

Título del Proyecto de Investigación
al que corresponde el Reporte Técnico:

Herramientas para comercialización e innovación de proyectos de emprendedores universitarios. Aplicación de técnicas Startups y Bootstrapping.

Tipo de financiamiento

Sin financiamiento

Fecha de Inicio: 25/05/2019
Fecha de Término: 25/05/2022

Tipo de Reporte

Parcial

Final

Autor (es) del reporte técnico:

Gabriela Velasco Rodríguez

Reporte Técnico: Herramientas para comercialización e innovación de proyectos de emprendedores universitarios. Aplicación de técnicas Startups y Bootstrapping.

Resumen del reporte técnico en español

En la actualidad, el emprendimiento se ha convertido en una tendencia para lograr la competitividad empresarial, incluso dentro de la comunidad universitaria. A lo largo de esta investigación se analizan los perfiles de los emprendedores universitarios y los retos a los que se enfrentan durante la gestación de su negocio. Con respecto a su metodología, se trata de una investigación cuantitativa de tipo transversal, donde se aplica una encuesta estructurada digital, siendo un análisis descriptivo. Los resultados se materializan al reconocer que el rango de edad, especialidad académica, factores económicos y factores no económicos confluyen en una dinámica con características propias del perfil emprendedor que es afín a contribuir a la sociedad. En el encuadre de los sectores y actividades resaltan tres tipos de clasificación que se utilizan en ámbitos académicos como económicos, que a su vez responden a las tendencias de servicios de salud y de asistencia social. En cuanto a la etapa de gestación, factores como la capacitación y los recursos humanos son clave para el inicio del negocio. De esta manera, la capacidad universitaria emprendedora conlleva a fomentar la competitividad y reconocer tanto las fuentes como factores que influyen en la creación y gestación de negocios.

Palabras clave: Emprendimiento, Negocio, Retos, Inicio, Factor.

Abstract

Today, entrepreneurship has become a trend to achieve business competitiveness, even within the university community. Throughout this research, the profiles of university entrepreneurs and the challenges they face during the gestation of their business are analyzed. Whose methodology is a cross-sectional quantitative research, where a structured digital survey is applied, an analysis being descriptive. The results are materialized by recognizing that the age range, academic specialty, economic factors and non-economic factors converge in a dynamic that is characteristic of the entrepreneurial profile that is characterized by contributing to society. In the framework of the sectors and activities, three types of classification stand out that are used in academic and economic fields that respond to trends in health services and social assistance. Regarding the gestation stage, factors such as training and human resources are key to starting the business. In

short, the entrepreneurial university capacity leads to fostering competitiveness and recognizing both the sources and factors that influence the creation and gestation of businesses.

Keywords: Entrepreneurship, Business, Adversities, Launch, Factor.

Usuarios potenciales (del proyecto de investigación)

Estudiantes de nivel intermedio de pregrado y nivel principiante de postgrado de la Maestría en Administración de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez

Reconocimientos

Agradecimientos a las doctoras Emperatriz Londoño Aldana de la Universidad de Cartagena de Colombia en el mes de julio, 2020 como de Sandra Patricia Rojas Berrio de la Universidad Nacional de Colombia durante el mes de agosto vía correo electrónico que forma parte de la Asociación Iberoamericana de Marketing por la retroalimentación brindada al inicio de la presente investigación como expertas en el área de emprendimiento.

Además, a los siguientes estudiantes de pregrado y postgrado de la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez que con sus conocimientos, habilidades y actitudes generaron distintas estrategias para la búsqueda sistemática de literatura, tratamiento y análisis de la información como su respectiva documentación para presentarla en diferentes plataformas de difusión.

- Reporte Ejecutivo del evento Emprendízate Virtual 2020-1: Ricardo Alberto Maldonado Tovilla; Mayra Yaneet Salais González; Betsabe Hidali Uriegas Montañez; José Roberto Escamilla de Santiago; Zurisadai Morales Hernández; Alina Simental Prieto; Diana Edith Cerros Barraza; Kimberly Rebeca Ríos Rojas; Alonso Noe Flores Medina.
- Reporte Ejecutivo del evento Emprendízate Virtual 2020-2: Isela Alejandra Martínez Carrillo, Génesis Hernández Camacho, Christian Antonio Bustamante Arneros, Omar Celis Gracia, José Roberto Escamilla de Santiago, Diana Edith Cerros Barraza, Lorena Marlene De la Garza Rodríguez, Sandra Verónica Ramos De la Rosa, Yadira Gutiérrez Mariñelarena; José Luis Favela Rodríguez.

También, a las organizaciones como son: Oficina de Desarrollo Empresarial de la subdirección de Vinculación de la UACJ; Asociación Iberoamericana de Marketing de Colombia; Red Internacional

de Investigadores de Mercadotecnia de la UNAM que apoyaron a la divulgación de los resultados de la propia investigación.

