

***Emprendedores al servicio
de la pequeña y mediana empresa***



192
noviembre
diciembre
2021

La comunidad universitaria apoya a la Pyme

**Cenapyme:
Impulsa el
emprendimiento**



Immigrant self-organized
community networks in
Chicago

InnovaUNAM Social:
Incubadora de empresas
de innovación social

El quehacer de la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica

Emprendedores al servicio de la pequeña y mediana empresa

Es una publicación del Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapyme) de la Facultad de Contaduría y Administración, Universidad Nacional Autónoma de México

Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Director de la FCA-UNAM

Dr. Armando Tomé González
Secretario General de la FCA-UNAM

Dr. José Ricardo Méndez Cruz
Secretario de Divulgación y Fomento Editorial

Mtro. Francisco Martínez García
Jefe del Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapyme)

Dra. Clotilde Hernández Garnica
Directora Editorial

Mtra. Sair Alejandra Martínez Hernández
Coordinadora Editorial

Mtro. Iván Ventura González López
Editor y revisor

Abenhamar Suárez Arana
Revisor de textos en inglés

Mtro. Víctor Alejandro Hernández Arteaga
Formación, diseño y portada

Lic. Marvin José Rayas Sánchez
Responsable del sitio web

Mtra. Karina Maldonado Ortega
Ilustración de portada

Se otorga permiso para reproducir el contenido de la revista para usarlo en materiales didácticos siempre y cuando se precisen la fuente y los derechos de autor. Para cualquier uso, deberá solicitarse autorización a la Directora Editorial de esta publicación.

La FCA agradece a los autores que participan en esta revista ya que su aportación es honorífica. Los académicos de tiempo completo lo hacen como parte de sus labores de productividad y divulgación. La opinión expresada por ellos refleja su postura personal y no necesariamente de la Institución.

Autorizaciones: EMPRENDEDORES es una publicación bimestral de la FCA-UNAM, Circuito Exterior de Ciudad Universitaria s/n, Coyoacán. C.P. 04510, Ciudad de México. ISSN-0187-7828. Reserva de derechos de uso exclusivo del Título Núm. 04-2002-100916375700-102, otorgado por el Instituto Nacional del Derecho de Autor de la Secretaría de Educación Pública. Certificado de Licitud de Título Núm. 3657 y de Contenido Núm. 3092, otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Editor responsable: Dr. José Ricardo Méndez Cruz. Publicación periódica autorizada por el Servicio Postal Mexicano con el registro Núm. 1011089 características 229261419.



Dr. Enrique Graue Wiechers
Rector

Dr. Leonardo Lomell Vanegas
Secretario General

Dr. Alfredo Sánchez Castañeda
Abogado General

Dr. Luis Álvarez Icaza Longoria
Secretario Administrativo

Dra. Patricia Dolores Dávila Aranda
Secretaría de Desarrollo Institucional

Lic. Raúl Arcenio Aguilar Tamayo
Secretario de Prevención, Atención y Seguridad Universitaria

Dr. William Henry Lee Alardín
Coordinador de la Investigación Científica

Dra. Guadalupe Valencia García
Coordinadora de Humanidades

Dr. Jorge Volpi Escalante
Coordinador de Difusión Cultural

Mtro. Néstor Martínez Cristo
Director General de Comunicación Social



Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez
Director

Dr. Armando Tomé González
Secretario General

Mtra. Adriana Padilla Morales
Jefa de la División de Estudios de Posgrado

Dra. Ana Lilia Contreras Villagómez
Jefa de la Licenciatura en Contaduría

Mtra. Silvia Berenice Villamil Rodríguez
Jefa de la Licenciatura en Administración

Mtra. María del Rocío Huitrón Hernández
Jefa de la Licenciatura en Informática

Mtra. Rosa Martha Barona Peña
Jefa de la Licenciatura en Negocios Internacionales

Mtro. José Silvestre Méndez Morales
Jefe de la División de Investigación

Dra. Clotilde Hernández Garnica
Coordinadora del Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

Mtro. David Álvarez Vicente
Secretario Administrativo

L.A. Alberto García Pantoja
Secretario de Relaciones y Extensión Universitaria

Mtra. Mitzl Jacqueline Gómez Morales
Secretaría de Cooperación Internacional

Dr. José Ricardo Méndez Cruz
Secretario de Divulgación y Fomento Editorial

Mtro. Emeterio Roberto González Barrón
Secretario de Vinculación

Mtro. Gustavo Almaguer Pérez
Secretario de Personal Docente

Mtro. Alfonso Ayala Rico
Secretario de Planeación

Lic. Ernesto Durand Rodríguez
Secretario de Difusión Cultural

L.C. José Lino Rodríguez Sánchez
Secretario de Intercambio Académico ANFECA

Dra. Marlene Olga Ramírez Chavero
Jefa del Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia

Dr. José Alfredo Delgado Guzmán
Jefe de la División de Educación Continua

Mtro. Balfred Santaella Hinojosa
Jefe del Centro de Informática

Mtra. Gabriela Montero Montiel
Jefa del Centro de Educación a Distancia y Gestión del Conocimiento

Lic. Francisco Martínez García
Jefe del Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa

Lic. José María Herrera Aguilar
Coordinador del Sistema Bibliotecario

Mtra. Celina González Goñi
Subjefa de la División de Estudios de Posgrado

Mtro. José Luis Arias Negrete
Subjefe de la División de Investigación

Mtra. Yuriria Sánchez Castañeda
Subjefa de la División de Educación Continua

La comunidad universitaria apoya a la Pyme

Este número especial de la revista *Emprendedores al servicio de la pequeña y mediana empresa* quiere hacer eco de los medios y mecanismos con los que algunas entidades y dependencias de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) establecen vínculos con las Pyme de los sectores privado y social para impulsar su actividad económica, más allá de la coyuntura derivada de la pandemia por la COVID-19.

Integra artículos que abordan la oferta universitaria de acuerdo con las Disposiciones Generales establecidas en los Lineamientos Generales sobre Transferencia de Tecnología y Conocimiento en la Universidad Nacional Autónoma de México, publicados el 28 de marzo de 2019, en Gaceta UNAM, a saber: a) Transferencia de tecnología y conocimiento; b) Prestación de servicios técnicos y tecnológicos; c) Licenciamiento de patentes, modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, franquicias, entre otros; d) Incubación de empresas de base tecnológica, social o de cualquier otro tipo, de miembros de la comunidad universitaria, y e) Asociaciones estratégicas, alianzas tecnológicas, consorcios y redes de innovación, a las que se incorporarán los desarrollos tecnológicos e innovaciones realizadas en la UNAM.

Asimismo, en el presente número, hicimos extensiva nuestra invitación a las instituciones integrantes de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA). La respuesta nos congratula, por lo que aprovecho para agradecer a los directores de las facultades de Economía, de Arte y Diseño, y la Escuela Nacional de Estudios Superiores León, pues suman su trabajo de escritura al de otras entidades y dependencias de la UNAM, como la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica, la incubadora InnoVAUNAM Social, el Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa, así como las unidades en el extranjero de la UNAM Chicago y UNAM Boston.

En los artículos, se difunde el quehacer de la entidad o dependencia en materia de vinculación; la variedad de su oferta de servicios tecnológicos, de asesoría y/o capacitación dirigidos a las pequeñas y medianas empresas mexicanas; el método de vinculación, incluyendo el procedimiento que deben seguir las empresas para establecer relaciones de colaboración con la entidad o dependencia; los tiempos y formas en que se lleva a cabo la gestión de convenios de colaboración y contratos; el perfil académico y profesional del personal universitario que presta los servicios de vinculación; la certificación y/o acreditación de las actividades de investigación y docencia de la entidad o dependencia; el sistema de seguimiento de los proyectos y resultados obtenidos a través de la vinculación con las Pyme; los resultados y experiencias de vinculación más relevantes, y en algunas ocasiones nos comparten un caso de éxito reciente.

Maestro Tomás Humberto Rubio Pérez
Director de la Facultad de Contaduría y Administración
UNAM



En el número 192

6

Incubación de empresas en la Facultad de Economía de la UNAM

Alejandra Patiño Cabrera

10

Emprendimiento y Mipyme en la región del Altiplano Potosino

Beatriz Virginia Tristan Monroy

14

Desarrollo empresarial en la FCA de la UADY: Experiencias y Retos

Anel Flores Novelo

María del Carmen Rachó Barroso

19

El quehacer de la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica

Claudia Llanos Argüello

25

Immigrant self-organized community networks in Chicago

Eréndira Sánchez Castañeda

28

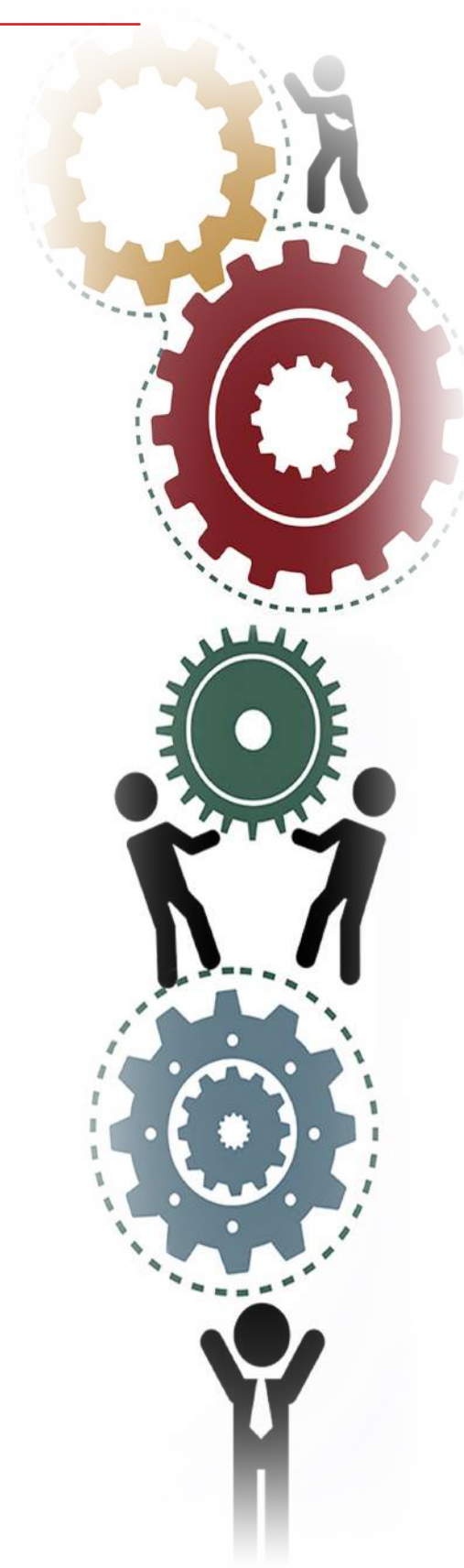
Cenapyme: Impulsa el emprendimiento

Francisco Martínez García

35

InnovaUNAM Social: Incubadora de empresas de innovación social

Claudia Leticia Palancares Torres



40

InnovaUNAM Unidad Artes y Diseño

Alma Martínez Cruz

45

**New England: a hub for education, innovation,
and entrepreneurship**

Héctor Zavala Guzmán

49

**El momento emprendedor universitario:
esfuerzos desde la FCA de la UACH**

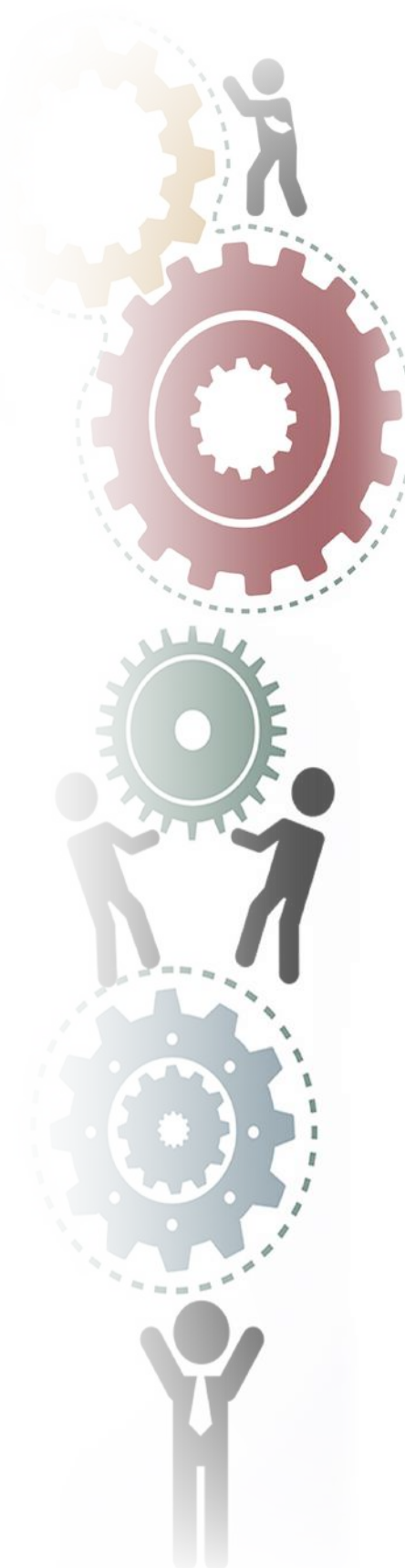
Carlos Héctor Espino Enríquez

54

**Proova Foods emprende con visión de valor
compartido desde la ENES-UNAM Unidad León**

Salvador Andrade Ortiz

Jesús Reyes Chávez



Incubación de empresas en la Facultad de Economía de la UNAM

Alejandra Patiño Cabrera

El Centro de Desarrollo Empresarial UNAM-Canacintra, desde la Facultad de Economía, destaca por la variedad de servicios que pone a disposición de los emprendedores. Su estrategia de cuatro tiempos ha demostrado éxito en su labor de incubación.

Desde su fundación, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha contribuido con el país a través de la docencia, la investigación y la difusión de la cultura. No obstante, los cambios en la situación económica y las necesidades de la sociedad moderna –que vive bajo la presión continua de un mercado laboral saturado, y en el que la innovación es cada día más importante– provocan que la Universidad busque nuevas oportunidades para construir una sociedad menos desigual, en la que la creación y el uso del conocimiento satisfagan las necesidades de la población.

La Facultad de Economía de la UNAM, consciente de que México requiere economistas con formación sólida y un amplio conocimiento de la problemática económica y social nacional, tiene como misión formar economistas profesionales con bases teóricas, capacidad analítica, habilidades técnicas y sensibilidad social. En 2002, fundó el Centro de Desarrollo Empresarial UNAM-Canacintra (CDE) mediante un convenio de colaboración institucional entre la Universidad (a través de la Facultad de Economía) y la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (Canacintra), con el objetivo de establecer vínculos entre el sector productivo y la Máxima Casa de Estudios.

En 2011, la Facultad de Economía se incorporó a través del CDE al Sistema de Incubadoras de Empresas InnovaUNAM para formar una incubadora de empresas tradicionales y de tecnología intermedia. De esta forma, la Facultad contribuye a alcanzar el objetivo establecido en 2008, en el que la UNAM “[...] promoverá el crecimiento de empresas de base científica y tecnológica, se fomentará el surgimiento de incubadoras de proyectos, se brindará asesoría a industriales y se apoyará a los pequeños y medianos empresarios en el desarrollo de nuevas tecnologías, mediante la prestación de



servicios de consultoría, resolución de problemas e información documental, contribuyendo al mismo tiempo a la formación de recursos humanos especializados” (Narro, 2008, p. 36).

El camino no ha sido fácil, pues incorporarse al ecosistema emprendedor de nuestro país requiere de un arduo trabajo. No obstante, en el trayecto que hemos recorrido con InnovaUNAM Unidad Economía, obtuvimos el reconocimiento como incubadora básica por el periodo 2014-2019 que otorgaba el Instituto Nacional del Emprendedor hasta el año 2019 en que desapareció.

En 2016, formamos parte de la Red de Apoyo al Emprendedor como “Punto para Mover a México”, convirtiéndonos en un sitio de primer contacto en la vinculación de los emprendedores universitarios con los programas de apoyo y financiamiento de los gobiernos local y federal.

Nuestros Servicios

Como parte del sistema de incubadoras de la universidad pública más importante del país, nuestra misión es contribuir a la formación de empresarios y empresas competitivas con habilidades, actitudes y valores que apoyen el crecimiento económico y el desarrollo social de su comunidad. De manera particular, nuestras actividades se enfocan en acompañar y capacitar al emprendedor universitario en materia de emprendimiento y gestión empresarial, para que al final del proceso de incubación se encuentre en condiciones de concretar ventas que lleven a su empresa a permanecer en el mercado, se consolide y empiece a crecer, al tiempo que genera su propio empleo y contribuye a la generación de más empleos permanentes y de buena calidad.

Dentro de nuestras actividades en el CDE, como InnovaUNAM Economía, impartimos pláticas de difusión de la cultura empresarial, de innovación y emprendimiento entre los estudiantes de la Facultad y público interesado. Asimismo, organizamos conferencias, foros, talleres y cursos en torno a los temas empresariales, y brindamos información acerca de los servicios que el Sistema InnovaUNAM tiene disponibles para la comunidad universitaria.

Impartimos de manera recurrente cursos a alumnos y

profesores de la Facultad de Economía y a la comunidad universitaria en general, como: Imagen personal para el mundo corporativo, Buenas prácticas de administración, Situación legal del emprendedor, Finanzas para emprendedores, Mercadotecnia, Análisis de mercados y Plan de negocios.

Nuestra oferta para los proyectos en proceso de incubación, se basa en la consultoría especializada en temas como: innovación, modelo de negocios, análisis de mercados y mercadotecnia, desarrollo organizacional, procesos técnicos, finanzas administración y planeación administrativa, propiedad intelectual y registro de marcas y desarrollo de sitios web. Este servicio se presta por consultores independientes especialistas en cada área. Todo bajo la supervisión de la Gerencia de la incubadora.

En la etapa final del proceso de incubación, elaboramos de la mano con los emprendedores un plan de negocios para cada proyecto que, además de ser útil para la planeación estratégica, es una importante herramienta para mostrar la solidez del proyecto ante los distintos *stakeholders*, y sirve como soporte para su vinculación con áreas de apoyo y financiamiento en instituciones públicas en los niveles federal y local, así como en instancias privadas.

Metodología InnovaUNAM

Como miembros del Sistema InnovaUNAM, nos apegamos a la metodología establecida por éste, llevada a cabo a través de cuatro etapas con las que se busca dotar al emprendedor de los conocimientos y habilidades necesarias para crear y mantener su empresa en el mercado con la suficiente flexibilidad para adaptarse al entorno que los tiempos actuales requieren.



Durante las etapas de incubación, el acompañamiento por parte de InnovaUNAM es fundamental para el desarrollo óptimo de los proyectos

Las etapas que componen la metodología de incubación InnovaUNAM son:

Etapa 1. Emprendimiento. A través de una entrevista con el equipo de emprendedores, se determina su perfil y se programan sesiones en la incubadora para mejorar la idea general de negocio con énfasis en la innovación y se les recomienda asistir a los talleres de emprendimiento en el Laboratorio de Innovación de la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica de la Universidad.

