

# Elementos generadores de éxito empresarial en jóvenes emprendedores universitarios de Colombia

## *Generating elements of business success in young university entrepreneurs in Colombia*

Amado Torralba Flores<sup>1</sup> 

Irma Nayeli Martínez Hernández<sup>2</sup> 

Ana Elena Mugno Noriega<sup>3</sup> 

Alfredo Pérez Paredes<sup>4</sup> 



### **Palabras clave:**

capital humano; desarrollo; educación; emprendedor; gestión.

Artículo de investigación

Fecha de recepción:  
9 de Octubre 2022

Fecha de aprobación:  
28 de Abril 2023

Fecha de publicación:  
30 de junio 2023

Creative Commons  
Reconocimiento-  
NoComercial-  
SinObraDerivada 4.0  
Internacional



## Resumen

**Problemática:** los jóvenes universitarios que han culminado sus estudios tienden a tener el objetivo de emprender una empresa. Sin embargo, en la planificación de los proyectos no suelen considerar los aspectos con los que pueden alcanzar el éxito empresarial, de ahí que cada que inician el proceso emprendedor no logran cumplir todas sus metas y desisten poniendo fin al negocio. **Objetivo:** el objetivo principal de este proyecto de investigación es determinar cuáles son las variables que contribuyen a generar el éxito empresarial y qué tanto afectan unas a otras. **Materiales y métodos:** la metodología implementada en esta investigación es de tipo correlacional, cuyo método no experimental implica el análisis de dos o más variables, para lo

1 Licenciado en Economía, maestro en Administración, doctor en Administración Pública, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México. [amado.torralba@correo.buap.mx](mailto:amado.torralba@correo.buap.mx) ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3802-0501>

2 Estudiante de Administración Turística, Benemérita Universidad Autónoma Puebla, México. [irma.martinez@alumna.buap.mx](mailto:irma.martinez@alumna.buap.mx) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7400-2322>

3 Licenciada en Contaduría Pública, maestra en Gestión de la Tecnología Educativa, Institución Universitaria ITSA, Colombia. [amugno@itsa.edu.co](mailto:amugno@itsa.edu.co) ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2027-8259>

4 Doctor en Administración Pública, profesor investigador de la Facultad de Administración de la Benemérita Universidad Autónoma Puebla, líder del Cuerpo Académico Consolidado Administración Aplicada, fundador y actual presidente de la Red Académica y de Investigación RED GESTIO, Puebla, México. [alfredo.perez@correo.buap.mx](mailto:alfredo.perez@correo.buap.mx) ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>



*Cómo citar este artículo /  
To reference this article:*

Torralba-Flores, A., Martínez-Hernández, I. N., Mugno-Noriega A. E., y Pérez-Paredes A., (2023). Elementos generadores de éxito empresarial en jóvenes emprendedores universitarios de Colombia. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 10 (1), e-776. <https://doi.org/10.22579/23463910.776>

cual se hizo uso de un instrumento que permitió recolectar información necesaria para la interpretación de los datos, esto mediante un cuestionario que cuenta con 11 ítems aplicado a 35 estudiantes universitarios de la Corporación Universitaria Americana de Colombia. **Resultados:** los principales resultados fueron la correlación alta entre la aplicación de proyectos innovadores para la planificación del negocio, ya que la innovación requiere de un plan funcional para alcanzar el éxito empresarial, además de la correlación del reconocimiento social para mantenerse posicionado, lo cual indicaría que la sociedad sí es un factor que impacta al éxito, aunque pueden existir otros factores que también lo determinen. **Conclusiones:** se concluye que existen varios elementos que influyen en el éxito empresarial, tales como la educación, las actividades empresariales, la sociedad, así como la innovación y planeación, los cuales deben ser considerados antes de poner en marcha un proyecto. **Contribución:** este trabajo contribuye al análisis e identificación de las características de los estudiantes para determinar acciones que puedan ayudar a mejorar su desarrollo como jóvenes emprendedores. **Originalidad:** no hay un estudio previo relacionado con este tema, por lo que se considera un tema original, ya que no se ha realizado ninguna investigación de esa naturaleza dentro de la universidad ni tampoco en esa ciudad de Tunja, Colombia.

**Códigos JEL:** I25 Educación y desarrollo económico; M10 Administración de empresas general; M13 Emprendimiento empresarial

**Palabras clave:** capital humano; desarrollo; educación; emprendedor; gestión.

## Abstract

**Problem:** University graduates who have completed their studies tend to have the goal of starting a business venture. However, in the planning of projects they often do not consider the aspects that can lead to business success. Hence, every time they initiate the entrepreneurial process they fail to meet all their goals and give up, putting an end to the business. **Objective:** The main objective of this research project is to determine what variables contribute to generating business success and how much they affect each other. **Materials and Methods:** The methodology implemented in this research is correlational, whose non-experimental method involves the analysis of two or more variables. For this purpose, an instrument was used that allowed collecting necessary information for data interpretation through a questionnaire with 11 items applied to 35 university students from the American University Corporation of Colombia. **Results:** The main results showed a high correlation between the application of innovative projects for business planning, since innovation requires a functional plan to achieve business success, in addition to the correlation of social recognition to remain positioned, which would indicate that society is a factor that impacts success, although there may be other factors that also determine it. **Conclusions:** It is concluded that there are several elements that influence business success, such as education, business activities, society, as well as innovation and planning, which must be considered before launching a project. **Contribution:** This work contributes to the analysis and identification of students' characteristics to determine actions that can help improve their development as young entrepreneurs. **Originality:** There

*Cómo citar este artículo /  
To reference this article:*

Torralba-Flores, A., Martínez-Hernández, I. N., Mugno-Noriega A. E., y Pérez-Paredes A., (2023). Elementos generadores de éxito empresarial en jóvenes emprendedores universitarios de Colombia. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 10 (1), e-776. <https://doi.org/10.22579/23463910.776>

is no previous study related to this topic, so it is considered an original topic, since no research of that nature has been conducted within the university or in that city of Tunja, Colombia.

**Keywords:** Human capital; development; education; entrepreneurship; management.

**JEL Codes:** I25 Education and Economic Development; M10 Business Administration General; M13 Entrepreneurship

## Introducción

Los jóvenes son una de las partes más importantes de la sociedad en el aspecto empresarial, pues son ellos quienes al finalizar su carrera universitaria deciden si entran al ámbito laboral en una empresa ya establecida o si eligen crear su propio negocio con las habilidades adquiridas a lo largo de su proceso educativo. Por esto, es necesario conocer cuáles son los factores que podrían ser determinantes para alcanzar el éxito en un nuevo emprendimiento, en este caso, en la generación de una empresa.

