

Edición
No.1
REVISTA
UNIVERSITARIA

EM-PRINDE

RUTA DE
EVACUACIÓN



40
ANIVERSARIO
UNIVERSITARIA



**TENDENCIAS Y
PERSPECTIVAS
PARA EL EMPRENDIMIENTO
EN EL SIGLO XXI**

**7 PASOS
PARA TU ÉXITO
EMPRENDEDOR**

**THE UNIVERSITY
CAMPUS AS A HUB
FOR URBAN INNOVATION**



Posgrados
Interamericana



**Inicia tu Futuro
Empresarial**

Inscripciones Abiertas
Agosto 2025

lainter.edu.mx

DIRECTORIO EM-PRENDE

AUTORIDADES ADMINISTRATIVAS

/// **Dr. José David Ortega Cerecedo**
Rector de la universidad Interamericana

/// **Dr. Alejandro Vergara Berra**
Director de investigación

/// **Mtra. Claudia Ivette Rouin Espíndola**
*Coordinadora del Centro de Creatividad
Emprendimiento e Innovación, CCEI*

/// **Mtro. Jorge Isaac Díaz Guerra**
Jefe de Comunicación Institucional

REVISTA

/// **Dr. Alejandro Vergara Berra**
Director

/// **Mtro. Jorge Isaac Díaz Guerra**
Editor

/// **Mtra. Claudia Ivette Rouin Espíndola**
Coordinadora Enlace Empresarial

/// **Mildred Andrea Analco Cubillos**
Coordinadora de información

/// **Gabriel Omar Montes Rodríguez**
Coordinador de Diseño

/// **Mtro. Edsson Ai Dixon Acosta**
Asesor en Desarrollo de Negocios

/// **Orquidea López Flores**

/// **Gabriela Lozano Rodríguez**

/// **Montserrat Samperio Guerra**

/// **Francisco Emanuel Cerda Maldonado**

/// **Baldrick Javier Ruiz Cardenas**

/// **Isai almonte Rojas**

Colaboradores en Este Número

PORTADA

Se encuentran los miembros del Consejo Consultivo Empresarial y administrativos de la universidad Interamericana; De izquierda a derecha y de arriba hacia abajo: José Arturo Ugalde Elías, director de Christus Muguerza; Guillermo Antonio Carral Martínez, director de Gnuino Consulting; Ángel Augusto Chávez Barajas, director académico; Alejandro Vergara Berra, director de investigación; Martín Hernández Hernández, relaciones públicas; María de Lourdes Salas Conde, directora de extensión universitaria; Armando Chávez Sánchez, director de mercadotecnia; Ricardo González Vivanco, consultor educativo; Marco Antonio Prospero Calderón, presidente de la CANACO; Claudia Ivette Rouin Espíndola, coordinadora del centro de creatividad, emprendimiento e innovación; Sandra Valdez Ares, coach ejecutivo; Miguel Ángel Ruiz Vargas, director de Vercomer; Guadalupe Molina Nava, directora general de Publiinstinto; Gloria Montalban Függermann, directora en metamorfosis; Fabrizio Pizar Rojas, presidente del consejo consultivo empresarial; José David Ortega Cerecedo, rector de la Universidad Interamericana; Mario Antonio Rendón Olivas, comunicación gobierno de Puebla; Fotografía, Gabriel Omar Montes Rodríguez.

EL ECOSISTEMA EMPREENDEDOR

Innovación e Investigación en Acción

Es con gran placer que lanzamos el primer número de *EM-PRENDE*, una iniciativa que nace con el objetivo de impulsar la cultura emprendedora en nuestra comunidad universitaria. Estamos convencidos de que el emprendimiento es una poderosa herramienta de transformación y queremos alentar a todos a participar activamente en este apasionante viaje. La innovación y la investigación son fundamentales para explorar nuevos horizontes y encontrar soluciones creativas.

La innovación genera ideas que mejoran la vida. En nuestra universidad, promovemos un ambiente de creatividad, alentando a los estudiantes a desafiar lo establecido. La investigación valida ideas y desarrolla teorías que guían nuestras acciones. Ofrecemos un espacio para compartir investigaciones de calidad.

