de costes en el sector vitivinícola. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 5(9), 107-132.
- González, P. (2016). *Gestión de la inversión y el financiamiento. Herramientas para la toma de decisiones*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A. C.
- Guerrero, F. (2018). Estrategias financieras determinantes de la competitividad: evolución y perspectivas en las pymes ecuatorianas. *Revista Publicando*, 5(2), 1315-1343.
- Horas, L. (2012). *Herramientas de gestión en las pymes vitivinícolas de Luján de Cuyo-Mendoza* (tesis de doctorado). Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2016). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- INEGI (2019). *Se difunden estadísticas detalladas sobre las micro, pequeñas y medianas empresas del país*. INEGI. <https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019.pdf>
- Jiang, L., & Li, X. (2010). Discussions on the improvement of the internal control in smes. *International Journal of Business and Management*, 5(9), 214-216.
- Jones, D. (1982). Characteristics of planning in small firms. *Journal of Small Business Management*, 20(3), 15-19.
- Joseph, A. (2018). *La planeación financiera y la toma de decisiones como predictores del desempeño financiero de las pymes del municipio de Medellín, Colombia* (tesis de maestría). Universidad de Montemorelos, Montemorelos.
- Li, X., Wang, J., & Yang, C. (2023). Risk prediction in financial management of listed companies based on optimized BP neural network under digital economy. *Neural Computing and Applications*, 35(3), 2045-2058. <https://doi.org/10.1007/s00521-022-07377-0>
- López, A., Méndez, J., & Dones, M. (2009). Factores claves de la competitividad regional: innovación e intangibles. *Información Comercial Española, ICE: Revista de Economía*, (848), 125-140.
- López, M., Gómez, A., & Sánchez, M. (2020). Gestión de las pymes en México. Ante los nuevos escenarios de negocios y la teoría de la agencia. *Estudios de Administración*, 27(1), 69-91. <https://doi.org/10.5354/0719-0816.2020.56967>
- Martínez, C., Salazar, N., & Gómez, L. (2020). La importancia del control interno en pequeñas y medianas empresas del sector servicios en Piedras Negras, Coahuila. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 12, 1125-1145.

- Medina-Albaladejo, F., Martínez-Carrión, J., & Ramón-Muñoz, J. (2014). El mercado mundial de vino y la competitividad de los países del hemisferio sur, 1961-2010. *América Latina en la historia económica*, 21(2), 40-83. <https://doi.org/10.18232/alhe>
- Meraz, L. (2017). Preferences in wine consumption in México, wine tourism and chances of success for winemakers entrepreneurs. *Revista Turismo Estudios e Prácticas*, 6(1), 21-49.
- Meraz, L., Díaz, E., Lora, M., & León, A. (2020). Cooperación entre productores de vino en Baja California. En Araiza, Z. (coord.), *Las características estructurales como impulso de las estrategias. La cooperación entre empresas en Aguascalientes, Coahuila, Baja California y Nayarit* (pp. 107-133). Editorial Fontamara.
- Meraz, L., González-Rosales, V., & Díaz, E. (2019). Influencia de las emociones en la compra de vino por enoturistas en el nuevo mundo del vino: el caso de México. *Cuadernos de Turismo*, 44, 277-302. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.44.404841>
- Migliaccio, G., & Tucci, L. (2019). Economic assets and financial performance of Italian wine companies. *International Journal of Wine Business Research*, 32(3), 325-352. <https://doi.org/10.1108/IJWBR-04-2019-0026>
- Montiel-Flores, J. (2019). Aproximación a las dimensiones para la identificación de las buenas prácticas del turismo enológico sostenible en el Valle de Guadalupe, Baja California, México, en el 2016. *Revista Sinergia*, 1(5), 36-63.
- Mora-Riapira, E., Vera-Colina, M., & Melgarejo-Molina, Z. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las mipymes del sector comercio en Bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2014.08.001>
- Moreno, F., Moreno, S., & Dávalos, C. (2015). Planeación estratégica y gestión del conocimiento en las pequeñas y medianas empresas (pymes), herramienta básica para su permanencia y consolidación. *European Scientific Journal*, 11(31), 139-150.