Según el libro *Actividad empresarial colombiana* (Buelvas et al., 2017), que está basado en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), una herramienta que mide varios factores relacionados con la actividad emprendedora en varios países, Colombia está ubicado en el primer lugar de América Latina en lo que respecta a emprendedores intencionales y en tercer lugar a nivel global. De acuerdo con ello, el 53 % de los colombianos afirmó tener un interés para iniciar un negocio en los siguientes tres años.

En concordancia con esta publicación, el país colombiano está posicionado en octavo lugar a nivel internacional y en sexto lugar a nivel América Latina en cuanto a la percepción de tener las herramientas, conocimientos y habilidades para iniciar un negocio. También se comenta que gran parte de los empresarios de Colombia (casi el 90 %) consideran que para desarrollar una empresa tomaron en cuenta el tener un mayor ingreso y una mayor autonomía, lo anterior podría ser una representación cercana para obtener el éxito empresarial.

De ahí la importancia de la presente investigación, cuyo propósito principal es conocer las variables que influyen positiva o negativamente en el éxito empresarial, así como la relación entre cada una de ellas, con las que se fundamenta la resolución de dudas y la selección de decisiones en la organización para así fortalecer procesos con baja correlación que permitan llegar al éxito dentro de una empresa.

El presente trabajo de investigación se encuentra dividido en cinco apartados. En el primero se aborda el

marco teórico para sostener esta investigación; después, la metodología utilizada por la que surgieron posteriormente los resultados. Se terminará en la discusión y la elaboración de conclusiones a las que se llegaron con este trabajo.

## Contexto teórico

Para el presente trabajo se realizó un marco teórico que está sustentado con una revisión de autores especialistas en el tema. A continuación, se presenta cada uno de los elementos considerados en el trabajo de investigación, que serán parte referente y fundamental en la construcción de la discusión.

### Emprendimiento

El emprendimiento implica el desarrollo de una idea que ha sido planteada por una persona o grupo de individuos. Es una acción en la que se aplican los conocimientos, recursos y otros factores para hacer esa idea posible y traerla a la realidad, lo que permite obtener beneficios tanto directos como indirectos.

La creación o inicio de algún proyecto está ligado con las aptitudes y motivaciones que posee una persona, tomando las oportunidades que se le presentan y desarrollando las ideas que se tienen. Lo anterior es mejor entendido como emprendimiento. Este concepto no solo se refiere al desarrollo en las organizaciones, pues también se puede poner en práctica de manera personal y grupal. Puede existir emprendimiento cultural, social, académico, entre otros. Si bien el

emprendimiento es un concepto que se aplica en diversos ámbitos, dentro del sector empresarial también puede extenderse al existir varias ramas dentro de este.

El emprendimiento se refiere a realizar acciones creativas para hacer algo desde cero. Es la búsqueda insistente de la oportunidad, independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere visión, pero también pasión y compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. Así mismo, requiere la disposición de tomar riesgos calculados (Timmons *et al.*, 2004; Flores, 2022).

De tal modo que la toma de decisiones sea probablemente uno de los primeros pasos que se realizan a la hora de emprender, pues de estas elecciones depende que el emprendedor dé inicio a sus estrategias para cumplir sus propósitos en la fundación de su idea a desarrollar.

### Emprendedor

Un emprendedor puede entenderse como la persona o conjunto de individuos que tienen conocimientos, técnicas, motivaciones y capacidades para poder llevar a cabo un proyecto, cuentan con habilidades para cumplir sus fines y metas y reconocen lo que deben hacer para llevar a cabo su idea. La definición de Formichella (2004) afirma que:

El emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servi-

cios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. Es un individuo que sabe no solo “mirar” su entorno, sino también “ver” y descubrir las oportunidades que en él están ocultas. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación, tiene capacidad de convocatoria; incluso de ser necesario sabe conformar un grupo de trabajo y comienza a realizar su tarea sin dudar, ni dejarse vencer por temores.

Son personas proactivas cuyo ingenio y actividades hacen que se mueva y transforme su entorno para sacar adelante su proyecto. Con base en sus aptitudes logran entender lo que se requiere y hace falta para atender a la demanda. “Los emprendedores desempeñan un papel clave en cualquier economía, especialmente por el hecho de que a partir de sus habilidades y la iniciativa necesaria puedan anticipar las necesidades de los individuos y aportar con nuevas ideas en el mercado” (Borja *et al.*, 2020).

Los emprendedores se encuentran inmersos en las dinámicas del mercado, por lo que, cada vez que su idea se vuelve realidad, el desarrollo y crecimiento económico en el territorio en el que se encuentran se beneficia también gracias a la creación de nuevos empleos formales, así como a la circulación de la economía local.

### **Éxito empresarial**

Uno de los principales objetivos al iniciar un negocio es obtener éxito organizacional. Sin embargo, este

concepto se alcanza si los factores internos y externos favorecen a la organización:

El éxito empresarial son todos los recursos que posee una organización haciéndole diferencia a toda la competencia. Hoy en día las organizaciones se ven envueltas en cambios internos y externos tales como la mejoría de la competencia, el uso de la tecnología, los cambios económicos y la globalización, el competir se ha convertido como una condición para sobrevivir y el requisito más importante para obtener resultados. (Díaz & Inca, 2019).

La competencia entre las empresas se da en el precio, la calidad, los procesos, los sistemas de producción, entre otros, pero siempre de manera interna o externa, por lo que, según Quintana (2001):

Los factores que condicionan la consecución de estos objetivos pueden clasificarse en dos grandes dimensiones: a) Factores externos: marco ambiental genérico; redes de soporte social: entre las que destacamos el financiero, profesional y moral. b) Factores internos: personales o variables intrínsecas al sujeto emprendedor; institucionales o variables extrínsecas, de racionalización en la gestión empresarial.

De tal manera que el ser exitoso no depende únicamente de obtener ganancias y tener crecimiento económico en la empresa, sino también de otros factores que, de no desarro-

llarlos, muy difícilmente se podrían lograr los objetivos planteados en la organización.

### **Desarrollo empresarial**

Este concepto se refiere al conjunto de herramientas organizacionales que, de ser aplicadas con una buena coordinación por el personal, permiten elevar el crecimiento y desempeño de la empresa en sus diferentes ámbitos (económicos, sociales, entre otros) en los que se apoya la empresa para cumplir los propósitos planteados en la misión de dicha entidad.