Etapa 2. Preincubación. Se trabaja en identificar y depurar el modelo de negocios a partir de la etapa anterior, y se elabora un modelo Canvas. Se prepara conjuntamente su postulación al Comité de admisión del Sistema InnovaUNAM mediante el llenado de los formatos oficiales, y apoyo en la requisición de la Guía para el Inicio de Actividades Profesionales Independientes y envío de la documentación. Se realiza sesiones personalizadas para su presentación, retroalimentación, corrección y capacitación en técnica de *Pitch*.

Etapa 3. Incubación. Inicia con la elaboración de un plan que incluye el cronograma y distribución del fondo de incubación entre las distintas asesorías, consultorías y capacitación de acuerdo con el perfil de los emprendedores. Aquí, los emprendedores realizan los cursos de capacitación requeridos sobre temas de gestión empresarial, y reciben la asesoría y consultoría especializada de acuerdo con las necesidades específicas de su proyecto. También asisten a conferencias, foros y talleres con expertos en gestión empresarial, aspectos legales, fiscales, registro de marca, diseño de imagen corporativa, con el fin de profesionalizar su

perfil. En esta etapa, se elabora el plan de negocios, y se impulsa su vinculación a programas de apoyo y financiamiento.

Etapa 4. Postincubación. Se lleva a cabo el seguimiento del proceso de ventas y de gestión de la empresa, se recomienda la asistencia a eventos y ferias de emprendimiento organizados tanto por la UNAM como por instituciones públicas y privadas, para dar difusión a los proyectos y fortalecer sus ventas.

Los plazos establecidos por el sistema InnovaUNAM para la realización del proceso descrito sólo se han fijado para la etapa de Incubación, que es de hasta 18 meses para proyectos tradicionales, de servicios profesionales y culturales, y de tecnología intermedia, y de hasta 24 meses para proyectos de innovación tecnológica.

Los requisitos para que un proyecto sea incubado en el sistema InnovaUNAM son:

1. Tener una idea clara de negocio y el deseo de implementarla, de preferencia contar con experiencia en el área de especialidad en la que se desarrollará la empresa. En el caso de que el proyecto lo requiera, contar con los prototipos correspondientes.
2. Al menos uno de los integrantes del equipo de emprendedores debe ser alumno, exalumno o académico de la UNAM.
3. Ser residente en la Ciudad de México o el Estado de México.
4. Elegir una incubadora del Sistema InnovaUNAM para realizar su proceso de preincubación.
5. Presentar el anteproyecto al Comité de admisiones del Sistema InnovaUNAM.
6. Hacer el pago de la aportación correspondiente al Sistema InnovaUNAM, que se calcula en función de las necesidades de cada proyecto.



Apuntes finales

La formación de una sólida cultura empresarial en el emprendedor, que le permita identificar y superar los retos del entorno, ya sean de mercado, organizacionales o financieros, lo conducirá a lograr una empresa que se consolide y crezca en el mediano plazo. En InnovaUNAM Economía, estamos convencidos de que uno de los medios para lograrlo es a través de un proceso de incubación, pues éste proporciona al emprendedor los conocimientos y habilidades necesarias en materia de gestión organizacional y desarrollo de negocios, con independencia de su área de formación profesional, para que su idea original adquiera valor a través del modelo que elija para materializar su empresa. Además, se observa un componente innovador que le dé ventaja competitiva.

A 10 años de nuestro inicio de actividades como incubadora de empresas en el Sistema InnovaUNAM, hemos preincubado más de 50 proyectos, todos en el sector servicios, pero en actividades tan diversas como consultorías especializadas, educación, alimentación, viajes, entretenimiento, reciclaje de desechos y aplicaciones tecnológicas. Los proyectos incubados son empresas que permanecen en el mercado y han empezado a crecer, aunque con dificultades, con una tasa de supervivencia empresarial que supera la media nacional, situación que nos llena de orgullo.

Así, con los proyectos que incubamos en InnovaUNAM Economía, buscamos aprovechar oportunidades mediante la innovación, por lo que se une la academia con la industria en sectores y temas especializados. Asimismo, se impulsa el desarrollo y la transferencia de tecnología, productos, servicios y el conocimiento que resuelva problemas y atienda necesidades apremiantes con la participación de académicos, egresados y alumnos de la UNAM.

Referencias

Narro, J. (2008). UNAM. Plan de Desarrollo 2008-2011. <http://www.planeacion.unam.mx/consulta/PlandeDesarrollo2008.pdf>

Dra. Alejandra Patiño Cabrera

Gerente de InnovaUNAM Economía
alejp@economia.unam.mx

Fotografías cortesía de InnovaUNAM Economía.

Emprendimiento y Mipyme en la región del Altiplano Potosino

Beatriz Virginia Tristan Monrroy

La vinculación con empresas y estudiantes de la región potosina, mediante el trabajo de la Coara, fomenta el emprendimiento y subsana aquellos aspectos vulnerables de las Pyme. Destaca el uso de las redes sociales como una forma de acercamiento con los emprendedores.

En los últimos años, se ha buscado establecer una relación estrecha con las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) en la Región Altiplano. Por la relevancia tan significativa que tienen en el desarrollo económico de la zona, la Coordinación Académica Región Altiplano de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (Coara), a través del departamento de vinculación, logró establecer un programa de capacitación dirigido a estas empresas, que generan la mayor parte de los empleos e ingresos.

Debido a que la supervivencia de las Pyme depende de su capacidad para establecer mecanismos para incrementar su eficiencia y mejorar sus ventajas competitivas, se ha estudiado en los últimos años cuáles son las características que favorecen las condiciones para que permanezcan dentro del mercado en la región. Algunos de los factores internos clave en la organización son las habilidades administrativas relacionadas con los aspectos financieros, pues éstos pueden permitir que tengan capacidades estratégicas clave y estar en una posición diferenciada en el mercado. En algunos casos, las empresas con mecanismos que crecen tienen éxito y mantienen por periodos prolongados su participación en el mercado. Ésta ha sido una razón por la que se trabajó, en especial con diversas empresas, a través de capacitación y asesoría en la resolución de problemáticas puntuales de su interés.

En la Coara, también se desarrolla análisis de laboratorio que permiten a los empresarios del sector agroindustrial garantizar la calidad en sus productos de exportación y el cumplimiento de ciertas normas. A su vez, brinda asesoría y capacitación, generalmente relacionada con el servicio al cliente.

Dentro del contexto donde se encuentra la Coordinación Académica Región Altiplano de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, se ha buscado generar relaciones a través de trabajos colaborativos que le permitan acompañar a las empresas en el desarrollo de la solución de sus problemas por medio de las prácticas profesionales, estancias, el desarrollo de modelos y máquinas innovadoras con factibilidad técnica de ser desarrolladas.

Para ello, se ha implementado algunos programas –como el desarrollo del Reto San Luis Emprende, Hackathon 2019 “Jóvenes Construyendo el Altiplano Potosino”– que han permitido a los alumnos generar aportaciones para desarrollar propuestas innovadoras en materia de tecnología.



También los profesores de tiempo completo, de forma personal, buscan alternativas para crear proyectos relacionados con sus líneas de investigación. El departamento de vinculación los apoya en los aspectos administrativos para que establezcan relación con las empresas. Por otra parte, existen investigadores que realizan desarrollos de prototipos con base en sus líneas de investigación, y que realizan aportes relevantes para mejorar el desarrollo de tecnologías.

Las aportaciones realizadas a través de la educación continua también son de relevancia, pues contribuyen a la formación de diferentes perfiles de profesionistas de la región, para que ellos, a su vez, incidan en las empresas de las que son parte. El desarrollo del talento humano permite que las instituciones mejoren en el desarrollo e implementación de sus estrategias.

Las empresas pueden establecer su relación con la Universidad a través de un convenio que debe aprobar el abogado general. A partir de él, se genera una relación regulada por las reglas que se indican dentro del convenio, que da la pauta para proteger los intereses tanto de la empresa como de la Universidad. Se ha observado que en el nivel nacional existe apertura para que se lleve a cabo este tipo de convenios, pues significan un ganar-ganar.

Hay una página de Facebook llamada "Club del emprendimiento COARA" que busca apoyar las iniciativas de los estudiantes y docentes que son parte de la Cordinación a través de un programa para identificar a los alumnos que cuentan con algún emprendimiento o microempresa establecida en el diseño de logotipos y *flyers*; posteriormente, se publica en esta página con la finalidad de incrementar su conocimiento. Con la página, además, se busca dar a conocer a los microempresarios de la región, pues esto forma parte de la responsabilidad social con el contexto del que somos parte.



El seguimiento personalizado por parte del equipo de Coara a los proyectos que impulsa parte de escuchar a los propios emprendedores

Por otra parte, funciona como una plataforma por donde se proyecta la institución entre la comunidad con la que se pretende vincular por medio de la promoción de cursos, talleres y eventos relacionados con el sistema emprendedor; además, permite una interacción en tiempo real y la difusión de algunas necesidades propias de la región.

Para dar seguimiento al apoyo que se brinda a los emprendedores y empresarios, se lleva una consulta personalizada en la que ellos exponen sus necesidades, y que verifica si los aportes les han sido relevantes hasta el momento.

Actualmente, la Universidad Autónoma de San Luis Potosí cuenta con siete carreras conformadas con personal calificado en todas las áreas para el desarrollo de los diversos cursos. Se propone, a quienes participan en proyectos de colaboración, que integren un expediente con información administrativa y manuales, entre otros documentos. Además, se puede certificar en los estándares de CONOCER-SEP EC0076, EC0084, EC0217, EC0301.

Resultados y experiencias relevantes

Durante 2018, participaron cuatro carreras en 10 conferencias de la Semana Nacional del emprendedor en las salas de videoconferencias. Se obtuvo el tercer lugar en la XII Feria del Emprendimiento dentro de la categoría Pyme tradicional, y 25 participantes dentro del Taller del programa Arrígate "Competencias productivas dirigida a jóvenes". Además, se dio seguimiento a 15 proyectos participantes en el Reto San Luis Emprende 2018, donde se obtuvo el tercer lugar. También se realizó la primera Feria de Emprendimiento.



En 2019, 200 niños, de tres instituciones de educación primaria, participaron en un programa de emprendimiento apoyado por 42 estudiantes. Dentro del evento Reto San Luis 2019, debido a que la sede se centró en la capital, sólo se contó con la participación de dos equipos. Se fomentó la participación de 110 alumnos de cuatro carreras en el programa en línea de la Academia del Emprendimiento, que ofrece el Sistema de Financiamiento para el Desarrollo del Estado (Sifide) a través de su plataforma; en él, los alumnos obtienen un reconocimiento por cada uno de los trece módulos que aprueban. Por primera ocasión, se realizó el evento Hackathon, con 11 equipos integrados con 51 alumnos participantes; hubo apoyo de 20 mentores de distintas áreas disciplinares, 15 alumnos de *staff* y la participación de seis evaluadores.

Con el apoyo del Ayuntamiento de Matehuala y Villa de la Paz, además de las empresas Cervecería Tres Imperios y Papelería Tristán, se llevó a cabo la segunda Feria de Emprendimiento, con la participación de 14 proyectos y dos carreras. Se participó en la XII Feria Regional de ANFECA Zona 3. En la XIII Feria Nacional de Emprendimiento, participaron con un proyecto de emprendimiento social.

En 2020, se promovió el taller de emprendimiento para los niños de educación básica –232 alumnos participaron– en la que colaboraron 52 alumnos durante seis sesiones impartidas una hora por semana antes de que se suspendieran clases de siete instituciones de educación básica. Participaron en dos proyectos con la “Fórmula de la Innovación”. Por segundo año consecutivo, se fomentó la participación de 39 alumnos en el programa en línea de la Academia del Emprendimiento que ofrece el Sifide a través de su plataforma. Se desarrolló la tercera Feria de Emprendimiento en el marco de la XIV Feria Nacional de Emprendimiento en la que participaron con dos proyectos. Por medio de la página Club del Emprendimiento COARA, se diseñó *flyers* para impulsar emprendedores y empresarios.

También en el año 2020, se impartió 14 cursos a 355 alumnos y 14 empresarios. Por medio de la página, se apoyó a la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y a la Unión 54 para llevar a cabo la comercialización de productos agrícolas a precios accesibles que se promocionaron a través de diferentes *flyers*, y que fueron elaborados por alumnos de la carrera de mercadotecnia para promover un evento de Responsabilidad Social Universitaria.



Narración de un caso de éxito

En el año 2019, en colaboración con la Dra. María del Rocío Terrones Gurrola, se promovió la venta de un producto artesanal elaborado a partir del cuidado del aspecto de inocuidad. Para ello, se realizó cuatro exposiciones como una prueba de mercado en un punto céntrico en la ciudad de Matehuala. Se obtuvo resultados que permitieron probar qué productos tendrían mayor aceptación y cuáles realmente no era factible comercializar. Se concluyó que las salsas y mermeladas eran productos que contaban con potencial comercial.



Para llevar a cabo la promoción de la marca, se realizó, a través de la página del club del emprendimiento, una encuesta que permitiera crear el posicionamiento en la marca. Se desarrolló una propuesta de publicidad orientada a promover el uso de las nuevas formas de realizar el comercio de acuerdo con las nuevas tendencias del mercado. Se instaló el módulo de prueba de mercado en la plaza de armas y una en la plaza Juárez, por invitación del Instituto de la Mujer. Se identificó que el posible mercado eran madres de familia que cuidan la alimentación de sus hijos.

Para que el estándar tuviera una identificación adecuada de la marca, se cuidó la imagen. Este tipo de presentación permitió coadyuvar a formalizar la identificación de la marca. Debido a la ubicación, se obtuvo promoción en la televisión, el periódico y una red social locales. Esto generó una mayor aceptación por parte del mercado, debido a que los consumidores consideraban relevante contribuir con el reconocimiento de marcas locales, así como la contribución con la disminución de pérdidas de producto agrícola. La rentabilidad que se identificó en este tipo de productos fue de 200%, lo que muestra la factibilidad financiera.

Mtra. Beatriz Virginia Tristan Monrroy

Coordinación Académica Región Altiplano
Universidad Autónoma de San Luis Potosí
beatriz.tristan@uaslp.mx

Fotografías cortesía de la autora.

Desarrollo empresarial en la FCA de la UADY: Experiencias y retos

Anel Flores Novelo

María del Carmen Rachó Barroso

El apoyo a los emprendedores es la base del sistema educativo de la FCA de la Autónoma de Yucatán. De ahí su gama de oportunidades, como el Programa de Emprendedores, el Centro de Desarrollo de Negocios y la vinculación con empresas sociales.

La última década se ha caracterizado por vertiginosos cambios derivados de transformaciones geopolíticas que implicaron cambios en la dinámica económica internacional, en otras palabras: un nuevo orden internacional. Aunado a ello, se requirió una acelerada integración de las Tecnologías de la Información a prácticamente todas las facetas de la vida diaria. En este contexto, es inevitable señalar los efectos de la pandemia causada por la COVID-19 en el 2020, y lo que ha transcurrido del 2021 que incrementaron la integración de la tecnología a las empresas. Muchas de éstas lograron adaptarse, pero otras más debieron cerrar operaciones. El resultado fue una gran crisis económica y social que se agregó a la ya de por sí grave crisis sanitaria.

Los retos de cambiar y transformar la manera tradicional de hacer las cosas golpearon a las empresas, pero también a las universidades. La incorporación de la virtualidad al trabajo universitario se vio ineludible y urgente.

Si bien el trabajo universitario se centra en la formación de individuos capaces de afrontar e intervenir en los retos con creatividad, iniciativa y responsabilidad social en diversos ámbitos, que van desde su vida cotidiana, hogar, trabajo y sociedad, el gran reto se enfoca en cómo las universidades logran que sus egresados se incorporen al ámbito profesional como agentes de cambios positivos que incidan en el desarrollo de sus regiones. En este contexto, el desarrollo de competencias emprendedoras es fundamental.



La Universidad Autónoma de Yucatán (UADY) asume el reto, y lo deja claro en su Modelo Educativo para la Formación Integral (MEFI) al establecer que todos sus egresados deberán “intervenir con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente”. Este mismo modelo declara competencia de todo profesor que imparte clases en la UADY promover una actitud emprendedora en sus estudiantes de manera continua (Universidad Autónoma de Yucatán, 2012).

Lo anterior pone en claro la relevancia del desarrollo de competencias emprendedoras en la UADY. Para articular las declaraciones del modelo con el quehacer universitario, su Facultad de Contaduría y Administración (FCA) estableció tres líneas de acción:

- a) El desarrollo de competencias emprendedoras en los estudiantes a través del Programa de Emprendedores de la FCA.
- b) Atención a las empresas egresadas del Programa de Emprendedores, a las de estudiantes y egresados de la UADY y a las empresas del público en general. Todas ellas proveen de aprendizaje, en contextos reales, a las asignaturas que se imparten en la FCA-UADY para desarrollar competencias emprendedoras.
- c) Atención a microempresas del sector social y rural, con lo que, además de desarrollar competencias empresariales en los estudiantes, se contribuye al bienestar y desarrollo sostenible de la sociedad.

A continuación, se describe estas iniciativas universitarias, su historia, sus principales logros y los retos derivados de la pandemia por la COVID-19.

Programa de Emprendedores de la FCA-UADY

Este programa fomenta el espíritu emprendedor en estudiantes universitarios a través del desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes para la creación, mejora y desarrollo de las organizaciones.



Mediante este programa, FCA-UADY contribuye a la creación de una nueva cultura emprendedora y empresarial que fomenta el surgimiento y desarrollo de empresas eficientes y competitivas, con ética y responsabilidad social, motores del desarrollo regional mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo y de autoempleo.

El programa inició en 1996 con la implementación del Taller de Emprendedores como parte de los programas de estudio de las licenciaturas de la FCA y de la Facultad de Ingeniería Química, en la UADY. En estos talleres, participaban equipos multidisciplinarios que desarrollaron proyectos de tecnología tradicional e intermedia, que lograron éxito y reconocimiento en los concursos locales y nacionales de emprendimiento.

Posteriormente, se integró un programa de formación en emprendimiento en la FCA, mediante la articulación de las asignaturas de Proyectos de inversión, Desarrollo de productos, Taller de comercio exterior y Taller de organización contable, con el propósito de dar respuesta a los requerimientos de las ideas generadas en el taller de emprendedores. Así, los estudiantes lograron desarrollar una idea de negocios de forma completa.

En los 25 años que se ha implementado el programa, los estudiantes han participado en diversos concursos, ferias comerciales, conferencias, seminarios, entre otros, que fomentan el espíritu emprendedor. Destaca la participación por más de diez años consecutivos en la Expo Feria del Comercio organizada por la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de Mérida, donde la FCA-UADY, se coloca en los primeros lugares. Es preciso señalar que lo más valioso de este evento es la proyección comercial de las empresas universitarias, pues muchos de los estudiantes que participan en este evento establecen los contactos con los que posteriormente logran consolidar sus propuestas de negocio.

La retroalimentación entre estudiantes y público meta, así como la evaluación de proyectos es fundamental para el modelo de la UADY

Asimismo, cada año se organiza tres ferias de negocios en plazas comerciales de la ciudad de Mérida, Yucatán, y en el Palacio Municipal de Tizimín, Yucatán. En estos eventos, los estudiantes muestran a la sociedad sus novedosas ideas empresariales y es, a través de esta actividad, que desarrollan competencias de comunicación, mercadeo, ventas, costeo, etcétera. Esta actividad aporta a los estudiantes, de parte del público en general, comentarios acerca de sus propuestas que les sirve para mejorar.

