

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruíz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

<https://doi.org/10.35381/r.k.v9i18.4190>

La innovación como factor de éxito en emprendimientos mexicanos

Innovation as a success factor in Mexican ventures

Graciela Santos-Martínez

graciela.santos@itsao.edu.mx

Tecnológico Nacional de México, TecNM Acatlán de Osorio, Acatlán de Osorio, Puebla,
México

<https://orcid.org/0000-0003-3466-8570>

Francisco Ramos-Guzmán

francisco.ramos@itsao.edu.mx

Tecnológico Nacional de México, TecNM Acatlán de Osorio, Acatlán de Osorio, Puebla,
México

<https://orcid.org/0000-0003-0939-4707>

María Citlali Ruíz-Porras

maria.rp@queretaro.tecnm.mx

Tecnológico Nacional de México, Instituto Tecnológico de Querétaro, Santiago de
Querétaro, Querétaro, México

<https://orcid.org/0000-0003-3755-6574>

Juan Manuel Quintero-Ramírez

juan.quintero@conahcyt.mx

Consejo Nacional de Humanidades, Ciencia y Tecnología-Colegio de Postgraduados,
Texcoco, Estado de México, México

<https://orcid.org/0000-0002-1040-2690>

Recepción: 10 de marzo 2024

Revisado: 15 de mayo 2024

Aprobación: 15 de junio 2024

Publicado: 01 de julio 2024

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

RESUMEN

Emprendimiento e innovación son alternativas de solución a problemas identificados en la sociedad y al crecimiento económico de un país. En los últimos años, el gobierno mexicano ha adoptado medidas que favorecen la creación de empresas con potencial innovador y competitivas. No obstante, aún persisten limitaciones que inciden en el crecimiento y desarrollo de estos negocios. Las restricciones y su relación con los factores que, desde la innovación contribuyen a impulsarlos, hacen que el objetivo de la investigación consista en analizar cómo valoran los emprendedores mexicanos la innovación como factor de éxito para el desarrollo de procesos o productos novedosos y competitivos. La investigación posee un enfoque mixto de tipo descriptiva y analítica. La aplicación del instrumento corrobora la importancia de la innovación otorgado por 30 emprendedores de todo el país pero, aún existen variables en las que resulta necesario trabajar para lograr el fortalecimiento de la cultura innovadora.

Descriptor: Innovación; emprendimientos; relación innovación–emprendimiento; desarrollo de emprendimientos. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

Entrepreneurship and innovation are alternative solutions to problems identified in society and to the economic growth of a country. In recent years, the Mexican government has adopted measures that favor the creation of companies with innovative and competitive potential. However, there are still limitations that affect the growth and development of these businesses. These restrictions and their relationship with the factors that, from the innovation point of view, contribute to promote them, make the objective of this research to analyze how Mexican entrepreneurs value innovation as a success factor for the development of novel and competitive processes or products. The research has a mixed descriptive and analytical approach. The application of the instrument corroborates the importance of innovation given by 30 entrepreneurs from all over the country, but there are still variables on which it is necessary to work to strengthen the innovative culture.

Descriptors: Innovation; entrepreneurship; innovation-entrepreneurship relationship; business development. (UNESCO Thesaurus).

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

INTRODUCCIÓN

La innovación es una herramienta que contribuye al crecimiento sostenible del sector empresarial, aportando cada vez más y mejores beneficios. Es un proceso de aprendizaje continuo, que impulsa la generación, adaptación y aplicación de ideas y métodos, con el objetivo de lograr resultados superiores en las organizaciones (Garnica Estrada y Franco Calderón, 2021; Delgado Fernández, 2024; Noa Guerra et al., 2024). Como cualidad intrínseca del ser humano, es un poderoso instrumento que promueve la competitividad ante los cambios constantes del entorno, asociado en gran medida a la creatividad y a la capacidad de aportar soluciones, ya sean novedosas o adaptadas, a problemas detectados en la práctica empresarial (Macías et al., 2023; Quero Graterol et al., 2024). De esta manera, las innovaciones se asocian invariablemente a la implementación de nuevos conocimientos o combinaciones ingeniosas de los ya existentes, las cuales permiten mejorar y/o modificar formas de hacer para alcanzar resultados superiores (Ariza et al., 2020). Este proceso tiene como finalidad, la inmediatez y aplicabilidad en la práctica para obtener mejores resultados en el objeto de aplicación (Vernaza Arroyo et al., 2020).

Por otra parte, los términos y definiciones asociados a emprendimiento e innovación se han incorporado en los últimos años a la cultura organizacional o empresarial, ya que ambos se presentan como alternativas en la solución de problemas identificados en la sociedad o la necesidad del crecimiento económico de un país (Vernaza Arroyo et al., 2020; Rodríguez Torres et al., 2022). En la era del conocimiento y la información; ambos conceptos se asocian al desarrollo sostenible; la búsqueda y creación de valor; así como, la utilización de estrategias, metodologías y recursos para satisfacer las necesidades de la sociedad de manera sostenible y sustentable, generando así un impacto social positivo (Bravo Espinoza, 2023).