Para Delfín y Acosta (2016):

El desarrollo empresarial articula diferentes elementos con los que el empresario puede llevar a una organización hacia el logro de sus objetivos. Elementos como crecimiento económico, cultura empresarial, liderazgo, gestión del conocimiento e innovación. Es un concepto integrador con el que se puede lograr un impacto positivo en las organizaciones mediante el reconocimiento de las capacidades del capital humano.

Cada empresa puede aplicar las estrategias que mejor considere. Sin embargo, no siempre se hacen para incrementar su tamaño o ampliar la plantilla laboral, existen otros casos en que el desarrollo empresarial se enfoca a la identificación de problemas y la reestructuración de la organización, por lo que el crecimiento se da de otra manera.

Según Prieto *et al.* (2018):

Hay empresas que para conseguir el desarrollo deciden reducir su tamaño, es decir, decrecer. Por lo tanto, el desarrollo empresarial no siempre implica crecimiento o aumento de tamaño, sino que en determinadas circunstancias puede significar lo contrario. El desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en el mercado global es una prioridad para el crecimiento económico de cada país.

De ahí que cada empresario tenga que reflexionar y hacer un análisis con el que se pueda efectuar una decisión que concuerde con las debilidades y aquello que haga falta en la empresa para obtener consecuencias favorables en la organización.

### **Emprendedor e innovación**

La innovación está totalmente relacionada con el cambio y la adaptación que tiene el emprendedor para mantener en marcha su plan o proyecto, ya que, de no ser así, no podría concretar las ideas que quiere desarrollar.

Sobre el papel como innovador, Schumpeter (1975, p. 132, citado en Alvarado & Rivera, 2011) dice:

Hemos visto que la función del emprendedor es reformar o revolucionar los modos de producción para explotar una invención, o más generalmente una posibilidad tecnológica no probada para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo o reorganizar una industria.

Aunado a ello, la tecnología también se encuentra relacionada con los procesos de innovación, por lo que el emprendedor debe ser capaz de acoplarse a las tendencias y dinámicas por las que pasa el mercado y que la demanda requiere. Lo anterior no sería viable si no se aplica un plan de entrenamiento, formación y capacitación en donde la innovación sea el eje principal.

En el contexto actual, los jóvenes universitarios se enfrentan a desafíos que requieren el desarrollo de habilidades emprendedoras para contribuir al progreso social y económico. Según el estudio realizado en la Universidad de Guadalajara, México, se identificó que los estudiantes muestran una actitud proactiva hacia el emprendimiento al inicio de su formación, pero experimentan desmotivación hacia esta actividad después de dos años en la institución. (Borraro et al., 2019). Esto sugiere la necesidad de promover un cambio en la cultura emprendedora de los jóvenes universitarios para fomentar el desarrollo empresarial en la región.

Para impulsar el tránsito del emprendimiento académico al empresarial, es fundamental que los jóvenes universitarios adquieran competencias y habilidades necesarias para convertirse en emprendedores exitosos. Se requiere voluntad, valor, decisión, pasión y metas claras para iniciar un negocio. (Neck, H., y Greene, P. 2011). Además, es crucial contar con una idea de emprendimiento, un plan de negocios, capital semilla, recursos humanos y tecnológicos, así como

cumplir con los trámites legales correspondientes. Estos elementos son fundamentales para la creación y consolidación de un negocio exitoso.

Dentro de este contexto, la innovación juega un papel crucial en el desarrollo empresarial, ya que permite que los jóvenes emprendedores se diferencien en el mercado y generar valor añadido. Según Borraro et al., (2019), las competencias para el emprendimiento innovador son esenciales para el éxito empresarial. Asimismo, Neck y Greene (2011) destacan la importancia de la educación emprendedora en la formación de futuros empresarios. La combinación de habilidades emprendedoras, innovación y formación empresarial puede potenciar el crecimiento de la actividad empresarial en la región.

En conclusión, para fomentar el desarrollo empresarial y la actividad emprendedora entre los jóvenes universitarios en Colombia, es necesario promover una cultura emprendedora desde las instituciones educativas. La implementación de estrategias curriculares y formativas orientadas a la formación de emprendedores, junto con el apoyo a la innovación y la adquisición de competencias empresariales, puede contribuir significativamente al crecimiento económico y social de la región.

### **Planificación del negocio**

Como parte de las actividades fundamentales para el buen funcionamiento y desenvolvimiento de un negocio, destaca la planificación del negocio para

establecer los objetivos que la empresa se propone. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), en su manual denominado *Mejore su negocio* (2016), indica que “planificar significa pensar y organizar las actividades necesarias para lograr un objetivo deseado. Para su negocio, planificar significa pensar y determinar qué hacer en el futuro para mejorar su actividad comercial”.

Siguiendo con lo que dice esta organización, la planificación en la empresa puede brindar varios beneficios, incluso si esta se encuentra en buen estado porque ayuda a mejorar el desempeño y el rendimiento de la empresa en el futuro. Por el contrario, si el negocio se encuentra pasando por momentos difíciles, la planificación puede ayudar a resolver los problemas, además que puede evitar que surjan otros derivados de los anteriores (OIT, 2016).

Por lo que la planificación busca la mejora, el crecimiento y desarrollo del desempeño del negocio y con ello tomar decisiones idóneas fundamentadas en un plan empresarial estratégico, con el cual se explique el qué y cómo se cumplirán los objetivos, o bien cómo se pretende reducir las dificultades existentes en la organización.

### **Actividad empresarial**

La actividad empresarial tiene relación con todas las acciones que se realizan para llevar a cabo el cumplimiento de una meta que tiene en común una organización. La actividad empresarial es el “conjunto de acciones que realizan los empresarios

organizando el trabajo personal o el capital, por cuenta propia, con la finalidad de crear o distribuir bienes o servicios destinados a sus consumidores y usuarios, ya sean estos finales o no” (Del Real, 2009).

Estas acciones son realizadas principalmente para obtener beneficios, en particular, ingresos económicos que hacen que la empresa subsista y pueda seguir desarrollándose en el sector en el que se desempeña. El portal de la coordinación empresarial del grupo CTAIMA (2014) define a este concepto como:

Toda acción que una empresa lleva a cabo con el objetivo final de producir y comercializar sus bienes o servicios, generando ingresos a la empresa y, por lo tanto, generando un volumen monetario para agrandar sus ganancias y ganar, posteriormente, un volumen de tamaño interno mayor para evolucionar.