Con el objetivo de tener una evaluación permanente, así como para incorporar los cambios que se requieren, el Programa contempla la investigación en el ámbito empresarial, que aporta retroalimentación continua para diseñar los cambios que se requieran y asegurar que el programa cumpla con sus objetivos. Esta labor la realizan empresarios –que fungen como mentores de los emprendedores universitarios– quienes están en interacción con el programa cada semestre.

Al finalizar el 2021, se cuenta con 38 generaciones de emprendedores en la FCA de la UADY. Se ha ganado premios regionales y nacionales de la Asociación Nacional de Escuelas y Facultades de Contaduría y Administración (ANFECA), Jóvenes Emprendedores de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), Día Nacional del Emprendedor y Cámara de Comercio, entre otros. Han sido parte del programa aproximadamente 2 mil jóvenes y se han creado alrededor de 250 ideas de negocios en diversos giros; de acuerdo con estimaciones, 5% aun trabaja en las ideas de negocios surgidas del taller. El Programa está a cargo del Mtro. Marby Efraín Yerves Irigoyen con quien puede ponerse en contacto al correo marby.yerves@correo.uady.mx

Centro de Desarrollo de Negocios

El Centro de Desarrollo de Negocios (Cedene) nace en el 2012 con el objetivo de brindar consultoría y asesoría

en áreas específicas de negocios. Se concibió como un espacio para que los estudiantes de la FCA-UADY pudieran realizar sus prácticas profesionales y servicio social con el acompañamiento de los profesores y especialistas en las áreas de mercadotecnia, administración, contabilidad, finanzas y tecnologías de la información. Asimismo, como una manera de generar recursos propios para la dependencia, de tal forma que se cubrieran sus gastos y se logaran ingresos para reinvertir en la Facultad.

El objetivo del Cedene es contribuir al desarrollo económico del estado de Yucatán, para vincular formalmente al personal académico de la FCA-UADY con las micro, pequeñas y medianas empresas a través de servicios de asesoría y consultoría; brinda servicios al sector gubernamental y realiza estudios de factibilidad comercial y proyectos de inversión para otras dependencias de la Universidad.

En nueve años de operación, ha atendido aproximadamente a 300 empresarios, y tan sólo en el año 2020 se brindaron servicios de consultoría a 38, cifra que puede considerarse alta. Para hacer frente a la pandemia, el Cedene desarrolló una gama de servicios en total virtualidad, como: grupos focales, entrevistas profundas, consultoría en línea y a distancia, encuestas electrónicas, entre otras. En la actualidad, este centro es coordinado por la Mtra. María del Carmen Rachó Barroso y es posible conocer su catálogo de servicios en <http://mipymeuady.mx/cedene.php>



Vinculación en el contexto de empresas sociales

Uno de los programas emblemáticos de la FCA-UADY es del Grupo Académico y de Investigación, denominado Información para la Toma de Decisiones en las Organizaciones, liderado por la Dra. Silvia Ceballos López que desde el 2002 aplica el Modelo de asesoría para el fortalecimiento de las microempresas. El modelo ha logrado varios reconocimientos nacionales, por el que se conformó el departamento de Consultoría Universitaria para el Desarrollo de Microempresas de Yucatán, en el que participan académicos, investigadores, estudiantes de diferentes licenciaturas de la UADY, niveles y programas, así como asesores externos en diversas áreas para llevar el conocimiento empresarial a contextos suburbanos y rurales.



Al inicio, el modelo contó con la participación de prestadores de servicio social y microempresas ubicadas en colonias populares de la ciudad de Mérida, Yucatán. Y logró obtener financiamiento de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (Anuies) y la Fundación Ford.



El éxito y los reconocimientos obtenidos por la UADY son determinantes para elaborar su proyección a corto plazo

Otro hito importante del programa ocurrió en el 2003, cuando se presentó el modelo al concurso del Programa de Fortalecimiento de Proyectos de Servicio Social y obtuvo el primer lugar en fondos y la categoría de modelo replicable otorgado por la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), la Anuies y la Secretaría de Educación Pública.

Entre 2004 y 2006, el departamento participó en el Fondo Nacional para Empresas Sociales, en el concurso Universidad Contigo y Jóvenes por México de la Sedesol de los que obtuvieron los recursos necesarios para aplicar el proyecto en los municipios de Ixamal, Baca, Cansahcab y Dzemul y poco a poco fue extendiéndose a prácticamente todas las zonas rurales de Yucatán.

El proyecto se ha consolidado a través de los años y despertado el interés de los voluntarios, becarios de verano de investigación científica y tesistas. Los participantes de este programa también han recibido apoyo con becas de movilidad estudiantil, además de las experiencias que les ha brindado.

Diez años después de que se implementó en 78 comisarías y municipios, con la participación de 738 microempresas y 487 estudiantes, recibió el Premio Nacional del Trabajo 2012, que le otorgó el Gobierno Federal por su capacidad organizativa, eficiente entrega a su cotidiana labor, mejorar la productividad en el área en que están adscritos y ser un ejemplo estimulante para los demás trabajadores.

El Departamento de Consultoría Universitaria a Microempresas continúa bajo la coordinación de la Dra. Silvia Ceballos López (su correo de contacto es clopez@correo.uady.mx). Hoy es un espacio cada vez más importante para realizar prácticas profesionales y servicio social en especial para la FCA.

Retos derivados de la COVID-19

El trabajo de la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán en el ámbito de la vinculación empresarial se ha implementado principalmente a través del desarrollo de competencias emprendedoras y la atención a micro y pequeñas empresas tanto en contextos urbanos como en zonas marginadas y rurales.

Estas acciones han permitido a los estudiantes aplicar sus conocimientos en escenarios reales y resolver problemáticas específicas de su entorno, con lo que se desarrolla su pensamiento crítico y su capacidad para ser agente de cambios positivos. Estas acciones concientizan a los universitarios sobre los retos que afrontan las empresas en su entorno directo y les aporta herramientas que les permiten emplear sus conocimientos teóricos a situaciones reales.

La pandemia por la COVID-19 obligó a todas las empresas y organizaciones, independientemente del tamaño y el giro a adaptar sus modelos para hacerlos compatibles con la virtualidad, trabajo que ha sido muy difícil en el ámbito rural, que carece de conexiones y los beneficiarios no poseen tecnología que les permita acceder al apoyo que brindan las diversas instancias de la Facultad.

En las asignaturas que integran el Programa de Emprendedores, se trabajó de forma virtual y remota. De hecho, se generaron modelos de negocio que podrían ejecutarse en contextos de pandemia para responder a las necesidades que ésta generó. El Centro de Desarrollo de Negocios adaptó sus servicios para otorgarlos de forma virtual y continuó en operación. En tanto, el Departamento de Consultoría Universitaria a Microempresas Yucatecas limitó mucho la cantidad de empresas atendidas y se enfocó en que los estudiantes tuvieran acceso por vínculos sociales o familiares o con acceso a Internet.

El futuro se vislumbra positivo con la recuperación que se espera en el 2022 con la recuperación económica, lo que permitirá fortalecer estas iniciativas trascendentales en la formación de los estudiantes y mediante las que la Universidad revalida su compromiso formativo y su contribución a la sociedad.

Referencias

- Ceballos López S. (2014) Las comunidades rurales de Yucatán inspiración del Modelo de asesoría para fortalecimiento de las microempresas. Ponencia presentada en 3er Foro de la Red Nacional de Servicio Social: Fortaleciendo vínculos para el desarrollo productivo de las comunidades. <https://www.uv.mx/redssss/files/2014/03/Las-comunidades-rurales-de-Yucatan-inspiracion-del-Modelo-de-asesoria-para-fortalecimiento-de-las-microempresas.pdf>
- INTODO (2020). Sitio web del Grupo Académico y de Investigación Información para la toma de decisiones. <https://www.contaduria.uady.mx/files/cuerpo-acad/intodo/index.html>
- Facultad de Contaduría y Administración (2021). Sitio web de Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Yucatán <https://www.contaduria.uady.mx/>
- Universidad Autónoma de Yucatán (2012). Modelo Educativo para la Formación Integral. UADY. <https://www.diiie.dgda.uady.mx/media/file/MEFI%20EMS.%20Digital.pdf>

Dra. Anel Flores Novelo

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Yucatán
anel.flores@correo.uady.mx

Mtra. María del Carmen Rachó Barroso

Coordinadora del Cedene
Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Yucatán
maricarmen.racho@correo.uady.mx

Fotografías cortesía de las autoras.

El quehacer de la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica

Claudia Llanos Argüello

Los equipos de investigación de la UNAM requieren proteger la propiedad intelectual de sus invenciones y creaciones, así como facilitar su transferencia hacia la sociedad. Aquí le contamos cómo se lleva a cabo esta tarea en beneficios de varias partes.

Debo decir que la protección a la propiedad intelectual y los esfuerzos por colocar lo que se genera en las aulas, laboratorios y dentro de todos los espacios universitarios, no es un trabajo nuevo. Ha sido un esfuerzo que la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) ha hecho desde hace varios años, pues una función primordial como institución educativa es ser útil a la sociedad tratando de dar respuestas viables a las necesidades y retos que se presentan.

Sin embargo, los procesos para trasladar la propiedad intelectual a esta sociedad requieren de respuestas que es uno de los trabajos más complejos a los que se enfrenta la Universidad, pues su comunidad no siempre ha tenido claridad en este rubro. Los primeros esfuerzos se hacían desde cada entidad y dependencia universitaria que trataba de transferir sus desarrollos, realizar servicios y en muchas ocasiones colaborar con terceros, entregando la propiedad intelectual resultante sin determinar su valor. Esto se debía, en gran medida, a que las negociaciones muchas veces recaían en el propio investigador, quien no se encuentra capacitado para estas actividades y no siempre piensa como empresario.

Esta circunstancia generó que al interior de esta Casa de Estudios nos diéramos cuenta de la necesidad de ocuparse, no sólo de la protección de las creaciones de su comunidad, sino también de la forma de colocarlas en la sociedad de la mejor manera para obtener una retribución justa por desarrollar soluciones para diferentes sectores en el país, cerrando la pinza y motivando un “ganar-ganar” para todos: una solución para quien la requiere y un ingreso para la institución.



En la búsqueda de que el beneficio económico y de vinculación sirviera para dar continuidad al trabajo de autores e inventores universitarios, se identificó un retraso en las actividades generado por los mismos investigadores, pues debían enfrentarse al *back office* que poco tenía que ver con su perfil y experiencia. Tenían que encargarse de revisar la protección de la propiedad intelectual, negociar con terceros, abordar temas legales y contractuales, realizar valuación de intangibles, establecer criterios de confidencialidad, diseñar estrategias de comercialización y un sinnúmero de temas más que generaba un desgaste y una barrera con el sector público y privado, pues los tiempos se triplicaban.

Innovación y desarrollo desde la Universidad

Para hacer frente a los retos y necesidades, la UNAM creó en el 2008, la Coordinación de Innovación y Desarrollo (CID) para identificar áreas de oportunidad en innovación y desarrollo de ventajas competitivas al servicio de la sociedad, principalmente, a través de la protección a la propiedad intelectual, la transferencia de tecnología, los servicios técnicos y tecnológicos y la incubación de empresas.

La CID se conformó por un equipo de especialistas con perfiles dirigidos a la protección y comercialización de intangibles, así como de académicos orientados al desarrollo de empresas y personal universitario encargado de impulsar los servicios que la Universidad ofrece. El propósito también fue vincularse con el exterior y facilitar la comunicación entre los sectores público y privado con la Universidad.



A pesar de que la UNAM ya tenía reglas relacionadas con la protección de la propiedad intelectual, era poco el trabajo que se había realizado sobre la generación de *spinoffs*, licenciamiento de desarrollos universitarios a terceros y emprendimiento. En este contexto, el 28 de marzo de 2019 se publicó en *Gaceta UNAM* el Acuerdo por el que se Establecen los Lineamientos Generales sobre Transferencia de Tecnología y Conocimiento en la Universidad Nacional Autónoma de México, en el que tuve la oportunidad de participar desde el inicio.

El Acuerdo tiene por objetivo establecer, fomentar y apoyar los mecanismos de vinculación y las acciones entre las diferentes entidades y dependencias de la Universidad, y de ésta con organizaciones, comunidades, empresas de los sectores público, privado y social, de conformidad con la legislación universitaria mediante: 1) la transferencia de tecnología y conocimiento; 2) la prestación de servicios técnicos y tecnológicos; 3) el licenciamiento; 4) la incubación de empresas de base tecnológica, social o de cualquier otro tipo, de miembros de la comunidad universitaria, y 5) asociaciones estratégicas, alianzas tecnológicas, consorcios y redes de innovación, a las que se incorporarán los desarrollos tecnológicos e innovaciones realizadas en esta Universidad.

William Lee, coordinador de la Investigación Científica, al respecto de este tema, detalló en una entrevista para el diario *La Jornada* (2020, p. 25) que “los ejes de la política universitaria en este ámbito son la vinculación, la transferencia de tecnología, las patentes y la relación con el sector productivo, pues hay un enorme potencial para llevar hacia afuera más de lo que se hace aquí, en beneficio de la población”.



La CVTT funciona como puente de conocimiento entre los desarrollos tecnológicos surgidos en la UNAM y la sociedad en su conjunto

Así, en 2020, el Dr. Enrique Graue Wiechers, rector de la UNAM, expidió el acuerdo por el que desaparece la Coordinación de Innovación y Desarrollo para dar paso a la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica (CVTT), que busca apoyar la transferencia del conocimiento, a través de desarrollos tecnológicos, productos y servicios generados en la Universidad entre las propias entidades académicas y dependencias universitarias, así como a organismos y empresas de los sectores público, social y privado.

Entre las funciones de la CVTT se tiene:

- a. Establecer los comités de vinculación universitarios y de transferencia que sirvan para tener relación estrecha con quienes generen conocimiento susceptible de transferir, así como labores de investigación y desarrollo tecnológico.
- b. Generar Comités Asesores Tecnológicos, conformados por investigadores, académicos y asesores externos abocados a la identificación y análisis de las demandas actuales y potenciales que requieran de la aplicación científica y tecnológica en las actividades productivas del país y que, a su vez, funjan como intermediarios entre el sector académico y las empresas.
- c. Detectar e impulsar el desarrollo de tecnología, servicios y conocimiento que resuelva problemas o atienda necesidades relevantes.
- d. Estimular la creación e incubación de empresas de la UNAM y de universitarios.
- e. Contribuir en el desarrollo de una cultura y actitud a favor de la innovación y el emprendimiento en la UNAM y el país.
- f. Establecer vínculos efectivos con sectores productivo, social y académico, nacional e internacional, en innovación y emprendimiento.
- g. Facilitar la transferencia de conocimiento, tecnología y la prestación de servicios y asesorías, con

la participación de académicos y alumnos de la UNAM.

- h. Promover y facilitar la integración de la comunidad universitaria con los sectores socioeconómicos que requieran de la investigación científica y el desarrollo e innovación tecnológica a través de la gestión de convenios de colaboración y contratos.

¿Cómo enlazarte con la CVTT?

Actualmente, la CVTT, a través de su portal vinculacion.unam.mx ofrece diversas tecnologías, servicios estándar o personalizados que pueden contratarse con tan sólo un *click*. Este sitio funciona como una ventanilla inicial para establecer contacto con la Coordinación, compartir información necesaria para cubrir la necesidad que se tenga y encaminar el proyecto con entidades o dependencias que puedan dar solución. La CVTT, da seguimiento al avance de los proyectos hasta su finalización, sobre todo cuando sean de carácter multidisciplinario.

Cabe resaltar que la UNAM pone a disposición sus servicios en cuatro áreas: Ciencias Fisicomatemáticas y de las Ingenierías; Ciencias Biológicas y de la Salud; Ciencias Sociales y Humanidades y de las Artes. La Universidad tiene la capacidad para atender a un amplio número de sectores productivos, además de empresas de distintos tamaños. A ella, puede acercarse una persona física con actividad empresarial, una asociación civil, algún ente gubernamental, organizaciones no gubernamentales, entes internacionales, así como micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme).



La UNAM, siempre a la vanguardia, ofrece alternativas viables de solución a través de la CVTT que utiliza herramientas tecnológicas, como: plataformas digitales, sitios web, redes sociales y agrega ahora la mensajería instantánea WhatsApp; además, de un extenso directorio de contactos dispuestos a colaborar de acuerdo con los requerimientos específicos que tengan las organizaciones. La atención por estos medios está disponible de lunes a viernes, de 9:00 a 20:00 horas.

En la Universidad, se puede realizar investigación a la medida mediante el uso de su infraestructura y equipamiento. Esto supone la aplicación o posible generación de tecnologías o conocimientos nuevos, de acuerdo con las necesidades de las empresas. Además, ofrece asesorías para mejorar las prácticas de gestión en las empresas, pruebas de análisis en laboratorios y pone a disposición el talento humano que forma, a través de modalidades en las que el alumnado y egresados pueden vincularse al ejercicio profesional de su carrera, mediante la participación en programas de prácticas profesionales, becarios o de desarrollo acelerado (*trainees*), así como postulación a vacantes de empleo.



Por medio de eventos académicos como coloquios, simposios, mesas redondas, talleres, conferencias, entre otros, la UNAM ofrece acceso y uso temporal de auditorios, aulas, foros, centros de exposiciones y espacios abiertos, que pueden ser rentados para eventos culturales. Como podrá notar, la vinculación ahora es un puente real, más amable, accesible y sobre todo ágil entre la UNAM y la sociedad, que cuenta con diversas opciones de comunicación y vías de acercamiento.

Vinculación a través de convenios marco

A través del desarrollo de nuestra política de vinculación, hemos identificado que una de las demandas más apremiantes del sector privado es la gestión de convenios de colaboración y contratos en el menor tiempo posible, dado que, al ser la UNAM una institución educativa que trabaja bajo procesos y protocolos definidos, éstos no siempre son flexibles a las necesidades particulares de las empresas. La situación generó, en ocasiones, que las organizaciones se desalentaran y optaran por buscar opciones, incluso más costosas o en el extranjero.



La transparencia en la CVTT es vital, pues garantiza tranquilidad y confianza en aquellas empresas con las que mantiene convenios

Actualmente, la CVTT implementa estrategias para acotar el tiempo en sus procesos, dentro de sus límites de actuación, al tratar de ser competitiva y eficaz en su respuesta. Así, una vez que la empresa entra en contacto e inicia las negociaciones, se le sugiere la firma de un convenio marco –que incluye una cláusula de confidencialidad para que ambas partes den los primeros pasos–, especialmente en aquellos casos en los que exista conocimiento susceptible de protección a través de alguna de las figuras de propiedad intelectual.

En la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica, contamos con documentos editados por la Oficina de la Abogacía General, que permiten validar y dar respuesta en máximo diez días hábiles, tomando en cuenta si son aceptados por la contraparte tal como se entregan o tienen mínimas adecuaciones. Con esto, se agiliza los procesos y nos permite, como Dirección Jurídica de la CVTT, acompañar en todo momento a las empresas e instituciones en la revisión y adecuación de los documentos.

