

# Emprendimiento sostenible y competitividad en México: el caso UNIVA

---

MADDALENA DELLA VOLPE  
*Universidad de Salerno*

JULIA PATRICIA SAMPERIO CASCO  
*Universidad del Valle de Atemajac, México*

ALEXANDRA JARAMILLO-GUTIÉRREZ  
*Universidad de Salerno*

## **Resumen**

Las universidades juegan un rol importante en el fomento de las habilidades emprendedoras en los estudiantes, habilidades que, alineadas con innovación, se convierten en un factor clave para el desarrollo de las economías. Estas pueden acercar a los jóvenes al contexto empresarial, caracterizado por redes de apoyo que generan un entorno propicio para nuevas ideas de negocio. En este artículo presentamos el caso del Centro de Competitividad y Emprendimiento Sostenible de la Universidad del Valle de Atemajac, en México, donde consideramos la variedad de actividades co-curriculares ofrecidas a los estudiantes durante su proceso académico, alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que evalúan no solamente los beneficios económicos, sino también los sociales, ambientales y culturales. Los resultados muestran la importancia del empoderamiento educativo basado en una participación que involucra una asunción de responsabilidades por parte de los estudiantes.

## **Palabras clave**

Educación, Emprendimiento, México, Sostenibilidad, Redes.

## Introducción

El emprendimiento se relaciona con la innovación, la generación de empleo y la mejora en las condiciones económicas de cualquier lugar donde se promueve. Motivaciones, inventivos, facilidades de acceso a financiación, adopción de programas de formación empresarial y profesionales forman una base de apoyo para promover el emprendimiento en todos los países (Huggins y Williams, 2011; Omri, y Afi, 2020).

En los últimos años, las empresas se han volcado a ser conscientes de los efectos medioambientales que generan. El enfoque al bienestar común y a la sostenibilidad se ha reforzado por la elección voluntaria de las empresas que han llevado a desarrollar, adaptar y utilizar prácticas más responsables y respetuosas con el entorno, y que minimizan los niveles de contaminación e incorporan ecoeficiencia en su filosofía (Bcorporation, 2020; Krasniqi y Vardari, 2018; Stubbs, 2017). Algunos autores han estudiado las relaciones entre emprendimiento y sostenibilidad, considerando que pueden ser orientadas conjuntamente a una empresarialidad innovadora y a nuevas oportunidades de negocio (Dhahri y Omri, 2018; Gu y Zheng, 2021; Hudek y Bradac Hojnik, 2020).

Las universidades asumen un rol importante en el empoderamiento del espíritu emprendedor de las personas. Principalmente, las instituciones deben tener la capacidad de identificar y conocer la red que se genera entorno al emprendimiento, alinearla con las bases de los recursos y la capacitación interna con la que cuentan, siendo la innovación el punto central (Hayter et al., 2018; Jones et al., 2021). Así, la educación empresarial se ha convertido en un aliado para el emprendimiento, que se explora en diferentes etapas de la educación. Inicia en la educación primaria, con el objetivo de aumentar la conciencia sobre el emprendimiento como una opción de carrera, desarrollar conocimientos y

habilidades que conduzcan a los estudiantes a iniciativas empresariales. Después, en la educación secundaria y superior, el enfoque es la adquisición de habilidades técnicas específicas, encaminadas hacia la planificación empresarial y la financiación (OCDE y EU, 2016). De esta manera los estudiantes identifican sus propias características empresariales sabiendo que necesitan adquirir la capacidad de navegar por el entorno empresarial en tiempos de incertidumbre, una condición indispensable para lograr un negocio exitoso (Ratten y Jones, 2020). Algunos autores han destacado la importancia de integrar la educación empresarial con la educación superior (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2016), incluso en disciplinas diferentes. Las universidades son consideradas importantes motores para el desarrollo y el crecimiento económico de los negocios (Barba-Sánchez y Atienza-Sahuquillo, 2018; della Volpe, 2017, Jena, 2020).

En esta investigación se analiza el proceso emprendedor promovido en el Centro de Competitividad y Emprendimiento Sostenible de la Universidad del Valle de Atemajac, en México. Inicialmente, realizamos un análisis de la literatura relativa a los temas de emprendimiento y sostenibilidad, con un enfoque a la educación empresarial de los estudiantes universitarios al respecto. En el apartado sucesivo consideramos el contexto emprendedor en el mundo, haciendo énfasis en la comparación de los datos que resultan en México y los países latinoamericanos con los de las economías desarrolladas. Después, mostramos los principales elementos del ecosistema emprendedor regional del estado mexicano de Jalisco señalando su red de relaciones: actores, funciones y actividades de los programas promotores de emprendimiento. Posteriormente, nos enfocamos en la descripción y el análisis del Centro, caracterizado por charlas de actualización, charlas tipo taller, eventos, presentación de planes de negocio y la participación en comunidades estudiantiles internacionales. Finalmente, concluimos subrayando el valor central de la educación al emprendimiento en el proceso de empoderamiento de los estudiantes a través de la guía de los docentes, de una motivación alimentada continuamente y de un sentido de responsabilidad como el que caracteriza al mundo laboral.

## Emprendimiento y sostenibilidad

El fomento del emprendimiento debe tener en cuenta el ecosistema emprendedor que garantiza el fortalecimiento de las habilidades emprendedoras y el futuro de las empresas nuevas a través de la formación, la inversión y el capital relacional. Autores como Cavallo et al. (2019) y Farias et al. (2019) señalan que el emprendimiento, alineado de la manera adecuada con los gobiernos, conduce al bienestar de los ciudadanos. Este representa una oportunidad para mejorar las condiciones de vida de las personas y un aporte al fortalecimiento de las características emprendedoras de los individuos, que los lleva a tener un desarrollo profesional independiente, de autoeficacia y dominio (Brändle et al., 2018).

En los últimos años, las organizaciones han adoptado el término sostenibilidad con mayor atención. El interés por este tema inició en el año 1987 (Naciones Unidas, 1987) con el documento *Nuestro Futuro Común* o Informe Comisión Brundtland, que hace referencia a la necesidad de unir los esfuerzos a nivel global para hacer que el desarrollo sea sostenible y satisfacer las necesidades propias sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras. Las Naciones Unidas, en la Conferencia de 1992 sobre Medio Ambiente y Desarrollo, discutieron los planes de acción y firmaron el «Programa 21», en el que recomendaban nuevos métodos de educación y nuevas formas de preservar los recursos naturales. Después, en el 2002, se ratificó y se firmó el plan de aplicación, enfocado a planes más cuantificables y específicos (Naciones Unidas, 2002). En el 2012 se reafirmaron los planes de acción y se agregó un enfoque hacia la *green economy*, el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. En este marco se consideró el fortalecimiento de las tres dimensiones del desarrollo sostenible. La primera es el crecimiento económico, inclusión social y protección del medio ambiente, integrados con el empoderamiento del trabajo, la inclusión, la transparencia y la eficacia. La segunda es el fortalecimiento de los mecanismos intergubernamentales, la mejora del marco institucional de las Naciones Unidas y el incremento de su eficacia, a través de la corrección de las deficiencias del sistema, la promoción de sinergias y coherencia, la reducción de las cargas administrativas y el aprovechamiento de los mecanismos intergubernamentales. La tercera

es el fortalecimiento del pilar ambiental, a través del impulso de la gobernanza ambiental internacional, con el fin de promover la integración equilibrada de las tres dimensiones mediante las instituciones financieras internacionales y de las actividades operacionales de las Naciones Unidas (Naciones Unidas, 2012).

Más tarde, en el 2015, se estableció la Agenda 2030, en la que se adoptaron 17 objetivos globales —los llamados Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)— que incluyen el fin de la pobreza, hambre cero, educación de calidad, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, industria, innovación e infraestructura, vida de ecosistemas terrestres. Para lograrlos, urge la participación de la población civil y de los actores de la sociedad, de manera que los esfuerzos sean dirigidos a favor del bien común (Naciones Unidas, 2019).

A nivel empresarial, Elkington (1997) elabora el concepto del *Triple Bottom Line*, resaltando la capacidad de las empresas para crear o destruir valor en las dimensiones social, económica y ambiental. El paradigma se enfoca en ayudar a las empresas a volverse sostenibles en el contexto de los emergentes retos económicos, integrando la responsabilidad ecológica y social a los objetivos económicos de las organizaciones. El *Triple Bottom Line* se presenta como apoyo a la medición empresarial y deja claro que la sostenibilidad se enfoca no sólo en el medio ambiente, sino que busca crecimiento económico y social mediante una variedad de actividades. Antes, Elkington (1994) ya había resaltado la necesidad de las empresas exitosas en involucrarse en el *green business*, que iniciaba a tener un reconocimiento en la sociedad y tenía como desafío involucrar a sus *stakeholders* y lograr ventajas competitivas.

En los años 90, las empresas empezaron a enfocarse en la responsabilidad social corporativa (RSC) como una respuesta voluntaria al desarrollo sostenible. Surge como el compromiso para contribuir con este último, trabajando con sus *stakeholders* para mejorar la calidad de vida de toda la comunidad (World Business Council on Sustainable Development, 1998). La RSC genera un valor agregado a la sociedad, pasando simplemente de la maximización de los beneficios económicos a la generación de impacto a nivel económico, ambiental y social. Muchas empresas empezaron a adaptarse al nuevo paradigma para un crecimiento

rentable y paralelo al desarrollo de la sociedad como la preservación del planeta (Zago et al., 2018).