Para conseguir dichos objetivos es necesario que exista un trabajo mutuo y que todo el que trabaja dentro de la organización tenga claro cuáles son las tareas que debe hacer para llegar a la meta, por lo que debe existir una supervisión en donde se analice la organización y el buen funcionamiento de los recursos (materiales, financieros, tecnológicos y humanos) con los que se logre la eficiencia y los objetivos sean más fáciles de cumplir.

### **La educación en los emprendedores**

Un aspecto importante referente al desenvolvimiento de una persona

como emprendedor es la educación que recibe en la escuela, principalmente en las universidades, pues son estas instituciones las que ayudan desde el inicio de la carrera en la formación de habilidades y capacidades de un emprendedor con las cuales, al finalizar sus estudios, puedan estar mejor preparados en comparación con aquellos que no tienen al alcance este tipo de educación.

Lo anterior no garantiza que el estudiante universitario vaya a ser emprendedor, pues, además de la escuela, existen otros aspectos a considerar:

La educación se revela como un factor importante a la hora de ser emprendedor o empresario establecido, pero únicamente cuando estamos ante personas sin miedo al fracaso, de tal manera que son los universitarios sin miedo al fracaso los que mayor probabilidad tienen de ser emprendedores, mientras que los individuos sin miedo al fracaso y sin estudios son los que tienen mayor probabilidad de ser empresarios establecidos. (Contín *et al.*, 2007). Esto indica que además del conocimiento, se requiere una mentalidad abierta a correr riesgos y aprender de los tropiezos (Gutiérrez & Amorós, 2018).

Por otro lado, los empresarios establecidos exitosos suelen no tener educación universitaria formal, pero cuentan con experiencia, visión de negocios y tampoco le temen a los fracasos (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017). Han aprendido en el camino a sortear

obstáculos y reinventarse (Tunca *et al.*, 2018). Su formación no proviene de las aulas, sino de la adversidad y el afán de superación.

Más allá del nivel educativo, la investigación subraya la importancia de la resiliencia y pragmatismo para sacar adelante nuevos emprendimientos o empresas ya posicionadas (Matos *et al.*, 2023). Quienes ansían triunfar en los negocios deben analizar fríamente sus capacidades, aprender de figuras inspiradoras, rodearse de mentes creativas y lanzarse a la arena sin miedo a equivocarse (Contín *et al.*, 2007). Motivados por sueños que superan el temor natural, encontrarán en su interior la fuerza para materializar ideas audaces.

Con perseverancia, una sólida ética de trabajo y convicción en su visión, los nuevos talentos del emprendimiento barranquillero pueden llegar muy lejos (Gutiérrez & Amorós, 2018). Su mayor riqueza son la mente abierta y el corazón valiente.

De ello se entiende que, aunque la enseñanza del emprendimiento en las universidades es crucial, es aún más importante la determinación de la actitud positiva frente a los riesgos que en esta actividad se presentan, es decir, comprender que, a pesar de tener adversidades durante el proyecto, estas pueden ser enfrentadas con valentía y resiliencia.

### **Empresario**

Aparte de los emprendedores existen también los empresarios. Estas

personas son las encargadas de dirigir y administrar un negocio. En muchas ocasiones, los empresarios también son los dueños de las empresas y cuentan con varias facultades y habilidades con respecto a la toma de decisiones, por lo que, a comparación del emprendedor que tiene una idea o proyecto, los empresarios ya se encuentran gestionando sus ideas dentro de una organización.

Para Varela (2008):

El empresario es la persona o conjunto de personas capaces de percibir una oportunidad y ante ella formular, libre e independientemente, una decisión de consecución y asignación de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos necesarios para poder poner en marcha la empresa, que además de crear valor incremental para la economía, genera trabajo para él y, muchas veces, para otros.

El mismo autor menciona que el empresario invierte, aparte de recursos financieros, tiempo y conocimientos y se vuelve partícipe en la operación empresarial. Con ello genera con responsabilidad el bienestar social, lo que le permite continuar con el funcionamiento de su empresa.

El ser empresario implica tener una vasta responsabilidad, empezando con su equipo de trabajo, con la comunidad del territorio en el que se encuentra establecida la empresa, con el medio ambiente y otros, por lo que tiene una ardua labor dentro e incluso fuera de la empresa.

### **Valoración social**

Un factor fundamental que se presenta cuando se decide abrir una empresa es la consideración del valor que le da la sociedad al negocio, ya que en muchos casos la sociedad es uno de los clientes más fuertes para las empresas, por lo que su punto de vista afecta directa e indirectamente, además que este puede ser un punto positivo o negativo dependiendo de la percepción generada. Por lo tanto, la empresa tiene una responsabilidad no solo externa, sino también interna con los colaboradores con quienes trabaja día a día.

Se puede afirmar que una empresa es socialmente responsable cuando su modelo de actuación promueve el desarrollo de prácticas transparentes en el foro interno y externo de la empresa, marco de actuación que no solo se limita al área de confort de la organización, sino a un saber hacer ético. Los códigos éticos y corporativos deben ser accesibles y comunicados correctamente ante todos los públicos de una empresa (Gómez & Martínez, 2016).

Así pues, la empresa debe tener la capacidad de respuesta a las necesidades de la sociedad y también de sus trabajadores. Esto generará un apoyo por parte de la ciudadanía, además, el crecimiento de la empresa se verá reflejado al posicionarse por encima de sus competidores.

### **Materiales y métodos**

La metodología implementada en esta investigación es de tipo correla-

cional, cuyo método no experimental consiste en el análisis de dos o más variables. Para la interpretación de los datos se utilizó un cuestionario con cuatro variables a evaluar (desarrollo empresarial, actividad empresarial, éxito empresarial y valoración social), aplicado a 35 estudiantes universitarios de la Corporación Universitaria Americana. Sus respuestas fueron validadas mediante el coeficiente alfa de Cronbach y el

resultado fue un 0.931, con lo que se comprueba la finalidad de la investigación presentada. Con ayuda del programa SPSS se demuestran las correlaciones más altas arrojadas de los ítems de cada variable, que se encuentran en relación con los otros ítems. Con esto se podrá observar si hay una consecuencia en la toma de decisiones al establecer una relación entre uno y otro ítem de diferentes variables (tabla 1).