1. Introducción

El crecimiento de los pequeños negocios resulta de una administración de la innovación, el conocimiento y el aprendizaje, donde conviene analizar la gestión de la competitividad empresarial “tomando en cuenta su capacidad de producir, ofrecer y comercializar productos o servicios innovadores y de alto valor agregado, en las condiciones, cantidad y calidad que el mercado demanda” (Larios-Gómez, 2016, p. 177) para aprovechar las oportunidades del entorno.

En las mismas circunstancias, la competitividad empresarial del emprendimiento se “refleja en trayectorias que la mayoría de las veces marcan ciclos que en algunos casos pueden coincidir con la trayectoria de la tecnología, de la producción y del mercado” (Jasso Villazul, 2004, p. 84).

En tal sentido, es relevante retomar la administración de los pequeños negocios y emprendimiento como los mecanismos articuladores para generar competitividad empresarial que provoca mayor productividad laboral e igualmente aumento de empleos.

Por lo anterior, el presente proyecto de investigación pretende hacer un análisis de los perfiles de los jóvenes universitarios que deciden emprender y los retos a los que se enfrentan al hacerlo. Para ello, se incluirán tres apartados, “el perfil del emprendedor”, “el sector y giro económico” y “la etapa de gestación en la que se encuentra su proyecto”. De tal manera que, al distinguir los elementos de los proyectos de emprendimiento de los universitarios se contribuya con la propuesta de estrategias de adaptación y/o diferenciaciones requeridas en el contexto competitivo.

2. Planteamiento

2.1 Antecedentes

El crecimiento económico en función del aumento de la productividad laboral e incremento del empleo para lograr la competitividad empresarial, desde una perspectiva sistémica, implica transitar de una administración del nivel micro al nivel meso y macro, o viceversa, mediante el desarrollo de estrategias de adaptación y/o de diferenciación para pequeños negocios y emprendimientos.

Cabe decir que lo anterior se desprende de algunos estudios recientes de KPMG México (KPMG, 2019) con el reporte de Perspectivas de la Alta Dirección en México 2019 y la Asociación Mexicana

de Código de Producto (AMECOP) con el Barómetro de la Industria del Retail (GS1 México; Psyma Latina, 2018), que plantean una perspectiva real y proactiva a nivel micro en ambos documentos.

Además, el Banco de México (BANXICO) realiza el reporte sobre las condiciones de competencia en el otorgamiento de crédito a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) (BANXICO, 2015), asimismo la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) al presentar el reporte sobre Financiamiento de PYMES y Emprendedores 2018 (OCDE, 2018); entonces, se puede contar con un panorama meso y macro de la situación financiera de los negocios con dichos reportes.

De todo esto se desprende que los pequeños negocios y emprendimientos se enmarquen en un péndulo de competitividad empresarial sistémica, donde en estos momentos se materializan los obstáculos o los factores que limitan el crecimiento económico de los mismos (Zevallos V., 2006), (Avolio, Mesones y Roca, 2011) debido a los aspectos internos y/o externos a la organización que les dé preponderación.

Por lo tanto, el problema que se plantea es distinguir los elementos actuales, ya sean internos o externos, que influyen o no en la administración de pequeños negocios y emprendimientos en pleno siglo XXI, al considerar principalmente las cuatro prioridades para impulsar la competitividad que ofrece el estudio que realiza KPMG: gestión del talento, transformación digital, ciberseguridad, mayor conciencia del riesgo e impulsar la innovación (KPMG, 2019).

2.2 Marco teórico

La base teórica es de utilidad para la comprensión de la presente investigación. Inicialmente se hace referencia a las generalidades y características de la capacidad universitaria de emprendimiento mediante competitividad y factores que comprenden el concepto de competitividad, así como los factores para la medición de ésta. Además de la revisión de las escuelas de administración del siglo XXI. Enseguida, el emprendimiento considerando competencias directivas y equipo de trabajo, asimismo algunos estudios empíricos.

Competitividad y factores

Concepto de competitividad

En su artículo sobre la orientación emprendedora en pequeños negocios de artesanía de México, García Ochoa, León Lara, y Nuño de la Parra (2017) asientan las bases del concepto de la

competitividad como el conjunto de tres grandes categorías relacionadas con los aspectos económicos, humanos y físicos en el ambiente micro, meso y macro que determinan el nivel de productividad sostenida en el ámbito de las regiones geográficas (o entidades) (p. 779).

Cabe observar que los factores intraempresariales son la premisa de que la competitividad se fundamenta en los factores internos de la empresa y, más específicamente, de la habilidad de las personas que administran la organización para desarrollar capacidades o destrezas distintivas y generar alrededor de estas estrategias y estructuras organizacionales adecuadas (eficientes y efectivas), nos conduce a políticas públicas de fomento de la competitividad centradas en la empresa, y no en políticas macroeconómicas o sectoriales (Rivera Rodríguez, 2003, pp. 138-139).