Es importante destacar que de acuerdo con el tipo de proyecto o colaboración que se desee tener con la UNAM se define el instrumento a suscribir, así como el tiempo de respuesta, pues se debe solicitar diversas autorizaciones, por ejemplo: en convenios de licenciamiento de tecnología o en instrumentos de cotitularidad y administración de intangibles o similares, se requiere la participación del área legal de la CVTT y de la Dirección General de Patrimonio Universitario, que es la encargada de tutelar el patrimonio tangible e intangible de la UNAM y es quien autoriza y suscribe los instrumentos. Este proceso podría aumentar algunos días la autorización y firmas, sin que exceda de 20 días hábiles.

El talento humano como eje de la vinculación

El perfil académico y profesional del personal universitario que presta los servicios de vinculación es de suma importancia, pues éste debe contar con experiencia en varias disciplinas: protección de propiedad intelectual (propiedad industrial y derechos de autor, variedades vegetales), revisión del nivel de maduración de tecnología y su valuación, comparativo de acuerdos en el nivel global para determinar valores de mercado, traducción del lenguaje científico y técnico a la empresa o tercero interesado y viceversa; además, de

contar con expertos en emprendimiento, incubación y aceleración de empresas.

En la actualidad, la plantilla que conforma el equipo de la CVTT, se ha fortalecido al integrar a químicos, ingenieros, administradores, abogados y profesionales de otras áreas de conocimiento, especializados en actividades de protección, valuación y comercialización de tecnologías, generación de propuestas técnico económicas y emprendimiento, que se apoyan en redes de mentores externos que les dan una visión de lo que pasa fuera del campus.

A pesar de que en la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica tenemos poco tiempo trabajando bajo este nuevo esquema, destaco lo siguiente: el grupo, del que formo parte, tiene firmada una carta de confidencialidad adicional para que al tener contacto con nuevos proyectos sus creadores, sean universitarios o terceros, se sientan tranquilos sobre la entrega y manejo de su información.

Tiene una certificación ante la Secretaría de Economía como Oficina de Transferencia de Conocimientos y cuenta con la certificación ISO 9001:2015; medimos indicadores que nos permiten saber los resultados de los proyectos de los que formamos parte y, a través de la Dirección de Servicios Técnicos y Tecnológicos, se da el seguimiento puntual al avance de cada uno.



A través del área de Emprendimiento, se busca fortalecer lazos con empresas y otras universidades, como en el caso del Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, y los grupos empresariales FEMSA y Cemex, para generar un programa que, por un lado, lleve a la maduración de tecnología que atienda las necesidades reales de los sectores productivos y, por otro lado, genere nuevas estrategias que permitan aprovechar las oportunidades para las empresas.

Con universidades como las de Arizona y Ben Gurion University of Neveg, se trabajan programas para maduración y transferencia de tecnología, proyectos de servicios tecnológicos especializados dirigidos al sector público en instituciones como Pemex, las Secretarías de Energía y de Educación Pública y Fonatur; convenios de colaboración con las cámaras por medio de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, la Cámara Minera de México, entre otras, y colaboraciones con el sector privado: Laboratorios Roche, Astra Zeneca, Aranda, Hospital ABC, así como con Oracle, Mac y Google.

En septiembre de 2021, la UNAM firmó un convenio de colaboración con la empresa DHL y la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) como parte de las series de estrategias que han implementado para atender los efectos negativos de la pandemia entre las Mipyme. A través de esta vinculación, se generó el curso en línea "Prepara a tu PyME para la Exportación: Inducción al Comercio Internacional". Se trata de una modalidad de educación autogestiva que se realizará a través de la Facultad de Contaduría y Administración con una duración de seis semanas, con materiales disponibles en todo momento, elaborados por especialistas en la materia. Los temas que se abordan en el curso son: Hacia una Cul-

tura Emprendedora, El ABC de Comercio Internacional y Desarrollo de herramientas estratégicas para la internacionalización de una PyME. Al finalizar y aprobar el curso, los participantes recibirán una constancia con valor curricular emitida por la UNAM.

Nos falta camino por recorrer. Sin embargo, al igual que la UNAM, en la CVTT asumimos el reto, con la finalidad de lograr oportunidades que se convertirán en respuestas a las necesidades de los sectores productivos del país y de la sociedad en general. En la CVTT, tenemos la mira en conseguir más y mejores resultados, acordes con los intereses universitarios y en el menor tiempo posible en concordancia con el contexto actual de pandemia y crisis económica.

Referencias

Sánchez, J.A. (2020, 26 enero). Fortalece la UNAM política de vinculación y transferencia tecnológica. *La Jornada*. <https://www.jornada.com.mx/2020/01/26/sociedad/025n2soc>

Mtra. Claudia Llanos Argüello

Directora Jurídica
Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica,
InnovaUNAM
cllanosa@unam.mx

Fotografías cortesía de la autora.

Immigrant self-organized community networks in Chicago

Eréndira Sánchez Castañeda

Through the advising and assistance of a group of specialists, among them FCA from UNAM, several immigrant organizations established in Chicago perform actions related to entrepreneurship and the generation of social investment projects

It is an honor for me to have this article published, for two reasons: one, as alumni and former teacher of the Facultad de Contaduría y Administración (FCA); and the other, because I am currently working at one of Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) schools abroad, UNAM Chicago. One of the primary goals of these schools, according to the Rector's Agreement published in Gaceta UNAM on September 27, 2018, is to support the Mexican community abroad, through academic, cultural, and social programs.

Chicago, Illinois, is the third most populous city in the United States and it is the perfect location for UNAM to extend its academic programs and services to groups and individuals living in the Midwest of the United States (U.S.). Which places UNAM Chicago in a vibrant center that fosters lifelong learning and brings people together by creating and developing a strong network of partners to broaden the impact in the community.



In addition to the programs of Spanish, English and Mexican culture, UNAM Chicago offers a series of courses in support of the Latino Community. These courses include workshops for Chicago Public Schools parents, teachers and students, the State of Illinois Food Sanitation Certification, Citizenship exam preparation and support for small business development.

At UNAM Chicago we are convinced that there is a great area of opportunity to customize programs in many areas. So we have made alliances with universities, cultural institutions, government agencies, the main Hometown Associations and formal business organizations, like Hispanic chambers of commerce, to meet our goals.

Over the years, we also built a strong relation with Facultad de Contaduría y Administración (FCA) as one of our strategic partners to explore collaborative projects that benefit students, faculty members and the Mexican community in Chicago. According to the data from 2020 U.S. Census, U.S. Population: 328,239,523; Hispanic or Latino: 62,080,044 (18.3%). Mexico is the country with the most representation, with about 60% of the total Latino population (United States Census Bureau, 2020).

Illinois:

- Population: 12,812,508
- Hispanic or Latino: 2,337,410 (18.2%)
- Chicago: Population: 2,746,388
- Hispanic or Latino: 808,679 (28%)

An important piece of information that is sometimes ignored and given little value are the remittances, sent by Mexicans who live and work in the United States to Mexico. In 2020, remittances sent to Mexico totaled 40.6 billion dollars that represented 3.8% of Gross Domestic Product. This is an increase of 11.4% compared to 2019, and during the first half of 2021, where it added up to \$23.6 billion dollars (Banco de México, 2020).

Mexicans, who have migrated to the United States, have formed groups, such as Hometown Associations, to actively participate in civics, economic and political spheres. There is a bond of heritage that helps to maintain connections that give them a sense of community and belonging while living outside of Mexico. There are strong ties that motivate them to help their community both in the United States and in Mexico.

In Chicago, there are 41 Hometown Associations registered by Mexicans from the states of Chiapas, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Puebla, San Luis Potosí, Tlaxcala, and Zacatecas (view Table 1).

Table 1. Number of Mexican Hometown Associations in Chicago (listed by state of origin)

State of origin	Number
Chiapas	1
Durango	1
Guanajuato	14
Guerrero	2
Hidalgo	10
Jalisco	5
Michoacán	3
Morelos	1
Puebla	1
San Luis Potosí	1
Tlaxcala	1
Zacatecas	1

Source: Own elaboration with data from Instituto de los Mexicanos en el Exterior, 2020.



These types of associations are commonly led by their own peers. They are people that seem to naturally inspire confidence, loyalty, and hard work. It makes me think of the author Simon Sinek (2013) that refers that the art of leadership is about inspiring people to build something not threatening to break something. These groups aim to build a strong community in order to improve their living conditions. They organize a wide variety of activities for specific purposes. They also raise funds for social and philanthropic support through activities such as dinners, concerts, raffles, festivals, and soccer matches. In addition, they seek allies to offer educational and training options for small business owners. Many of these Hometown Associations are eligible to receive government funds, grants, and bank financing, however, due to the lack of economic administrative knowledge, for example, the preparation of a business plan, they are not benefited.

In conversations with these leaders and with a group of small business owners, they express their interest in developing their skills as leaders through training topics such as communication techniques, work techniques within their teams, strategies to achieve positive leadership; the structure of organizations, project management, among others, to achieve a greater and better impact on the social, economic, and political scenarios.

Mexican associations based in Chicago are an example of leadership which inspires other fellow nationals

Latinos are starting businesses across all industries in Chicago and its metropolitan area. This is one of the reasons why UNAM Chicago maintains a close relationship with small businesses.

Whereas comparing the cost of starting a business in the United States vs one in Mexico, there is a considerable difference. This is one factor that encourages Latinos to open their own business in the United States coupled with the short time to become operational. For example, the cost of starting a business in 2020 was: United States 725 USD; Mexico 1 463 USD; Canada 166 USD, and India 142 USD (The World Bank, 2020).

As part of its Small Business Development program, UNAM Chicago, in collaboration with the Little Village Chamber, offered a workshop in 2018. It was aimed at future entrepreneurs in the State of Illinois and was called “Juntos Podemos: an essential guide for small business.” With the support of Parents Alliance Foundation, this was looked at as a huge success for UNAM and the community.

Little Village is the principal port-of-entry for Mexican immigrants to the Midwest, commonly known as La Villita. Its residents are 84% Latino, and 77% Mexican/Mexican American. Little Village has a thriving local business district, the second-highest tax-generating district in the city of Chicago after the Magnificent Mile. More than 1 800 employers in Little Village create 30 000 jobs in this area (Little Village Chamber of Commerce, 2021).

The goal of the program was to provide an overview of the specific opportunities and challenges of small businesses. This workshop structure included three main topics:

1. Entrepreneurship: Risks and Opportunities.
2. Marketing: Action Plan
3. Financing: Funding Resources

Rocío Brito, originally from Apaxtla, Guerrero, a participant in the program, said that this workshop had changed her life:

“The program has helped me to have confidence in myself, it has given me the opportunity to meet successful entrepreneurs who have shared their experience with us and thus have opened a huge range of possibilities. They have given us the necessary tools to promote our future businesses by teaching us how to use social networks. In essence, the program has strengthened our self-esteem. The important thing is to think about where we want to go, not where we are, the program not only motivates us to think about starting a business, but to grow as people, it gave us the tools to succeed”.

Referencias

- Banco de México (2020). *Balanza Comercial 2020*. www.banxico.org.mx
- Instituto de los Mexicanos en el Exterior (2020). Directorio de Asociaciones y Clubes de Oriundos. Secretaría de Relaciones Exteriores. <https://asociaciones.sre.gob.mx/directorio-de-asociaciones-y-clubes-de-oriondos>
- Little Village Chamber of Commerce (2021). About Us. <https://littlevillagechamber.org/>
- Sinek, S. [@simonsinek] (2013, September 13). *The art of leadership is about inspiring people to build something not threatening to break something* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/simonsinek/status/384806771077816320>
- The World Bank (2020). Doing Business 2020. <https://www.doingbusiness.org/>
- UNAM Chicago (2021). Universidad Nacional Autónoma de México en Chicago. www.unamchicago.org
- United States Census Bureau (2020) Census. www.census.gov/

Mtra. Eréndira Sánchez Castañeda

Academic Services, UNAM Chicago
 erendira.sanchez@unam.mx

Fotografías cortesía de UNAM Chicago.

Cenapyme: Impulsa el emprendimiento

Francisco Martínez García

La FCA de la UNAM forma y capacita a emprendedores. Su oferta va, desde la edición de una revista con 34 años de tradición hasta su más reciente proyecto surgido en plena contingencia por la COVID-19, el Hospital para Pymes.

El Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapyme) de la Facultad de Contaduría y Administración es un área de vinculación que brinda atención y servicios especializados al amplio y diverso sector empresarial conformado por pequeñas, medianas y micro unidades económicas en el país, así como al creciente número de personas interesadas en emprender.

El Cenapyme cumplirá 12 años. En ese tiempo, ha atendido a más de 300 mil personas, entre dueños y colaboradores de empresas, emprendedores, y estudiantes de distintas profesiones que se interesan en los servicios de asesoría, consultoría, capacitación, incubación y aceleración de negocios tradicionales, de base tecnológica y de emprendimiento social. A continuación, hablaremos de su órgano de difusión —el Hospital para Pymes— la capacitación a la medida y los programas de incubación, asesoría y consultoría.

La revista *Emprendedores*

Emprendedores es una revista al servicio de la pequeña y mediana empresa, así como de quienes buscan emprender un negocio en México y quieren conocer cómo mejorar la gestión empresarial. Es una publicación bimestral, gratuita y de acceso libre, lo que ha permitido que 16% de sus lectores la consulten desde el

extranjero. Cuenta con un acervo histórico de 34 años en los que ha consolidado su presencia; desde mediados de 2010 es el órgano de difusión del Cenapyme. En los años 2020 y 2021, se publicaron 142 artículos, 22 de ellos dirigidos a la reactivación de la actividad económica en México durante la pandemia por COVID-19; desde el mes de julio de 2020, se reorientó el enfoque editorial, el que ahora considera las nuevas condiciones en el mercado.



Hospital para Pymes FCA-UNAM

En el contexto actual, marcado por la pandemia del COVID-19, el Cenapyme, fiel a su tradición de servicio, puso en marcha diversas acciones y recursos en línea de acceso gratuito, con el fin de proponer alternativas para hacerle frente a una emergencia sanitaria que marcó un antes y un después en la forma de hacer negocios, operarlos y crear propuestas de valor para usuarios y consumidores. Es una iniciativa dirigida principalmente a personas empresarias y emprendedoras, así como a la comunidad universitaria y público en general, que de forma gratuita brinda herramientas y conocimientos en materia de gestión empresarial, a través de videoconferencias, cápsulas informativas, talleres en línea, cursos autogestivos, programa de mentorías y asesorías, y el cuaderno *En tiempos turbulentos, ¿qué pueden hacer las empresas?*

Durante 18 meses se ha transmitido más de 80 videoconferencias impartidas por expertos del ámbito empresarial y social, sobre temas de actualidad y en respuesta a las consultas recibidas en el correo hospitalpymes@fca.unam.mx. Las videoconferencias más vistas son las de ventas, comercio electrónico, redes sociales, marketing digital, emprendimiento, finanzas, innovación organizacional y tecnológica, aspectos fiscales, entre otras. Se transmiten todos los jueves a las 17:00 horas, a través de la aplicación Zoom y el acceso es gratuito, previo registro.



Se han publicado más de 120 cápsulas dirigidas a los dueños de micro, pequeñas y medianas empresas con temas de mercadotecnia, plan de negocios, finanzas, redes sociales, recursos humanos, determinación de costos, entre otros. Con las videoconferencias y cápsulas empresariales se ha impactado a más de 150 mil usuarios, y su influencia continúa, pues toda persona interesada puede acceder gratuitamente a los contenidos disponibles en el canal de YouTube de la FCA UNAM oficial, así como en las cuentas CenapymeOficial de Facebook y Twitter.

Capacitación a la medida

El Cenapyme ofrece servicios especializados de formación y actualización, mediante cursos y talleres que cubren las necesidades de los usuarios. Actualmente, cuenta con un catálogo de más de 100 cursos y talleres en los que se abordan aspectos de la gestión empresarial y el emprendimiento, divididos de la siguiente forma:

1. El Programa de Apoyo al Desarrollo Empresarial impulsa el crecimiento de micro, pequeñas y medianas empresas, a través de herramientas que les permitan potenciar sus capacidades de gestión, innovación y desarrollo.
2. El Programa Académico para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión pone a disposición de facultades, escuelas, centros, institutos y sedes externas de la UNAM, cursos dirigidos a estudiantes de cualquier área y disciplina, que deseen crear su propia empresa, consultorio, despacho, laboratorio u otro emprendimiento, apoyados de un plan de negocios.
3. El Programa Académico de Capacitación para el Empoderamiento de la Mujer consta de conferencias, vinculación institucional y *mentoring*.
 - Ciclo de conferencias. Se programan periódicamente en temas de equidad de género y empoderamiento, los que se dirigen a las usuarias del Cenapyme, comunidad universitaria y público en general.
 - Vinculación institucional. Se crean lazos con entidades gubernamentales y privadas para impulsar el empoderamiento de las mujeres y mejorar su calidad de vida.

- El Programa de Mentoring para Emprendedoras promueve y da seguimiento a proyectos empresariales de mujeres; impulsa su empoderamiento económico, a través de la asesoría y el acompañamiento de mentoras experimentadas en su desarrollo personal y profesional. Al Programa, se ingresa a través de la convocatoria que se publica semestralmente (entre junio-julio y diciembre-enero) en la página de la FCA, así como en las redes sociales oficiales de la FCA-UNAM y del Cenapyme. Para ingresar al programa, se requiere presentar una idea o modelo de negocio bien definido y un estudio socioeconómico.
4. El Programa de capacitación en línea fortalece las habilidades de los usuarios en temas empresariales. Actualmente, los cursos autogestivos disponibles son: ISO 9001:2015, Plan de negocios, Liderazgo, Finanzas para no financieros, Estrategias de publicidad y promoción, Desarrollo de habilidades gerenciales, Contabilidad para no contadores, Estrategias de marketing, Talento emprendedor, Creatividad, Capacitación en ventas y El cuidado de las finanzas. Para conocer requisitos de inscripción, consulte la página <https://cenapyme.fca.unam.mx/>



Los cursos autogestivos son a través de la plataforma Moodle UNAM que permite a los usuarios organizar sus tiempos de estudio, no hay horarios y cada uno decide cuándo y qué tiempo dedicar a cada tema. Los participantes cuentan con 20 días para concluir cada curso de 30 horas, por lo que pueden ingresar a la plataforma las veces que sean necesarias durante el periodo activo del curso.

La capacitación es una necesidad sobresaliente de las empresas. De ahí que el Cenapyme ofrezca colaboraciones y servicios al respecto

Los servicios de capacitación —en instalaciones del Cenapyme, videoconferencia, o en las instalaciones de las empresas—, que impliquen transferencia de tecnología o conocimiento, están regulados por convenios de colaboración y por ellos se recibe una retribución respaldada mediante el instrumento consensual correspondiente o, en su caso, por un recibo oficial que cubre los gastos directos en los que se incurre al realizarlo. Para establecer colaboraciones o contratar un servicio, puede enviar un correo electrónico a capacitacion@cenapyme.fca.unam.mx indicando el asunto, para dar seguimiento a la solicitud.

Programas de incubación, asesoría y consultoría

En el entorno incierto en que vivimos, la posibilidad de iniciar un negocio es una alternativa para las personas que buscan una fuente de ingresos extra; cumplir un objetivo personal a corto o mediano plazo e incluso como opción de retiro para la vejez. Por esto, el Cenapyme pone a disposición de la comunidad universitaria y del público en general distintos programas de incubación, para fomentar la creación y desarrollo de proyectos de emprendimiento de base tecnológica, tradicionales y sociales con un modelo integral de acompañamiento, que permita al iniciar sus operaciones, vincularse con cadenas productivas y comerciales.