**Tabla 1.** Variables e ítems

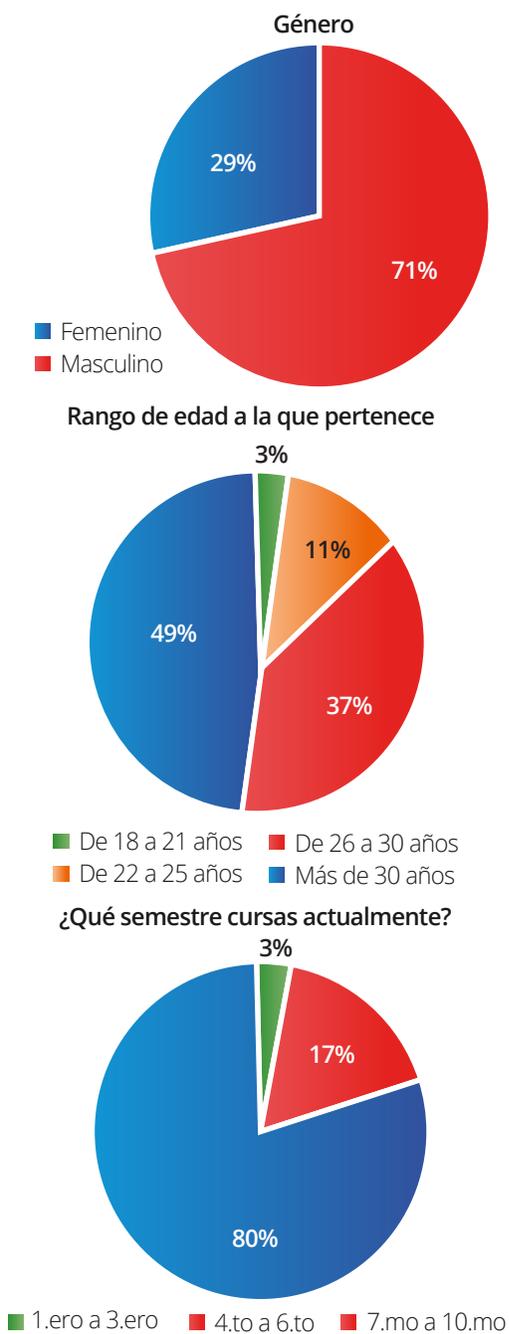
Variable	Ítem
Desarrollo empresarial	Desarrollar proyectos de investigación + desarrollo es importante para la innovación en la empresa
	Planificar con detalle las distintas áreas del negocio
	Introducir regularmente nuevos productos para mis clientes
	Introducir regularmente nuevos procesos o sistemas de producción
	Ampliar su empresa (personal, establecimientos, entre otros)
Actividad empresarial	Impartir formación especializada para sus empleados
	Estoy dispuesto a aprender para ser empresario
Éxito empresarial	Me creo capaz de iniciar una empresa
	El ser empresario permitiría tener un ritmo de crecimiento positivo
Valoración social	Mi intención al ser empresario es mantenerme posicionado en el mercado
	Al ser empresario lograría un gran reconocimiento social

**Fuente:** elaboración Propia.

**Nota.** En el mundo empresarial actual, la competencia es feroz y el cambio es constante. Para tener éxito, las empresas necesitan ser innovadoras, planificadas y orientadas a la mejora continua. Estos tres pilares fundamentales conforman una tríada que impulsa el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo.

**Figura 1.** Distribución por género, rango de edades y semestre de los participantes en el estudio  
El presente trabajo se basó a partir de estas variables. Los resultados se presentan a continuación

**Resultados**



**Fuente:** elaboración propia.

### Datos generales

El 71 % de quienes contestaron el instrumento fueron mujeres. Destaca con el 49 % la opción de más de 30 años y el semestre en el que está la mayor parte de los universitarios es del 7.<sup>mo</sup> al 10.<sup>mo</sup>.

### Relaciones altas y medias altas

A continuación, se expondrán las correlaciones que surgieron de las relaciones de los ítems de cada variable, así como su indicador, comenzando desde la más alta (tabla 2).

**Tabla 2.** Correlaciones de ítems de variables

N.o de correlación	Indicador	De	Hacia
1	0.889	Desarrollar proyectos de investigación + desarrollo es importante para la innovación en la empresa	Planificar con detalle las distintas áreas del negocio
2	0.863	Introducir regularmente nuevos productos para mis clientes	Introducir regularmente nuevos procesos o sistemas de producción
3	0.834	Estoy dispuesto a aprender para ser empresario	Me creo capaz de iniciar una empresa
4	0.827	Impartir formación especializada para sus empleados	Ampliar su empresa (personal, establecimientos, entre otros)
5	0.816	Desarrollar proyectos de investigación + desarrollo es importante para la innovación en la empresa	El ser empresario permitiría mantener un ritmo de crecimiento positivo
6	0.767	Introducir regularmente nuevos productos para mis clientes	Ampliar su empresa (personal, establecimientos, entre otros)
7	0.763	Mi intención al ser empresario es mantenerme posicionado en el mercado	El ser empresario permitiría mantener un ritmo de crecimiento positivo
8	0.754	Introducir regularmente nuevos procesos o sistemas de producción	Desarrollar proyectos de investigación + desarrollo es importante para la innovación en la empresa
9	0.746	Planificar con detalle las distintas áreas del negocio	El ser empresario permitiría mantener un ritmo de crecimiento positivo
10	0.739	Introducir regularmente nuevos productos para mis clientes	Desarrollar proyectos de investigación + desarrollo es importante para la innovación en la empresa
11	0.713	Al ser empresario lograría un gran reconocimiento social	Mi intención al ser empresario es mantenerme posicionado en el mercado
12	0.701	Introducir regularmente nuevos procesos o sistemas de producción	Planificar con detalle las distintas áreas del negocio

**Fuente:** elaboración Propia.

### **Relación 1. Desarrollo de proyectos de innovación hacia la planificación en la empresa**

En la primera correlación mostrada en la tabla 2 se encontró un hallazgo relevante al identificar que el desarrollo de proyectos de investigación que favorecen la innovación está altamente vinculado con la planificación que se presenta al interior de cada una de las áreas dentro de la empresa, es decir, que el inicio de estas ideas innovadoras impacta directamente en el proceso planteado para cada área del negocio, con un 0.889 que podría favorecer a la empresa.