Factores

Existen diversas metodologías para la medición de la competitividad, en su mayoría caracterizados por los enfoques macro y micro económico (Morales y Pech, 2000); el primero relacionado con el sector, industria o país, y el segundo con la empresa. En la actualidad, se acepta que la competitividad a nivel industrial puede medirse en términos de la rentabilidad que generan las empresas, la balanza comercial de la industria, el balance entre la inversión extranjera directa y mediciones directas de costo y calidad (Enright, Francés y Scott, 1994, p. 66, citado por Solano Solano, Pérez Espinoza y Uzcátegui Sánchez, 2017, p. 123).

En cambio, Martínez, M., Sánchez, L., Santero, R. y Marcos, M. (2009) sugieren que los indicadores clave que inciden en la competitividad son los indicadores externos que tienen que ver con el entorno de los negocios, la tecnología e innovación que se mide en la capacidad para lanzar nuevos productos al mercado, la calidad, la gestión de los recursos humanos, las capacidades directivas en el uso de nuevas herramientas de gestión, la internacionalización entendida como la capacidad para llegar a los mercados externos y el financiamiento como una fuente necesaria para su permanencia (Larios-Gómez, 2016, p. 188).

Ahora bien, García Ochoa, León Lara y Nuño de la Parra (2017) plantean “factores determinantes”; entre estos, el factor económico contiene el desempeño económico; el factor humano contiene la fuerza laboral saludable que se forma con la educación básica, el capital humano que se forma en las universidades, posgrados y que participa como profesionista en los sistemas productivos, las personas que generan riqueza a partir del conocimiento que son especialistas e investigadores, las personas que participan como políticos y burócratas en las instituciones; y el factor físico contiene

el desempeño del mercado, las infraestructuras y las tecnologías de información y comunicación (TIC) (p. 779).

Escuelas de administración del siglo XXI

El siglo XXI ha propiciado un gran auge de las escuelas administrativas que han tomado nuevas orientaciones; entre las más destacadas se encuentran:

- Administración por valores, cuyo enfoque es el desarrollo y práctica de valores organizacionales e individuales dirigidos hacia la misión de la organización, con la finalidad de lograr una mayor productividad.
- Administración del cambio, que propone una serie de estrategias para desempeñarse en un entorno cambiante y que demanda retos.
- Administración del conocimiento, cuyo objetivo es recopilar todas las experiencias, habilidades y conocimientos del capital humano de la empresa, con el propósito de que éstos perduren independientemente de la rotación del personal y de los directivos.
- Administración virtual, donde a través de sistemas informáticos, de la automotivación y del autocontrol se disminuyen trámites burocráticos y niveles jerárquicos, y se simplifican las estructuras y el tamaño de las organizaciones.
- *Empowerment*, que es un estilo que faculta, prepara y delega a los empleados para que potencialicen sus capacidades.

Seguramente con la evolución de la sociedad y de las empresas surgirán nuevos enfoques de la administración tendientes a adaptarse a nuevas formas de vida. Lo importante es capacitarse y actualizarse continuamente para aplicar las escuelas administrativas y metodologías más adecuadas, y para que las organizaciones se mantengan en el mercado y sean competitivas (Münch Galindo, 2007, p. 116).

Emprendimiento

Competencias directivas

Una aproximación para entender las competencias directivas del emprendedor es lo que señalan Müller y Turner (2010) al presentar una clasificación de competencias directivas de Dulewicz y Higgs que validan y adaptan a los grupos de competencias gerenciales, emocionales e intelectuales.

Las competencias gerenciales, como son: comunicación, gestión de recursos, apoderamiento, desarrollo y logros; emocionales, que incluyen autoconciencia, resiliencia emocional, motivación, sensibilidad, influencia e intuición, concientización; e intelectuales, que son: análisis crítico y de juicio, visión e imaginación y perspectiva estratégica; y las relacionan con proyectos de máximo rendimiento en áreas de ingeniería, construcción, información, tecnología de la comunicación y proyectos de cambios organizativos, dándoles un nivel de complejidad baja, media y alta. Presentan también cuáles de estas competencias tienen mayor incidencia con el nivel alto de complejidad, y demostraron que la visión (grupo intelectuales), la influencia y la motivación (grupo emocionales), son las encontradas en los directivos ejecutivos que gestionan proyectos de alta complejidad (Flores Marin y Vanoni, 2016, p. 120).

Equipo de trabajo

En la actualidad, los equipos de trabajo han permitido más intercambio de información, el análisis de problemas desde diferentes perspectivas y un mayor compromiso con las acciones; todo esto ha hecho posible mejorar el desarrollo de programas y proyectos en situaciones complejas y entornos inestables.