Nuestro proceso de incubación consta de tres etapas: preincubación, incubación y postincubación.

- **Preincubación:** Se ofrece capacitación en la definición y estructuración de un modelo y un plan de negocios con la fi-

nalidad de que la persona emprendedora desarrolle adecuadamente su idea de negocio.

- **Incubación:** En esta etapa los emprendedores consolidan sus ideas de negocios, a través de capacitación y consultoría por parte de un grupo de expertos. Al final se debe contar con un modelo de negocios definido y un bien o servicio en una versión básica o terminada para su comercialización.
- **Postincubación:** Las personas que hayan concluido el proceso de incubación se vinculan a instituciones públicas o privadas para promocionar y generar lazos comerciales que impulsen una rápida integración al mercado, también se les brinda apoyo para que participen en exposiciones y ferias de negocios.

Actualmente, contamos con tres programas de incubación:

1. Programa de incubación a distancia, dirigido a la comunidad universitaria y público en general. A través de Zoom, se lleva a cabo un acompañamiento integral por parte de instructores, asesores y mentores especialistas en distintas áreas de negocios. Este programa de incubación dura aproximada de 2 a 4 meses y consiste en sesiones de capacitación y mentoría personalizada, enfocadas al desarrollo e implementación de estrategias en las áreas de mercadotecnia (segmentación de mercados, diseño gráfico, marketing digital, promoción y publicidad); producción (costos, capacidad de planta, ingeniería de producto, localización); administración y finanzas (evaluación del proyecto de inversión, estados financieros proforma, aspectos legales y fiscales).
2. El Programa de incubación con el sistema InnovaUNAM se dirige exclusivamente a la comunidad universitaria de la UNAM. Quienes tengan un proyecto con un alto componente innovador y cumplan con todos los requisitos de la convocatoria (trimestral) son candidatos a alguno de los programas de apoyo de incubación InnovaUNAM, donde acceden a un fondo complementario económico para recibir asesoría y consultoría perso-

nalizada por un grupo de consultores expertos en distintas áreas de negocio. Este programa de incubación tiene una duración aproximada de 12 a 18 meses.



Las personas interesadas en cualquiera de estos dos programas de incubación recibirán orientación personalizada del coordinador del programa para que elijan el que más convenga a las necesidades del proyecto y el emprendedor, sólo deben solicitar información acerca de los programas de su interés en el correo incubacion@cenapyme.fca.unam.mx

3. La Incubadora de empresas FCA social, brinda acompañamiento, asesoría y capacitación en las áreas de: administración, finanzas, operaciones, mercadotecnia, aspectos legales y fiscales, a las personas emprendedoras de la comunidad universitaria y de la sociedad en general para la incubación de empresas sociales. Los interesados pueden atender la convocatoria anual del Cenapyme, que se publica en el primer bimestre del año en la página de la FCA, en las redes sociales oficiales de la FCA-UNAM y del Cenapyme o la convocatoria anual que publica a principios de año el Sistema InnovaUNAM.

En cualquiera de ellas, la persona emprendedora deberá precisar el componente innovador de su proyecto, que lo distinga de los existentes y brinde soluciones a las necesidades de la sociedad. Además, deberá presentar un modelo de negocio en el que reúna los elementos que expresan la lógica del negocio y su propuesta de valor, este permite evaluar aspectos de sostenibilidad económica, social y ambiental de su proyecto. El periodo de incubación en el Cenapyme será hasta por 6 meses, y en el sistema InnovaUNAM hasta por 15, con posibilidad de prórroga hasta por 8 meses más a partir de la firma del contrato de gestión de servicios.



Escuela de Emprendedores Sociales

La Escuela de Emprendedores Sociales es un proyecto que en el año 2022 cumplirá su primera década; surgió para formar profesionales que con sus iniciativas contribuyeran a dar respuesta a las necesidades de la sociedad y, al mismo tiempo, generaran valor social y económico, integrándose al movimiento de emprendimiento social que cada día cobra mayor importancia en todo el mundo. En su oferta de cursos y diplomados, actualmente disponibles en línea (autogestivos), destaca el Diplomado en Creación, Desarrollo y Dirección de Empresas Sociales en el que se forman emprendedores, asesores o directivos de empresas sociales, capaces de gestionar iniciativas empresariales, innovadoras y sustentables, que generen valor social y económico. El diplomado tiene una duración de 165 horas, para mayor información véase <https://cenapyme.fca.unam.mx/> Una vez que los participantes concluyen el diplomado de manera satisfactoria, se les vincula con la incubadora de proyectos sociales o al área de Asesoría y Consultoría del Cenapyme.



Los logros

El Cenapyme se ha consolidado como un referente obligado al interior de la UNAM; semillero de profesionales en la creación y gestión de empresas socialmente responsables y económicamente sostenibles. En los recientes 18 meses, hemos llevado a cabo diferentes actividades entre las que destacan el primer Foro Reinversión MiPyme 2021, un espacio de encuentro para compartir soluciones para las micro, pequeñas y medianas empresas en el contexto de la pandemia causada por la COVID-19. A través de conferencias, talleres, pláticas y una expo virtual, se contó con la asistencia de más de 6 mil personas que asistieron a más de 10 conferencias magistrales y otras tantas charlas de negocios y talleres empresariales, entre los que se destacaron: Lean startup, Plan de negocios, Neuromarketing, Design Thinking, Modelos de negocio, entre otros.



Los logros del Cenapyme se reflejan en la solidez de los proyectos que ha desarrollado en conjunto con los emprendedores

En el área de capacitación, se llevó a cabo diversas videoconferencias, cursos y talleres en línea; adicionalmente, en el marco del Programa de capacitación en línea (cursos autogestivos) han participado más de mil 400 personas y 360 en el Diplomado en Creación, Desarrollo y Dirección de Empresas Sociales. En el Programa de Mentoring, concluyeron 12 emprendedoras de la segunda generación y 20 de la tercera, la mayoría de los proyectos impulsados fueron de base tecnológica.

En los años recientes, hemos incubado más de 80 empresas y se ha atendido a más de 2 mil 500 emprendedores. Se ha organizado 5 ferias multidisciplinarias de emprendimiento en la FCA-UNAM, en las que han participado más de 300 proyectos en el nivel nacional; también hemos participado en más de 30 eventos de negocios y ferias de emprendimiento.

Hemos sido testigos de proyectos exitosos, entre los más recientes destaca Sazón Orgánico, un proyecto desarrollado por jóvenes universitarios de distintas carreras de la UNAM, (entre ellos un egresado de la FCA) quienes producen y comercializan sazónes hechos a base de sal orgánica con recetas gourmet. Los emprendedores obtuvieron el primer lugar nacional en la categoría supermercado en el concurso “Reto ANTAD Emprendedor”, organizado por la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales. Actualmente, comercializan sus productos en Tienda UNAM y han consolidado operaciones con cadenas comerciales al norte del país, al tiempo que incursionan en las ventas en línea a través de la plataforma Mercado Libre.

La Incubadora de Empresas FCA Social se creó en julio de 2019, y cuenta con dos proyectos en fase final de incubación en el Sistema InnovaUNAM. Un caso de éxito incubado en Cenapyme es el Centro Multidisciplinario por la Prevención que contribuye a lograr los Objetivos del Desarrollo Sostenible, pues mejora la calidad de vida de las personas que viven en condiciones de vulnerabilidad y de las mujeres que sufren violencia. Este Centro

ofrece servicios de consultoría, diagnóstico, desarrollo e implementación de proyectos en materia de prevención social de la violencia y la delincuencia con participación ciudadana, con lo que favorece en la comunidad la convivencia armónica, pacífica e inclusiva y fortalece el respeto a la diversidad cultural y la dignidad de las personas.

Lo que viene: franquicias y exportación

Actualmente, el Cenapyme trabaja en el diseño de nuevos servicios de asesoría, consultoría y capacitación en materia de franquicias y exportación, dirigidos a empresas de cualquier tamaño y sector, emprendedores, comunidad UNAM y público en general. Estamos conscientes de que para hacer frente a la pandemia por COVID-19 y sus variantes, debemos seguir activando la economía mediante la creación de nuevos proyectos con bases y estrategias sólidas al servicio de las Pyme. En el tema de franquicias, se brindará servicios de asesoría, consultoría y cursos referentes al sistema de franquicias, organismos reguladores y tipos de franquicias (tradicionales y virtuales).



En tanto, el Centro de exportaciones fomentará la cultura de la competitividad con la creación de relaciones comerciales tanto en el mercado nacional como en el internacional. Este centro apoyará y orientará a las Pyme que quieran exportar sus productos a cualquier parte del mundo. Este apoyo lo brindarán nuestros colaboradores a través de capacitación y consultoría eficientes, facilitando soluciones logísticas con una amplia gama de opciones para exportar y convenios a la medida de nuestros clientes.

Con esta amplia gama de servicios especializados al alcance de todas las personas que deseen emprender e innovar de manera responsable y sostenible, el Cenapyme refrenda su compromiso al servicio de la pequeña y mediana empresa, el emprendimiento y la cultura empresarial en el país.

Referencias

UNAM Global (2020, junio 11). *Hospital para Pymes. Facultad de Contaduría y Administración*. <https://unamglobal.unam.mx/hospital-para-pymes/>
Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa. <https://cenapyme.fca.unam.mx/>
FCAUNAM OFICIAL (canal). <https://m.youtube.com/c/FCAUNAMOFICIAL/videos>

Mtro. Francisco Martínez García

Jefe del Cenapyme
Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
fmartinez@cenapyme.fca.unam.mx

Fotografías de archivo FCA-UNAM.

InnovaUNAM Social: Incubadora de empresas de innovación social

Claudia Leticia Palancares Torres

Las oportunidades no sólo son las de mercado. En InnovaUNAM Social, se apoya a quien desee incubar un negocio que mejore el bienestar de las personas. Aquí le mostramos los pasos y requisitos que debe contemplar para añadirse a su red.

InnovaUNAM Social es una incubadora de empresas sociales que forma parte del Sistema InnovaUNAM; apoya a emprendedores y nuevos empresarios de la comunidad universitaria interesados en crear y desarrollar su empresa, fomenta el desarrollo y difusión de una cultura emprendedora para promover la generación de empleos y detonar proyectos rentables que brinden soluciones a los problemas del país.

A través de diferentes estrategias, en la incubadora se trabaja con emprendedores noveles y avanzados, acercando diversos servicios que les permiten documentar las ideas de negocio e impacto social que tienen en mente, hasta estructurar y formalizar un proyecto en marcha para asegurar su supervivencia y crecimiento en el mercado.



Incubación de empresas con impacto social

En la etapa más temprana, los emprendedores ingresan al Taller de Emprendimiento Social en el que se imparten temas como: emprendimiento ágil, diseño centrado en el usuario, modelos de negocio inclusivos, *pitch*, cambio sistémico, entre otros. A lo largo de este proceso, los participantes construyen su modelo de negocios y sus estrategias de impacto social, lo que les permite generar una propuesta de valor basada en las necesidades de su beneficiario social y de sus clientes.

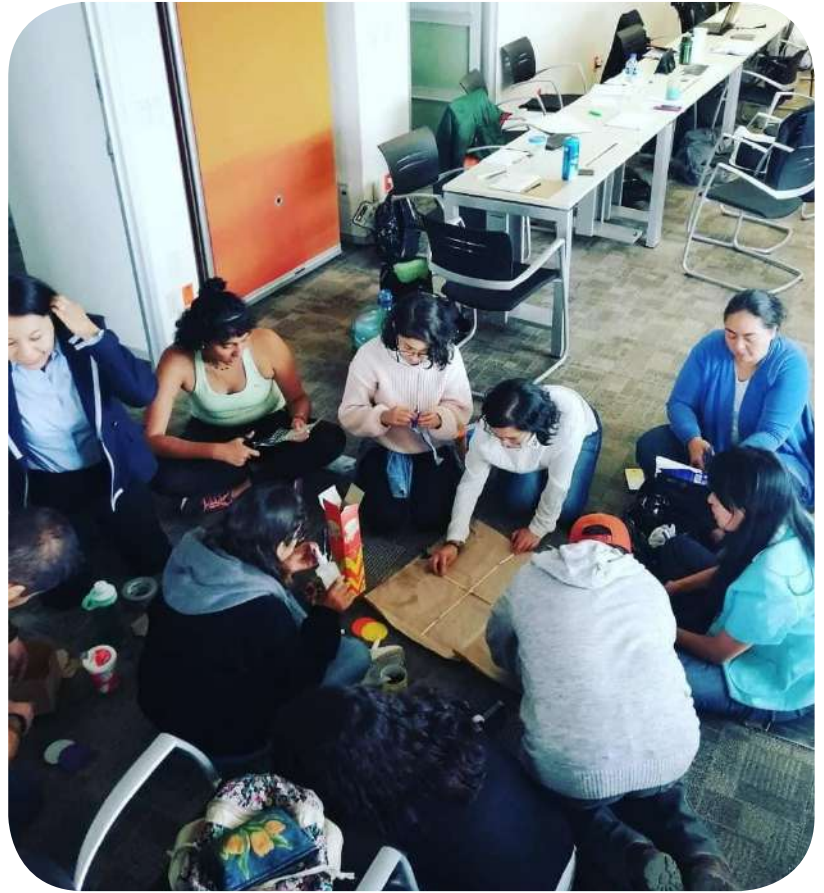
El Taller de Emprendimiento Social se oferta cada semestre y tiene una duración total de 33 horas, que se imparten a lo largo de 11 semanas vía remota. Para inscribirse, es necesario acceder a la liga de inscripción que se difunde a través de las redes sociales de la incubadora y completar un formulario de registro. Esta fase se lleva a cabo en colaboración con la Coordinación de Emprendimiento de la Dirección de Emprendimiento Universitario.

Con la finalidad de difundir la cultura del emprendimiento y la innovación social, se organiza el Programa de Capacitación para Emprendedores Sociales, en el que expertos invitados, que laboran en dependencias gubernamentales, empresas privadas y el tercer sector, comparten con la comunidad universitaria y el público en general su conocimiento y experiencia a través de conferencias y talleres sobre temáticas de actualidad.

En la siguiente fase, denominada Preincubación, se acompaña a los emprendedores para que validen su modelo de negocio y de valor social; en el caso de emprendedores avanzados que ya están operando su proyecto, se busca apoyarlos para que comprendan mejor a su cliente y beneficiario social, documenten su modelo de negocios y diseñen estrategias que les ayude a escalar su impacto social.

En esta etapa, se asesora a los emprendedores para su postulación al proceso de incubación, guiándolos en el llenado de los documentos solicitados en la Convocatoria del Sistema de Incubadoras de Empresas InnovaUNAM. Se hace énfasis en su preparación para presentar su modelo de negocios frente al Comité de Selección de Proyectos, que determina si el proyecto es viable comercial, técnica y financieramente. El trabajo se realiza de manera personalizada en sesiones semanales vía remota.

Una vez que el equipo emprendedor es aceptado en la etapa de incubación, comienza una serie de actividades que contribuirán a dar estructura y formalizar el proyecto: asesoría, consultoría, mentoría y vinculación, que conducen a incrementar sus ventas, estructurar el proyecto en términos organizacionales, legales, fiscales y operativos; además, de acercar la empresa a diversos aliados y posibles inversionistas que le impulsan para ampliar su alcance e impacto. La incubación se desarrolla en quince meses.



Para identificar el tipo de consultoría que se requiere por cada proyecto, se realiza un diagnóstico completo para identificar necesidades a corto y mediano plazo, así como áreas de oportunidad de las que el emprendedor no siempre es consciente. A partir de este ejercicio, se elabora un plan de trabajo como guía del proceso de incubación, en el que de manera enunciativa, mas no limitativa, se describe las características de la consultoría, así como los resultados esperados. Además del trabajo con consultores, los emprendedores cuentan con un mentor que les aconseja y guía, con base en su experiencia, para fortalecer el proyecto.

El equipo de la incubadora se encarga de fomentar la vinculación de los emprendimientos con aliados clave que pueden incidir positivamente en sus actividades y recursos clave, así como en su impacto social. Estos aliados pueden ser otras empresas, instancias académicas, organismos de la sociedad civil e instituciones públicas. Al concluir el proceso de incubación ya no se está en presencia de un proyecto de emprendimiento, sino de una empresa debidamente estructurada que cuenta con un plan de negocios que le marcará la hoja de ruta para generar impacto social, ambiental y económico en los siguientes años.



En la etapa de Postincubación, se cuida las relaciones entre la nueva empresa y su entorno empresarial inmediato

Una vez que la empresa cuenta con su plan de negocios y concluye la vigencia de su convenio con InnovaUNAM social, inicia la Postincubación. En esta etapa, se trabaja en la promoción y vinculación de la empresa con el ecosistema empresarial, se incentiva su participación en ferias y exposiciones para que oferten su producto o servicio a los asistentes. Desde los canales de comunicación de la incubadora y del Sistema InnovaUNAM, se les apoya en la difusión de programas de impacto social y lanzamiento de productos o servicios. Asimismo, se busca vínculos con inversionistas y organismos nacionales e internacionales que apoyan y financian proyectos sociales a través de concursos o, bien, convocatorias gubernamentales.

Durante la etapa de emprendimiento el seguimiento es colectivo, mientras que en las etapas de Preincubación, incubación y Postincubación es personalizado, con la finalidad de impulsar el avance significativo en las consultorías para alcanzar, en tiempo y forma, los objetivos fijados en el plan de trabajo.

¿Cómo iniciar el camino?

Para ser parte de la comunidad emprendedora de InnovaUNAM Social, basta con establecer contacto a través de correo electrónico o de las redes sociales, el equipo de la incubadora responderá con una propuesta de reunión vía remota, en la que el emprendedor comparte las características de su proyecto. A partir de esta entrevista, se elabora un diagnóstico para identificar la etapa de madurez del proyecto y se propone un plan de trabajo con base en las necesidades y planes del emprendedor.

Para el ingreso a incubación, es necesario apegarse a los requisitos y tiempos establecidos en la Convocatoria del Sistema de Incubadoras de Empresas InnovaUNAM, que se publica en enero y permanece vigente el resto del año. Son tres los requisitos fundamentales:

1. El representante del proyecto debe ser miembro de la comunidad universitaria en su carácter de estudiante, académico, trabajador o egresado.

2. El proyecto debe contener un fuerte componente innovador, es decir, que resuelva el problema del cliente o el problema de la sociedad de una manera nueva o significativamente diferente y mejorada de como se hace actualmente.
3. El modelo de negocio debe incluir y beneficiar a un grupo o comunidad en situación de vulnerabilidad.

Los proyectos que cumplan cabalmente con estos requisitos pueden postularse para participar en el proceso de selección —se lleva a cabo en tres ocasiones durante el año— que contempla:

- a) Entrega de una carpeta con la documentación señalada en la convocatoria.
- b) Presentación del proyecto ante un panel de expertos en emprendimiento e innovación social que evalúa y determina si es viable en términos de mercado, técnicos y financieros. También, deciden si el proyecto es apto para ingresar a incubación en InnovaUNAM Social.
- c) Notificación, por medio de una carta oficial expedida por la Coordinación del Sistema InnovaUNAM, de si el proyecto fue aceptado o no para su incubación.
- d) Formalización —en un plazo de dos meses— de un convenio de incubación para los proyectos aceptados oficialmente, que establece los derechos y obligaciones, tanto para el equipo emprendedor como para la unidad de incubación; este instrumento tiene una vigencia de quince meses.