### **Relación 2. Introducción de nuevos productos hacia la implementación de nuevos procesos en la organización**

Dentro de esta conexión de ítems se aprecia que los encuestados podrían llegar a integrar nuevos productos a sus clientes y, al mismo tiempo, insertarían regularmente nuevos sistemas o procesos de producción. El introducir ambos (productos y procesos) tiene una relación alta de 0.863, de ahí que pueda entenderse que la integración de nuevos productos se basa en los nuevos procesos que se implementan dentro de la empresa y a la inversa.

### **Relación 3. Disposición de aprender a ser empresario hacia la capacidad de iniciar una empresa**

Otra relación alta que se puede observar es la que se da a partir de que los encuestados están dispuestos

a aprender y generar habilidades y conocimientos, lo cual les permite la apertura de una empresa y, a partir de la formación obtenida, gestionarla y dirigirla para convertirse en empresarios. Dicha relación se considera alta al contar con un 0.834. Se entiende que el inicio de una empresa depende de factores como la formación de una persona para sentirse capaz de crearla.

### **Relación 4. Impartir formación a los empleados hacia ampliar la empresa**

También se encontró una relación alta de 0.827 entre la expansión de la empresa con la formación especializada, pues, al extender la empresa (principalmente la plantilla laboral y los establecimientos), el empresario optaría por brindar capacitaciones, cursos y actividades a los colaboradores con el fin de fomentar la especialización, con lo que los procesos de la empresa, así como la producción, se verían beneficiados.

### **Relación 5. Desarrollo de proyectos de investigación para la innovación hacia el crecimiento positivo siendo empresario**

A través de la investigación y aplicación de proyectos que promueven la innovación, se estaría obteniendo el crecimiento favorable en la empresa, es decir, que la innovación dentro de la empresa podría brindar beneficios al desarrollo empresarial porque generaría una ventaja competitiva frente a otras empresas, por lo que así se presenta una relación alta de 0.816.

### **Relación 6. Introducción de nuevos productos hacia ampliar la empresa**

Existe una unión entre el introducir nuevos productos y ampliar la empresa, con un 0.767. Así, una vez que se integran nuevos productos también podía expandirse la empresa, ya sea con nuevo personal quien será el encargado de promocionar dichos productos o con el incremento de nuevas sucursales en donde los clientes tendrían nuevas opciones de establecimientos y de productos.

### **Relación 7. El posicionamiento en el mercado y el crecimiento positivo siendo empresario**

Otro de los hallazgos que se denotan en el cuestionario es la relación media de 0.763, la cual indica que la intención del encuestado al ser empresario es que su empresa tenga un crecimiento y que, a su vez, esta se mantenga posicionada en un ambiente favorable. Así pues, si el negocio de un empresario se encuentra situado como una preferencia para la demanda, muy seguramente su empresa se mantendrá generando ingresos constantes.

### **Relación 8. Introducción de nuevos procesos de producción hacia el desarrollo de proyectos de investigación para la innovación**

Por otra parte, la relación investigar y desarrollar proyectos hacia la introducción regular de procesos o sistemas de producción fue de 0.754. Con

lo anterior se infiere que con la investigación, desarrollo y aplicación de los proyectos es posible realizar un cambio a los procesos y sistemas de producción, convirtiéndolos en nuevos, y el impulso hacia la innovación en la empresa sería una parte reflejada.

### **Relación 9. Planificación de las áreas del negocio hacia el crecimiento positivo al ser empresario**

Para que un empresario tenga un crecimiento favorable es necesario que cuente con una buena planificación en los diferentes departamentos de la organización, la cual puede llevar al empresario a incrementar sus beneficios. Esta relación de planificación en las áreas del negocio hacia un crecimiento positivo es de 0.746. Es por ello por lo que uno de los pilares en la organización es la planificación, la cual debe tener bases sólidas que ayuden a cumplir las metas del negocio.

### **Relación 10. Introducción de nuevos productos hacia el desarrollo de proyectos de innovación**

Se encontró una correlación de 0.739, la cual indica que la innovación es una parte importante en la empresa, pues de un proyecto de investigación bien estructurado y su aplicación depende que la empresa oferte productos diferentes e innovadores hacia los consumidores, con los que podría establecer nuevas redes de clientes y aportar al desarrollo organizacional.

### **Relación 11. Reconocimiento social al ser empresario hacia el posicionamiento en el mercado**

Una de las correlaciones que destacan en el nivel medio es la influencia del reconocimiento social con el mantenimiento de un negocio. Con un 0.713 se deduce que la sociedad es un factor determinante en el desarrollo de una empresa, pues a través del reconocimiento social la organización alcanzaría y mantendría un buen desempeño en el mercado, mientras que sin él muy difícilmente sería recomendada entre los consumidores.

### **Relación 12. Introducción de nuevos sistemas de producción hacia la planificación de las áreas del negocio**

La introducción de nuevos sistemas o procesos debe estar debidamente planeada, por lo que la correlación resultante fue de 0.701. De ello se entiende que mediante la planificación adecuada en cada departamento de la organización se reconocerían las distintas fallas, necesidades y mejoras que serían arregladas mediante el desarrollo de nuevos procesos y sistemas de producción, haciendo que se presente la eficacia y eficiencia en el negocio.

## **Discusión**

De acuerdo con los resultados arrojados por la variable desarrollo empresarial, son importantes la innovación, la planificación en el negocio, la formación educativa, el adentramiento de procesos y productos y el aumen-

to de la empresa, los cuales, retomando lo que comenta Delfín (2016) en el marco teórico, podrán ayudar a los negocios a lograr los objetivos y será necesario reconocer las capacidades del capital humano. Por tal razón, las relaciones entre estas variables fueron las más altas.

Otro de los puntos importantes a tomar en cuenta es la educación que reciben los probables emprendedores, pues, retomando a Contín (2007), quien menciona que la educación sí importa, pero son más valiosas las personas sin miedo al fracaso, esto claramente se puede contrastar con la disposición que tienen los universitarios por aprender y formarse, con lo que sus capacidades serían mayores para llevar a cabo su proyecto emprendedor.

Teniendo en cuenta que para Alvarado y Rivera (2011) la innovación alude a la tecnología no probada para producir un producto nuevo o bien reinventarlo para proveer un material nuevo, esto está bastante relacionado con el resultado en el que la planeación de un proyecto innovador puede traer consigo la oferta de nuevos productos para generar un valor extra, en comparación con otras empresas, además del aporte al desarrollo empresarial.