De esta manera, emprender siempre genera procesos de cambio, sin importar el tipo de negocio o empresa. Los emprendimientos se consideran proyectos con fines sociales, económicos o políticos y poseen como una de sus principales características la

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

innovación. Estos proyectos contribuyen al desarrollo local, regional y nacional estrechamente relacionados con la identificación de oportunidades rentables en el mercado. El éxito de los emprendimientos, se debe en gran medida, a la importancia dada a la innovación en productos, procesos y la gestión tecnológica para diferenciarse de la competencia (Maya Carrillo et al., 2022). Esta actividad se basa en la creación de empresas innovadoras y creativas, dirigidas por personas con visión orientada al éxito (Borja et al., 2020).

Así, la acción de emprender contribuye al progreso de la sociedad, es por ello que los emprendedores se consideran los principales impulsores de la innovación, la creatividad y el progreso, traducido en que, tanto sus ideas como sus negocios, generan beneficios a la economía y a la sociedad. Un emprendedor es una persona con capacidad para asumir riesgos, aprovechar situaciones de crisis, introducir nuevas tecnologías y aprovechar oportunidades las cuales incluyen la generación e implementación de ideas innovadoras (Mendoza Arvizo et al., 2024; Terán y Guerrero, 2019). A su vez, poseen un conjunto de habilidades que les permiten gestionar, organizar, innovar y tomar riesgos con gran influencia del entorno en el que interactúan (Mendoza Arvizo et al., 2024).

Por su parte, Ynzunza Cortés e Izar Landeta (2021) refieren que, los emprendimientos se reconocen como uno de los principales impulsores de la economía actual a nivel mundial, por lo que se han buscado e implementado diversas acciones gubernamentales que contribuyen a impulsar y desarrollar el crecimiento de esta actividad, la cual favorece el empleo, la productividad, la economía y la innovación.

Teniendo en cuenta lo anterior, se ha podido observar como la situación económica después de la pandemia, ha generado diferentes problemáticas a nivel global. En estas circunstancias grandes empresas generadoras de empleos y beneficios a la sociedad se han declarado en bancarrota, sin embargo, otros han prosperado o iniciado emprendimientos como una actividad que contribuye a la creación de nuevos empleos, el uso de la innovación en función de alcanzar mejores resultados empresariales y el

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

incremento de las nuevas tecnologías (Camargo Carmona et al., 2021; Santamaría Velasco et al., 2021).

En este contexto empresarial, desarrollar una cultura de emprendimiento basada en la innovación implica, no solo lograr una mayor competitividad de las organizaciones en el mercado, sino también consolidar valores, identidad y liderazgo en el entorno geográfico en el que se busca emprender. (Bravo Espinoza, 2023).

Constituye una realidad que el crecimiento y transformación de las economías de algunas regiones en el mundo se debe, en gran medida, a la capacidad de los gobiernos de impulsar la creación de empresas capaces de responder y adaptarse a las necesidades del mercado a través de negocios creativos e innovadores (Meyli et al., 2023). En América Latina, países como Colombia, Chile, Uruguay y México han presentado incrementos considerables en esta actividad, aunque en la etapa pos pandemia se evidenciaron impactos negativos en la economía, con sectores ampliamente afectados como el turismo, el comercio, la construcción y la manufactura (Meyli et al., 2023; Robichaud et al., 2023; Camargo Carmona et al., 2021).

Esta tendencia al crecimiento ha sido el reflejo de una mayor aceptación de la cultura emprendedora, donde se inician negocios considerando los riesgos y con ello la conducción a una mayor prosperidad económica de un país o región, aunque estos aún resultan insuficientes comparados con la etapa prepandemia (Ruiz y Palacios, 2020; Mendoza Arvizo et al., 2024).

Entre los países de Latinoamérica, México es considerado una nación privilegiada tanto por su posición geográfica como por las riquezas naturales, culturales e históricas que posee. Este país ofrece un entorno dinámico y en evolución favorable para las personas que buscan innovar y crecer. Su ubicación geográfica posibilita el comercio con América del Norte y América Latina, con oportunidades para exportar productos y servicios. A esto se suma un crecimiento del entorno digital, el acceso a Internet y el uso de dispositivos móviles que facilitan la creación y gestión de negocios en línea, una población joven y en crecimiento con un mercado potencial variado y una creciente cultura emprendedora

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

respaldada por programas gubernamentales e incubadoras de negocios que promueven el desarrollo de nuevas empresas y emprendimientos (Ríos Rodríguez et al., 2022).