En un mundo en constante cambio, la capacidad de adaptarse y de innovar es más crucial que nunca. Nuestra revista se presenta como un vínculo entre la teoría y la práctica, entre la cátedra y el universo emprendedor. Queremos ser el disparador de la llama del emprendimiento en cada uno de ustedes, y en ese sentido, los alentamos a experimentar, a debatir, a cuestionar y a soñar.

Nuestra revista, *EM-PRENDE*, la de la Universidad Interamericana, la de todos nosotros, se propone ser un espacio de encuentro para estudiantes, profesores, investigadores y emprendedores, donde se compartan conocimientos, experiencias y buenas prácticas.

No solo es un recurso, sino una comunidad. Una comunidad que comparte conocimientos, que apoya y que celebra los logros de cada uno de sus miembros. Aquí, cada historia de éxito, investigación innovadora y evento relevante tiene cabida en sus páginas y en sus espacios digitales. Somos un reflejo de la diversidad y la riqueza de experiencias que existen en nuestra universidad y fuera de ella.

Con este primer número, comenzamos una tradición de excelencia y obligación. Cada cuatro meses nos encontraremos en estas páginas para compartir y crecer juntos como comunidad. Este será un espacio donde las voces de nuestros alumnos y profesores se unan y se escuchen con igual importancia. Aquí, cada idea tiene valor, cada experiencia importa y cada esfuerzo será reconocido.

Esta revista es mucho más que una simple publicación; es un manifiesto de nuestro compromiso inquebrantable con el emprendimiento y la investigación. Es una plataforma que celebra la creatividad, la innovación y el esfuerzo incansable de todos aquellos que se atreven a soñar y convertir esos sueños en realidad. Nos llena de emoción imaginar las oportunidades que surgirán y el impacto positivo que, juntos, seremos capaces de lograr. Este es solo el inicio de una travesía que promete ser tanto emocionante como gratificante para todos nosotros. Agradecemos profundamente su apoyo y participación.



EM-PRENDE número 1, es una publicación cuatrimestral de la Universidad Interamericana por medio del, Dirección de Investigación Lateral Sur de la Vía Atlxícayotl #7007 Municipio de San Andrés Cholula, Puebla. Correo electrónico: direccion.investigacion@lainter.edu.mx
Página electrónica: <https://www.lainter.edu.mx/investigacion/en-prende-vol-1/>
Editor responsable: Jorge Isaac Díaz Guerra. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo núm. En trámite, ISSN en trámite, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor. Las opiniones expresadas por los autores y/o colaboradores de esta publicación, no necesariamente reflejan la postura de la editorial, por lo que los primeros asumen la responsabilidad que llegara a repercutir al respecto. Los espacios publicitarios constantes en esta revista son responsabilidad única y exclusiva de los anunciantes que oferten sus servicios o productos, razón por la cual estos se constituirán como los principales obligados y responsables a la veracidad y eficiencia de los mismos, deslindando a la publicación periódica y a la editorial a la que pertenecen de cualquier responsabilidad al respecto. Derechos reservados. Prohibida la reproducción total o parcial, sin el previo conocimiento de los editores y/o titulares de los derechos patrimoniales. EM-PRENDE es una marca con registro en trámite ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.



Fotografía Jorge Isaac Díaz Guerra

Esperamos que disfruten y se sientan inspirados con este primer número.

Juntos, construyamos un futuro lleno de innovación, creatividad y éxito.

Este es nuestro llamado a la acción, una invitación a soñar en grande y a trabajar unidos por un futuro mejor.

Invitamos a todos los estudiantes, profesores y miembros de la comunidad a participar activamente en esta iniciativa. Queremos escuchar sus voces, leer sus historias y compartir sus logros.

EM-PRENDRE

EM-PRENDRE

EM-PRENDRE

EM-PRENDRE

EM-PRENDRE

ÍNDICE



Comunidad Emprendedora

NATURALEZA EN TU ROSTRO: La empresa de Raquel Aparicio	08
LA UNIVERSIDAD EN CADA PASO: El emprendimiento de Stephano	10
EL NEGOCIO REFRESCANTE El Proyecto de Baruc	12
SILVIA CEJA UTRERA: Primera generación de nuestra casa de estudios, la Universidad Interamericana	14



Investigación en Acción

TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL SIGLO XXI	18
EL PODER DEL CONSUMIDOR: Promoviendo la conciencia frente al marketing no responsable	22
EL DESAFIO DE LA FALTA DE CREACION DE SILOS DE DATOS EN LA AUTOMATIZACIÓN DE EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS	24