Acompañamiento profesional y solidario

El equipo que acompaña a los emprendedores a través de las diversas fases del proceso de incubación cuenta con un perfil profesional en áreas económico administrativas y sociales, así como especialización y certificaciones en innovación social, metodologías de emprendimiento, como *Customer Discovery*, *Lean StartUp*, *Design Thinking*, *Business Model Canvas*, *Value Proposition Canvas*; experimentación de negocios, teoría de cambio, estrategias de intervención social y cambio sistémico.

A este equipo se suman, por un lado, consultores con amplia experiencia en áreas como: fiscal, derecho corporativo, finanzas, imagen corporativa, diseño web, mercadotecnia digital, comunicación y diseño organizacional. Por otro lado, mentores especialistas en temas sobre violencia de género, migración, sustentabilidad y estrategias de incidencia social. El trabajo conjunto de todos estos profesionales contribuye a la creación de empresas con fuertes cimientos empresariales y de impacto social.

InnovaUNAM Social genera impacto positivo

El año 2020 demandó a la incubadora y las empresas una gran capacidad de adaptación para lograr la permanencia frente a la crisis derivada de la pandemia por COVID-19. InnovaUNAM Social reaccionó de manera inmediata a las nuevas condiciones para llevar a cabo su misión y acompañamiento puntual a los emprendedores, adaptando sus actividades y procesos *online*, modalidad que ha continuado en 2021 y ha permitido que las empresas logren estructurar sus procesos, formalicen su operación, incrementen sus ventas y se vinculen con los aliados indicados para incrementar su impacto social.



Los proyectos de InnovaUNAM Social tienen la característica de impactar de forma positiva en la sociedad, sobre todo en grupos vulnerables

El eje de las actividades de la incubadora es promover la creación de empresas de triple impacto que contribuyan al logro de la Agenda 2030. De esta manera, las empresas sociales no sólo son una opción de autoempleo para los universitarios o una fuente de empleo para otras personas, sino que también resuelven problemas de la sociedad que afectan directamente a grupos vulnerables, mejorando su calidad de vida, reivindicando sus derechos y dignidad humana.

Las empresas sociales generan soluciones para problemáticas en aumento, como la violencia de género, que demanda soluciones viables en el corto plazo. Por ello, la incubadora apoya cada vez más a empresas cuya propuesta de valor consiste en afrontar el orden de género e impulsar la equidad por medio de: creación de fuentes de empleo para mujeres sobrevivientes de violencia; creación de espacios para que las mujeres se empoderen y tengan las mismas oportunidades de ingreso que sus homólogos masculinos; transversalizar la perspectiva de género en diferentes entornos y comunidades, así como capacitar a especialistas que trabajan con mujeres violentadas.

Los cambios en el estilo de vida de algunas comunidades, derivados de la pandemia, impulsan a que diversas actividades personales y laborales se lleven a cabo en entornos no presenciales. Esta nueva realidad fue entendida por los emprendedores sociales universitarios, que reciben la guía y acompañamiento de la incubadora social para desarrollar proyectos que aprovechan estos nuevos escenarios digitales para llevar sus soluciones innovadoras a clientes y beneficiarios sociales. En el año 2021, la incubadora ha impulsado la creación de empresas sociales que, con miras al futuro, apuestan por escalar su impacto apoyadas en las tecnologías de la comunicación e información.

No obstante, las problemáticas sociales son diversas y complejas, de ahí que las empresas incubadas en In-

novaUNAM Social planteen soluciones en torno a: promoción de la reforestación de áreas naturales; inserción laboral, en una empresa de productos cosméticos, de mujeres extrabajadoras sexuales; empoderamiento de la mujer en cuanto a su salud reproductiva y el cuidado del ambiente con la fabricación y comercialización de productos de higiene femenina ecológicos; promoción del derecho a lo no discriminación de las personas LGBT+; inclusión de personas con discapacidad en espacios de recreación; profesionalización de músicos regionales; impulso al desarrollo rural a través de viajes culturales; oportunidades laborales para personas migrantes y adultos mayores; disminución del índice de prisionalización en personas privadas de la libertad, y la prevención del suicidio en jóvenes.

La labor y el impacto positivo de las empresas incubadas en InnovaUNAM Social es reconocida por diversas instituciones que promueven el emprendimiento social, como el premio Mujeres de Cambio organizado por Citibanamex, Promujer, Disruptivo.TV y Socialab México. La empresa incubada Proud Clinic ganó el primer lugar en la categoría Salud y bienestar de Mujeres Resolviendo la Desigualdad Social, con un premio de 120 mil pesos en capital semilla; mientras que la empresa Lady Meche, también egresada de esta incubadora, fue reconocida con los Premios UVM por el desarrollo social 2017 y el premio CEMEX TEC 2018.

Un caso relevante es la empresa social de biotecnología, Húmica, que se dedica a promover la agricultura regenerativa como vía para restaurar la salud de los suelos y capturar carbono para contribuir a la disminución del cambio climático. Esta organización conjunta el uso de la biotecnología con el apoyo a pequeños productores agrícolas, al transferirles conocimientos que les permiten mejorar su producción.

Húmica también comercializa en el nivel nacional los productos derivados de esta agricultura regenerativa y ha iniciado con la exportación a Canadá, brindando a los pequeños productores canales de comercialización en los que se mantienen precios justos. Durante su incubación, la empresa exploró diversas aplicaciones de la biotecnología para generar impacto social y ambiental, hasta llegar al modelo de negocio y de valor social que la ha

llevado a ser una de las diez finalistas del TFF Challenge 2021, el desafío de innovación más grande y diverso del mundo dedicado a la transformación de los sistemas alimentarios y en el que participaron más de mil 400 equipos de alta calidad de 120 países. Posicionarse entre las diez mejores empresas del mundo, les ha permitido a los emprendedores acceder a un programa de aceleración de tres meses, así como la oportunidad de presentarse frente a inversores y líderes de la industria alimentaria.

Estas iniciativas creadas por universitarias y universitarios innovadores, que emplean a favor de la sociedad el conocimiento y sensibilidad adquiridos en su formación, aportan soluciones novedosas con impacto social, son muestra del papel fundamental que juega la Universidad en la creación y fortalecimiento de empresas; además, impulsan el crecimiento económico, contribuyen a la resolución de grandes problemas sociales y ambientales que aquejan al país, al tiempo que coadyuvan a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Lic. Claudia Leticia Palancares Torres

Coordinadora de la Incubadora de Empresas

InnovaUNAM Social

Dirección de Emprendimiento Universitario, UNAM

claudiapalancares@unam.mx

Fotografías cortesía de InnovaUNAM Social.

InnovaUNAM

Unidad Artes y Diseño

Alma Martínez Cruz

La sede InnovaUNAM de la FAD se ha planteado la misión de acompañar a quienes ya tienen una certeza respecto del negocio que desean emprender. Sus profesores, especialistas en diversas disciplinas, son actores primordiales en el cumplimiento de este objetivo.

La Facultad de Artes y Diseño (FAD) de la Universidad Nacional Autónoma de México imparte las licenciaturas en Arte y Diseño, Diseño y Comunicación Visual y Artes Visuales. Además, desde mediados del año 2014, administra la Licenciatura en Cinematografía impartida por el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos de la Máxima Casa de Estudios.

Diversos y numerosos trabajos producidos por sus estudiantes y académicos han sido reconocidos en el nivel nacional e internacional por la calidad de producción e impacto social que generan. La Facultad es heredera de más de dos siglos de historia de la Academia de San Carlos, en sus aulas se han forjado como estudiantes o catedráticos, grandes artistas mexicanos como Diego Rivera, David Alfaro Siqueiros, Rufino Tamayo, Francisco Eppens Helguera, Julio Ruelas, Leopoldo Méndez, Nicolás Moreno y Luis Nishizawa, entre otros.

Por sus pasillos, desfila un sinnúmero de personas creativas que, además de poner en práctica técnicas de expresión social y cultural, también están interesadas en desarrollar proyectos de servicios profesionales y culturales, ya sea para brindar servicios relacionados con conocimientos amparados por títulos universitarios o bien para la producción, reproducción, promoción, difusión y/o comercialización de bienes, servicios y actividades con contenido cultural o artístico.

Por ello, la FAD busca fortalecer la creación de organizaciones y el desarrollo de proyectos entre su comunidad al incorporar un departamento de InnovaUNAM a su oferta, tanto para estudiantes, como para académicos y trabajadores. Además, administra una bolsa de trabajo y crea vínculos con otras organizaciones para proporcionar a sus estudiantes los servicios de orientación y vinculación profesional y laboral a través de prácticas profesionales.

La Facultad tiene una visión integral basada en conceptos y herramientas acorde con las nuevas dinámicas empresariales, integra mecanismos y herramientas presenciales y virtuales para ofrecer información concreta, atender y acompañar a su comunidad en los procesos de preincubación e incubación en el sistema InnovaUNAM, mientras que en la Bolsa de Trabajo y en las Prácticas Profesionales se fortalecen vínculos permanentes con empresas e instituciones.



Su objetivo: formar profesionista y emprendedores culturales

Alineándose al objetivo general de InnovaUNAM, en la FAD se identifica y capacita a personas y grupos de la comunidad universitaria, especialmente del área del Arte o del Diseño, que ya cuentan con ideas sólidas que puedan ser transferidas al mercado, ya sea personal académico o investigadores, estudiantes o egresados y trabajadores de la UNAM que tienen un gran interés en desarrollar proyectos empresariales y convertirse en emprendedores.

El objetivo general de su bolsa de trabajo es poner en contacto al estudiantado con los oferentes de empleo para facilitar su incorporación al mercado laboral, en las condiciones que mejor convenga a las necesidades de los universitarios y de las empresas e instituciones. El arte y el diseño son áreas que generan ventaja competitiva a las organizaciones, al incorporar profesionales de estas disciplinas en los procesos productivos, rentabiliza, genera valor y posiciona a las marcas dentro de los mercados a partir de su diferenciación de los competidores.

En cuanto al objetivo general de las prácticas profesionales, consiste en ofrecer al estudiantado de los últimos semestres y de recién egreso la oportunidad de tener un primer acercamiento profesional para realizar actividades temporales apegadas a los diversos perfiles, a fin de aplicar los conocimientos teórico-prácticos de su formación, en un proyecto o área específica de alguna institución pública o privada. La figura de becario, *training*, pasantía, voluntariado, estancias, entre otras, también aplican en este rubro, pues se busca que estudiantes y egresados tengan experiencias profesionales reales antes de egresar.



¿Cómo lo hacen?

El departamento de InnovaUNAM, Bolsa de Trabajo y Prácticas Profesionales se vinculan con empresas a través de la publicación de sus vacantes, que se difunden en medios oficiales. También cuentan con una red de aliados estratégicos: egresados, docentes, investigadores y estudiantes de la Facultad o de otras áreas del medio profesional para coordinar conferencias, cursos, talleres y diversos eventos para el intercambio de experiencias en el emprendimiento, innovación, *branding*, liderazgo, negociación, inversión en arte, aspectos legales, sustentabilidad, proyectos con artesanos, medios digitales, etcétera.

Para que una empresa o institución publique sus vacantes en la bolsa de trabajo o quiera reclutar estudiantes para que realicen prácticas profesionales, debe enviar una serie de datos, enlistados en la Figura 1.

Figura 1. Datos que se recaban de una empresa para iniciar el vínculo con la FAD



Posteriormente, se genera un cartel promocional que se difunde entre la comunidad, y quienes estén interesados se comunicarán con las empresas para solicitar una entrevista, enviar su *curriculum vitae* y *book* de trabajo. Las empresas decidirán a quién entrevistan y contratan. En caso de cubrir alguna de las vacantes de trabajo, es muy importante que la empresa se lo comunique a la FAD y ésta pueda registrar en sus sistemas, únicamente con fines estadísticos, el nombre y número de cuenta UNAM-FAD de la persona seleccionada.

La comunicación entre las empresas y la oficina de InnovaUNAM de la FAD tiene procesos muy definidos para garantizar su funcionamiento

En el caso de prácticas profesionales, el departamento encargado extiende una carta de presentación del alumno, si así lo requieren las empresas o instituciones. Al aceptar a algún candidato, las organizaciones deberán enviar por correo electrónico una carta que así lo señale y otra carta cuando finalicen las 240 horas de servicio –un periodo de tres meses aproximadamente– con opción a extenderse. Las cartas se podrán descargar del sitio web <http://www.fad.unam.mx/InnovaFAD/formatos.php> y el estudiante o recién egresado deberá enviarla escaneada en formato PDF a bolsaypracticas@fad.unam.mx

Para gestionar un convenio de colaboración, el proceso consiste en enviar a la persona responsable de InnovaUNAM en la FAD, de manera escrita, el interés y propósito y extender una copia al Dr. Gerardo García Luna Martínez, director de la Facultad de Artes y Diseño.

Posteriormente, se le hará llegar la respuesta a la que se incorpora un convenio muestra para que pueda revisarlo la unidad jurídica de la institución interesada y se lleguen a acuerdos. Entre algunos elementos importantes a considerar, están los siguientes:

- Beneficio económico para los estudiantes
- Seguro médico en caso de que sean recién egresados
- Aportar a la Facultad algún taller, curso, capacitación, organización de evento o actividad para beneficio de la comunidad

Al llegar a los acuerdos y revisión del documento de convenio con la Unidad Jurídica de

la Facultad, será enviado a la Unidad Jurídica de la UNAM para autorización y, finalmente, envían la documentación para las firmas de la empresa o institución, a la que se le requerirá Registro Federal de Causantes y copia del acta constitutiva, así como la credencial para votar del representante legal.

Para solicitud de conferencias, cursos, talleres o difusión de alguno de los eventos que otras entidades y dependencias de la UNAM, así como de instituciones y empresas externas, se debe enviar por correo los detalles del interés, propósito y en caso de difusión de evento o actividad, una descripción. Posteriormente, se agenda una cita virtual o presencial para revisar detalles. Al ser un área de vinculación, los honorarios y condiciones para cursos y talleres se realizarán de manera conjunta con los aliados. Cabe destacar, que algunas conferencias y otras actividades son gratuitas.



Recurso clave: su plantilla académica

En la Facultad de Arte y Diseño, hay profesionales de las áreas con estudios de licenciatura, maestría y doctorado en cada una de las carreras que ofrece:

- **Diseño y Comunicación Visual.** Son productores visuales en equipos de trabajo multidisciplinares que contribuyen al desarrollo de la cultura y la comunicación visual. Sus áreas de profundización son: edición gráfica, iconicidad y entornos, gráfica e ilustración, medios audiovisuales e hipermedia.
- **Artes Visuales.** Se dedican a estructurar y proponer, de manera intencionada, crítica y creativa, proyectos de investigación-producción de obra artística, individuales o colectivas. Las áreas de profundización son: dibujo, escultura, estampa, fotografía, pintura.

- **Arte y Diseño.** Los profesionistas de esta área visualizan, integran y apoyan la instalación de proyectos de curaduría y museografía de arte y diseño. Participan en el desarrollo técnico de la producción visual de objetos y de expresión artística, mediante el uso de herramientas tradicionales y digitales.
- **Posgrado en Artes y Diseño.** Maestros en Artes Visuales, Cine Documental, Diseño y Comunicación Visual, Docencia y Doctorado en Artes y Diseño.

También se cuenta con aliados de la Escuela Nacional de Artes Cinematográficas, de la Facultad de Contaduría y Administración, de la Facultad de Derecho, la Facultad de Economía, el Instituto de Investigación en Materiales, Facultad de Química y la Facultad de Ciencias y de la Incubadora de empresas de la Red del Sistema de InnovaUNAM.

Emprendedores orgullosamente FAD

Entre algunos ejemplos de proyectos desarrollados con estos esquemas de vinculación, se tiene los siguientes.

Hyperlocal. Un grupo de alumnos y docentes de la FAD, junto con la Agencia de Estudios de Mercado TrensLab con colaboración de la empresa Levi's, realizaron una investigación acerca de las costumbres de los habitantes de la Ciudad de México, y mostraron de manera gráfica cómo les darían identidad a cuatro colonias de la ciudad: Doctores, Tlalpan, Santa María la Ribera y Narvarte. La exposición se montó en el Piso 11 del edificio UNAM en Tlatelolco.



El vínculo social generado entre la FAD y los emprendedores se ha fortalecido por la investigación teórica que hay detrás

La idea central de Hyperlocal fue mostrar la correlación de los espacios con la gente que vive ahí. Trends Lab es un centro enfocado a identificar tendencias, así que se vinculó a la FAD para dar un taller basado en metodologías socio-antropológicas. Así surgieron varias iconografías que muestran la vida y las costumbres de varias colonias de la ciudad. Este proyecto fue relevante debido a la gran respuesta del público, además de la grata experiencia de vinculación entre estudiantes, académicos y empresas privadas que atrajo la atención de los medios nacionales.

Tenangos/UNAM. Se trata de un grupo multidisciplinar de la UNAM, liderado por la FAD, que realizó un proyecto productivo de carácter social junto con artesanos de la comunidad de Tenango de Doria, Hidalgo, donde se realizaron diversos diseños con textiles, uniendo tradición, diseño e innovación en el desarrollo de un plan de negocios para una línea de cinco productos. La vinculación traspasó las instalaciones de la FAD, pues en el proyecto participaron estudiantes de Diseño Industrial, Administración, Diseño y Comunicación Visual, así como Artes y Diseño de la UNAM.

Escaparates. El diplomado de Diseño de Escaparates de la FAD, durante varios años, ha tenido como proyecto final desarrollar el diseño y montaje de escaparates de locales comerciales de diversos giros, como marcas de ropa, galerías de arte y mobiliario.

Emprendedores. La incubadora de empresas InnovaUNAM de la FAD ha apoyado a proyectos de artistas y diseñadores como agencias de fotografía comercial, diseño de mobiliario, accesorios de moda y decorativos, diseño de

calzado, joyería, edición de libros, talleres de impresión, cosmética natural y obras de arte.

Algunos proyectos que resaltan la diversidad que ha tenido la incubadora de la FAD son: Lorena Berger, empresa de diseño de accesorios de moda y decorativos con elementos gráficos prehispánicos, y EstudioTRES60, empresa dedicada al diseño publicitario e impresión.

Bajo el panorama actual, dominado por la crisis sanitaria derivada de la pandemia COVID-19, en la FAD están impulsando nuevas estrategias que apoyen a que los emprendedores enfrenten los retos y se adapten a las nuevas condiciones. Tal es el caso de SALTA Calzado, una empresa de la diseñadora industrial Ailil Cortés y la diseñadora de la comunicación visual Saide Ramírez, que ofrece una variedad de productos de calzado para practicar ballet, deportes de piso o yoga, con diversos diseños, de gran calidad y por sus características compiten con los productos extranjeros.