En los últimos años, el gobierno mexicano, ha adoptado medidas que favorecen la creación de nuevas empresas, reafirmando el compromiso de mejorar el potencial de innovación y competitividad. El sistema de innovación mexicano y su marco institucional se encuentra en proceso de maduración y de franco aprendizaje. En este sentido, emprendedores de todo tipo concientizan la importancia de su contribución a la generación de empleo y al PIB de la economía nacional. Algunas de las medidas implementadas se relacionan con la creación de un fondo inicial para coinversiones a través del banco federal de desarrollo y posteriormente del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM), este último con el objetivo de desarrollar un ecosistema emprendedor más fuerte. A su vez, la existencia de una red de apoyo de más de 500 programas de incubadoras disponibles en 190 ciudades de todo México, incluidas 50 incubadoras dedicadas a empresas emergentes con alto potencial de crecimiento reafirman que, el país, ha progresado considerablemente desde que el gobierno identificó el emprendimiento como un factor fundamental para el crecimiento económico (Robichaud et al., 2023).

Según el Monitor Global de Emprendimiento (GEM por sus siglas en inglés), en los últimos años, México ha estado ubicado en los primeros lugares de los países de América Latina que fomentan mejoras para el desarrollo de emprendimientos. De 12 variables que se califican, las mejores evaluadas han sido: la infraestructura pública; la educación a nivel superior para el emprendimiento y el funcionamiento del mercado interno (Camargo Carmona et al., 2021).

Actualmente existen cientos de emprendimientos mexicanos que han logrado posicionarse en el mercado y, a pesar de la gran variedad de los mismos, los más comunes pueden agruparse en:

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

- Gastronomía y restauración: asociado a la riqueza y variedad de servicios y preparaciones culinarias basadas en las tradiciones de cada región del país. Incluye la utilización de servicios con valor agregado y el desarrollo del turismo.
- Servicios de consultoría y capacitación: servicios especializados orientados a la solución de problemas identificados mediante la asistencia técnica y la preparación del personal.
- Tecnología: desarrollo de softwares, gadgets, videojuegos, servicios digitales y más.
- Manufactura y artículos personales: Productos para el consumo, artículos de belleza y uso personal con tendencia a reforzar los valores culturales del país y la región en que se desarrollan.

Robichaud et al. (2023); Ríos Rodríguez et al. (2022); Ynzunza Cortés e Izar Landeta (2021); Ovando y Valencia (2021) han manifestado que, algunas de las limitaciones para el desarrollo de los emprendimientos en México, se pueden resumir en:

- Falta de recursos financieros incluido limitaciones de acceso al financiamiento a corto y largo plazo.
- Bajos niveles de educación postsecundaria lo cual incide en las ofertas reducidas de personal calificado.
- Escasa formación y experiencia para emprender, poco conocimiento de cómo iniciar y operar un negocio, así como desconocimiento de herramientas que permitan mantener la actividad en el tiempo.
- Deficiente operación y gestión
- Poca capacidad de adaptación al cambio y orientación al mercado
- Escasa tecnología y su utilización para su desempeño
- Carencia de estrategias y recursos que posibiliten la mejora de procesos organizacionales y administrativos necesarios para la transformación de procesos y productos/servicios.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

- Poca visión con relación a la gestión de la innovación

A partir de las limitaciones identificadas se hace necesario definir y evaluar aquellos factores que deben ser reconocidos por los emprendedores como impulsores de la innovación y que pueden ser utilizados en función de realizar y consolidar procesos de cambio, mayor adaptación al mercado y mejoras de los emprendimientos para hacerlos más rentables y competitivos. Es por ello que el objetivo de la presente investigación consiste en analizar cómo valoran los emprendedores mexicanos la innovación como factor de éxito para el desarrollo de procesos o productos novedosos y competitivos.

MÉTODOS

En la investigación se utilizó un enfoque mixto con el objetivo de recopilar, analizar e integrar tanto la investigación cuantitativa como la cualitativa para lograr una mejor comprensión y visión integral de la problemática abordada. Fue de tipo descriptiva a nivel general y analítica a nivel específico al realizar un análisis de la innovación como factor de éxito para el desarrollo, desde la perspectiva y evaluación de emprendedores mexicanos.

La combinación de ambos métodos posibilitó la identificación y valoración de forma crítica de los niveles de importancia otorgados a las variables asociadas a la innovación y cómo fueron evaluadas por los emprendedores. Este análisis permitió determinar las variables más valoradas del proceso innovador en emprendimientos y, por ende, las que fueron más reconocidos en su relación con el éxito del negocio.

Se utilizaron como métodos del nivel teórico: el analítico-sintético, el inductivo-deductivo, el histórico-lógico y la generalización, en función de considerar los aportes y referentes teóricos de diferentes autores sobre la temática de innovación, emprendimiento y la importancia que revierte la vinculación de ambas definiciones, así como antecedentes de estudios que aportaron elementos para su contextualización.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

Del nivel empírico se diseñó y aplicó un cuestionario, con la identificación de variables a fin de valorar la percepción que tenían los emprendedores acerca de la importancia de la innovación como factor de éxito en el desarrollo de procesos o productos novedosos y competitivos. La operacionalización de las variables se realizó considerando varios criterios de la literatura consultada, tomando como base fundamental la propuesta de Cajas et al. (2022) plantea la existencia de seis factores que influyen en las capacidades de innovación organizacional ellas son: capital humano y liderazgo, capacidad de absorción del conocimiento y tecnología, cultura organizacional, recursos, gestión organizacional y colaboración externa/vinculación.