Ruta Emprendedora

EL CAMPUS COMO MOTOR DE LA INNOVACIÓN HUMANA	26
THE UNIVERSITY CAMPUS AS A HUB FOR URBAN INNOVATION	28
7 PASOS PARA TU ÉXITO EMPRENDEDOR	32
CALENDARIO EM-PRENDE	38

NATURALEZA EN TU ROSTRO

La empresa de Raquel Aparicio

/// Por Mildred Andrea Analco Cubillos



Fotografía Gabriel Omar Montes Rodríguez

Raquel Limón Aparicio es la creadora de *Marali cosmetics*, una marca que se especializa en el cuidado de la piel y el cabello, con cosméticos 100% naturales que ayudan a potenciar la belleza innata de cada persona, es un producto excelente para cualquier persona, tanto para hombres como mujeres. Esta innovadora empresa es un ejemplo de que la constancia y el compromiso son la llave del éxito, y Raquel más que nadie lo sabe.

Ella es la primera estudiante que logró titularse al presentar un proyecto de emprendimiento, se graduó de la licenciatura de administración y dirección de empresas, cuyo objetivo fue defender el plan de negocios. En sus propias palabras, “**Presentar un proyecto no es nada fácil y emprender menos**” por lo que el acompañamiento de la maestra Claudia Rouin, la coordinadora del Centro de Creatividad, Emprendimiento e Innovación (CCEI), fue una guía importante en el proceso de la empresa, ya que el Centro se encarga de incubar los





proyectos que tengan potencial, en esta ocasión la propuesta de Raquel fue la que obtuvo esta distinción.

El primer producto que salió a la venta fue la mascarilla capilar, elaborada con aloe vera, posterior al éxito de éste, siguieron más productos que conformaron a una poderosa y especial empresa, interesada en apoyar al medio ambiente y la satisfacción de sus consumidores., como el shampoo de romero; un protector de calor, creado con la planta *cola de caballo*, perfecto para el tratamiento y cuidado del

cabello al plancharlo o secarlo; una crema de *vitamina E* que humecta la piel; así como un tónico de pepino para calmar las irritaciones. Al contactar a la empresa para adquirir un producto mediante redes sociales, se obtiene una asesoría personal para que cada cliente tenga una recomendación adecuada.

Junto con su socia desarrolló el negocio y comenta: “Esta marca representa la amistad entre nosotras y el amor por el maquillaje y el cuidado de la piel.” Se encuentra muy orgullosa de lo lejos que han lle-

gado. Considera que no es para cualquiera embarcarse en la aventura de iniciar un negocio.

Raquel continúa dando pasos firmes hacia el futuro, consolidando su lugar en el mundo empresarial, demostrando que más allá del negocio, también se puede generar un cambio positivo en las personas y en el medio ambiente.

LA UNIVERSIDAD EN CADA PASO: El emprendimiento de Stephano

/// Por Mildred Andrea Analco Cubillos



Fotografía Gabriel Omar Montes Rodríguez



comunidad Emprendedora



Prosiguiendo por el camino de los **jóvenes emprendedores**, otra historia de éxito es la empresa de calcetas personalizadas fundada por **Stephano Grondona Martin**, de 17 años de edad que gracias a su **dedicación y compromiso**, logró crear un negocio con un futuro brillante.

Desde que era pequeño, sabía que sería su **propio jefe**, así como llegar a ser un inversionista como su padre; sin embargo, no sabía cuándo ni cómo.

Fue gracias a la orientación del **Centro de Creatividad, Emprendimiento e innovación, (CCEI)** obtuvo el apoyo para conseguir que su empresa tuviera la oportunidad de crecer.

La idea surgió al pensar en una prenda atemporal que atemporal, que al momento no se estuviera vendiendo en la tienda universitaria.

“Todo el mundo utiliza calcetas, es una prenda que no necesita una estación para comercializarse; se puede vender en cualquier época del año.” comentó en una entrevista. A través de su trabajo, Stephano ha demostrado que la constancia y el esfuerzo con claves para la creación de un proyecto innovador.