A raíz del cierre de escuelas y centros de deportes, además del paro de proveedores que también se vieron afectados al no poder distribuir y mantener los precios de los insumos, SALTA Calzado disminuyó considerablemente sus ventas. No obstante, las emprendedoras vieron la oportunidad de diversificar sus productos y ofrecer cubrebocas, pues contaban con la maquinaria, la experiencia de patronaje y los materiales; con ello, han logrado diversificar su línea de productos que ofrecen a través de canales como las plataformas digitales.

Sebastián Lazos es otro caso de resiliencia. Es un artista plástico, que a través de las temáticas que aborda en su obra ha logrado colocarse en el mercado del arte, ya que sus obras las adquiere el gremio de la salud, el científico y tecnológico, y ha podido exponer en diversos recintos como la Cámara de Diputados. El estallido de la pandemia en 2020 y los acontecimientos derivados, han dado múltiples temas de inspiración para su obra, y más compradores tanto de obra directa, como del licenciamiento de sus imágenes en revistas científicas o de medicina.

En tiempos recientes, las empresas están replanteando su relación con el arte y con el diseño ante la creciente proyección creativa en las áreas de la imagen corporativa, la mercadotecnia digital y, sobre todo, el arte como diferenciador, acorde con las nuevas necesidades económicas de nuestro tiempo.

Los ecosistemas productivos están considerando a la disciplina del diseño y del arte como un ente cada vez más necesario para generar ventajas competitivas en sus organizaciones; sin embargo, hace falta una interacción más estrecha, ya que existen muchas otras prácticas que, las empresas y el imaginario colectivo aún no ven con claridad, pero es posible observar su aporte y su trascendencia en el desarrollo de económico, social y cultural de nuestro país.

Estimados emprendedores, si están interesados en iniciar un vínculo con el arte, la cultura y el diseño, entren en contacto con InnovaUNAM Unidad Artes y Diseño a través de su página web (<https://fad.unam.mx/innovaunam/>) y Facebook oficial (<https://www.facebook.com/Innovaunam.fad>) o, bien, a través de los correos electrónicos: innova@fad.unam.mx; bolsaypracticas@fad.unam.mx.

Mtra. Alma Martínez Cruz

InnovaUNAM Unidad de Artes y Diseño
Facultad de Artes y Diseño, UNAM
amartinezc@fad.unam.mx

Fotografías cortesía de la FAD, UNAM.

New England: a hub for education, innovation, and entrepreneurship

Héctor Zavala Guzmán

UNAM's representation office in Boston is a vantage point for its student and academic community to strengthen knowledge ties over all the New England zone. Innova UNAM are important participants in the promotion of entrepreneurship and innovation.

The fourth goal of sustainable development of United Nations mentions that "Education enables upward socioeconomic mobility and is a key to escaping poverty"

Nowadays, New England is considered the mecca of higher education since many of the top universities worldwide are in that region of the United States of America, including half of Ivy Leagues - the term refers to the eight schools of a group of elite universities with connotations of academic excellence, selectivity in admissions and social elitism.

Due to the conglomeration of these higher education institutions with exceptional standards of excellence, brilliant minds from all over gather in this corner of the world to build intercultural teams. Many of these individuals address their efforts in the field of innovation and entrepreneurship, combining academic and empirical knowledge and experience, which has earned the region to be known as the Silicon Valley of the East Coast.

New England / Boston at glance

New England is a region in the northeast of the United States comprising six States: Connecticut, Maine, Massachusetts, New Hampshire, Rhode Island, and Vermont. For the purpose of this article, I will focus on the State of Massachusetts, particularly on the City of Boston. Being the official capital of Massachusetts, and the most populated city of the whole New England, Boston is frequently considered as the economic and cultural center of the region, and it is one of the oldest cities in the entire country.

New England is globally known for its academic environment, and Boston is not an exception as it is the house of more than 40 colleges and universities that enroll over 150,000



undergrad and graduate students. Among the prestigious higher education institutions based in Greater Boston, Harvard University and the Massachusetts Institute of Technology stand out and are constantly included in the top 5 of the world's best universities in the international rankings, with 161 and 97 Nobel Prize winners, respectively, among their faculty and alumni communities.



Innovation ecosystems

According to MassChallenge –non-profit organization dedicated to supporting innovation and entrepreneurship, with more than a decade of experience accelerating startups, industry, and innovation ecosystems–, an innovation ecosystem “is the term used to describe the various players, stakeholders, and community members that are critical for innovation. It includes universities, government, corporations, startup accelerators, venture capitalists, private investors, foundations, entrepreneurs, mentors, and the media”.

Aleyda Villavicencio (2020), Project Leader of the Innovation Ecosystem Development Program at Harvard School of Public Health, insists that in these ecosystems, individuals with original business ideas are involved, and quite often these ideas are the result of an academic research or are even incubated in the universities. The creators of the ideas join efforts with other individuals with diverse capabilities to implement those ideas, and that is how a new technological company is created: a startup.

Boston innovation ecosystem

The Greater Boston area has one of the most developed innovation ecosystems where conditions are ideal for graduate students and young professionals to come together and transform original ideas into real companies, particularly in the tech sector and, more specific, in the biotech and medical spheres. One of the reasons that enables startups to flourish in this region is the high number of business incubators and accelerators that provide support to promising initiatives. Having said that, I consider it to be relevant to describe the differences between these two concepts.

Dr. Ramón Sánchez Piña, a Mexican scholar and researcher at Harvard University, tells us that the incubator is involved since the person comes up with the idea until he or she completes a business plan, gathers a working team, and reaches a functional prototype. A business accelerator comes later, and it aims to help the company to develop its value chains/suppliers, its clients and get funding from groups of risk capital. In summary, the accelerator helps the company to be consolidated, to be able to make profit on its own, and to begin the expansion process together with a list of investing groups (Sánchez, 2021).

Several local universities have their own incubators and accelerators which make it even more accessible for students to combine academic training with empirical experience in the field of entrepreneurship. Therefore, once they finish school, they may have already created their first startup and, not rarely, partnered with professors and mentors.



Moreover, besides these business incubators and accelerators, in Boston there are several organizations, both public and private, with very comprehensive programs of training in innovation and entrepreneurship targeted to students and young professionals to motivate them to think outside of the box and become the CEOs of their own startups – you can find in Founder Institute, 2019, a list of some of Boston’s top incubators, accelerators and startup programs that contribute to the local Innovation Ecosystem-. A good example of these organizations is TrepCamp, founded in 2013 as part of the Mexico-US Entrepreneurship and Innovation Council. TrepCamp is a training academy in entrepreneurial creativity, leadership, and innovation, with the main purpose of preparing aspiring entrepreneurs to acquire the knowledge and to strengthen their competencies as they embark on their entrepreneurial journey (TrepCamp, 2021).

Arturo Zavala, a student of Mechanical Engineering at the National Autonomous University of Mexico who attended the TrepCamp program at Boston University in summer 2018, shares that his 3-week experience was a mind-changing one as he was able to orient the knowledge learnt at the University towards an innovative business idea that could bring social change to his community. To him, it was challenging, yet inspiring, to team up with people with different training, enhancing in brainstorming discussions to eventually reach a shared business idea and presenting it in a final pitch to the mentors of the program. Arturo’s final remarks were: “my TrepCamp experience enabled me to learn how to better connect with others based on listening to my peers. Networking is something everyone should do on a daily basis as the interaction among people is what grants happiness” (Zavala, 2018).



Innovation and entrepreneurship programs are characterized by their dynamism for students to found their own startups

Furthermore, several countries have decided to open consulates in the area, paying particular attention in appointing science attachés as a public diplomacy strategy to manage their foreign policies (Ittelson & Mauduit, 2019). This way, foreign governments engage with the local environment by bringing students, researchers, or startups, and, on the other hand, they invite domestic Bostonian actors to travel to their countries to replicate best practices in their universities, think tanks, incubators, and other organizations. This is a wise way to use the soft power - it refers to the ability of a country to persuade others to do what it wants without force or coercion (Nye, 2004)- to, ideally, work towards a more harmonious international community by building bridges of friendship and mutual understanding among peoples.

Some reflections

There is no doubt that Boston has an ideal innovation and academic ecosystem where students, scholars, and entrepreneurs from all over would like to be, as they can find there are limitless resources to carry out their research, do networking to find partners to start a startup or coauthors of academic papers, among many other motivations.

In 2018, the National Autonomous University of Mexico (UNAM) opened its first representation office in the northeast of the United States. Hosted at the University of Massachusetts Boston, this office is part of UNAM’s internationalization strategy joining other 12 representations in 9 countries around the world. Known as the Center for Mexican Studies

UNAM-Boston, it aims to build and strengthen connections with institutions in New England so that UNAM students and scholars can collaborate in joint projects with their peers in New England.

In Mexico, UNAM, one of the best universities in the Spanish-speaking world and the best one in Mexico, promotes entrepreneurship and innovation. Just to mention a couple of examples, there is the Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa (Cenapym), the Innova UNAM Program, and more than 10 incubators only within the University. Thus, everyone who has the passion to innovate and become an entrepreneur should follow his dream and take advantage of the huge number of resources that are available in Mexico, Boston, and other parts of the world. As Jack Ma, Co-founder Alibaba Group, one of the world's largest e-commerce businesses, says "As entrepreneurs, if you're not optimistic, you're in trouble. So, the people I choose, they have to be optimistic"

Referencias

- Founder Institute (2019, July 02). Boston's Top Accelerators, Incubators, and Startup Programs. <https://fi.co/insight/boston-s-top-accelerators-incubators-and-startup-programs>
- MassChallenge. (2021, August 31). The Innovation Ecosystem. <https://masschallenge.org/article/startup-innovation-ecosystem-explained>
- TrepCamp (2021). The history of TrepCamp. <https://www.trecamp.org/about-us-1>
- United Nations (n.d.). Sustainable Development Goals. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/education/>
- Villavicencio, A. (2020, January 17). Formación de Ecosistemas de Innovación. Su impacto en la creación de empresas tecnológicas y sostenibles [Ponencia] Invierno Puma 2020 UNAM Boston.
- Wikipedia (2021a, August 31). List of Nobel laureates affiliated with Harvard University. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Nobel_laureates_affiliated_with_Harvard_University
- Wikipedia (2021b, August 31). List of Nobel laureates affiliated with Massachusetts Institute of Technology. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Nobel_laureates_affiliated_with_Massachusetts_Institute_of_Technology
- Zavala, A. (2018, September 10). My TrepCamp experience. (H. Zavala, Interviewer)

Mtro. Héctor Zavala Guzmán

Center for Mexican Studies UNAM-Boston
 hector.zavala@boston.unam.mx

Fotografías cortesía de UNAM, Boston.

El momento emprendedor universitario desde la FCA de la UACH

Carlos Héctor Espino Enríquez

El Centro de Negocios FCA-UACH es un puente entre los gobiernos y las empresas, erigido desde el sector universitario. Entre sus destacados logros, está el de la disminución de la tasa de mortandad en los nuevos negocios.

La Universidad Autónoma de Chihuahua, a través de la Facultad de Contaduría y Administración, puso en marcha el 17 de febrero del 2005 el Centro de Negocios FCA-UACH, con la finalidad de apoyar a la comunidad en las áreas de administración, finanzas, contabilidad y mercadotecnia. Inició operaciones con el centro de asesoría y consultoría, el centro de investigación y el programa *La universidad va a tu empresa*.

El Centro mantiene y refuerza, ante la coyuntura actual, su enfoque de servicio con sentido social al brindar asesoría, capacitación y diagnósticos empresariales para que se desarrolle la actividad emprendedora, así como las empresas micro, pequeñas y medianas (Mipyme) de la ciudad de Chihuahua.

La Universidad Autónoma de Chihuahua es la institución académica con mayor población estudiantil en el estado, su matrícula es de más de 30 mil alumnos, por lo que el emprendimiento universitario es una opción de desarrollo personal y profesional para los egresados, así como de autoempleo. Las condiciones de empleo actuales no permiten una pronta incorporación de los egresados al mercado laboral, por lo que el emprendimiento que impulsa la Universidad es una vía efectiva.

El punto de partida son los datos del Inegi (2015), que muestran el papel fundamental que tienen las Mipyme en la economía, pues constituyen 98% de las unidades económicas del país, generan 52% del Producto Interno Bruto y 77.1% del empleo nacional. Estos datos muestran la importancia de crear esquemas que les permitan consolidarse para incrementar las posibilidades de lograr el desarrollo económico local, a partir del aprovechamiento de las vocaciones regionales.





Desde el Centro de Negocios se ha generado alianzas con los actores e instituciones en los tres órdenes de gobierno, instituciones financieras, comunidades de emprendimiento, etcétera, que inciden de manera positiva en el ecosistema emprendedor, no sólo universitario, sino que también en el estado de Chihuahua. De esta forma, se ha logrado vincular a la academia, el gobierno y la iniciativa privada, lo que permite en la actualidad contar con un ecosistema emprendedor fortalecido que genera empresas con una mayor esperanza de vida.

Los factores que se derivan de la colaboración de la triple hélice (Leydesdorff, 2012) fortalecen el ecosistema. Entre ellos, están la universidad abierta a empresas, gobierno, instituciones financieras, eventos de divulgación del esquema y apoyo, redes, mentores, comunidades especializadas, consumidores; pero, sobre todo, capital humano dispuesto a compartir y una contraparte que aprende con tolerancia al fracaso. Estas experiencias en Chihuahua han generado un entorno factible para el desarrollo emprendedor.

El modelo desarrollado es resultado del aprendizaje, investigación y participación en diversas misiones de exploración a ecosistemas desarrollados. Las buenas prácticas de los modelos Boston-Cambridge, Silicon Valley, Bogotá/Medellín y Zaragoza en España han permitido la construcción del ecosistema de Chihuahua. Gran parte del éxito se debe al aprovechamiento de las especialidades y recursos de los elementos que conforman estos ecosistemas y su integración para lograr los objetivos comunes, evitar los esfuerzos aislados y sobre todo las acciones que no coinciden con sus capacidades y característica endógenas.

En este modelo, se considera opiniones como la de Oppenheimer (2014): "El entorno crea a los genios y no al revés", o la de Steiner (2000), quien plantea: "la idea del genio solitario es tan solo un mito", es decir, los grandes resultados no son chispazos de genialidad en medio de la nada, sino el resultado de mentes creativas que se nutren entre sí, en lugares vibrantes con energía creadora y personas con valores y objetivos comunes.



Así, es necesario dar paso a un movimiento en el que se hable el mismo idioma. Para que se desarrolle el ecosistema emprendedor y empresarial, es importante no depender únicamente del gobierno ni de los incentivos o de la infraestructura, sino de la integración de un todo que atraiga mentes creativas que generen un movimiento social. Esto es justamente lo que ha hecho la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Autónoma de Chihuahua: convertirse en la piedra angular del desarrollo económico regional y generar un impacto social positivo en la comunidad.

La FCA-UACH busca la autonomía de los proyectos de emprendimiento, y considera primordial la suma de talento enfocado al bienestar social

La tasa de actividad emprendedora de nuestro país se encuentra en un periodo de descenso sostenido, de acuerdo con Bosma y otros (2019), desde la perspectiva de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), que mide las iniciativas empresariales de entre 0 y 3.5 años en el mercado sobre la población de 18-64 años de un país. En el caso de América Latina y el Caribe, la TEA media se situó en 2019 en 23.9%; en tanto que tres países presentaron una TEA superior a la media de la región (Ecuador, 36.2%; Chile, 36.7% y Guatemala, 25.1%). Por debajo del promedio, se sitúan Colombia (22.3%), Panamá (22.7%), Brasil (23.3%), Puerto Rico (13.4%) y México (13%). Este último observa un descenso importante respecto de periodos anteriores.

Por su parte, el reporte de StartupBlink (2019) considera que son cuatro países los que lideran el mundo de los modelos de negocios de reciente creación (*startups*): Estados Unidos de América, Reino Unido, Canadá e Israel. Respecto de los países de Latinoamérica, Chile se ubica en la posición 30 y México en el lugar 32, con cinco ciudades destacadas, Chihuahua se ubica en el cuarto lugar.

Con base en datos del Inegi (2014), en el estado de Chihuahua en los cinco años previos, hubo más nacimientos que “muertes” empresariales. En contraparte, al utilizar el parámetro de 10 años de apertura, únicamente sobreviven 15 de cada 100 negocios. Sin duda, la mortandad empresarial de 85% es un foco rojo que plantea la necesidad de fortalecer el ecosistema emprendedor.

En el Centro de Negocios FCA-UACH, ha sido posible revertir este hito, pues se ha logrado una mortandad empresarial menor a 15%, al tomar en cuenta las vocaciones regionales y el capital humano disponible. El éxito se atribuye a un proceso de desarrollo articulado que comienza en la Incubadora del Centro de Negocios FCA UACH, que atiende sin discriminar a quienes cuentan únicamente con una idea en su fase inicial o a quienes tienen un negocio operando en etapa temprana, con la finalidad de que se formalice y consolide en el mercado.

El proceso se lleva a cabo en cuatro etapas, a la par de un programa de capacitación y asesoría para el desarrollo y validación de su modelo y plan de negocios, además de la vinculación para obtener apoyos y financiamiento. A la fecha, han sido atendidos 461

proyectos, de los que se han puesto en marcha 190 empresas; 94 de ellos formados por alumnos de la Facultad, con porcentaje de mortandad menor a 15 por ciento.

Posteriormente, se da seguimiento a las empresas incubadas por medio del programa *La Universidad va a tu empresa* que también convoca a empresarios externos dueños de Mipyme para detectar posibles problemas, de la mano de un grupo integrado por dos alumnos y dos maestros. Este seguimiento permite detectar áreas de mejora y diseñar un plan de trabajo para aprovechar las oportunidades y eliminar las debilidades, así como sesiones de consultoría. De 2016 a la fecha se ha atendido 166 unidades económicas.

También se cuenta con programas de fortalecimiento como el Módulo del SAT. Se trata de una brigada de 10 alumnos de servicio social liderados por un profesor con experiencia y conocimientos para brindar asesoría fiscal. Es una iniciativa que se realiza en conjunto con el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y permanece abierto al público por espacio de un mes, apoyando al contribuyente para que realice su declaración anual. Del año 2017 al 2019, brindó atención a 804 contribuyentes. Asimismo, en colaboración con el SAT se puso en marcha un módulo permanente que brinda atención y asesoría a todos los contribuyentes que tributan en el Régimen de Incorporación Fiscal.



Las TIC han sido un aliado en el trabajo de la FCA-UACH para asesorar a las empresas durante la pandemia actual

En cuanto a las actividades de vinculación que realiza el Centro, año con año se lleva a cabo el Foro Emprendedor FCA-UACH, que tiene por objetivo: fomentar una cultura empresarial e incentivar el espíritu emprendedor en las nuevas generaciones mediante el acercamiento de personas e instituciones involucradas en el ecosistema emprendedor global. Este foro ha contado con la presencia de importantes conferencistas de Silicon Valley, Nueva York, Bogotá, España, Perú, Chile, y Ciudad de México, Baja California e Hidalgo en México. En el marco del evento anual, se ha logrado alianzas para el desarrollo emprendedor con programas como las sesiones de Fuc-kup Nights, Emprendedores anónimos y la metodología StartUp Essencials.

El Centro ofrece un curso de negocios para niños, y en cada proceso participan 25 niños de entre 6 y 12 años de edad, quienes desarrollan una idea de negocios y la transforman en un producto terminado. Al final de cada edición se lleva a cabo una Feria del emprendedor en la que los niños participantes venden sus productos.