Para la comprensión del rol de un equipo de trabajo es necesario establecer con claridad las diferencias entre éstos y otras formas de organización colectiva; entre tales diferencias, sobresalen las siguientes (Cummings, 1981):

- La forma de trabajo de un equipo es estructurada, profesional y con objetivos claros; destaca el alto sentido de pertenencia de sus miembros.
- La comunicación entre sus integrantes es fluida, además de ser franca y abierta; todos ellos participan en la construcción de la visión y en las decisiones que les afectarán, ya sea de manera directa o indirecta, en tanto que forman parte del equipo.
- La discusión de las ideas y propuestas es abierta, se reconoce el conflicto como parte de su actividad, tratando siempre de rescatar los aspectos positivos (Filion, Cisneros, y Mejía-Morelos, 2011, p. 98).

Estudios empíricos

Las características de los negocios se retoman de Estudios recientes que han identificado varias características propias de las empresas que están relacionadas con la tasa de crecimiento del empleo (tanto para PYME como para empresas grandes). Los factores que se encuentran relacionados positivamente con la tasa de crecimiento del empleo son: la innovación, la orientación hacia la exportación, capital humano, propiedad, sector exportador y la edad del propietario de la empresa en años (Saavedra García y Saavedra García, 2014, pp. 157-158).

Otro de los estudios que se retoma es la orientación emprendedora en pequeños negocios de artesanías de México, que plantea la metodología para la investigación científica en ciencias sociales (Hernández, Fernández y Batista, 2014; Cea, 2001 y Babbie, 2000), esta investigación es no experimental, cuantitativa, de tipo transversal (transeccional) exploratoria. Las unidades de análisis son los pequeños negocios de artesanías de México, las unidades de respuesta son los dueños de estos negocios. El muestreo fue no probabilístico, la selección de la muestra se determinó a conveniencia y la selección de entrevistados se llevó a cabo mediante la aplicación de la técnica en cadena o por redes ("bola nieve"), mediante la cual se identifican a participantes clave y se agregan a la muestra preguntándoles si conocen a otras personas que pudieran participar de la encuesta, como lo sugiere Hernández, Fernández y Baptista (2014) (Jiménez Castañeda, Martínez Castro y Nieto Delgado, 2016, pp. 483-484).

Los resultados mostraron que la innovatividad, la proactividad y la agresividad competitiva son las variables que se relacionaron positiva y significativamente con el desempeño tanto financiero como no financiero (Jiménez Castañeda, Martínez Castro y Nieto Delgado, 2016, p. 476).

Por otro lado, existe un estudio empírico que se retoma sobre los factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima, que señala que explora la relación entre los principales rasgos distintivos de los emprendedores y la incidencia en su perdurabilidad empresarial. Se estudiaron 10 casos de emprendedores de Ibagué, bajo dos enfoques: un análisis cualitativo soportado en entrevistas estructuradas a empresarios, y el cuantitativo sustentado en los resultados de la encuesta a empleados y clientes (Parra Alviz, Rubio Guerrero y López Posada, 2017, p. 90).

De tal manera que se destaca el perfil del emprendedor, se analizaron variables como año de creación de la empresa, número de empleados, sector al cual pertenece la empresa, origen del

emprendedor, lugar de residencia, edad, sexo, estado civil y número de hijos, lo cual permitirá conocer qué tanto incidieron estos aspectos en la creación de sus empresas (Parra Alviz, Rubio Guerrero y López Posada, 2017, p. 110).

3. Objetivos (general y específicos)

Objetivo general original:

Describir las características de comercialización e innovación en los proyectos de emprendedores universitarios utilizando las herramientas de *Startup y Bootstrapping*.

Objetivo General modificado:

Identificar los perfiles de los emprendedores universitarios y los retos a los que se enfrentan en la etapa de gestación de su negocio, quienes participaron en el Programa “Emprendízate 2020-1”.

Objetivos específicos originales:

Conceptualizar formas de comercialización y niveles de innovación en los proyectos de emprendedores universitarios.

Distinguir las dimensiones de los indicadores del emprendedor de proyectos universitarios. de comercialización e innovación en los proyectos de emprendedores universitarios.

Analizar formas de comercialización y niveles de innovación en los proyectos de emprendedores universitarios.

Objetivos específicos modificados:

Conceptualizar las generalidades y características de la capacidad universitaria de emprendimiento, así como la revisión de las escuelas de la administración del siglo XXI.

Distinguir las competencias directivas y equipo de trabajo, asimismo estudios empíricos que permitan reconocer los indicadores de la capacidad emprendedora.

Describir y contrastar las características de la capacidad universitaria de emprendimiento en un evento académico.

4. Metodología

El diseño de la investigación se realiza con un enfoque cuantitativo. El enfoque cuantitativo es secuencial, donde se intenta explicar y predecir los fenómenos investigados. El objetivo de la investigación es identificar los perfiles de los emprendedores universitarios y los retos a los que se enfrentan en la etapa de gestación de su negocio, quienes participaron en el Programa “Emprendízate 2020-1”.