Al describir las características de su producto, nos cuenta que son calcetas unitalla y unisex, completamente de algodón que tienen algunas particularidades, que las hacen extremadamente cómodas, como la punta de los dedos de los pies con doble reforzamiento, o la elástica en forma de “V” para evitar estragulamientos en las piernas. Stephano es un orgullo halcón; “Es un logro que pocas personas alcanzan a su edad.” Frente a esto, aconseja a sus

compañeros que desean emprender, “que no se rindan ni le tengan miedo al que dirán, ese es el primer paso para lograr cumplir un sueño”. Señaló.

Su empresa, **St**, se encuentra en pláticas con la institución para que su producto salga a la venta en la tienda universitaria. En un futuro, busca expandir su negocio personalizando la calcetas para cualquier empresa o individuo, además de otro tipo de prendas como shorts deportivos. Stephano está logrando ser un emprendedor exitoso con un maravilloso porvenir.

EL NEGOCIO RERESCANTE El Proyecto de Baruc

/// Por Mildred Andrea Analco Cubillos



Fotografía Gabriel Omar Montes Rodríguez



comunidad Emprendedora



Fotografía Gabriel Omar Montes Rodríguez

Continuamos con otro emprendimiento, **Ferraice** de Baruc Ferra Martínez. Su historia de éxito, es la de un joven que ha dado vida a su propia marca especializada en jugos congelados. No solo ha demostrado que la constancia es necesaria para alcanzar metas, sino también que puede nacer un producto de cualquier idea.

La historia de **Ferraice** comenzó con una conversación con su primo, al buscar una solución para quitar el calor; igualmente asesorado y dirigido por el Centro de Creatividad, Emprendimiento e Innovación, (CCEI), consiguiendo sacar a la luz su emprendimiento.

Como él mismo menciona: “No importa cuántas veces falles o te equivoques, lo importante es como tras una caída, te levantas.” Este mantra lo ha

acompañado a lo largo de su proceso emprendedor, desde los primeros días en los que soñaba con lanzar su propio negocio, hasta el momento actual en el que se prepara para dar el siguiente paso: la venta oficial de sus jugos congelados. Aunque está esperando el permiso para poder vender, ha trabajado arduamente para crear un producto que no solo ofrece frescura, sino también calidad y sabor. **Ferraice** es una combinación exquisita de jugos congelados y toppings diferentes como gomitas, chamoy o chile en polvo, que hacen de cada bebida una experiencia de sabor increíble para los días calurosos, esto permite que cada cliente personalice su jugo según sus gustos.

Baruc comenta estar muy orgulloso de todo lo que ha logrado estos meses de trabajo,

aprendió que emprender no es un camino fácil, pero la satisfacción de ver cómo su proyecto toma forma es invaluable. “Estoy muy orgulloso de todo el esfuerzo he hecho en estos meses” expresó Baruc enfático. Dado que **Ferraice** es un es un negocio que nació de un sueño y ahora es una empresa que promete mucho más que jugos congelados.

SILVIA CEJA UTRERA

Primera generación de nuestra casa de estudios, la Universidad Interamericana

/// Por Mildred Andrea Analco Cubillos



Fotografía proporcionada por Silvia Ceja Utrera

Silvia Ceja Utrera es una destacada halcona, parte de la primera generación de egresados de la Universidad Interamericana en la licenciatura en relaciones internacionales. Además de su trayectoria académica y participación en el crecimiento de la universidad, ha demostrado ser una mujer comprometida con las causas sociales, mostrando una profunda vocación por el servicio a los demás.

Actualmente ocupa el cargo de directora de relaciones internacionales de AMI. Su trabajo ha tenido un enfoque particular en el empoderamiento de las mujeres, el apoyo a las personas migrantes y la creación de proyectos de desarrollo social.



*Comunidad Emprendedora.



Fotografía proporcionada por Silvia Ceja Utrera



Fotografía proporcionada por Silvia Ceja Utrera

El emprendimiento y el cuidado por los demás siempre ha sido algo que la ha acompañado en su formación personal y profesional, la Universidad Interamericana ha sido parte de este proceso en el que aprendió a usar el liderazgo de una manera empática y respetuosa con la sociedad.

Su huella en la universidad.

Silvia Ceja Utrera no solo ha dejado una huella en el ámbito social, sino también en la Universidad Interamericana. Se encuentra muy orgullosa de ser la onceava alumna egresada de la universidad, que no sólo le dio el conocimiento académico y la formación que necesitaba para la vida, también la nutrió de amistades valiosas que todavía conserva, así como recuerdos y anécdotas que lleva en el alma en cada paso.