En cuanto a la crisis sanitaria por la pandemia ocasionada por el virus SARS-coV-2, y con la finalidad de fortalecer a las empresas durante esta contingencia de salud, se puso en marcha el programa Conta para tu empresa, que consiste en brindar asesoría especializada en las áreas económico-administrativas por medio de la aplicación del conocimiento y la experiencia del cuerpo docente de la Facultad, que responde a las dudas y requerimientos de las Mipyme en las áreas de: mercado, administración, finanzas, operaciones, recursos humanos, jurídica, fiscal, entre otras.

Por su parte, y en la difusión del quehacer emprendedor, actualmente opera un programa denominado Podcast Conta para tu Empresa, cuya finalidad es vincular a la FCA-UACH con el sector productivo. Por medio de entrevistas, el cuerpo docente, así como expertos externos que colaboran con la Facultad, comparten sus conocimientos y experiencias. El público objetivo son los

alumnos, emprendedores y dueños de Mipyme, quienes quincenalmente se conectan a la plataformas digitales de Spotify y YouTube. A la fecha, se ha realizado 30 programas.

Todos estos esfuerzos han permitido conformar un ecosistema emprendedor desde la academia y el quehacer universitario, que abre paso al desarrollo económico y social de Chihuahua, esto permite que emprendimientos tanto sociales como tradicionales lleguen a la Incubadora del Centro de Negocios FCA-UACH.



Un caso de éxito incubado desde el esquema operado por la FCA-UACH es la empresa KUSÁ. Cecilia Bolado, una mujer mestiza próxima a jubilarse, egresada de la maestría en Administración, junto con tres jóvenes de una familia tarahumara, en busca de una buena idea de negocio para generar un ingreso decoroso, se inspiraron en las prendas de vestir originarias de Oaxaca, que Cecilia portaba frecuentemente. Con esto en mente, comenzaron la confección de una primera blusa, que imitaba en el patrón a sus blusas de Oaxaca, con un diseño simplificado y sobrio. Al conocer el producto, las mujeres comenzaron a mostrarse complacidas e interesadas en adquirirlo.

En su desarrollo creativo, y tras varios diseños inspirados en la ropa tradicional mexicana, crearon un prototipo que innovó sobre la blusa tradicional tarahumara. Ahora, acercados en las tradiciones del territorio de Chihuahua,

la blusa rarámuri o Napacha se hizo menos voluminosa que la utilizada por las mujeres rarámuris, más larga y con una cantidad de adornos proporcional a lo que se consideraba un costo y un precio competitivo para la prenda.

Hasta ese momento, el diseño y confección de las prendas ocupaba una habitación en la casa de Cecilia, una vieja máquina de coser portátil, una mesa y cuatro sillas. Sin embargo, seguras de lo que tenían entre manos, tomaron la decisión de buscar apoyos gubernamentales para instalar un taller que les permitiría su independencia económica, y que a la fecha opera vendiendo prendas de vestir tanto en el nivel local, como internacional a partir de una página de ventas en línea.

Casos como éste, que cuentan con la colaboración de actores del ecosistema emprendedor, además de la voluntad y compromiso del Director de la institución, el Mtro. en Finanzas Luis Raúl Sánchez Acosta y sus colaboradores, han hecho posible que los sueños de muchas personas se conviertan en realidad. Hoy el Momento Emprendedor Universitario es una opción de desarrollo endógeno para Chihuahua.

Referencias

- Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. Presentación de resultados. Documentación. <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2015/>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2014). Esperanza de vida de los negocios a nivel nacional y por entidad federativa. Datos nacionales y por entidad federativa. Documentación. <<https://www.inegi.org.mx/temas/evnm/#Documentacion>>
- Leydesdorff, L. (2012). The Triple Helix of University-Industry-Government Relations. <http://www.leydesdorff.net>
- Oppenheimer, A. (2014). *Crear o morir*. Santiago, Chile: Penguin Random House Grupo Editorial.
- StartupBlink (2019, 12 junio). Últimas Tendencias y Desarrollos en los Ecosistemas de Startup Global. Blog. <https://www.startupblink.com/blog/ultimas-tendencias-y-desarrollos-en-los-ecosistemas-de-startup-global/>
- Steiner, V. (2000). *Creative collaboration*. New York, NY, US: Oxford University Press.

Ing. Carlos Héctor Espino Enríquez

Coordinador Centro de Negocios FCA UACH
 Universidad Autónoma de Chihuahua
 hespino@uach.mx

Fotografías cortesía de Centro de Negocios FCA-UACH.

Proova Foods emprende con visión de valor compartido desde la ENES-UNAM Unidad León

Salvador Andrade Ortiz
Jesús Reyes Chávez

Las oportunidades de emprendimiento a veces requieren tan sólo una idea detonante que empate con una necesidad insatisfecha. Un negocio incluso puede contribuir a la salud y generar beneficio económico. Éste es el caso de una empresa surgida desde la ENES-UNAM.

Dondequiera que miremos, la humanidad se ha esforzado por construir cambios que mejoren el entorno. Proova Foods es un ejemplo de ello, pues se trata de una empresa incubada desde las aulas de la Escuela Nacional de Estudios Superiores (ENES) Unidad León de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Jesús Reyes Chávez y Jordan Martín Guerrero, estudiantes de la Licenciatura en Administración Agropecuaria, identificaron el reto de evolucionar hacia nuevos sistemas alimentarios para satisfacer la creciente demanda poblacional con alimentos nutritivos sin comprometer al medio ambiente.

En el mes de septiembre de 2017, durante la asistencia del alumnado de la Licenciatura en Administración Agropecuaria a la práctica escolar en el Foro Global Agroalimentario, en la ciudad de Puebla, el evento más importante de su tipo en el sector en México y uno de los más importantes en el nivel mundial, se expusieron múltiples ideas, reflexiones y actividades en materia de seguridad alimentaria, y en las innovaciones menos esperadas en el sector agroalimentario que marcaron un antes y un después en Jesús y Jordan, quienes cursaban el primer semestre. En la última noche del evento, no paraban de hablar acerca de toda la información que recibieron en el foro y llegaron a la conclusión de que era necesario alimentar y nutrir a más con menos.

Ambos estudiantes partían de una base sólida, los alimentos no deberían comprometer al medio ambiente, pero sí ser nutritivos y con un sabor delicioso. Fue entonces que se hicieron la pregunta, ¿por qué no los insectos? Para muchas personas es algo insólito, pero para otras es un producto exclusivo, de características es-



peciales o exótico y de elevada calidad en su recolección y que en México heredamos de nuestros antepasados prehispánicos.

La realidad es que alrededor del mundo los insectos han sido un alimento milenario. Por ejemplo, en México, el chapulín es el insecto más consumido como alimento y se encuentra en mercados, en la venta ambulante en el centro de casi todas las ciudades del país, en varias presentaciones, así como en los restaurantes más importantes. El chapulín está presente en nuestra cultura, sin embargo la mayoría de los consumidores aún no está plenamente conscientes de todo lo que este alimento aporta a su alimentación y a su salud.



La publicación de *Wageningen Academic Press*, “Insects as a food and feed: from production to consumption” menciona algunos de los beneficios de la producción y consumo de chapulines, entre los que se destaca que generan 100 veces menos gases de efecto invernadero, que se requiere 2 mil veces menos agua y 13 veces menos alimento para su producción, en comparación con la de carne de res, y en materia nutricional son mejor a otros productos animales, como la carne de res, a la que la supera hasta por dos veces en sus atributos proteínicos (Van Huis y Tomberlin, 2017).

En el año 2017, nace Proova Foods, después de tres días de una experiencia académica sumamente benéfi-

ca. La empresa se planteó dedicarse a la elaboración de colaciones o refrigerios a base de harina de insecto, que pudieran ingerirse en pequeñas porciones a lo largo del día, pero con una aportación nutricional, producidos a bajos costos en comparación con sistemas de producción de insectos similares. Actualmente, el producto estrella son las *chips* llamadas *Criks*, que aportan más de ocho gramos de proteína que las convierte en un *snack* delicioso, natural y nutritivo.

Actualmente, en el mercado de alimentos existen diversas alternativas de *snacks* nutritivos; sin embargo, la mayoría no son accesibles por su alto precio a gran parte de la población. Proova Foods se ha dado a la tarea de elaborar una botana que se pueda llevar a todos lados, nutritiva y de precio accesible.

En entrevista con Jesús y Jordan, recordaron que “desde un inicio el empaparnos en el contexto del mercado de insectos fue un trabajo monumental, durante varios días estuvimos en los estados de Puebla y Tlaxcala para conocer el día a día de los ‘chapulineros’, personas dedicadas a recolectar los insectos en la milpa con redes artesanales para después venderlos a distribuidores comerciales. Con ellos aprendimos acerca de la cadena de valor del chapulín, desde su captura hasta su venta final al consumidor. Además de que fue muy importante poner los pies en la tierra al respecto del mercado de insectos, no como se pinta desde afuera como un mercado sumamente tecnificado”.



La tarea de emprender no es fácil, aunque tampoco imposible, pero sí requiere sacrificios, y la toma de decisiones se vuelve crucial. La seriedad con la que, ahora nuestros egresados de la Licenciatura en Administración Agropecuaria, tomaron su emprendimiento y la manera en que realizaron su proceso creativo y ejecución muestra el panorama completo de lo que representa un negocio diferenciado con valor sostenible. Hace evidente que emprender es más complejo de lo que parece y las decisiones que se toman repercuten en todos los que intervienen en la cadena de valor. Asimismo, refleja la importancia de valorar los contextos actuales del negocio y sus actores, e incluso las circunstancias políticas, sociales, económicas, tecnológicas, culturales y ambientales del país.



Proova Foods, en el año 2018, obtuvo el segundo lugar del concurso de Emprendimiento e Innovación denominado Talents and Innovation Forum, organizado por la ENES, León. El premio de dicho concurso consistió en sumar a la empresa al Programa de Incubación de Alto Impacto en el 2019 con la organización Startup México, una de las incubadoras-aceleradoras de alto impacto más grandes del país.

De igual forma la empresa fue seleccionada como un proyecto de Emprendimiento de Alto Impacto por la Secretaría de Innovación, Ciencia y Educación Superior del estado de Guanajuato, lo que representó una gran ventaja para el seguimiento y asesoría en el desarrollo del modelo de negocio. En este programa, se contó con el acompañamiento de diversos mentores, analistas financieros e ingenieros en alimentos, entre otros.

El valor nutricional de los productos de Proova Foods marca una clara ventaja respecto de los competidores que enfrenta

El sector de alimentos es muy competido, y la innovación es clave a la hora de salir al mercado con una ventaja competitiva. En este caso, es importante ofrecer a los consumidores un producto de calidad y que les otorgue un valor más allá de lo emocional. El objetivo consiste, entonces, en entregar un valor tangible en materia nutricional. Ha sido inevitable que la empresa se enfrente a la competencia de precios, en una industria en la que existen productos con estrategias que les permiten mantener sus precios muy bajos. No obstante, el producto estrella de Proova Foods, los *Criks* está ubicado invariablemente en el percentil de precio más accesible en los productos de su categoría, con lo que busca derribar la barrera de que lo bueno debe ser caro, perspectiva desde la que comúnmente se etiqueta a las botanas nutritivas. Actualmente, *Criks* se encuentra en más de 30 puntos de venta en dos ciudades diferentes, además de tener presencia en tres plataformas de comercio electrónico con sus cuatro sabores diferentes de *totopo chip*.

El consumo de insectos en China, India, Tailandia y México es muy importante. En China, por ejemplo, se consumen más de 300 especies de insectos, mientras que en México más de 500. La cultura del consumo de insectos ya no es un tabú en estos países. China es un país muy atractivo en el consumo de insectos debido, entre otros aspectos, a una clase media en constante crecimiento, aunque la falta de innovación en productos derivados del insecto o adicionados con su harina provoca que el consumo aún sea primordialmente al natural, y no como un producto transformado.

Factores como el aumento de la población, la disminución de los recursos alimentarios, la creciente demanda de alimentos ricos en proteínas, el alto costo de las proteínas animales, el desarrollo sostenible y la difusión de información acerca de su alto valor nutricional son los elementos que impulsan el incremento del mercado de insectos comestibles. Actualmente, el mercado mundial de este alimento se encuentra en un visible crecimiento exponencial, situación que en los últimos años ha provocado una tendencia positiva hacia el consumo de alimentos sustentables, con lo que se abre una ventana a nuevos competidores para ingresar a este nicho en desarrollo. Asimismo, se permite una incorporación acelerada de productos alimenticios innovadores y exóticos con grandes aportaciones nutricionales y, por ende, que inciden en la salud.

En términos de valor de la industria, se espera que el mercado global alcance 7.96 billones de pesos para el 2030, respaldado por una tasa compuesta anual de 24.4%, durante el periodo de pronóstico de 2019 a 2030. Además, en términos de volumen, este mercado está listo para crecer 27.8% durante el mismo periodo para alcanzar 732 mil 684 toneladas. En resumen, el mercado de insectos comestibles valdrá cuatro veces más en 2030 (McCarthy, 2017).

Actualmente, la empresa Proova Foods lleva un año en operación. En el 2020, se realizó su lanzamiento oficial al mercado. Jesús Reyes cofundador de la empresa señala que “salir al mercado en plena pandemia ha sido un reto completo, el ser un producto nuevo representó un gran riesgo la distribución local en puntos de venta estratégicos, a través de una *joint venture*, ha sido una tarea complicada. Lo mismo que optimizar recursos, gestionando todas las actividades de la manera más eficiente posible y el proceso de administración ha sido como una orquesta sinfónica, haciendo referencia al principio de la *orquestación del caos* de Henry Mintzberg, quien señala que la empresa puede ser vista como una orquesta, donde todas las actividades son como un músico y su instrumento musical, y que en los ensayos se va afinando la melodía para que el día del gran concierto todo quede en orden como una gran obra magistral”. Por lo tanto, los gerentes no pueden sólo basarse en sistemas, reglas

y procedimientos, también deben prepararse para adaptarse de manera continua y atrapar oportunidades en todas partes.

El proceso emprendedor de Jesús y Jordan no ha sido fácil, por más de cuatro años han trabajado para alcanzar su sueño de entregar productos alimenticios de alto valor en el marco del desarrollo sostenible. El reto continúa y hoy en día se plantean nuevas formas de distribución a través de plataformas digitales, adicionales a las que ya utilizan, para llegar a nuevos consumidores en los niveles nacional e internacional.

Referencias

- McCarthy, N. (2017). *Edible Insects are coming to a menu near you*. Países Bajos: Wageningen Academic Publishers.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. y Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour through the Wilds of Strategic Management*. Inglaterra: Prentice Hall.
- Van Huis, A. y Tomberlin J.K. (2017). *Insects as food and feed: from production to consumption*. Países Bajos: Wageningen Academic Publishers.

Mtro. Salvador Andrade Ortiz

Profesor Investigador
ENES-UNAM Unidad León

Jesús Reyes Chávez

Licenciatura en Administración Agropecuaria
ENES-UNAM Unidad León

Fotografías cortesía de ENES-UNAM, Unidad León.

En este número de *Emprendedores* 192

Incubación de empresas en la Facultad de Economía de la UNAM

La incubadora de la Facultad de Economía, a lo largo de 10 años, ha preincubado más de 50 proyectos. Sus servicios, y el apego a la metodología InnovaUNAM, con la que funciona, han resultado propios para los emprendedores de diversos sectores. Su trabajo abona al fortalecimiento de la cultura empresarial.

Emprendimiento y Mipyme en la región del Altiplano Potosino

Para la Universidad Autónoma de San Luis, la cercanía con las empresas es de suma importancia. Su trabajo se enfoca en el estudio de las condiciones que las circundan y se vinculan a ellas, para apoyarlas a través de las prácticas profesionales que realizan los estudiantes.

Desarrollo empresarial en la FCA de la UADY: Experiencias y retos

A partir del Modelo Educativo para la Formación Integral, la Autónoma de Yucatán asume el reto de formar a sus estudiantes con las pertinentes competencias emprendedoras para fortalecer el desarrollo en la península mexicana. Complementa sus acciones con la vinculación entre la universidad y las Mipyme urbanas y rurales.

El quehacer de la Coordinación de Vinculación y Transferencia Tecnológica

La protección de las invenciones logradas por las distintas dependencias de la Universidad es una labor que ha llevado tiempo sistematizar. Es primordial porque es la forma más segura para que lo que se produzca llegue a la sociedad. La CVTT tiene como misión facilitar y administrar estos procesos.

Immigrant self-organized community networks in Chicago

In compliance with the Rector's Agreement, a UNAM school was installed based in Chicago, Illinois, where, among other services for the benefit of the Mexican community living there, support is also given for the creation of small businesses with training on the basics of entrepreneurship.

Cenapyme: Impulsa el emprendimiento

La FCA-UNAM, desde su Centro Nacional de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa, ha establecido acciones de vinculación entre ella y el sector empresarial. A través de la Escuela de Emprendedores Sociales y el Hospital Pyme, proporcionan servicios de capacitación e incubación y han brindado atención a más de 300 mil personas en 12 años de labor.

InnovaUNAM Social: Incubadora de empresas de innovación social

La creación de empresas sociales parte de un proceso de incubación que InnovaUNAM Social tiene definido por etapas. En cada una de ellas, los participantes adquieren conocimiento específico para desarrollar su proyecto. Finalmente, se busca que el impacto de las empresas sea positivo para enfrentar los desafíos de la sociedad actual.

InnovaUNAM Unidad Artes y Diseño

InnovaUNAM de la FAD fortalece la creación de organizaciones y el desarrollo de proyectos entre su comunidad por medio de un proceso de preincubación e incubación; una bolsa de trabajo para acercar a sus alumnos a las empresas, y promoción de prácticas profesionales. Su trabajo se concreta en casos exitosos.

New England: a hub for education, innovation, and entrepreneurship

Boston is the hub for a conglomerate of higher education institutions in the northeast of the United States of America. It is the site of a student and academic community whose aim, among others, is to collaborate for the incubation and acceleration of business projects. UNAM and FCA have an important participation for the achievement of such purpose.

El momento emprendedor universitario desde la FCA de la UACH

El Centro de Negocios FCA-UACH se caracteriza por su enfoque de sentido social. Su modelo de enseñanza parte del estudio del entorno donde se desarrollan los proyectos emprendedores, los que inician y los que ya operan. Su incubadora, realiza un proceso que ha logrado detener la desaparición de empresas.

Proova Foods emprende con visión de valor compartido desde la ENES-UNAM Unidad León

Proova Foods surgió en el programa de incubación de la Escuela Nacional de Estudios Superiores, Unidad León, de la UNAM. Sus productos están enfocados al cuidado de la salud desde un plano innovador: la alimentación con base en insectos; una propuesta con alto valor en el marco del desarrollo sostenible



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN

Contaduría, Administración e Informática. Licenciaturas acreditadas por CACECA Y CACSLA

www.fca.unam.mx



Publicaciones Empresariales UNAM • FCA Publishing



- Apuntes de Licenciatura
- Clases virtuales
- Ponencias
- Material Gratuito

- Libros
- Revistas
- Videos
- Material educativo
- Casos para la enseñanza



<http://publishing.fca.unam.mx>



/FCAUNAMOFICIAL