Para lograrlo, se aplicó un cuestionario que consta de 19 preguntas a los 83 participantes del programa organizado por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (UACJ). La muestra es aleatoria simple, conforme con la realización del evento considerando que se hizo en formato digital por primera vez a los diferentes institutos que conforman a la UACJ en el estado de Chihuahua. Los institutos que colaboraron son: Instituto de Ciencias Sociales y Administración (ICSA), Instituto de Ingeniería y Tecnología (IIT), Instituto de Ciencias Biomédicas (ICB), Instituto de Arquitectura, Diseño y Arte (IADA) y Ciudad Universitaria (CU).

Aunque todos son planteles especializados en su materia, cabe mencionar que el último, Ciudad Universitaria, es un plantel en el que convergen licenciaturas de distintas áreas. La encuesta se realizó del día 20 de abril al 7 de mayo de 2020 a los estudiantes de dichos planteles.

Por tanto, se intenta dar una aproximación simple a la estructura de las poblaciones en la que se diferencien tres indicadores: perfil del emprendedor, sector y giro económico y etapa de gestación. La determinación de la estructura de las poblaciones resulta útil para inferir tendencias poblacionales y para evaluar la proporción de las características propias de cada instituto.

El perfil del emprendedor es la variable que incorpora edades, fuentes de contribución a la identificación del negocio, factores económicos y factores no económicos. Por su parte, el sector y giro económico es la variable que incorpora el tipo de proyecto (tradicional, tecnológico o social), giro de la empresa (comercio, industria, servicio u otro), actividades económicas según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Finalmente, la tercera variable se refiere a la etapa de gestación que comprende las herramientas y/o reporte usados, como pueden ser, un plan de negocios, un *business model canvas*, un *lean model canvas*, cálculo del período o estado de mercados y los factores requeridos para la iniciación del negocio (capacitación, recursos humanos, entidades financieras, trámites u otros).

5. Instituciones, organismos o empresas de los sectores social, público o productivo participantes (Si aplica): No aplica

6. Resultados

Como resultado de la metodología implementada respecto a la caracterización del perfil del emprendedor, idea del proyecto que contribuye al sector y giro económico, así como la etapa de gestación de los proyectos emprendedores universitarios, a continuación, se describen los indicadores antes mencionados:

Perfil del emprendedor

Con la finalidad de definir el perfil de los participantes del programa en cuestión, se obtuvo un diagnóstico estadístico descriptivo respecto a las edades de los emprendedores, las fuentes de contribución a la identificación del negocio, los factores económicos y no económicos que los influyen como empresarios. Cuyos resultados se agrupan de acuerdo con el instituto al que cada participante pertenecía, como se muestra a continuación.

Las edades de los participantes varían desde los 16 hasta los 40 años, por lo que se dividieron en rangos: 16 a 20, 21 a 25, 26 a 30, 31 a 35, 36 a 40. Asimismo, en todos los institutos CU, IADA, ICB, ICSA y IIT, el rango dominante de edad es de 21 a 25 años.

Las fuentes de contribución a la identificación del negocio se refieren a las formas en que los participantes obtuvieron inspiración para crear su proyecto. De esta manera, se encontró ante un claro predominio del internet y el interactuar. Igualmente, se nota que el medio que menor respuestas obtuvo fueron las revistas, lo cual se explica por su poca circulación hoy en día.

Por otra parte, los factores económicos apuntan a aquellos aspectos que los participantes identifican como los que mayormente pueden influir en su negocio. Los institutos expresan preocupación por la disponibilidad de financiamiento, debido a que sus proyectos se encuentran en fase inicial.

Los factores económicos se refieren a las razones por las que los estudiantes deciden emprender su proyecto de negocio. Entre las principales se encuentran la aspiración de contribuir a la sociedad, el desarrollarse como personas y enfrentar continuos desafíos. Cabe mencionar que la mayoría quiere contribuir a la sociedad.

Sector y giro económico

Para definir el sector y giro económico de los distintos proyectos se distinguen tres clasificaciones distintas, que enseguida se presentan:

El tipo de proyecto fue dividido en tradicional, tecnológico y social desde la convocatoria del programa, lo que permitía evaluar y analizar de acuerdo con la categoría a la que pertenecían. De esta manera, se puede ver que los proyectos de giro tecnológico prevalecen sobre los demás en IIT, dado que los participantes de este instituto son estudiantes de ingeniería. En los demás institutos, en mayor medida, se trata de proyectos tradicionales.

El giro de la empresa se dividió en comercio, industria, servicio y otros. La mayoría son proyectos del giro de servicios en ciertos institutos, mientras que el giro industrial se puede

promover. También, se clasifican los proyectos de acuerdo con las actividades económicas según el INEGI. Esta es una distinción que la institución utiliza en sus censos nacionales y que clasifica de forma específica a los negocios. Los servicios de salud y de asistencia social representan una correspondencia al contexto actual.

Etapa de gestación

Por último, se realizaron preguntas sobre las herramientas y retos a los que se enfrentan como emprendedores. De esta manera se logró identificar cuáles son las preocupaciones de los estudiantes y con qué herramientas cuentan para ayudarles a enfrentar los desafíos venideros.