Finalmente, uno de los aspectos a destacar es la valoración social en donde Gómez y Martínez (2016) afirman que las empresas deben promover el desarrollo de las prácticas y que debe comunicarlas tanto inter-

na como externamente, lo cual haría que la sociedad tome más en cuenta a estas empresas con respecto a sus competidores. Sin embargo, dentro de los resultados arrojados puede observarse que sí hay una importancia de la sociedad sobre las empresas, pero no es lo suficientemente alta, ya que hay otras correlaciones que demostraron ser más importantes.

## Conclusiones

Tras la realización de esta investigación, se lograron identificar cuáles son las variables que más influyen en los estudiantes universitarios dentro de su proceso como emprendedores para alcanzar el éxito empresarial. Por lo tanto, esta determinación es fundamental porque con la identificación de estos factores se puede brindar apoyo a las correlaciones que resultaron bajas, para que cada vez sean menos los estudiantes que desistan y le den fin a su planteamiento del proyecto emprendedor.

Cabe mencionar que, siendo el primer paso del proceso administrativo, la planificación se vuelve muy importante, incluso cuando se pretende desarrollar nuevos planes de trabajo o anexar nuevos productos a la empresa, puesto que se requiere que los universitarios la vean como un aprovechamiento para crecer y desarrollarse en su proyecto emprendedor, así como para el negocio si ya se encuentra establecido.

Otra de las conclusiones a las que se llegó con el desarrollo del trabajo de investigación es la baja relación que se

da entre la valoración de la sociedad hacia el crecimiento de la empresa o plan de emprendimiento, es decir, de qué manera la ciudadanía interna y externa se encuentra percibiendo el impacto del negocio o idea a implementar y cómo esta percepción impacta al desarrollo empresarial, por lo que se encontró que no siempre es la sociedad quien ayudará al crecimiento de la empresa, tal es así que se pudo demostrar que hay factores más relevantes, como la innovación y la formación para el crecimiento y desenvolvimiento de esta.

Finalmente, se puede concluir que para que una empresa o plan de negocio de un estudiante universitario, quien intenta desenvolverse en el ámbito empresarial, tenga éxito es necesario tener un cierto nivel de educación, pero, además, una iniciativa con la que el estudiante se sienta capaz para realizarla. Así mismo, las actividades empresariales, como la innovación y la implementación de nuevas formas de desarrollo (productos y procesos), deben estar fundamentadas en una buena planeación, por lo que se logra observar la necesidad de reforzar esta habilidad estudiantil para alcanzar estos objetivos.

El fortalecimiento de la planeación puede ampliarse mediante cursos y talleres que fomenten la planeación estratégica en los negocios, así como en la toma y apertura de materias que se ofertan en las universidades, tales como toma de decisiones, estudios de caso y administración, las cuales permitirían que los estudiantes puedan desenvolverse aún mejor como emprendedores.

## Información complementaria

**Agradecimientos:** no aplica.

Contribuciones de autoría: el doctor Amado Torralba Flores y la doctora Ana Elena Mugno Noriega estuvieron encargados del diseño de investigación e instrumento, así como de la construcción del marco teórico utilizado en el proyecto de investigación. Por otra parte, la estudiante de Administración Turística, Irma Nayeli Martínez Hernández, en conjunto con el doctor Alfredo Pérez Paredes realizaron el análisis de la información recabada y la construcción del artículo.

**Conflictos de interés:** no aplica.

**Financiamiento:** autofinanciamiento.

**Material suplementario:** no aplica.

## Referencias

- Alvarado Muñoz, O., & Rivera Martínez, W. F. (2011). Universidad y emprendimiento, aportes para la formación de profesionales emprendedores. Cuadernos de Administración, 27(45), 61-74. <https://bit.ly/3AyhQlq> Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225019868005.pdf>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Educación emprendedora, empresa familiar y género. RIDAS, Revista Iberoamericana de Aprendizaje Servicio, 3, 137-147.
- Borja, Amarilis A., H., Carvajal, H. R., & Vite, H. A. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. Revista Espacios, 41(24), 183-196. <https://bit.ly/3nauV1f> Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Borrayo Rodríguez, C. L., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, Vol. XXV(3), 72-87. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/280/28060161005/html/>
- GEM Buelvas, P., Franco, C., García, G., Gómez, L., López, S., Matiz, F., Moreno, J., Osorio, F., Pereira, F. & Varela, R. (2017). *Actividad Empresarial empresarial Colombianacolombiana*. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Colombia: Universidad Icesi. Obtenido de: <https://anraci.org/wp-content/uploads/2019/10/GLOBAL1.pdf> <https://bit.ly/3LcfYUk>
- Contín, I., Lazarra, M., & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa*, (20), 10-19. <https://bit.ly/3neF64T> [https://www.researchgate.net/publication/271847799\\_Caracteristicas\\_distintivas\\_de\\_los\\_emprendedores\\_y\\_los\\_empresarios\\_establecidos\\_evidencia\\_a\\_partir\\_de\\_los\\_datos\\_REM\\_de\\_Navarra](https://www.researchgate.net/publication/271847799_Caracteristicas_distintivas_de_los_emprendedores_y_los_empresarios_establecidos_evidencia_a_partir_de_los_datos_REM_de_Navarra)
- Del Real, J. (2009). *Actividad Empresarial-empresarial*. Obtenido de Economía y finanzas.: <http://www.consumoteca.com/economia-familiar/economia-y-finanzas/actividad-empresarial/> <https://bit.ly/421DfID>
- Delfín Pozos, F. L., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y gestión*, (40), 184-202. <https://bit.ly/3HgeCH5> <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/8810>
- Díaz Andrade, G. E., & Inca Luna, R. E. (2019). *El éxito empresarial y su*