El *Dow Jones Sustainability Index* es el primer parámetro a nivel mundial para medir la sostenibilidad empresarial. Permite identificar y clasificar a las principales empresas sostenibles bajo criterios sociales, ambientales y económicos. Es como una carta de presentación relacionada con una buena gestión y un modelo de negocio con futuro (Krasniqi y Vardari, 2018). Sin embargo, este indicador mide sólo el impacto positivo que las empresas generan, pero no tiene en cuenta variables más detalladas considerando aspectos exitosos o de fracaso. Nikolaou et al. (2019) identifican dos nuevos indicadores, ambientales y sociales, con diferentes subindicadores: energía, agua, biodiversidad, emisiones, gestión de residuos, empleo, salud y seguridad, educación, igualdad de oportunidades, derechos humanos, trabajo infantil y lucha anticorrupción. Sin embargo, los autores resaltan que, en general, las mediciones se realizan de manera voluntaria para lograr certificaciones específicas. Así, urge cambiar la mentalidad de los académicos y los empresarios sobre el concepto de sostenibilidad, asociado con una mejora continua y, de hecho, relacionado con los requisitos de desempeño.

Algunas empresas están alineadas con el paradigma *Triple Bottom Line*, como las BCorporation (BCorp), que intentan tener un equilibrio entre las ganancias y el propósito empresarial. El movimiento BCorp pretende generar un impacto positivo en sus *stakeholders*. Esta comunidad de empresas certificadas cumple con estándares de desempeño social y ambiental, transparencia pública y responsabilidad legal. La evaluación se realiza a partir de cinco áreas de la empresa: gobernanza (responsabilidad corporativa, transparencia); trabajadores (compensación, beneficios y capacitación, participación accionaria de los colaboradores, ambiente de trabajo); comunidad (productos y servicios a la comunidad, proveedores y distribuidores, participación local); clientes (administración del cliente); y medio ambiente (gestión ambiental, aire y clima).

Esta certificación lleva a un cambio en la cultura empresarial hacia la construcción de una economía más inclusiva y sostenible, e incorpora en sus estatutos intereses no financieros a largo plazo. Las empresas inician acciones de manera voluntaria para la solución de los problemas que

aquejan el entorno y no dejan la responsabilidad en manos del gobierno o las organizaciones sin ánimo de lucro. Las empresas tipo Bcorp utilizan las ganancias y el crecimiento como un medio para lograr un fin mayor: impacto positivo para sus empleados, comunidades y medio ambiente. Las certificaciones deben ser actualizadas cada tres años, para medir los niveles de impacto y averiguar el crecimiento o cambio de la empresa.

Los emprendimientos en etapas iniciales pueden hacer parte de esta comunidad si desde sus inicios se encuentran alineados con su propósito empresarial. Así obtienen la *certificación pendiente* durante el primer año. La participación en esta comunidad permite a otras empresas, con niveles más altos de estándares, apoyarlas en su preparación para obtener la certificación de empresa tipo Bcorp, una vez cumplido el año (Sistemab, 2021).

La corporación BLab certifica las empresas Bcorp. Está presente en 43 países, en América Latina, Australia, Nueva Zelanda, el este de África, Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido: 130 sectores económicos y 1.609 empresas certificadas (Bcorporation, 2020). A nivel global, BLab ha creado una red de instituciones que apoyan el movimiento BCorp. No obstante, BLab es la única corporación que emite la certificación de manera oficial. En América Latina existe la institución Sistema B, que centra sus esfuerzos en el apoyo de la construcción de ecosistemas favorables para empresas y otros actores económicos. Los países en América Latina que cuentan con más empresas certificadas son Chile (187), Brasil (185), Argentina (131), Colombia (84) y México (74) (Sistemab, 2021).

Existe también BCorp Europe, muy activa en Italia. Las empresas pueden cumplir con requisitos legales para obtener la certificación adoptando el estatus de *Società Benefit (SB)*, introducido en el sistema legal italiano, primero en Europa, con la ley N°. 208/2015, art 1 párrafos 376 a 384. Esta ley cataloga las empresas SB como innovadoras, pues

[...] en el ejercicio de una actividad económica más allá de dividir las ganancias persiguen uno o más propósitos de beneficio común y operan en forma responsable, sostenible y transparente hacia las personas, comunidades, territorios y medio ambiente, bienes y actividades culturales y sociales, instituciones y asociaciones y otras partes interesadas (Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana, 2015, art 1).

Estas empresas deben elaborar informes anuales en los que relacionan la consecución del beneficio común, los objetivos, los métodos, las acciones específicas implementadas y adjuntarlos a los estados financieros de la empresa. Las empresas SB no están obligadas a la certificación BCorp. Sin embargo, es una figura jurídica poco conocida en Italia. En el año 2020, el decreto legislativo 34, en su artículo 34-ter, considera los beneficios fiscales para las empresas que decidan convertirse en SB, mencionando un crédito fiscal por el importe del 50% de los costes incurridos para la transformación o constitución de este tipo de sociedad hasta el 31 de diciembre del 2020 (*Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana*, 2020).

Italia es el único país europeo que ha incluido dentro de sus figuras jurídicas este tipo de empresas y se ha unido a la *Benefit Corporation* de los Estados Unidos de América. España ha intentado agregar la Sociedad Limitada de Interés General (SLIG), pero aún no ha tenido resultados favorables. De manera que cabe resaltar la falta de una visión general compartida en relación con la sostenibilidad. Aún si las certificaciones se presentan de manera voluntaria, sería importante generar conciencia y control al respecto.

Muchos estudios subrayan la interacción importante entre emprendimiento y sostenibilidad, considerados como garantía para el desarrollo futuro de toda la sociedad. Se reconoce el espíritu empresarial como un camino hacia el desarrollo sostenible, especialmente en las actividades innovadoras y orientadas a las oportunidades (Dhahri y Omri, 2018; Gu y Zheng, 2021; Huđek y Bradac Hojnik, 2020).

Para que el espíritu empresarial alcance los ODS es necesario implementar y mejorar las condiciones del ecosistema empresarial como una prioridad nacional, mediante la introducción de nuevas políticas y medidas (Huđek y Bradac Hojnik, 2020). Además, las personas deberían estar preparadas y pensar de manera creativa para desarrollar nuevos productos y servicios, nuevos trabajos, procesos y métodos, maneras diferentes de vivir y pensar, nuevas empresas y modelos sociales. Todo esto no surge de individuos que piensan y trabajan solos, sino de aquellos que cooperan y colaboran para aprovechar los conocimientos existentes y crear algo nuevo, teniendo en cuenta la adaptabilidad, la creatividad, la curiosidad y una mentalidad abierta (Lackéus, 2015).

A tal fin, las universidades juegan un papel importante. Los jóvenes necesitan la educación y la motivación para llevar a cabo sus ideas innovadoras e identificar las diferentes oportunidades en su entorno. El desarrollo de una mentalidad emprendedora se ve relacionado con la creación de negocios, la toma de decisiones estratégicas, el afrontamiento de los desafíos de manera poco convencional, el análisis de información, que va de la mano con imaginación y creatividad, así como con rigor científico (della Volpe, 2020; della Volpe y Jaramillo, 2020).

En los últimos años la Comisión Europea ha identificado el espíritu empresarial como una de las ocho competencias claves, objeto de programas de aprendizaje permanente (OCDE y ERIA, 2018), que se complementan con la apuesta de las instituciones de educación superior (IES) en el emprendimiento. Ahora, surge la necesidad que las universidades implementen este tipo de programas. Algunas tienen en cuenta tres áreas: la programación curricular, las actividades de apoyo co-curricular y los recursos financieros para estudiantes emprendedores (Morris et al., 2017).

De manera transversal a los programas, se encuentra la educación empresarial, pensada para impulsar en los jóvenes actitudes y habilidades propias de una mentalidad empresarial que fomenten la creación de empresa o de trabajos éxitos (Braunerhjelm et al., 2010; OCDE y UE, 2016; OCDE y UE, 2019; van Ewijk y Weber, 2021). Sin embargo, el mundo académico considera esta educación innovadora pero marginal: el tema despierta mucho interés y al mismo tiempo mucha confusión (Fichter y Tiemann, 2017; Morris et al., 2017). Como consecuencia, el papel de la educación empresarial no se ha entendido a plenitud y aún se deben intentar muchas estrategias para alinear lo que quieren las empresas y lo que ofrecen las universidades. Se necesitaría también desarrollar una red adecuada de actores involucrados en el emprendimiento para generar un entorno amigable y eficaz. Actualmente, muchas iniciativas no han arrojado los resultados esperados y necesitan de manera urgente una reestructuración en su planeación (FailureInstitute, 2018; OCDE y UE, 2019).

A pesar de los obstáculos, un número creciente de universidades está relacionando la sostenibilidad con el emprendimiento en su programación o promoviendo actividades que permitan implementar el espíritu

emprendedor y alinearse a la mentalidad de futuros «empresarios verdes». Por un lado, los emprendedores logran crear un modelo de negocio que cree valor ambiental y social, por otro lado, los académicos le están prestando mucha atención e inician a ser soporte con su investigación al espíritu emprendedor verde (Ruiz-Ortega et al., 2021; Yi, 2020).