Los factores para la iniciación del negocio se refieren a los retos a los que se enfrentan en ese momento de arranque del proyecto, ya que los creen necesarios para llevar a cabo sus propósitos, como contar con capacitación y recursos humanos.

7. Productos generados

Artículos

Autor	Título	Revista	Número	Año	País
Genesis Hernández Camacho, José Luis Favela Rodríguez, Cristian Antonio Bustamante Arneros, Sandra Verónica Ramos de la Rosa, Dra. Gabriela Velasco Rodríguez	Caracterización de Intención emprendedora Proyectos Emprendedores Universitarios con base a un Evento Académico en Tiempos de COVID-19	European Scientific Journal by European Scuientific Institute	4	2021	España
Dra. Gabriela Velasco Rodríguez	Dirección estratégica a través emprendimiento y modelos de negocio	Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración RICEA	17	2020	México

Capítulo de Libro

Autor	Título	Editorial	Año	País
Dra. Gabriela Velasco Rodríguez	Libro: El Papel de las Pequeñas y Medianas Empresas en el Desarrollo Regional Capítulo de libro: Capacidad Universitaria de Emprendimiento. Herramienta clave para creación y gestación de negocios	Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca	2020	México

Ponencia

Autor	Título	Evento	Día	Mes	Año
Dra. Gabriela Velasco Rodríguez Tania Guadalupe Garcia Ruiz Dr. Héctor Francisco Ponce Renova Andrea Carolina Domínguez Higuera	Dimensiones de Marketing Educativo. Elección de posgrado en estudiantes universitarios de Ciudad Juárez, Chihuahua, México.	II Congreso Internacional Virtual AIM 2022 Asociación Iberoamericana de Marketing	31	mayo	2022

8. Conclusiones

Siguiendo el objetivo de conocer el perfil de los emprendedores universitarios y de los retos a los que estos se enfrentan o temen enfrentarse, se llega a la conclusión de que, aunque los perfiles varían en edad y área de especialidad, en su mayoría suelen coincidir en sus respuestas.

Se observa que los estudiantes de los institutos encuentran como fuente de inspiración interactuar con otras personas y el internet, o que se preocupan más por la disponibilidad de financiamiento para el arranque de su negocio.

Sin embargo, en otras áreas se resalta las diferencias significativas según el área de estudio, tal es el caso de los factores no económicos que los inspiran a emprender. Desde la inspiración, se destaca la contribución a la sociedad, quizás influenciados por el contexto actual de cuidado del medio ambiente.

Respecto al giro del proyecto, se tiende a abordar principalmente los servicios independientemente del instituto.

En relación con los factores para iniciar el negocio, notamos un alto nivel de preocupación en los participantes, esto se debe a la etapa de desarrollo en la que se encuentran. Sin embargo, reconocer los riesgos a los que pueden enfrentarse es positivo, ya que pueden prepararse para cualquier eventualidad.

Por último, queda claro que, sin importar el área de especialización, las habilidades necesarias para emprender están presentes en cualquier persona, por lo que todo universitario es capaz de emprender un proyecto de negocio de cualquier tipo.

9. Mecanismos de transferencia. (Si aplica): No aplica

10. Contribución e impacto del proyecto

En lo tocante a la contribución del proyecto, se plantean los aspectos que caracterizan la capacidad universitaria del emprendimiento a través de los proyectos gestados en la Oficina de Desarrollo Empresarial de la Subdirección de Vinculación de la UACJ

11. Impacto económico, social y/o ambiental en la región

Impacto económico: Contribuir con indicadores como una herramienta estratégica digital que permitan que los proyectos de emprendedores universitarios puedan seguir contribuyendo al desarrollo económico.

Impacto social: Se realizó un encuentro de proyectos de emprendedores universitarios mediante talleres cortos de capacitación.

Impacto ambiental: Optimizar los recursos humanos, materiales y económicos a través del uso de herramienta estratégica digital en la toma de decisiones.