El cuestionario diseñado quedó estructurado con 6 factores y un total de 19 variables, estas últimas propuestas por los autores. Al final del mismo se solicitó comentar cualquier ítem que, según la opinión del encuestado, necesitaría de alguna aclaración o comentario adicional. La evaluación se realizó mediante la utilización de la escala de Likert con cinco posiciones, donde el valor 1 fue el menos valorado y el 5 la puntuación máxima a obtener. Los criterios de evaluación fueron: sin importancia, poca importancia, medianamente importante, importante y muy importante.

El instrumento fue aplicado vía digital a directivos de 30 emprendimientos de todo el país, seleccionados de manera aleatoria, pero considerando resultados positivos en su desempeño. Se combinan algunos reconocidos como exitosos y otros con indicadores favorables de crecimiento. Se contó con la anuencia de cada uno para participar en la investigación.

Dada la diversidad de emprendimientos que se desarrollan en el País, la composición de los encuestados por segmentos fue: Gastronomía y restauración (13), servicios de consultoría y capacitación (4), tecnología (6), manufactura y artículos personales (7).

RESULTADOS

En la actualidad el desarrollo de los emprendimientos se encuentra estrechamente relacionado con la innovación como un elemento esencial en la generación de ventajas

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

competitivas de las empresas, así como en el incremento de la productividad y la generación de empleos (Ríos Rodríguez et al., 2022).

En la tabla 1, se muestran las variables que se consideraron representativas según los factores identificados, para ser evaluadas por los emprendedores seleccionados.

Tabla 1.
Operacionalización de las variables para evaluar la importancia de la innovación.

Factor	Variables a evaluar
Capital humano y liderazgo	1. Formación y capacitación 2. Trabajo en equipo 3. Motivación 4. Experiencia
Capacidad de absorción del conocimiento y tecnología	5. Técnicas y herramientas para la introducción de ideas 6. Transferencia de conocimiento en la organización 7. Disponibilidad y utilización de las tecnologías
Cultura organizacional	8. Orientación al mercado 9. Implementación de procesos de mejora continua en productos o servicios 10. Adaptación a los cambios internos y externos
Gestión organizacional	11. Utilización de estrategias de gestión y desarrollo 12. Desarrollo de nuevos productos y/o servicios 13. Crecimiento dentro o fuera de la región con identidad marcaria 14. Ampliación y diversificación a nuevos mercados 15. Incorporación de valor agregado a productos y servicios 16. Utilización de herramientas gerenciales para la toma de decisiones
Recursos	17. Disponibilidad y optimización de recursos financieros y materiales
Colaboración externa/vinculación	18. Vínculo con entidades desarrolladoras de tecnologías y/o universidades 19. Alianzas con otros emprendimientos

Elaboración: Los autores.

Una vez definidas las variables se procedió a evaluar la importancia que le otorgan los emprendedores a las mismas. Para ello, se aplicó la escala de Likert, dando como resultado en su procesamiento que:

- El 100% de los encuestados realizaron su evaluación entre los valores 3-5 (medianamente importante, importante y muy importante), lo que enfatizó la

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

importancia de la innovación como factor de éxito para el desarrollo de procesos o productos novedosos y competitivos.

- Muchos refirieron que, el vínculo con entidades desarrolladoras de tecnologías y/o universidades es: medianamente importante (26.7%), importante (56.6%) y muy importante (16.7%); sin embargo, a manera de comentario expresaron que no poseen los mismos vínculos o no los aprovechan en su totalidad.
- Las variables mejor evaluadas con el criterio de muy importante fueron: Motivación (27), experiencia (23), orientación al mercado (30), implementación de procesos de mejora continua en productos o servicios (27), adaptación a los cambios internos y externos (26), desarrollo de nuevos productos y/o servicios (25) y disponibilidad y optimización de recursos financieros y materiales (24).
- El 100% coincidió en que la orientación al mercado es fundamental para el éxito y fue reconocida con la máxima puntuación.
- La única variable que no fue reconocida por ningún emprendedor como muy importante fue la de transferencia de conocimiento en la organización, lo que supone desconocimiento de su significado ya que consideraron la formación y capacitación, el trabajo en equipo y la motivación como aspectos fundamentales, siendo incoherente estos resultados con esta puntuación.
- La mayor cantidad de puntos otorgados se concentraron en las escalas de: muy importantes e importantes tal como se muestra en la Figura 1.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

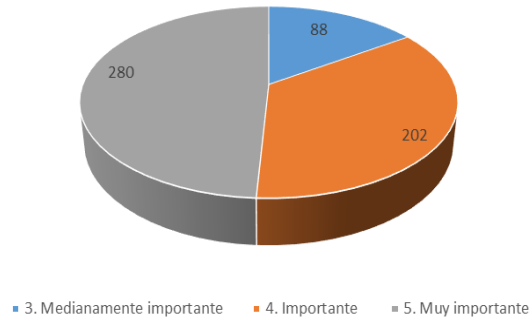


Figura 1. Resultados de las evaluaciones de las escalas de Likert.
Elaboración: Los autores.