Qazi et al. (2020) consideran que las universidades deberían transformar y sustituir la educación empresarial tradicional por la verde, subrayando que los estudiantes deben desarrollar su conocimiento en el uso de valores nuevos y realizar ideas relacionadas con el emprendimiento verde. Sin embargo, siguen siendo pocas las universidades que ofrecen un apoyo especial para este tipo de formación, destacándose la falta de interconexiones y resaltando que el emprendimiento sostenible es un campo de investigación joven. Por esto se hace necesario que las universidades cuenten con la contribución de la comunidad para identificarse como un verdadero factor determinante de éxito (della Volpe, 2018; Fichter y Tiemann, 2017; Hayter et al., 2018; Jones et al., 2021). Finalmente, las investigaciones emergentes se encuentran aún en una etapa inicial, y profundizan más en definiciones que en prácticas o resultados obtenidos. Además, urge no sólo la construcción de conocimiento, sino la construcción social, es decir, no sólo la unión de ideas innovadoras sino también de personas para conseguir objetivos comunes gracias a su *network* (Gast et al., 2017; Terán-Yépez et al., 2020).

## La actividad empresarial en México: desde la formación hasta el mercado

México es un país con 119.938.473 habitantes (INEGI, 2015) y con una economía centrada en el sector de los servicios (63,5% del PIB), seguido por el sector industrial (28,6%) y el sector primario (3,8%) en el tercer trimestre del 2020 (INEGI, 2020a). En relación con la dinámica empresarial del país, el 95% de las empresas son micros, pequeñas y medianas (PyMes), generan el 70% del total del empleo y aportan más del 50% del Producto Interno Bruto (CONAIF, 2018).

En el país, el 33% de las empresas mueren en el primer año de constitución y el 65% a los 5 años, cifras alineadas con países como Bulgaria,

Dinamarca, Colombia, Alemania (Confecámaras, 2017). Esto demuestra la importancia de buscar constantemente estrategias de supervivencia por parte de las empresas. Sin embargo, los indicadores no son muy alentadores. A nivel mundial, los principales motivos de fracaso de las empresas emergentes son: productos o servicios que no responden a las necesidades del mercado (42%), falta de efectivo para seguir trabajando (29%), ausencia de un equipo de trabajo adecuado (23%), escasa atención a la competencia (19%), fijación inadecuada de precios en relación con calidad (18%), producto no amigable (17%) (CBinsights, 2019).

En México, donde tal vez los jóvenes son al mismo tiempo estudiantes y emprendedores, las causas principales de fracaso son: falta de finanzas y planeación estratégica (24,8%), estrategias de marketing y selección de mercado objetivo (13,87%), convicción por parte del empleador y socios de negocio (12,9%) (FailureInstitute, 2018).

Ahora bien, las debilidades económicas originadas décadas atrás se ven fuertemente golpeadas por los efectos de la COVID-19, que aumenta la afectación a nivel de estructura productiva y empresarial, especialmente en América Latina y el Caribe. En México, se estima que el 98% de las empresas disminuyeron sus ingresos y puestos de trabajo. Y que el 20,81% de las pymes cerraron sus actividades (INEGI, 2020b).

En relación con las mediciones sobre emprendimiento e innovación, el *Global Competitiveness Index* (GCI), presentado por el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en inglés), considera las perspectivas económicas de 141 economías, teniendo en cuenta cuatro grandes conceptos: ambiente adecuado, capital humano, mercados y ecosistemas de innovación. Estos, a su vez, se dividen en 12 pilares: instituciones, infraestructura, adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), estabilidad macroeconómica, salud, habilidades, mercado de productos, mercado laboral, sistema financiero, tamaño del mercado, dinamismo de negocios y capacidad de innovación.

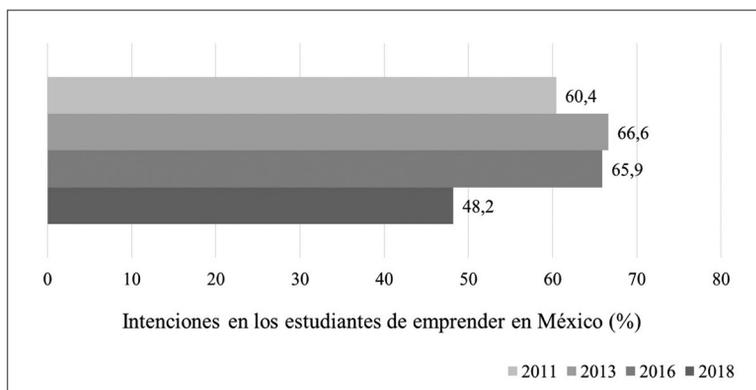
México se encuentra en la posición 48 de los 141 países, una posición significativa en comparación con los demás países de América Latina y el Caribe, pues sólo es superado por Chile (33). En la clasificación general, México cae 2 lugares en comparación con el año anterior (46), pero mantiene su puntuación de 65/100 en ambos años, lo que indica que otros países mejoran a un ritmo más acelerado. En relación con los indicadores

del ecosistema innovador, el país aumentó en 0,2 el puntaje en el pilar «dinamismo empresarial» y 0,9 en «capacidad de innovación». Sin embargo, los datos sugieren que el nivel educativo en el pilar «habilidades» es aún bajo: las personas estudian 8,6 años en promedio y los planes de estudio no se encuentran muy actualizados (Schwab, 2019).

El *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2020) también estudia la actividad empresarial y su entorno, teniendo en cuenta 50 economías. Uno de sus indicadores es el Índice de Contexto de Emprendimiento Nacional (NECI por sus siglas en inglés), que evalúa las condiciones del entorno para el emprendimiento y lo analiza por medio de 12 indicadores: finanzas empresariales; cultura y normas sociales; infraestructura física; dinámicas del mercado interno; transferencia de investigación y desarrollo; educación emprendedora a nivel de posgrado; políticas gubernamentales desde apoyo; y relevancia. A nivel global, México obtiene una posición en el NECI de 23 (puntuación 4,72), seguido por Chile en la posición 28 (puntuación 4,61) y Colombia en la posición 35 (puntuación 4,24). México arroja resultados por encima de la media en educación y capacitación en emprendimiento (6,06), infraestructura física (7,08), cultura y normas sociales (6,09). Finalmente, en relación con la Tasa de Actividad Empresarial (TEA), que relaciona el porcentaje de personas entre 18 y 64 años, identificados como empresarios nacientes o nuevos, el país obtiene un 13%, el puesto 19 en la clasificación global. En general, América Latina cuenta con los valores de TEA más altos a nivel global. Dos países ocupan los dos primeros lugares en la clasificación: Chile (36,7%) y Ecuador (36,2%). Respecto a los países de Europa, las puntuaciones más altas se encuentran en Letonia (15,4%), Eslovaquia (13,3%), Portugal (12,9%). Países como Polonia (5,4%), Pakistán (3,7%) e Italia (2,8%) tienen los valores más bajos de TEA a nivel mundial.

El proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS) del 2018, desarrollado en 54 países, indaga directamente las intenciones de emprendimiento de los estudiantes universitarios. Resulta que la proporción de emprendedores intencionales es más alta en América Latina que en otras regiones del mundo. Particularmente, México cuenta con 3,9 emprendedores nacientes por cada emprendedor activo. Por otra parte, los estudiantes que pretenden ser emprendedor al menos

5 años después de finalizar sus estudios son el 48,2% (posición 12) en México, el 66,9% en Perú, el 64,3% en Panamá y el 60,1% en Colombia. Definitivamente, los países Latinoamericanos ocupan las primeras posiciones en este caso, mientras que los países asiáticos las últimas: China (17,3%), Corea (15,4%) y Japón (12%). Sin embargo, en comparación con las mediciones de los años anteriores, los estudiantes han disminuido sus intenciones de emprender en el tiempo, como se evidencia en la Figura 1 (Sieger et al., 2019).



**Figura 1.** Intención de los estudiantes de emprender en México.

Fuente: Sieger et al. (2019)

Los estudiantes universitarios que se consideran emprendedores activos en México son el 13,3% (posición 13 a nivel mundial y 7 a nivel América Latina y el Caribe), cifra levemente superior a la media (11,2%) y por encima de países como Finlandia (10,5%), Brasil (9,9%) e Italia (7,1%). Además, los estudiantes universitarios mexicanos que están iniciando su emprendimiento son el 52,2% (posición 5 a nivel mundial y 1 a nivel América Latina y el Caribe), seguidos por Perú (49,6%), Panamá (45,7%), El Salvador (45,6%). En las últimas posiciones se sitúan países de Europa, Austria (9,6%), Suiza (8,1%) Eslovenia (6,6%). Italia presenta una puntuación por debajo de la media (17,7%).

En relación con la formación universitaria, los estudiantes mexicanos participan muy frecuentemente en cursos de emprendimiento (74,2%), posicionándose de una manera muy favorable. Diferentemente, países como Nueva Zelanda (79,9%), Suiza (77,2%) e Italia (60,9%) presentan

cifras poco alentadoras. Los datos descritos son un llamado de atención para las instituciones, a nivel de educación superior y básica, para trabajar en áreas que incidan en el desarrollo del entorno emprendedor.