- incidencia en la rentabilidad en las microempresas de Cantón Milagro [trabajo de grado, Universidad Estatal de Milagro]. Repositorio Institucional UNEMI. <https://bit.ly/41ZZYw5> <http://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4442/1/EL%20EXITO%20EMPRESARIAL%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20LA%20RENTABILIDAD%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20DEL%20CANTON%20MILAGRO.pdf>
- Flores Luna, D. (2022). Diferencias entre hombres y mujeres en el emprendimiento de un micronegocio en México. *Vinculatégica EFAN*, 7(1), 522-536. <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-71>
- Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local* [monografía realizada en el marco de la Beca de Iniciación del INTA: Gestión del emprendimiento y la innovación]. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. <https://bit.ly/3AAMg6> Obtenido de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Gómez, y Martínez. (2016). Los valores éticos en la responsabilidad social corporativa. <https://www.redalyc.org/journal/4915/491550445001/>
- Grupo CTAIMA. (06 de octubre de 2014, 06 de octubre). *Definición de Actividad Empresarial*. <https://bit.ly/426zAjs> Obtenido de El portal de la coordinación empresarial.: <https://www.coordinacionempresarial.com/definicion-actividad-empresarial/>
- Gutiérrez, A., & Amorós, E. (2018). Factores determinantes del espíritu emprendedor en los estudiantes universitarios. *Revista de Educación*, 381, 159-186.
- Matos-Cámara, R. F., Ruiz Ruiz, J. M., Bernárdez-Vilaboa, R., Huerta-Zavala, P., & Lobato-Rincón, L. (2023). La confianza y el compromiso afectivo como factores determinantes en el emprendimiento de estudiantes universitarios. Una construcción en el contexto del marketing relacional educativo. *Ciencia ergo-sum, Revista Científica Multidisciplinaria de Prospectiva*, 30(2), 1-16. <https://doi.org/10.30878/ces.v30n2a2>
- Neck, H., y Greene, P. (2011). Entrepreneurship education: Known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Organización Internacional del Trabajo OIT. (2016). *Organización Internacional del Trabajo (OIT) Manual "Mejore su negocio". La planificación empresarial*. OIT. <https://bit.ly/41RgsXi> (MESUN). Ginebra: International Labour Office. Enterprises Dept. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_553924.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553924.pdf)
- Prieto Ponce, M., Solís Ramírez, I., & Valdivia Rivera, M. (2018). Especialización y desarrollo empresarial de las Mipymes mipymes del estado de Veracruz, caso: corredor industrial Coórdoba-Orizaba. *Revista Ciencia Administrativa*, 5, 71-82. <https://bit.ly/3HmwNLg> En *Reflexiones sobre desarrollo empresarial* (págs. 61-83). Xalapa, Veracruz, México: Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. [https://gprexa.mx/doctos-gprexa/Libros/Mipymes/Operatividad\\_de\\_las\\_mipymes\\_veracruzanas.pdf](https://gprexa.mx/doctos-gprexa/Libros/Mipymes/Operatividad_de_las_mipymes_veracruzanas.pdf)
- Quintana García, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. *Investigaciones Europeas de dirección y economía de la empresa*, 27(2), 139-158. <https://bit.ly/41Z3PZy>

Timmons, J., Zacharakis, A., & Spinelli, S. (2004). *Business Plans That that Work*. Mc Graw Hill., New York.

Tunca, C. A., Villarreal, J. L. C., Fuentes, G. C., & Espejel, H. A. A. (2018). Factores determinantes del espíritu emprendedor de los estudiantes. Un análisis de caso en México. *Nova scientia*, 10(21), 393-415.

Varela V, R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. (Tercera edición 3.<sup>ra</sup> ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia, LTDA. <https://bit.ly/44mUQUn>

#### BIODATA autor1

##### Amado Torralba Flores

Licenciado en Economía de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP), maestro en Administración de la BUAP, especialista en Finanzas de la BUAP y doctor en Administración Pública por el Instituto de Administración Pública del Estado de Puebla A.C. Su actividad laboral ha sido en la Facultad de Administración de la BUAP, impartiendo cursos de licenciatura, maestría y doctorado, además de realizar dirección de tesis a nivel de licenciatura, maestría y doctorado.

Actualmente cuenta con perfil PRO-DEP, es par evaluador de CACECA y miembro de las redes de investigación CUMEX, GESTIO y MOTIVA. Adicionalmente, es miembro de los colegios IAPAS, CONLA y Economistas de Puebla. Ha publicado artículos en revistas de carácter internacional en Colombia, Costa Rica, EE. UU. y España, además de ser autor de capítulos de libro y coordinador de los libros *Administración aplicada: un en-*

*foque interdisciplinario y Experiencias de emprendimiento.*

ORCID: <https://orcid.org/0000/0003-3802-0501>

Google Scholar: <https://bit.ly/3oSZxP>

#### BIODATA autor2

##### Ana Elena Mugno Noriega

Administradora de empresas, contadora pública dinámica, proactiva con amplia experiencia de campo en la planeación estratégica, administración en general, manejo de personal y nómina. Se ha desempeñado en el área comercial, de mercado, administrativa y financiera, mediante procesos, estrategias y comunicaciones efectivas de planeación, ejecución y control de resultados, análisis de cartera, análisis financiero, fortalecimiento de la gestión empresarial, creación de unidades empresariales, asociatividad y formación para el trabajo.

Está certificada para la aplicación internacional del modelo metodológico y pedagógico *Diálogo de gestiones*. Cuenta con conocimientos pedagógicos que le permiten realizar la labor de catedrática con profesionalismo. Tiene excelentes relaciones interpersonales, es responsable, con orientación hacia resultados, líder, asesora en elaboración de planes de negocios, con conocimientos de Excel avanzado y formación en competencias laborales.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2027-8259>

Google scholar: <https://bit.ly/3LBbU1i>

**BIODATA autor3****Irma Nayeli Martínez Hernández**

Estudiante de la carrera en Administración Turística en la Facultad de Administración de la BUAP. Realizó su servicio social en el cuerpo académico Administración Aplicada. Es integrante de la red GESTIO, en la que desarrolló habilidades para la creación de proyectos de investigación dentro del área económico-administrativa.

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0001-7400-2322>Google Scholar: <https://bit.ly/3nbS5Es>**BIODATA autor4****Alfredo Pérez Paredes**

Licenciado en Administración de Empresas, maestro en Administración de Pequeñas y Medianas Empresas y doctor en Administración Pública. Profesor investigador de la Facultad

de Administración de la BUAP, líder del cuerpo académico consolidado Administración Aplicada e integrante del padrón de investigadores de la BUAP. Investigador reconocido por COLCIENCIAS en Colombia, coordinador de la maestría en Gestión de las Pequeñas y Medianas Empresas de la BUAP. Fundador y actual presidente de la Red Académica y de Investigación RED GESTIO, con universidades integrantes de México, Colombia, Perú, Costa Rica y Cuba e integrante de diversos comités editoriales de revistas arbitradas e indexadas en México, Colombia y Costa Rica. Autor de diversos artículos y capítulos de libro, además de ser conferencista y ponente a nivel nacional e internacional. También es asesor de microempresarios.

ORCID:

<https://orcid.org/0000-0001-8766-5766>Google Scholar: <https://bit.ly/3Lm4JZM>