Las variables fueron evaluadas en su totalidad como: importantes y muy importantes, tal como se muestra en la figura 2. En los 8 restantes las de mayor puntuación en medianamente importante fueron: el crecimiento dentro o fuera de la región con identidad marcara y la ampliación y diversificación a nuevos mercados, lo que defiende que, estos emprendimientos están mayormente enfocados a consolidar su producto o servicio antes de ampliar a nuevos segmentos de mercados o a nuevas localidades.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

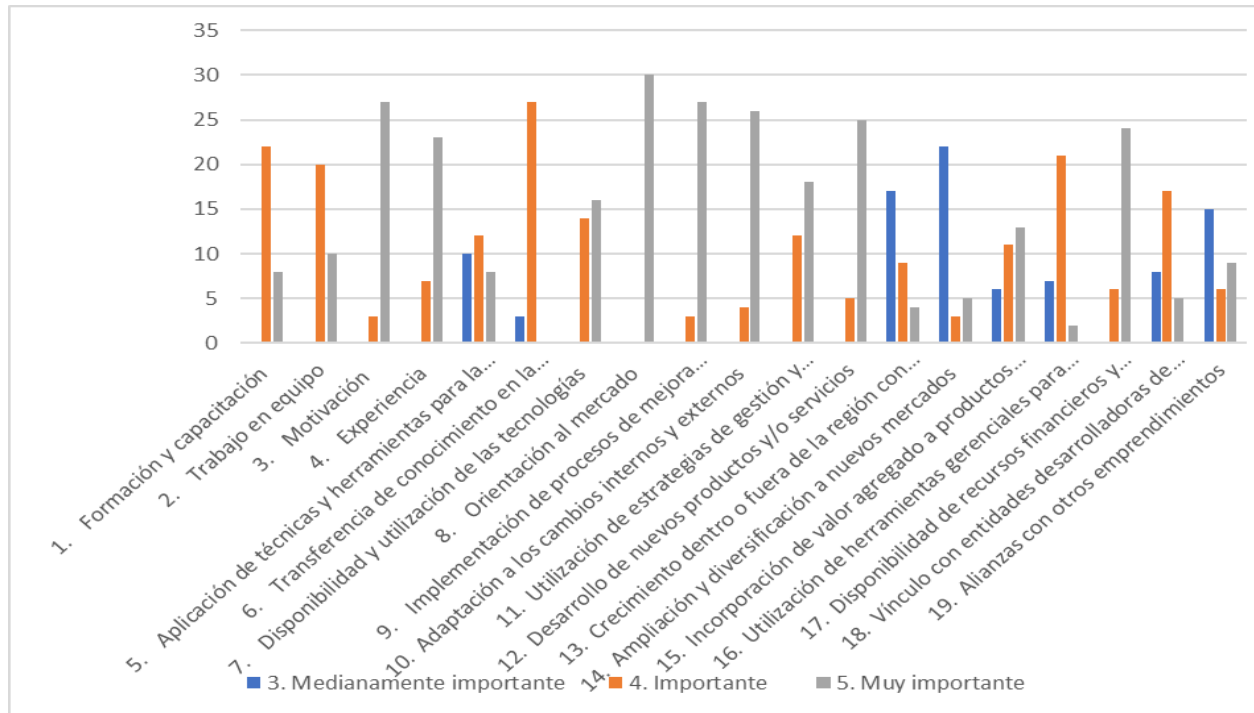


Figura 2. Resultados comparativos entre variables
Elaboración: Los autores.

Con relación a la composición de los encuestados por segmentos se obtuvo que:

- Los de gastronomía y restauración apreciaron como muy importantes: la motivación, la experiencia, la orientación al mercado, la implementación de procesos de mejora continua en productos o servicios y alianzas con otros emprendimientos.
- Los de servicios de consultoría y capacitación reconocieron: la experiencia, la orientación al mercado, la aplicación de técnicas y herramientas para la introducción de ideas, la disponibilidad y utilización de las tecnologías, la adaptación a los cambios internos y externos, utilización de estrategias de gestión y desarrollo, el impulso de nuevos productos y/o servicios y el vínculo con entidades desarrolladoras de tecnologías y/o universidades.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

- Los asociados a las tecnologías otorgaron valor a la experiencia, la formación y capacitación, el trabajo en equipo, la orientación al mercado, aplicación de técnicas y herramientas para la introducción de ideas, la disponibilidad y utilización de las tecnologías y alianzas con otros emprendimientos
- Los que trabajan en la manufactura y artículos personales evaluaron muy positivamente la experiencia, orientación al mercado, la disponibilidad y utilización de las tecnologías, la adaptación a los cambios internos y externos, disponibilidad y optimización de recursos financieros y materiales y alianzas con otros emprendimientos. En este caso como comentario adicional abordaron la importancia de la imagen de marca de los productos que desarrollan y comercializan.