México obtiene una calificación por encima de la media y primera en nivel global (5,5/7) en relación con el entorno emprendedor universitario, y se ubica por encima de la media con la cuarta mejor calificación. Las universidades mexicanas logran éxito en el alcance y puesta en marcha de iniciativas que brinden apoyo a través de la práctica y aprendizaje experiencial como elementos centrales de programas de espíritu emprendedor (Morris et al., 2017).

No obstante, los esfuerzos académicos en México, la mayoría de los emprendedores activos no cuentan con las habilidades gerenciales, no recibieron formación sobre el inicio y desarrollo de sus emprendimientos y no cuentan con experiencia en gestión empresarial. Ellos aprenden sobre la marcha, lo que lleva a que la falta de conocimiento se convierta en una barrera tanto para el crecimiento como para la supervivencia de las empresas. Por esta razón el Observatorio Estratégico de la Alianza Pacífico (OEAP, 2018) sugiere la creación de Centros de Desarrollo Empresarial como propuesta de política pública. Sus objetivos son capacitar y asesorar a nuevas empresas por medio de la gestión al acceso a programas especializados mediante convenios con IES, iniciativas de formación de calidad, promoción de certificaciones y de cursos ya existentes tanto en el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) como en otras entidades institucionales. Este enfoque, alineado al apoyo institucional, se relaciona positivamente con la autoeficacia empresarial, como subrayan Newman et al. (2019).

## Actores del ecosistema emprendedor regional en el estado de Jalisco (México)

El surgimiento y fortalecimiento del emprendimiento se ve afectado en gran medida por el entorno en que se desenvuelve. Para alcanzar un contexto eficaz, se requiere una relación y cooperación de varios actores que hacen parte de un ecosistema emprendedor (Isenberg, 2011).

Los principales elementos de un ecosistema regional se determinan por los fondos de capital, las cámaras y agrupaciones de empresarios, las universidades, las incubadoras y el gobierno. También es necesario considerar elementos como cultura y valores, que favorecen el ecosistema y las decisiones de los emprendedores. Guerrero y Santamaría-Velasco (2020) describen de manera específica los agentes del ecosistema emprendedor de Jalisco, Colima, Nayarit y Guanajuato. Algunos de los agentes del ecosistema regional de Jalisco son descritos en la Tabla 1, que es una recolección de información de los autores arriba citados junto a una elaboración propia:

**Tabla 1.** Agentes del ecosistema emprendedor de Jalisco

<b>Agente del ecosistema</b>	<b>Función</b>	<b>Programas de apoyo</b>
Consejo Estatal de Ciencia y Tecnología (COECYTJAL)	Organismo estatal que ayuda al desarrollo de las acciones públicas y privadas relacionadas con investigación, innovación científica, tecnológica y educativa, emprendimiento empresarial y social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hub de Emprendimiento 2020 para el desarrollo de empresas innovadoras</li> <li>• PROINNJAL: impulso a actividades de investigación, desarrollo tecnológico e innovación</li> <li>• Plataformas digitales para la reactivación económica 2020</li> <li>• Fondos mixtos Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología</li> <li>• Convocatoria de fortalecimiento de inversiones y transferencia de tecnología para IES o centros de investigación</li> </ul>
Consejo Estatal de Promoción Económica (CEPE)	Organismo estatal que promueve la atracción de inversión nacional y extranjera. Hace parte del marco de referencia de Empleo y Crecimiento del Plan Estratégico de Desarrollo Jalisco 2030	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licitación: servicio especializado en comercio internacional con los Estados Unidos de América 2019</li> <li>• Licitación: desarrollo de plataforma web para el programa «Empleos de calidad» 2019</li> </ul>

Agente del ecosistema	Función	Programas de apoyo
Fondo Jalisco de Fomento Empresarial (FOJAL)	Organismo estatal que fomenta creación, aceleración, crecimiento, estabilización y consolidación de pymes mediante financiamiento, orientación, capacitación, asistencia técnica y acompañamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programa subsidio tasas de interés: microcrédito grupal para mujeres y emprendedores</li> <li>• Programas de apoyo a pymes y emprendedores con los programas FOJAL: Emprende, Avanza, Consolida, Pyme Garantías, Pyme Fondeo, Pyme Capital</li> </ul>
Instituto Jalisciense del Emprendedor	Instituto que fomenta la cultura emprendedora promoviendo el desarrollo económico del estado de Jalisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red Biencomparto: uso compartido de información del ecosistema emprendedor; conferencias, foros y exposiciones de casos de éxito</li> <li>• Bienemprendo: capacitaciones y apoyos económicos para adquisición de equipo, herramientas, maquinarias y mobiliarios</li> <li>• Bienrealizo: talleres, simuladores de negocios, cursos</li> <li>• Procesos de incubación y aceleración</li> </ul>
Secretaría de cultura	Organismo gubernamental que difunde y preserva las diversas expresiones simbólico-identitarias y los valores patrimoniales de Jalisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecto industrias culturales y creativas: formación empresarial, asesoría, acompañamiento, apoyo económico para emprendedores e industrias culturales y creativas</li> </ul>
Secretaría de Desarrollo Económico	Organismo gubernamental que impulsa la cultura empresarial, potenciando la diversidad y vocación de cada región en condiciones de sustentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocatorias para recursos financieros</li> </ul>

Agente del ecosistema	Función	Programas de apoyo
Secretaría de Desarrollo Rural	Organismo gubernamental que fomenta el desarrollo agropecuario, pesquero, acuícola y agroindustrial, rural integral y sustentable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mujeres por el campo: apoyo económico sin retorno a proyectos productivos femeninos</li> <li>• Programa sustentable para el apoyo productores agrícolas de maíz de Jalisco: apoyo económico sin retorno</li> </ul>
Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología	Organismo gubernamental que impulsa innovación, ciencia, tecnología y educación superior en Jalisco	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asesores a la propiedad intelectual</li> <li>• Desarrollo de aplicaciones tecnológicas</li> <li>• Premio estatal de innovación, ciencia y tecnología</li> <li>• Innovation Start Labs</li> </ul>
Plataforma Abierta de Innovación	Organismo público descentralizado que ofrece espacio físico y virtual para adquirir conocimientos y competencias de la era digital; conectar personas, empresas, proyectos e ideas; fomentar innovación, emprendimiento y competitividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de Competencias para la Innovación</li> <li>• Asesoría para incorporar tecnología al emprendimiento</li> <li>• Programas de complemento de formación</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Otro tipo de programas promotores del emprendimiento son los eventos masivos realizados tanto a nivel nacional como internacional. Su objetivo es la formación de comunidades y difusión de los apoyos diseñados para fomentar el emprendimiento (Tabla 2).

**Tabla 2.** Programas de apoyo al emprendimiento en México

	<b>Tipo de evento</b>	<b>Versiones y organizadores</b>	<b>Actividades</b>
Festival Epicentro	Festival de innovación	1ª edición: Festival Epicentro de innovación 2013 5ª edición: Festival Epicentro de innovación 2018	Charlas, mentorías, talleres
<i>Campus Party</i> México	Festival tecnológico de innovación, creatividad, ciencia, entretenimiento digital y emprendimiento	1ª edición: CPMX 1, 2009 7ª edición: CPMX 7, 2017	Conferencias, debates y talleres
<i>Hackathon</i>	Maratón de desarrollo e innovación	Ideacamp: <i>hackathon</i> de inclusión financiera 2015. EBC-Escuela de graduados HackMx 2020 - Tecnológico de Monterrey	Resolución de retos en equipos multidisciplinarios
<i>Startup Weekends</i>	Maratón de emprendimiento e innovación	<i>Startup Weekends</i> 2010 en Chihuahua <i>Startup Weekend Online</i> 2020	Mentorías, talleres, ideas
Festival INCmty	Festival virtual para generación de proyectos de base tecnológica	1ª edición: INCmty 2013 -Tecnológico de Monterrey 8ª edición: INCmty 2020-Tecnológico de Monterrey	<i>Bootcamp</i> , conferencias, talleres
<i>Talent Land</i>	Evento anual de innovación para encontrar soluciones a propuestas actuales	1ª edición: <i>Talent Land</i> 2018 -Expo Guadalajara 4ª edición: Jalisco <i>Talend Land</i> 2021	Camping, conferencias y talleres
Periscopio	Proyecto de inteligencia colectiva a favor del emprendimiento por parte de las universidades de Jalisco	Online desde 2020	Contenido en vivo, on demand, toolbox y mentoring

Fuente: Elaboración propia.

Cabe señalar que los programas de apoyo descritos se realizan de la mano con universidades prestigiosas del país, lo que proporciona un complemento a sus actividades. Son iniciativas recientes como se evidencia en la columna «versiones y organizadores»: las primeras ediciones iniciaron en el año 2009 y casi siempre con una periodicidad anual. Un programa que subrayamos es Periscopio, una iniciativa de la Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología de Jalisco con el apoyo de siete universidades del Estado. Con este se busca acercar a los emprendedores a un espacio virtual diseñado para generar y fortalecer habilidades empresariales. El programa inició en el 2020 debido a las necesidades de la pandemia, y busca fortalecer nuevos proyectos y posibilitar la creación de redes con otros emprendedores. Es una iniciativa innovadora, que tiene como punto importante el desarrollo de habilidades aun de manera virtual, acogiéndose al nuevo contexto con enfoque a la innovación.