12. Referencias (bibliografía)

- Avolio, B., Mesones, A. y Roca, E. (2011). Factores que limitan el crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, pp. 70-80.
- Banco de México. (2015). *Reporte sobre las condiciones de competencia en el otorgamiento de crédito a las pequeñas y medianas empresas (PYME)*. México: Banco de México.
- Filion, L., Cisneros, L. y Mejía-Morelos, J. (2011). Emprendimiento y creación; Emprendedores y su equipo directivo. En A. d. PYMES, *Administración de PYMES* (pp. 2-106). México: Pearson Educación.
- Flores Marin, M. y Vanoni, G. (2016). Competencias directivas por los CEO ante la complejidad de las organizaciones del siglo XXI. *Suma de Negocios*, 7(16), pp. 113-124
- García Ochoa, J., León Lara, J. y Nuño de la Parra, J. (2017). Propuesta de un modelo de medición de la competitividad mediante análisis factorial. *Contaduría y Administración*, 62(3), pp. 775-791.
- GS1 México; Psyma Latina. (2018). *Barómetro de la Industria del Retail*. México: GS1 México, Psyma Latina.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (16 de septiembre de 2019). *San Mateo Río Hondo*. México: Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Recuperado de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/20254a.html>.
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. (31 de octubre de 2019). *Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México*. México: Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Recuperado de www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM20oaxaca/municipios/20254a.html
- Jasso Villazul, J. (2004). Trayectoria tecnológica y ciclo de vida de las empresas: una interpretación metodológica acerca del rumbo de la innovación. *Contaduría y Administración*, 0.
- Jiménez Castañeda, J., Martínez Castro, C. y Nieto Delgado, M. (2016). La orientación emprendedora en pequeños negocios de artesanía de México. *Revista Electrónica Nova Scientia*, 8(16), pp. 475-500.
- KPMG. (2019). *Panorama 2019 Cuatro prioridades para impulsar la competitividad*. México: KPMG.
- KPMG. (2019). *Perspectivas de la Alta Dirección en México 2019*. México: KPMG.
- Larios-Gomez, E. (2016). La Gestión de la Competitividad en la MIPYME Mexicana: Diagnóstico Empírico desde

- la Gestión del Conocimiento. *Revista de Administração da Unimep*, 14(2), pp. 177-209. Larios-Gomez, E. (2016). La Gestión de la Competitividad en la MIPYME Mexicana: Diagnóstico Empírico desde la Gestión del Conocimiento. *Revista de Administração da Unimep*, 177-209.
- Münch Galindo, L. (2007). *Administración. Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*. México: Pearson Educación.
- Parra Alviz, M., Rubio Guerrero, G. y López Posada, L. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito: casos de estudio en empresarios de Ibagué, Tolima. *Pensamiento & Gestión*, (43), pp. 89-127.
- Rivera Rodríguez, H. (2003). La Competitividad y la Gestión Empresarial. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (48), pp. 132-143.
- Saavedra García, M., & Saavedra García, M. (2014). La PYME como generadora de empleo en México. *Clío América*, 8(16), pp. 153-172.
- Solano Solano, J., Pérez Espinoza, M. y Uzcátegui Sánchez, C. (2017). Metodologías de Medición de la Competitividad. *II Congreso Internacional Virtual sobre Desafíos de las Empresas del Siglo XXI* (pp. 123-130). Eumed.
- Zamora, J. G. (2019). *Desarrollo Regional en México*. México: Bonilla Artigas.
- Zevallos, V. E. (2006). Obstáculos al Desarrollo de las Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 11(20), pp. 75-96.

13. Anexos

13.1 Taxonomía de los Roles de Colaborador (con las actividades logradas)

Roles	Definición de los roles	Figura	Grado de contribución	Actividades logradas en la ejecución del proyecto	Tiempo promedio semanal (en horas) dedicado al proyecto
Responsabilidad de la dirección del Proyecto Dra. Gabriela Velasco Rodríguez	Coordinar la planificación y ejecución de la actividad de investigación. Organiza los roles de cada colaborador, tiene la habilidad de identificar potenciales de cada individuo para generar una sinergia de equipo colaborativo	Director(a) del proyecto	Principal	Identificar las actividades claves del proyecto de investigación mediante una revisión sistemática de literatura (RSL) Establecer un plan de trabajo modificando y actualizando el objetivo general y específicos del proyecto de la investigación. Con base a la retroalimentación de las doctoras Emperatriz Londoño Aldana de la Universidad de Cartagena de Colombia en el mes de julio, 2020 como de Sandra Patricia Rojas Berrio de la Universidad Nacional de Colombia durante el mes de agosto vía correo electrónico que forma parte de la Asociación Iberoamericana de Marketing.	9