A pesar de que la innovación es reconocida como elemento fundamental para el desarrollo de los emprendimientos, se identifica en las evaluaciones que el 52% de los emprendedores (16) no otorgan un alto puntaje a la implementación de estrategias y herramientas que propicien el proceso innovador tanto en procesos organizacionales como administrativos necesarios para llevar a cabo la transformación de los procesos y productos en las mismas, lo que limita la visión innovadora desde la gestión.

DISCUSIÓN

Incorporar la innovación a los emprendimientos contribuye a minimizar limitaciones existentes en el entorno en el cual se desarrolla la organización y con ello se hace posible desarrollar productos o servicios que se diferencian por su originalidad y utilidad. Esto condiciona el posicionamiento en el mercado, mejores resultados, crecimiento y expansión del negocio, así como la posibilidad de identificar nuevas oportunidades y proponer soluciones creativas para satisfacerlas. A pesar de los esfuerzos para implementar innovación en estos tipos de negocio, aún se considera como un proceso

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

lento en su implementación y desarrollo (Maya Carrillo et al., 2022; Robichaud et al., 2023).

Autores como, Terán y Guerrero (2019); Ovando y Valencia (2021); Santamaría Velasco et al. (2021); Camargo Carmona et al.(2021); Ynzunza Cortés e Izar Landeta (2021), Cajas et al. (2022) y Robichaud et al.(2023), hacen referencia a elementos que obstaculizan, impulsan y/o motivan el desarrollo de emprendimientos, siendo la innovación uno de los que actúan de manera favorable en el desarrollo de este tipo de empresa/negocio. Otros como Borja et al. (2020); Garnica Estrada y Franco Calderón (2021), Meyli et al., 2023; Maya Carrillo et al. (2022); Bravo Espinoza (2023); Mendoza Arvizo et al. (2024), establecen que, a pesar de los diferentes contextos, la innovación, por su relación con los emprendimientos, es un elemento en el cual se debe continuar profundizando y trabajando desde diferentes perspectivas para lograr desarrollar y consolidar estrategias que impulsen el desarrollo de la empresa, la región y el país de manera multifactorial. En la presente investigación la totalidad de los emprendedores encuestados evalúan las variables en la escala de medianamente importante, importante y muy importante, corroborando su importancia como factor determinante para el desarrollo de procesos o productos novedosos y competitivos.

Aunque muchos reconocen el aporte del vínculo con entidades desarrolladoras de tecnologías y/o universidades, advierten que, estas relaciones no son utilizadas o aprovechadas de manera que incentiven la innovación como un proceso en red en el que intervienen varias partes y que contribuyen al logro de los objetivos. Según Ariza et al. (2020); Vernaza Arroyo et al. (2020); Garnica Estrada y Franco Calderón (2021); Macías et al. (2023); Mendoza Arvizo et al. (2024) resulta fundamental la interrelación entre entidades científicas y empresariales como una necesidad para fomentar la innovación, mejorar la productividad y crear nuevas fuentes de crecimiento. Estas alianzas involucran a las empresas, el gobierno, las universidades e instituciones de apoyo al emprendimiento como procesos transversales de formación, capacitación, desarrollo de proyectos, gestión del conocimiento, transferencia de conocimiento y tecnología, entre

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

otros. Por las características que presentan los servicios de consultoría y capacitación son lo que mayor reconocimiento otorgan a esta variable.

A pesar de que el 100% coincide en que la orientación al mercado es fundamental para el éxito y es reconocida por la totalidad como muy importante, resulta contradictorio con los valores asociados a contar con estrategias, metodologías y herramientas que posibiliten desarrollar procesos, productos o servicios en función de la mejora, la diversificación de productos y adaptación al cambio

Las puntuaciones otorgadas a las variables que responden al factor de Capital humano y liderazgo refuerzan las características que deben poseer los emprendedores en cuanto a la capacidad de aprendizaje e innovación, la proactividad, el ejemplo, la creatividad, el fomento de nuevas ideas y el trabajo de todos, la confrontación saludable y posibilidad de asumir riesgos dada la experiencia acumulada. No obstante, estos resultados entran en contradicción con la valoración realizada sobre transferencia de conocimiento en la organización, lo que supone desconocimiento de en qué consiste la variable y como aporta al proceso de innovación.

Los análisis realizados según los segmentos agrupados son coincidentes con la esencia de los negocios y, a su vez, están en correspondencia con el desarrollo de nuevos emprendimientos y el uso de nuevas tecnologías. En el caso específico de los negocios de manufactura y artículos personales, aunque no se identifica una variable explícita relacionada con la imagen de marca y su posicionamiento en el mercado, los emprendedores que participan en el estudio comentan su relevancia para los diferentes segmentos de mercado y la comercialización.