Considerando el entorno universitario, la apuesta se desarrolla en tres áreas: la programación curricular, es decir, cursos formales relacionados con conocimiento, habilidades, competencias y otros atributos individuales relevantes para la actividad económica; actividades de apoyo co-curricular, centradas en el aprendizaje fuera del aula, que permiten a los estudiantes la oportunidad de cometer errores y fallar sin repercusiones graves como, por ejemplo, concursos de planes de negocios, pasantías e incubadoras; recursos financieros para estudiantes emprendedores, como financiación inicial, inversiones de capital y no capital, préstamos y pequeñas donaciones (Morris et al., 2017). La introducción de este tipo de programas logra resultados positivos que proporcionan conocimientos particulares sobre el emprendimiento. Permiten generar beneficios a los estudiantes y egresados en relación con el aprendizaje, inspiración, cambios de actitudes y motivación (Guerrero et al., 2020). Los jóvenes se ven cautivados por actividades que los lleven a salirse de la zona cotidiana del aprendizaje, como espacios abiertos e instalaciones para la colaboración y realización de talleres conjuntos, eventos con invitados, como empresarios, representantes de empresa y sociedad, que les permiten además establecer contactos, promoviendo la interconexión de actores.

Además, en su encuesta anual, la Asociación de Emprendedores de México (ASEM, 2020) menciona que el 8% de los fundadores de empresas

están entre los 18 y 25 años, el 35% entre los 26 y 35 años, el 31% entre los 35 y 45 años y el 36% tiene más de 46 años. La mayor proporción de fundadores se encuentran en el rango de más de 26 años, así que ellos ya experimentaron otro tipo de actividades como primeros empleos y tuvieron una experiencia previa a nivel de empresarialidad. Además, el 58% de los fundadores cuenta con un título de licenciatura y el 34% con un posgrado, lo que evidencia una mayor proporción de personas preparadas en IES. Este escenario ofrece un llamado a las universidades para que incluyan y fortalezcan sus programas curriculares y actividades de apoyo co-curricular sobre el emprendimiento, para despertar la curiosidad empresarial y brindar las herramientas necesarias.

Finalmente, se reconoce que en el Estado de Jalisco existen diferentes actores dentro del ecosistema de emprendimiento para llevar a cabo acciones de implementación desde distintos esfuerzos. Este ecosistema funciona según el modelo de la *Quíntuple Hélice*, que capta y se especializa en la suma de las interacciones sociales y los intercambios académicos en un área, con el fin de promover y visualizar un sistema de cooperación de conocimiento, *know-how* e innovación para un desarrollo más sostenible. Este concepto inicia con la definición de *Triple Hélice*, que se centra en las relaciones Universidad-Industria-Gobierno, y reconoce la importancia de la educación superior para la innovación. Después, la *Cuádruple Hélice* agrega al público basado en los medios y la cultura junto con la sociedad civil. Ahora, el modelo de *Quíntuple Hélice* es más amplio y adiciona los entornos naturales de la sociedad, articulando el gobierno, la empresa, las organizaciones de la sociedad civil, las universidades y la sociedad en general. El objetivo de la *Quíntuple Hélice* se logra a través del recurso del conocimiento, que produce un valor adicional para la sociedad como beneficio mutuo entre ecología, conocimiento e innovación. De manera que sólo relacionando las cinco hélices es posible mejorar y llegar al éxito (Carayannis et al., 2012).

Ahora vamos a enfocar nuestra investigación en la descripción y análisis de las iniciativas para el apoyo al Centro de Competitividad y Emprendimiento Sostenible (CCES) de la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA) sede Guadalajara, que genera oportunidades para el emprendimiento en el estado de Jalisco, México.

## Metodología e instrumentos

Para analizar el proceso de educación empresarial realizada en el CCES utilizamos una metodología de investigación cualitativa, definida por Patton (2015) como un estudio de carácter descriptivo. Este tipo de investigación estudia cómo funcionan los sistemas y las consecuencias de su dinámica, e incluye una atención especial al contexto y a la comprensión de sus aspectos importantes a nivel cultural, político, económico, geográfico, de recursos e instituciones. Así, el enfoque en el contexto resulta una prioridad tanto para la recopilación de datos como para los hallazgos.

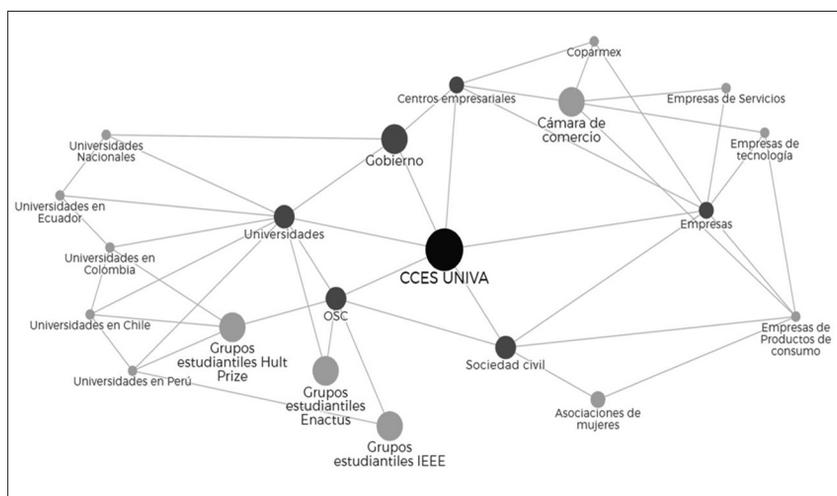
El método aplicado es el estudio de caso que, según Yin (2014), se concreta cuando se cumplen tres variables: cuando se planteen las preguntas *cómo* y *por qué* en la investigación que busquen explicar alguna circunstancia presente, que requiera de una descripción extensa y a profundidad de un fenómeno; cuando el foco de la investigación se encuentra en un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto real; y, finalmente, cuando los investigadores no tienen influencia sobre el objeto de su investigación. Este es el caso en el que se encuentra el CCES, en donde confluyen más esfuerzos dirigidos a un objetivo compartido.

Adicionalmente, se indagaron documentos de la universidad y los sitios web institucionales, por medio de los cuales se pretendió tener una visión holística para describir las características de las iniciativas que se desarrollan en el CCES. A partir de la información recolectada, se discuten los resultados y se orientan los retos principales que enfrenta el Centro en su labor al fomento del emprendimiento.

## La universidad como generadora de oportunidades de emprendimiento

UNIVA es una universidad privada presente en seis Estados de la República Mexicana en 12 ciudades. Su misión es formar líderes con espíritu de servicio comprometidos con el bien común. Cuenta con más de 13.000 estudiantes y tiene un sistema de educación cuatrimestral iniciado

en 1979. En el año 2019 fundó el CCES, una entidad académica vinculada a UNIVA como respuesta a la necesidad de la comunidad universitaria de crear ideas de negocio innovadoras y rentables para ofrecer a la sociedad proyectos desarrollados por parte de los estudiantes con fundamento en un modelo de negocio sostenible que permita la supervivencia de las empresas. El Centro tiene como fundamento la vinculación de los estudiantes y como raíz científica la *Quíntuple Hélice*, que relaciona la universidad con empresas privadas y gobiernos, organizaciones de la sociedad civil (OSC) y sociedad (UNIVA, 2021). En particular, la Figura 2 evidencia el *network* creado por el Centro, donde se resaltan sus conexiones estrechas con empresas e instituciones hasta la sociedad civil. La red impulsada, como se observa, cuenta con una variedad y riqueza de relaciones.



**Figura 2.** Network relacional CEES UNIVA Fuente: Elaboración propia.

## El Centro de Competitividad y Emprendimiento Sostenible UNIVA

Pertenecer a un ecosistema emprendedor a través del CCES permite a la universidad proponerse como un actor que apoya y fortalece las características de emprendimiento en los estudiantes. Esta investigación

se enfoca en el programa educativo de vinculación al emprendimiento, realizado en el Centro, por el valor que crea gracias a sus actividades. A medida que el estudiante navega por el camino emprendedor propuesto, centra su esfuerzo de aprendizaje dentro y fuera del aula, que hace parte integral del programa educativo de UNIVA.

El Centro vincula a la comunidad estudiantil con el ecosistema de innovación y emprendimiento de Jalisco, México, apoya la alineación de las ideas de emprendimiento a los ODS e impulsa a la comunidad universitaria para la generación de ideas que ofrezcan soluciones a problemáticas sociales y medioambientales, y apoya de esta forma a la Jefatura de Ciencias Económico Administrativas, que a través de su cuerpo docente dirige las materias de emprendimiento denominadas Gestión de Proyecto y Taller de Gestión de Proyecto. Abordaremos las actividades propuestas analizando la programación curricular y el apoyo de actividades co-curriculares. No consideramos los recursos financieros, debido a que el Centro no genera apoyo financiero, pero apoya a los estudiantes en la participación de programas en los que puedan adquirirlo. El Centro promueve especialmente las actividades de carácter co-curricular, con características que incluyen la tendencia de naturaleza experiencial, en la cual el estudiante tiene la oportunidad de aplicar la teoría y los contenidos aprendidos en el aula, con los que se simulan aspectos claves de la experiencia empresarial y se ofrece a los jóvenes la posibilidad de aprender de las experiencias generadas por el entorno educativo.