Responsabilidad de supervisión Maestros José Roberto Escamilla, Omar Celis	Elaborar la planificación de las actividades de la investigación (cronogramas y controles de seguimiento), describe los roles identificados por el director del proyecto y facilita el apoyo constante a todos los roles para conseguir un trabajo integral, coherente y que llegue a buen término	Supervisor(a) del proyecto	- Principal o - De apoyo	Diseñar un cronograma con base al plan de trabajo incluyendo los responsables y fechas de entrega de cada uno de los subproductos.	9
Realización y redacción de la propuesta Estudiantes de postgrado y pregrado	Preparación, creación y redacción de la propuesta de investigación, específicamente la redacción, revisión de coherencia del texto, presentación de los datos y la normatividad aplicable para garantizar el cumplimiento de los requisitos.	Redactor de la propuesta	- Principal o - De apoyo	Generar una descripción de los roles y funciones a realizar según lo planteado en el plan de trabajo.	9
Desarrollo o diseño de la metodología Estudiantes de postgrado y pregrado	Contribuir con el diseño de la metodología, modelos a implementar y el sustento teórico, empírico y científico para la aplicabilidad de los instrumentos en la ejecución del proyecto.	Diseñador de la metodología	- Principal o - De apoyo	Realizar lecturas exploratorias y de comprensión para configurar el plan metodológico de la investigación.	9
Recopilación/ recolección de datos e información Profesores pregrado	Ejecuta las estrategias propuestas en acciones encaminadas a obtener la información, haciendo la recopilación de datos y la inclusión de la evidencia en el proceso	Recopilador de datos	- Principal o - De apoyo	Determinar las estrategias afines a la recolección de datos y contar con la evidencia requerida según el plan de trabajo.	9
Elaboración del análisis formal de la investigación Dra. Gabriela Velasco Rodríguez, Maestros José Roberto Escamilla, Omar Celis	Aplicar métodos estadísticos, matemáticos, computacionales, teóricos u otras técnicas formales para analizar o sintetizar los datos del estudio. Verifica los resultados preliminares de cada etapa del análisis, los experimentos implementados y otros productos comprometidos en el proyecto.	Analista de datos	- Principal o - De apoyo	Definir la manera de integrar el análisis de la información con su respectiva interpretación y presentación.	9
Preparación, creación y/o presentación de los productos o entregables Dra. Gabriela Velasco Rodríguez, Maestros José Roberto Escamilla, Omar Celis	Preparar la redacción del reporte técnico de avance parcial y el reporte técnico final. Se hace la revisión crítica, la recopilación de las observaciones y comentarios del grupo de investigación. Y finalmente se procede a la edición del documento a entregar	Editor de reportes técnicos	- Principal o - De apoyo	Documentar los productos entregables obtenidos de la aplicación del proyecto de investigación.	9

13.1.1 Estudiantes participantes en el proyecto

Nombre del alumno	Matricula	Tiempo promedio semanal (en horas) dedicado al proyecto	Actividades logradas en la ejecución del proyecto
Ricardo Alberto Maldonado Tovilla	165888	6	Emprendizate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de

			Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Mayra Yaneet Salais González	165871	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Betsabe Hidali Uriegas Montañez	173012	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
José Roberto Escamilla de Santiago	198620	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Zurisadai Morales Hernández	198627	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Alina Simental Prieto	198633	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Diana Edith Cerros Barraza	198637	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Kimberly Rebeca Ríos Rojas	198588	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Alonso Noe Flores Medina	198638	6	Emprendízate 2020-1. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Genesis Hernández Camacho	143252	6	Elaboración de un artículo para un número especial de una revista de Europa. ESJ Special Edition: Gestión de la mercadotecnia en latinoamérica en tiempos de COVID-19. Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
José Luis Favela Rodríguez	118287	6	Elaboración de un artículo para un número especial de una revista de Europa. ESJ Special Edition: Gestión de la mercadotecnia en latinoamérica en tiempos de COVID-19. Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.

Cristian Antonio Bustamante Arneros	147093	6	Elaboración de un artículo para un número especial de una revista de Europa. ESJ Special Edition: Gestión de la mercadotecnia en latinoamérica en tiempos de COVID-19. Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Sandra Verónica Ramos de la Rosa	194515	6	Elaboración de un artículo para un número especial de una revista de Europa. ESJ Special Edition: Gestión de la mercadotecnia en latinoamérica en tiempos de COVID-19. Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Isela Alejandra Martínez Carrillo	199058	6	Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Omar Celis Gracia	198993	6	Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
José Roberto Escamilla de Santiago	198620	6	Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Diana Edith Cerros Barraza	198637	6	Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Lorena Marlene De la Garza Rodríguez	199115	6	Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Yadira Gutiérrez Mariñelarena	199088	6	Emprendízate 2020-2. Actualización y Aplicación del instrumento de investigación; tratamiento y análisis de información para su respectiva presentación de los resultados y conclusiones del Reporte Ejecutivo de Emprendízate Virtual a la Oficina de Desarrollo Empresarial.
Janette Cecilia Nevarez Sanchez	180934	25.5	2021-2 Indagar, documentar e interpretar la revisión de literatura para cada uno de los apartados del proyecto de investigación para el siguiente protocolo de investigación como continuidad de este proyecto.
Frida Alejandra Mejía Martínez	188066	25	2022-1 Indagar y documentar sobre líneas de generación y aplicación del conocimiento de tesis afines al emprendimiento a nivel posgrado.
Andrea Carolina Domínguez	172823	20	2022-1 Elaboración de materiales para participar en eventos locales e internacionales considerando las tendencias de las temáticas.
Rebeca Chavira Álvarez	194825	10	2022-1 Elaboración de materiales para participar en eventos locales e internacionales considerando las tendencias de las temáticas.

Tania Guadalupe García Ruiz	194946	19	2022-1 Elaboración de materiales para participar en eventos locales e internacionales considerando las tendencias de las temáticas.
-----------------------------	--------	----	---