La capacidad que poseen los emprendedores para innovar y mejorar sus proyectos de empresas resulta fundamental para el logro de ventajas competitivas. En este sentido, la innovación se convierte y consolida como uno de los factores determinantes para lograr organizaciones más eficientes, con impactos positivos y superiores en la productividad, la rentabilidad y la calidad.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

CONCLUSIONES

El emprendimiento y la innovación son variables estrechamente relacionadas que impulsan el desarrollo sostenible; la búsqueda y creación de valor; así como la utilización de estrategias, metodologías y recursos en función de obtener mayores beneficios para las empresas, una región y un país.

Las medidas adoptadas por el gobierno mexicano, favorecen la creación de nuevas empresas, posibilitando el crecimiento progresivo de emprendimientos, a pesar de determinadas limitaciones existentes, lo que implica, la existencia de más personas con capacidades para asumir nuevos retos, conocimientos y experiencia en determinadas actividades, así como la capacidad de lograr mayores beneficios empresariales y sociales.

La aplicación del instrumento diseñado posibilita corroborar la importancia que otorgan los emprendedores a la innovación como factor de éxito para el desarrollo de procesos o productos novedosos y competitivos a través de la evaluación de las variables identificadas. De esta forma, resulta necesario trabajar como parte de la cultura innovadora en: la vinculación con entidades desarrolladoras de tecnologías y/o universidades por los aportes que pueden introducir, las potencialidades de la transferencia de conocimiento y el trabajo con la imagen de marca y su posicionamiento en el mercado.

En la investigación realizada se evidencia que aún existen áreas de oportunidad en función de profundizar en este tipo de estudio en los cuales se puede incrementar las variables con mayor nivel de concreción por factores; el impacto de estas considerando tipos de emprendimientos, así como la aplicación del instrumento por tipo, región y cantidad de emprendimientos y con ello establecer acciones que propicien continuar fortaleciendo en los emprendimientos la capacidad innovadora como herramienta estratégica orientada al éxito empresarial.

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTOS

A todos los actores sociales involucrados en el desarrollo de la investigación.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Ariza, C. P., Builes, S. E., y Rincones, G. J. (2020). Estrategias de transferencia del conocimiento en las Universidades Nacionales Experimentales del estado Zulia, Venezuela [Knowledge transfer strategies in the National Experimental Universities of Zulia state, Venezuela]. *Revista Espacios*, 41(48), 135-147. <https://n9.cl/7ulqr>
- Borja, A., Carvajal, H., y Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad [Entrepreneurship model and analysis of the determining factors for its sustainability]. *Revista ESPACIOS*, 41(24), 183-196. <https://n9.cl/kpgr4>
- Bravo Espinoza, M. B. (2023). Cultura de emprendimiento e innovación en estudiantes universitarios, perspectiva en América Latina [Entrepreneurship and innovation culture in university students, a Latin American perspective]. *Revista científica YACHAQ*, 6(1), 99-119. <https://doi.org/10.46363/yachaq.v6i1.7>
- Cajas, V., Ponce, P., y Arteaga, B. (2022). Factores de innovación para fortalecer el emprendimiento en América Latina: un mapeo sistemático [Factors of innovation to strengthen entrepreneurship in Latin America: a systematic mapping]. *Revista Colombiana de Ciencias Administrativas*, 4(2), 58-74. <https://doi.org/10.52948/rcca.v4i2.619>
- Camargo Carmona, S., Pérez Camacho, C. E., Morales Castro, J. C., Paniagua Medina, J. J., y López Lemus, J. A. (2021). Factores que Intervienen en el Fracaso de los Emprendedores Mexicanos en Tiempo de Pandemia [Factors Involved in the Failure of Mexican Entrepreneurs in a Pandemic Time]. *Academia Journals*, 13(6). <https://n9.cl/fkow1o>