El CCES cuenta con el acompañamiento de una docente líder del área de Ciencias Económico-Administrativas y un docente líder del área de Ciencias Exactas e Ingeniería. Los estudiantes también hacen parte del apoyo al Centro, donde pueden realizar sus prácticas profesionales o actividades de servicio social. Esta colaboración se realiza en roles que corresponden al área administrativa, la gestión de las redes sociales, el mantenimiento y constante actualización de la página web, la realización y control del manual de procesos y procedimientos u otras actividades que ocurren según las exigencias diarias. Los estudiantes eligen voluntariamente su pasantía en el Centro y prestan sus servicios durante 6 meses en tiempo, lo que corresponde a un cuatrimestre por número de horas. Las actividades pretenden desarrollar habilidades en las distintas áreas relacionadas con emprendimiento e innovación, relaciones públicas,

administración del tiempo, organización de eventos y otras habilidades blandas o duras, siempre bajo la supervisión de los dos docentes líderes del Centro.

La universidad considera el Centro como una oportunidad para promover una mentalidad de emprendimiento en los jóvenes, independientemente de la carrera académica elegida o el cuatrimestre que cursen. Las actividades ofrecidas se desarrollan de manera tal que todos los estudiantes puedan tener fácil acceso y se conducen una vez terminados los horarios de clase, es decir después de las 13 horas. Todas las iniciativas son complementadas con las charlas que se ofertan regularmente a las 13, 17 o 18 horas. Los estudiantes realizan las actividades mediante la asignación por objetivos y no tienen un horario específico.

Todas las actividades van direccionadas a los estudiantes de UNIVA que siguen los programas de Licenciaturas e Ingenierías de cinco áreas del saber: Ciencias Económico Administrativas y Negocios Internacionales, Ciencias Exactas e Ingenierías, Ciencias Sociales y Humanidades, Comunicación, Lenguaje y Multimedia y Ciencias de la Salud, todas en su octavo y noveno cuatrimestre, es decir, los últimos dos de la carrera. La edad promedio de los estudiantes es 22 años. Para el año 2020, participaron 5.457 estudiantes en actividades de formación que incluyen charlas, participación en proyectos e iniciativas. De estos participantes el 40% son hombres y el 60% mujeres, observando un interés superior por parte femenina en las actividades de naturaleza empresarial.

En detalle las actividades co-curriculares desarrolladas son:

### Charlas de actualización en innovación y emprendimiento

El Centro tiene como actividades principales un programa de charlas de actualización sobre innovación, competitividad, sostenibilidad y emprendimiento. Este se realiza cada mes para socializar tendencias de negocios, siempre desde la perspectiva del desarrollo humano. Por otro lado, se ofrece como una plataforma para socializar convocatorias de emprendimiento para los estudiantes, así como la invitación a eventos empresariales, donde es pertinente la asistencia de estudiantes y docentes como un complemento a su formación y al contacto con el entorno. En cada charla se otorga el certificado de asistencia a los participantes.

Los ponentes de las charlas son especialistas en temas de innovación, emprendimiento y sostenibilidad, así como colaboradores de grandes empresas comprometidas con el entorno social como Nescafé y General Motors. También se presentan microempresarios que comentan a la comunidad universitaria su experiencia en emprendimiento. El CCES funge como un foro para exposiciones de catedráticos de universidades internacionales provenientes de Israel, Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Bolivia, Egipto y Estados Unidos. Las charlas se comparten a través de la plataforma Periscopio, que es un repositorio de charlas, mentorías y talleres que los estudiantes pueden consultar cuando creen.

En 2020 se realizaron 304 eventos, capacitando a un total de 9.139 estudiantes y docentes dentro de las temáticas creación de podcasts, liderazgo en equilibrio, finanzas personales, diseño efectivo en CANVA, ideas para cambiar el mundo, agronegocios y biotecnología, nuevas economías, economía solidaria, confianza en el emprendimiento, camino de dueño de negocio a empresario, capacitación de manejo de herramientas tecnológicas como TEAMS, Moodle, ya que también el Centro ha sido una plataforma de apoyo en la socialización de herramientas digitales aplicables a la educación.

De igual forma, se presentaron al menos 3 Hackatones invitando a los estudiantes a participar en soluciones a problemáticas empresariales. La intensidad de las charlas realizadas en el año 2020 se evidencia en la Tabla 3.

**Tabla 3.** Charlas realizadas en 2020

Charlas	Horas de contenido	Alumnos asistentes	Maestros asistentes	Invitados Externos
317	340	5.457	2.684	998

*Fuente:* Elaboración propia.

## Participación en comunidades estudiantiles

La participación en comunidades estudiantiles permite a los estudiantes conocer pares con proyectos de emprendimiento similares, posibles

socios, proveedores o inversionistas, y consolidar así redes personales útiles para sus futuras ideas de negocio. El CCES coordina las diferentes comunidades estudiantiles que trabajan en equipo para participar en convocatorias por parte de algunas organizaciones, como las siguientes.

**Enactus:** una organización global con presencia en 37 países como Australia, Brasil, Estados Unidos, Francia, Italia, Nigeria y México dedicada a potencializar el talento de emprendedores universitarios para que transformen la realidad de sus comunidades de una manera sustentable. Los *enacters* conforman equipos interdisciplinarios con compañeros de diferentes carreras y semestres, y tienen como objetivo identificar problemas o necesidades y convertirlos en oportunidades para generar negocios con visión social (Enactus México, 2021).

**Hult Prize:** un programa patrocinado por Hult International Business School que se beneficia de la presencia global, la investigación y los recursos de las escuelas de negocios. El programa desafía a los jóvenes a resolver problemas complejos, dándoles el poder de ganar dinero y mejorar la vida de millones de personas mediante la creación de empresas. Aprovechando el capital humano, el conocimiento y la creatividad de los jóvenes, el Premio ha lanzado empresas sociales que comparten facetas comunes: sirven a las clases desfavorecidas, afrontan los mayores desafíos de la humanidad, buscan ingresos y sostenibilidad y persiguen mercados inexplorados (Hult Prize, 2021).

**Jóvenes Empresarios Coparmex:** su misión es contribuir al bien común promoviendo la responsabilidad social y el desarrollo de un gran número de empresas comprometidas con la prosperidad de Jalisco (Coparmex Jalisco, 2021).

**Jóvenes Empresarios de la Cámara de Comercio:** Empresarios Jóvenes es una sección especializada de la Cámara Nacional de Comercio, que pretende crear y cualificar los empresarios en Jalisco.

## Presentación de planes de negocios

Los proyectos de emprendimiento representan un anillo de conjunción entre la actividad de programación académica y la del Centro. Los proyectos son realizados al interior de las asignaturas Gestión de Pro-

yectos y Taller de Gestión de Proyectos, que todos los estudiantes cursan dentro de sus planes de estudios. En la actualidad los estudiantes presentan su proyecto como requisito académico.

La colaboración entre las asignaturas y el Centro resulta en cada cuatrimestre en la realización de un encuentro con emprendedores. Cada año se realizan 3 eventos, llevándose a cabo ya 42 encuentros. La edición de diciembre 2020 contó con la participación y presentación de 45 proyectos. Para el mismo año fueron apoyados 150 proyectos, institucionalmente pertenecientes a la jefatura de Ciencias Económico-Administrativas.

Para la retroalimentación de los proyectos se cuenta con la participación de expertos empresarios, emprendedores del ecosistema de innovación de Jalisco y algunos expertos internacionales de universidades aliadas, provenientes, por ejemplo, de Chile, Colombia, Italia, Perú o Ecuador, que contribuyen a una visión más amplia de las ideas de negocio.

Actualmente, el Centro se encuentra en un nuevo proceso, el seguimiento de los estudiantes que en años anteriores presentaron sus proyectos, con el fin de verificar la puesta en marcha de esas ideas de negocio, así como sus necesidades para la correcta implementación de los proyectos.

Finalmente, agregamos que el Centro realiza también talleres de actualización de emprendimiento donde se traen herramientas útiles como desarrollar una *one page* para un proyecto, grabar un video, realizar una estrategia de *pitch* o una validación de una idea a través de un *focus group*. En 2021 se diseñó un seminario-taller de ingeniería humanitaria en alianza con universidades internacionales. En este se desarrolló una idea que resolviera una problemática de agronegocios a través de un programa de 4 charlas y un seminario intensivo de una semana, con una duración total de 16 horas, para fomentar un proyecto de convivencia de estudiantes internacionales.

Definitivamente, el Centro resulta muy alineado a su misión institucional de formar líderes comprometidos con el bien común y el emprendimiento sostenible. En México muchas universidades cuentan con centros de emprendimiento, pero, en mayoría, se limitan a la función de aceleradoras o incubadoras.

## Conclusiones

Cuando los estudiantes están involucrados, con la guía de los docentes, en acciones empresariales como escribir un proyecto, investigar datos, preparar una charla, contactar empresarios, participar en actividades, independientemente del rol que ellos desempeñen, el proceso de aprendizaje de espíritu empresarial se concreta y se alimenta de motivación, creatividad, experimentación directa y sentido de responsabilidad. El proyecto formativo desarrollado por el CCES está inmerso en el contexto a través de una red de conexiones ofrecida por la universidad que les permite a los estudiantes afrontar compromisos y tomar decisiones y robustecer un componente emocional que facilita el aprendizaje.