- Novo, G., Osorio, M., & Sotomayor, S. (2018). Wine tourism in México: An initial exploration. *Anatolia*, 30(2), 246-257. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1519212>
- Nyangara, C., Ojera, P., & David, O. (2015). Factors influencing choice of strategic management modes of small enterprises. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 4(1), 1-22. <https://doi.org/10.1186/s13731-014-0016-y>
- Organización Internacional de la Viña y el Vino (OIV). (2017). *El sector vitivinícola mexicano, con grandes ambiciones de cara al futuro*. OIV. <http://www.oiv.int/es/actualidad-de-la-oiv>
- Ortiz, C., & Arredondo, E. (2014). Competitividad de las empresas desarrolladoras de software en Morelia, Michoacán. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 8(1), 753-775.
- Pelayo, M., Joya, R., & Velázquez, J. (2019). Supervisión del control interno en microempresas mexicanas. *Retos de la Dirección*, 13(1), 1-16.
- Pérez-Carballo, J. (2015). *La gestión financiera de la empresa*. ESIC Editorial.
- Portal, M., Feitó, D., & Bernal, B. (2016). Evaluación de la gestión económico-financiera en microempresas mexicanas. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 5(8), 20-31.
- Porter, M. (1987). From competitive advantage to corporate strategy. *Harvard Business Review*, 65(3), 43-59.
- Ramón, M., & Jordana, J. (2015). *La financiación de la empresa. Cómo optimizar las decisiones de financiación para crear valor*. Profit Editorial.
- Reyna, M. (2017). La administración financiera y su influencia en el desarrollo de las mypes, en la galería Molina Center del distrito de Cercado de Lima (tesis de licenciatura). Universidad César Vallejo, Lima.
- Rodríguez, J., & Moreno, C. (2019). Desarrollo metodológico de un sistema de administración y control de riesgos financieros en mipymes. *Revista CIES Escolme*, 10(2), 67-80.
- Saavedra, M., & Espíndola, G. (2016). El uso de la planeación financiera en las pymes de TI de México. *Ciencias Administrativas*, (8), 15-33.
- Saavedra, M., & Macarena, M. (2017). La gestión financiera de las pymes en la ciudad de México y su relación de la competitividad. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 71, 149-173.
- Saavedra, M., & Tapia, B. (2011). Mejores prácticas y factores de competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas. *Economía*, (32), 11-36.
- Saavedra, M., Milla, S., & Sánchez, B. (2013). Determinación de la competitividad de la pyme en el nivel micro: el caso del Distrito Federal, México. *Revista FIR, FAEDPYME International Review*, 2(4), 18-32.
- Saavedra-García, M., Tapia-Sánchez, B., & Aguilar-Anaya, M. (2016). La gestión financiera en las pymes del Distrito Federal, México. *Perspectiva Empresarial*, 3(2), 55-69. <https://doi.org/10.16967/rpe.v3n2a5>
- Sallem, N., Mohd, N., Mohd, W., & Kassim, C. (2017). Small and medium enterprises: Critical problems and possible solutions. *International Business Management*, 11(1), 47-52. https://www.researchgate.net/publication/320163628_Small_and_Medium_Enterprises_Critical_Problems_and_Possible_Solutions
- Sánchez, A., & Bañón, A. (2005). Factores explicativos del éxito competitivo: el caso de las pymes del estado de Veracruz. *Contaduría y Administración*, 216, 35-69.
- Tarziján, J. (2018). *Fundamentos de estrategia empresarial*. Ediciones UC.

- Turgunpulatovich, Y., & Bulturbayevich, M. (2020). The essence of small business and private entrepreneurship and the theoretical basis of its development. *International Engineering Journal for Research & Development*, 5(6), 45-50. <https://doi.org/10.37547/tajas/Volume02Issue08-06>
- TurismoMexico.es. (2020). Ruta del Vino del Baja California. <https://www.turismomexico.es/estado-baja-california-norte/>
- Valenzuela-Klagges, I., Valenzuela-Klagges, B., & Irrazaval, J. (2018). Desarrollo emprendedor latinoamericano y sus determinantes: evidencias y desafíos. *Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales*, 21(3), 55-63.
- Valle, A. (2020). La planificación financiera, una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3), 160-166.
- Vargas, C. (2015). Prospectiva tecnológica como ventaja para la gestión financiera en las pymes. *Redes de Ingeniería*, 6, 113-120.
- Zapata, M., Brito, A., & Barajas, M. (2013). *La gestión financiera como factor de competitividad para las pymes familiares en la industria textil en Yucatán, México*. Ponencia presentada en Global Conference on Business and Finance Proceedings, 2 al 5 de enero, Las Vegas, EE. UU.