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

- Delgado Fernández, M. (2024). Modelos de gestión de la innovación: conceptos, enfoques, normas y tendencias [Innovation management models: concepts, approaches, standards and trends]. *Ingeniería Industrial*, 45(1), 1-10. <https://n9.cl/0ijqsm>
- Garnica Estrada, E., y Franco Calderón, J. A. (2021). Gestión de la innovación en las instituciones de educación superior [Innovation management in higher education institutions]. *SIGNOS-Investigación en Sistemas de Gestión*, 13(1), 1-14. <https://doi.org/10.15332/24631140.6338>
- Macías, F. G., Fajardo, L. M., Vásquez, C. E., y Espinoza, R. A. (2023). Transferencia de conocimiento para el desarrollo económico: Una mirada desde las Universidades zona 5 del Ecuador [Knowledge transfer for economic development: A view from the Universities zone 5 of Ecuador]. *Revista de Ciencias Sociales*, XXIX(Número Especial 7), 327-341. <https://n9.cl/ecmsa>
- Maya Carrillo, M., Pila Jaramillo, B., y Ramos Ramos, V. (2022). Relación entre innovación y competitividad de los emprendimientos del sector no financiero de la economía popular y solidaria [Relationship between innovation and competitiveness of entrepreneurship in the non-financial sector of the popular and solidarity economy]. *Estudios de la Gestión. Revista internacional de Administración* (11), 91-119. <https://n9.cl/n6kl4>
- Mendoza Arvizo, U., Urrutia de la Garza, J. A., González Macías, C. J., y Salazar Ibarra, A. Y. (2024). Iniciativas Innovadoras de Emprendimiento Impulsadas en una Universidad Pública de Ciudad Juárez [Innovative Entrepreneurship Initiatives Promoted in a Public University in Ciudad Juarez]. *Espacio I+D, Innovación más Desarrollo*, 13(35). <https://doi.org/10.31644/IMASD.35.2024.a06>
- Meyli, M. M., Alvarez, A., Avila Paz, S. Y., y Guevara Pérez, R. (2023). Gestión Administrativa en Emprendimientos Innovadores, Perú [Administrative Management in Innovative Ventures, Peru]. *LACCEI International Multiconference on Entrepreneurship, Innovation and Regional Development*. <https://doi.org/10.18687/LEIRD2023.1.1.290>
- Noa Guerra, E., Gascón González, E., & Rodríguez Torres, E. (2024). Creación de capacidades de gestión para el desarrollo del turismo rural: un enfoque desde la colaboración Universidad-Empresa [Management capacity building for rural tourism development: a university-industry collaboration approach]. *SUMA DE NEGOCIOS*, 15(32), 8-16. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2024.V15.N32.A2>

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

- Ovando, V., y Valencia, S. (2021). Factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de derivación de lácteos de mujeres en el Municipio de Batallas [Factors of success and failure to the productive enterprise of dairy derivation of women in the municipality of Batallas]. *Revista Perspectivas*, (48), 119-174. <https://n9.cl/ivn6dx>
- Quero Graterol, E. A., Maldonado Mosquera, D. J., y Isea Argüelles, J. J. (2024). Estrategias gerenciales competitivas para configurar un modelo de perfil gerencial en la empresa familiar [Competitive management strategies to configure a management profile model in the family business]. *Gestio Et Productio. Revista Electrónica De Ciencias Gerenciales*, 6(10), 55-74. <https://doi.org/10.35381/gep.v6i10.96>
- Ríos Rodríguez, L. C., Carmona, E. A., y Ruvalcaba Arredondo, L. (2022). Factores que influyen en la Gestión de la Innovación en empresas financiadas por el Gobierno Federal [Factors Influencing Innovation Management in Federally Funded Firms]. *Trascender, contabilidad y gestión*, 7(19). <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.133>
- Robichaud, Y., Cachon, J. C., Barragán Codina, J. N., y Guerra Rodríguez, P. (2023). Motivos, Factores de Éxito y Barreras en el Emprendimiento en las PYMES en México [Motives, Success Factors and Barriers to SME Entrepreneurship in Mexico]. *InnOvaciOnes de NegOciOs*, 21(41), 85-116. <https://doi.org/10.29105/revin21.41-440>
- Rodríguez Torres, E., Gómez Cano, C. A., & Sánchez Castillo, V. (2022). Management information systems and their impact on business decision making. *Data and Metadata*, 1, 21. <https://doi.org/10.56294/dm202221>
- Ruiz, S., y Palacios, A. (2020). El emprendimiento en América Latina: Un análisis de su etimología, tipología y proceso [Entrepreneurship in Latin America: An analysis of its etymology, typology and process]. *ECA Sinergia*, 11(2), 47-58. <https://n9.cl/xqleq>
- Santamaría Velasco, C. A., Montañez Moya, G. S., y Gutiérrez Olvera, S. (2021). Emprendimiento en México: el antes y el después de la covid-19 [Entrepreneurship in Mexico: before and after covid-19]. *Revista Internacional de Organizaciones*, (27), 35-57. <http://www.revista-rio.org/>
- Terán, E., y Guerrero, A. (2019). Factores determinantes de la motivación emprendedora [Determinants of entrepreneurial motivation]. *Mikarimin Revista Científica Multidisciplinaria*, 5(1). <https://n9.cl/v8cy2>

Graciela Santos-Martínez; Francisco Ramos-Guzmán; María Citlali Ruiz-Porras; Juan Manuel Quintero-Ramírez

Vernaza Arroyo, G., Medina Sánchez, E. P., y Chamorro Quiñonez, J. (2020). Innovación, emprendimiento e investigación científica [Innovation, entrepreneurship and scientific research]. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3). <https://n9.cl/redalycarticulo>

Ynzunza Cortés, C. B., y Izar Landeta, J. M. (2021). Las motivaciones, competencias y factores de éxito para el emprendimiento y su impacto en el desempeño empresarial. Un análisis en las MIPyMES en el estado de Querétaro, México [Motivations, competencies and success factors for entrepreneurship and their impact on business performance. An analysis of MSMEs in the state of Querétaro, Mexico]. *Contaduría y Administración*, 66(1), 1-26. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2021.2327>

©2024 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)