Las conexiones humanas tienen gran importancia como fomento de la intención empresarial: los estudiantes que se relacionan refuerzan su aprendizaje entre pares y mejoran la identificación positiva de roles empresariales (Shahin et al., 2021). Las instituciones de apoyo empresarial necesitan invertir en personas, tiempo y dinero para recoger los esfuerzos de todos y gestionar una red que conecta actores importantes. Por otro lado, los emprendedores deben considerar integrarse a redes que apoyen y ayuden a sintonizarse con sus expectativas y objetivos. Así, las redes facilitan la interacción para promover eficazmente el aprendizaje colectivo o aportar innovación (Lefebvre et al., 2015).

Las actividades realizadas en el Centro permiten a los estudiantes crear y participar en redes con expertos mientras están en su camino universitario: emprendedores, empresarios y otros profesionales les permiten ampliar y generar un espíritu empresarial en contextos reales. Para el CCES es importante la construcción de una red con muchas conexiones en la cual cada estudiante pueda hacer parte a lo largo de su formación académica y fortalecer la curiosidad y la capacidad de pensar de la manera propia del mundo empresarial. La construcción de redes tan temprano en el camino de los estudiantes es un objetivo importante: es el momento más adecuado para realizarla. Después de la graduación sería muy tarde, pues el joven en búsqueda de trabajo está en riesgo de no pertenecer a ninguna red, ni la universitaria ni la del mundo laboral. En lo que atañe al CCES, sería importante dar seguimiento a las conexiones creadas y a

los graduados para verificar el avance que ellos han tenido en cuestión de emprendimiento.

La educación para el desarrollo sostenible (EDS) empodera a las personas para que cambien su manera de pensar y trabajen hacia un futuro sostenible (UNESCO, 2019). El CCES de UNIVA se encuentra comprometido con la formación de jóvenes en esta dirección porque todas las gestiones presentadas generan un impacto en los estudiantes, los docentes y la sociedad civil, a través de sus esfuerzos en proyectos sostenibles. Particularmente, constatamos como el enfoque del Centro está en las empresas alineadas con las certificaciones Bcorp, para capturar valor por encima de las ganancias económicas en actividades con objetivos éticos, sostenibles o morales. De esta manera, el Centro cumple plenamente su Tercera Misión y logra un impacto económico positivo en el área donde se encuentra.

Debido a la COVID-19, el espíritu empresarial ha iniciado a emerger con mayor fuerza. Vimos un gran número de empresas que no sobrevivieron al impacto de la pandemia y pocas otras que aprovecharon la situación y aceptaron el desafío de cambiar inmediatamente para convertirse en algo diferente. Una dinámica rápida, apoyada por una mentalidad empresarial abierta y visionaria, que llega de la formación de estudiantes flexibles y capaces de manejar su idea y realidad empresarial enfrentando las dificultades del mercado en un ambiente tal vez muy hostil.

## Referencias

- ASEM. (2020). Radiografía del emprendimiento en México 2020. Recuperado de [https://asem.mx/uploads/library/5fab135fe5396\\_Radiograf%C3%ADa%20del%20Emprendimiento%20en%20M%C3%A9xico%202020.pdf](https://asem.mx/uploads/library/5fab135fe5396_Radiograf%C3%ADa%20del%20Emprendimiento%20en%20M%C3%A9xico%202020.pdf)
- Barba-Sánchez, V., y Atienza-Sahuquillo, C. (2016). The development of entrepreneurship at school: the Spanish experience. *Education and Training*, 58(7-8), 783-796. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2016-0021>
- Barba-Sánchez, V., y Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship

- education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>
- Bcorporation. (2020). About us. Recuperado de <https://bcorporation.net/about-b-corps>
- Brändle, L., Berger, E. S.C., Golla, S., y Kuckertz, A. (2018). I am what I am - How nascent entrepreneurs' social identity affects their entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Business Venturing Insights, Elsevier*, 9(C), 17-23.
- Braunerhjelm, P., Acs, Z.J., Audretsch, D.B., y Carlsson, B. (2010). The missing link: knowledge diffusion and entrepreneurship in endogenous growth. *Small Business Economics*, 34, 105-125.
- Carayannis, E.G., Barth, T.D., y Campbell, D.F. (2012). The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1(2).
- Cavallo, A., Ghezzi, A., y Balocco, R. (2019). Entrepreneurial ecosystem research: present debates and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15, 1291-1321.
- CBinsights. (2019). The top 20 reasons startups fail. Recuperado de <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>
- CONAIF. (2018). Reporte nacional de inclusión financiera 9. Consejo Nacional de inclusión financiera. Recuperado de <https://www.cnbgob.mx/Inclusi%C3%B3n/Documents/Reportes%20de%20IF/Reporte%20de%20Inclusion%20Financiera%209.pdf>
- Confecámaras. (2017). Determinantes de la supervivencia empresarial en Colombia. Recuperado de [https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos\\_de\\_analisis\\_economico/Cuaderno\\_de\\_An%D0%B0lisis\\_Economico\\_N\\_14.pdf](https://www.confecamaras.org.co/phocadownload/Cuadernos_de_analisis_economico/Cuaderno_de_An%D0%B0lisis_Economico_N_14.pdf)
- Coparmex Jalisco. (2021). Misión. Recuperado de <https://coparmexjal.org.mx/nosotros.html>
- della Volpe M. (2017). Formación para el emprendimiento en la educación superior: estudio comparativo entre Colombia e Italia. *Cultura Latinoamericana*, 26(2), 184-204.
- della Volpe, M. (2018). Entrepreneurial University and Business Education: Towards a Network Model. *International Journal of Business and Management*, 13(3).

- della Volpe, M. (2020). Entrepreneurial Innovation Management: the joint Italy-Colombia master's degree. *International Journal of Educational Management*, 34(1), 70-80.
- della Volpe, M., y Jaramillo-Gutiérrez, A. (2020). Creatividad e innovación empresarial el sector de la guadua en el Eje Cafetero. En M, della Volpe y J, Gabalán-Coello. *Empresa, Universidad y Sociedad*. Bogotá, Colombia: Penguin Random House
- Dhahri, S., y Omri, A. (2018). Entrepreneurship contribution to the three pillars of sustainable development: What does the evidence really say? *World Development*, 106, 64-77.
- Elkington, J. (1994). Towards the Sustainable Corporation: Win-Win-Win Business Strategies for Sustainable Development. *California Management Review*, 36(2), 90-100.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks. The triple bottom line of 21st century business*. Oxford, UK: Capstone
- Enactus México. (2021). Quienes Somos. Recuperado de <https://enactus-mexico.com.mx/quienes-somos/>
- FailureInstitute. (2018). Strengthening Entrepreneurship in Mexico: An Analysis of Failure Among Student Entrepreneurs. Recuperado de <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2018/10/Fracaso-del-emprendimiento-universitario-2018-simple-page.pdf>
- Farias, C., Fernandez, P., Hjorth, D., y Holt, R. (2019). Organizational entrepreneurship, politics and the political. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(7-8), 555-566.
- Fichter, K., y Tiemann, I. (2017). Factors influencing university support for sustainable entrepreneurship Insights from explorative case studies. *Journal of Cleaner Production*, 175, 512-524.
- Gast, J., Gundolf, K., y Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44-56.
- Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana. (2015). LEGGE 28 dicembre 2015, n. 208. Recuperado de <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2015/12/30/15G00222/sg>

- Gazzetta ufficiale della Repubblica italiana. (2020). Testo coordinato del decreto-legge 19 maggio 2020, n. 34. Recuperado de <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2020/07/18/20A03914/sg>
- GEM. (2020). *Global entrepreneurship Monitor: 2019-2020 Global report*. Recuperado de <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Gu, W., y Zheng, X. (2021). An empirical study on the impact of sustainable entrepreneurship: Based on the environmental Kuznets model. *Journal of Business Research*, 123, 613-624.
- Guerrero, M., Urbano, D., y Gajón, E. (2020), Entrepreneurial university ecosystems and graduates' career patterns: do entrepreneurship education programmes and university business incubators matter? *Journal of Management Development*, 39(5), 753-775.
- Guerrero, M., y Santamaría-Velasco, C. A. (2020). Ecosistema y actividad emprendedora en México: un análisis exploratorio. *Perfiles latinoamericanos*, 28(55), 227-251.
- Hayter, C. S., Nelson, A. J., Zayed, S., y O'Connor, A. C. (2018). Conceptualizing academic entrepreneurship ecosystems: A review, analysis and extension of the literature. *The Journal of Technology Transfer*, 43(4), 1039-1082.
- Hudek, I., y Bradac Hojnik, B. (2020). Impact of Entrepreneurship Activity on Sustainable Development Wpływ działalności przedsiębiorczej na zrównoważony rozwój. *Problemy Ekorozwoju*, 15, 175-183.
- Huggins, R., y Williams, N. (2011). Entrepreneurship and regional competitiveness: The role and progression of policy, *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), 907-932.
- Hult Prize. (2021). Acerca de. Recuperado de <https://www.hultprize.org/>
- INEGI. (2015). México en Cifras. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/app/areasgeograficas/?ag=00>.
- INEGI. (2020a). PIB y cuentas nacionales. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/pib/>
- INEGI. (2020b). Comunicado de prensa número 617/20 del 2 de diciembre de 2020. Recuperado de [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVIED-IE\\_DEMOG-NEG.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ECOVIED-IE_DEMOG-NEG.pdf)

- Isenberg, D. (2011). *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economy policy: principles for cultivating entrepreneurship*. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Babson College, Babson Park: MA
- Jena, R.K. (2020). Measuring the impact of business management Student's attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275.
- Jones, P., Maas, G., Kraus, S., y Lloyd-Reason, L. (2021). An exploration of the role and contribution of entrepreneurship centres in UK higher education institutions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*
- Krasniqi, D., y Vardari, L. (2018). Corporate Sustainability Indexes: Dow-Jones Index. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(4), 1-10.
- Lackéus, M. (2015). *Entrepreneurship in Education. What, Why, When, How*. OECD/EU. Recuperado de [https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP\\_Entrepreneurship-in-Education.pdf](https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf)
- Lefebvre, V., Radu Lefebvre, M., y Simon, E. (2015). Formal entrepreneurial networks as communities of practice: a longitudinal case study. *Entrepreneurship & Regional Development*, 27(7-8), 500-525.
- Morris, M. H., Shirokova, G., y Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university ecosystem: a multi-country empirical exploration. *European Journal of International Management*, 11(1), 65-85. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2017.081251>
- Naciones Unidas. (1987) Informe Comisión Brundtland. Recuperado de [http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE\\_LECTURE\\_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf](http://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf)
- Naciones Unidas. (2002). Informe de la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible. New York. Recuperado de <https://undocs.org/es/A/CONF.199/20>
- Naciones Unidas. (2012). Informe de la conferencia de las Naciones Unidas sobre el desarrollo sostenible. Rio de Janeiro. Recuperado de <https://undocs.org/pdf?symbol=es/A/CONF.216/16>

- Naciones Unidas. (2019). Objetivos de Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-development-goals/>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., y Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: a systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403-419.
- Nikolaou, I. E., Tsalis, T. A., y Evangelinos, K. I. (2019). A framework to measure corporate sustainability performance: A strong sustainability-based view of firm. *Sustainable Production and Consumption*, 18, 1-18
- OCDE y ERIA. (2018). *SME Policy Index: ASEAN 2018: Boosting Competitiveness and Inclusive Growth*. OECD Publishing, Paris/Economic Research Institute for ASEAN and East Asia, Jakarta.
- OCDE y UE. (2016). *Inclusive Business Creation: Good Practice Compendium*. París, Francia: OECD Publishing.
- OCDE y UE. (2016). *Inclusive Business Creation: Good Practice Compendium*. París, Francia: OECD Publishing.
- OCDE y UE. (2019). *Supporting Entrepreneurship and Innovation in Higher Education in Italy*. París, Francia: OECD Publishing.
- OEAP. (2018). Brechas para el Emprendimiento en la Alianza del Pacífico. Recuperado de [http://brechas.asela.org/static/media/estudio\\_brecha\\_oepap.9c5c3040.pdf](http://brechas.asela.org/static/media/estudio_brecha_oepap.9c5c3040.pdf)
- Omri, A., y Afi, H. (2020). How can entrepreneurship and educational capital lead to environmental sustainability? *Structural Change and Economic Dynamics*, 54, 1-10.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. 4ta Edition. California, CA: Sage
- Qazi, W., Qureshi, J.A., Raza, S.A., Khan, K.A., y Qureshi, M.A. (2020). Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education*.
- Ratten, V., y Jones, P. (2020). Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 100431.

- Ruiz-Ortega, M.J., Parra-Requena, G., y García-Villaverde, P.M. (2021) From entrepreneurial orientation to sustainability orientation: The role of cognitive proximity in companies in tourist destinations. *Tourism Management*, 84.
- Schwab, K. (2019). *The Global Competitiveness Report 2019*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum.
- Shahin, M., Ilic, O., Gonsalvez, C., y Whittle, J. (2021). The impact of a STEM-based entrepreneurship program on the entrepreneurial intention of secondary school female students. *International Entrepreneurship and Management Journal*
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., y Braun, I. (2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU
- Sistemab. (2021). Movimiento global. Recuperado de <http://sistemab.org/2021>
- Stubbs, W. (2017). Characterising B Corps as a sustainable business model: An exploratory study of B Corps in Australia. *Journal of Cleaner Production*, 144, 299-312.
- Terán-Yépez, E., Marín-Carrillo, G.M., Casado-Belmonte, M.P., y Capobianco-Uriarte, M.M. (2020). Sustainable entrepreneurship: Review of its evolution and new trends. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119742.
- UNESCO (2019). Educación para el Desarrollo Sostenible. Recuperado de <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible>
- UNIVA. (2021). Identidad. Recuperado de <https://www.univa.mx/identidad/>
- van Ewijk, A.R., y Weber, W. (2021). The value of knowing what you want: Goal hierarchy and entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00215.
- World Business Council on Sustainable Development. (1998). Corporate Social Responsibility. Recuperado de <https://growthoriented sustainableentrepreneurship.files.wordpress.com/2016/07/csr-wbcscd-csr-primer.pdf>
- Yi, G. (2020). From green entrepreneurial intentions to green entrepreneurial behaviors: the role of university entrepreneurial support and

external institutional support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-17.

Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods (applied social research methods)*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.

Zago, A. P. P., Jabbour, C. J. C., y Bruhn, N. C. P. (2018). Corporate sustainability and value creation: the case of the “Dow Jones Sustainability Index”. *Gestão & Produção*, 23(3), 532-544.



MADDALENA DELLA VOLPE es profesora asociada de economía y gestión de las empresas en el Departamento de Ciencias de la Empresa, Sistemas de Gestión e Innovación en la Universidad de Salerno (Italia). Es par académico internacional para la acreditación de programas e instituciones universitarias del Consejo Nacional de Acreditación (CNA, Colombia). Es profesora visitante permanente en la Universidad Católica de Colombia, en Bogotá, y en la Universidad Católica de Pereira. Fue delegada del rector para relaciones con empresas y coordinación de pasantías en la Universidad Suor Orsola Benincasa de Nápoles y persona de contacto para el Observatorio de la Fundación CRUI para Universidad-Empresa. Sus estudios más recientes atañen a la cooperación entre universidad, empresas y sociedad civil, la brecha de género, el desarrollo de una mentalidad empresarial en los estudiantes, la creatividad y la innovación, el *Design Thinking*, el empleo de las tecnologías de la Web y big data en las empresas. Sus publicaciones más recientes son: *Empresa Universidad y Sociedad* (Penguin Random House, 2020); «Entrepreneurial Innovation Management: the joint Italy-Colombia master's degree» (*International Journal of Educational Management*, 2019); «Entrepreneurial University and Business Education: Towards a Network Model» (*International Journal of Business and Management*, 2018); «Formación para el emprendimiento en la educación superior. Estudio comparativo entre Colombia e Italia» (*Cultura Latinoamericana*, 2017); «Exploring Curricular Internships in Italy: Towards Entrepreneurial Universities» (*International Business Research*, 2016); *Empresa y web* (Planeta, 2013). Contacto: mdellavolpe@unisa.it

ALEXANDRA JARAMILLO-GUTIÉRREZ es estudiante de doctorado en Ciencias de la Sociedad, de la Política y de la Educación en el Departamento de Ciencias Políticas y de la Comunicación en la Universidad de Salerno (Italia), donde, además, desarrolla la actividad de tutorado didáctico integrativo como soporte a la enseñanza de «Business Education» en el Departamento Ciencias de la Empresa, Sistemas de Gestión e Innovación. Es administradora de empresas de la Universidad Católica de Pereira, especialista en finanzas y magister en administración financiera de la Universidad EAFIT (Colombia). Trabajó en la Universidad Católica de Pereira como docente y directora del programa de Administración de Empresas. Fue docente y asesora de proyectos en la Unidad de Emprendimiento de Comfamiliar Risaralda. Sus intereses científicos se relacionan con el desarrollo de nuevas herramientas estratégicas basadas en el *Design Thinking*, la empresariedad innovadora y la creación de nuevas empresas. Sus publicaciones más recientes son: *Creatividad e innovación empresarial: el sector de la guadua en el Eje Cafetero de Colombia* (Penguin Random House, 2020); *Microempresarios de la guadua en el sector artesanal del Eje Cafetero colombiano* (Penguin Random House, 2020); *El ecosistema de emprendimiento en el departamento de Risaralda, Colombia* (en vía de publicación, Penguin Random House, 2022). Contacto: ajaramillogutierrez@unisa.it

RITA SCARPA es magister en Comunicación Corporativa y Medios de la Universidad de Salerno (Italia). Desarrolla la actividad de tutorado integrativo como soporte a la enseñanza de *Digital Management* en el Departamento de Ciencias de la Empresa, Sistemas de Gestión e Innovación de la Universidad de Salerno. Trabajó en el Laboratorio de Lingüística Computacional M. Gross en la misma universidad, realizando anotación de recursos para la creación de diccionarios electrónicos, clasificación de texto para sistemas de aprendizaje automático y creación de gramáticas con el software Nooj. Sus intereses de investigación son las *startups*, brecha de género, sostenibilidad y comunicación. Contacto: riscarpa@unisa.it