Gracias al rector que fundó nuestra casa de estudios, el doctor José Ángel Ortega Zamora y su esposa, María Concepción Cerecedo Cervantes, su estancia de la universidad fue una experiencia inolvidable en la que se sintió muy acogida. Uno de los recuerdos de Silvia es su fiesta de inicio de clases, donde recalca que el doctor Ortega siempre los cuidó bastante.

“Él fue a nuestra casa por nosotros y al terminar el evento, nos fue a dejar a cada uno para que regresáramos seguros y con bien”. Esta es una de las muchas anécdotas que cuenta con una sonrisa y una mirada llena de nostalgia en la nostalgia, en la que deslumbra el orgullo de ser parte de los festejos de los 40 años.

También cuenta lo asombrada que está del tiempo que ha pasado. “Nosotros recordamos al actual rector, José David Ortega Cerecedo, cuando era pequeño jugando fútbol. Y cómo ha crecido en lo personal y lo profesional, posicionando a la Interamericana como una institución de prestigio en la región.” comentó

Alianza Migrante Integral (AMI)

La Alianza Migrante Integral (AMI) es una organización enfocada en ofrecer apoyo integral a los migrantes, especialmente aquellos que se encuentran en situaciones vulnerables, como los que atraviesan fronteras en busca de una vida mejor. La orgullosa halcona ha sido una figura clave en la creación de este proyecto, que busca no solo atender las necesidades inmediatas de los migrantes, sino también acompañarlos en su proceso de adaptación y reintegración en nuevos entornos.



Fotografía proporcionada por Silvia Ceja Utrera





La AMI trabaja bajo la premisa de que la migración no solo es un desplazamiento físico, sino también un proceso emocional y social que requiere atención y acompañamiento en múltiples niveles. Uno de los principales objetivos de la AMI es ser un “faro de esperanza” para los migrantes, brindando un espacio donde puedan encontrar la orientación y el apoyo necesario para superar los desafíos de vivir lejos de sus hogares.

Silvia Ceja Utrera es una semilla de cambio tanto en la Universidad Interamericana como en la sociedad. Su enfoque en el liderazgo con propósito, su dedicación al bienestar de las personas y su esfuerzo por generar un impacto positivo en la sociedad, especialmente en favor de las mujeres y los migrantes, han sido una constante a lo largo de su carrera. La creatividad, voluntad y liderazgo que caracterizan a la Universidad Interamericana, son los valores que la han constituido como una persona íntegra y profesional.

TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL SIGLO XXI

/// Por Claudia Ivette Rouin Espindola

El emprendimiento ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, convirtiéndose en una respuesta clave a desafíos globales como el cambio climático y las desigualdades sociales, entre otros. En la actualidad, los emprendedores no solo crean empresas, también moldean nuestras interacciones y formas de vida. Este artículo analiza las principales tendencias que redefinen el emprendimiento y las perspectivas futuras que enfrentan los emprendedores en un mundo cada vez más complejo y conectado.

Tendencias Actuales en el Emprendimiento

Digitalización y Tecnología

La digitalización ha revolucionado el emprendimiento, permitiendo a los startups acceder a mercados globales y escalar rápidamente mediante tecnologías como la inteligencia artificial, blockchain y big data. Estas herramientas permiten a los emprendedores automatizar procesos, personalizar experiencias de cliente y generar valor innovador. Ejemplos como Uber y Airbnb demuestran cómo los modelos digitales pueden disruptir industrias tradicionales. Además, el auge de plataformas colaborativas facilita que pequeños emprendedores accedan a redes globales de financiamiento y recursos.

1.

Sostenibilidad como Prioridad Empresarial

La creciente preocupación por el cambio climático ha llevado a los emprendedores a priorizar modelos de negocio que equilibran crecimiento económico con sostenibilidad ambiental. Este enfoque conocido como triple impacto (económico, social y ambiental) está dando lugar a empresas que generan valor no solo para sus accionistas, sino también para la sociedad. Sectores como la energía renovable y la economía circular están atrayendo a una nueva generación de emprendedores comprometidos con el desarrollo sostenible.

2.



3.

Auge del Emprendimiento Social

El emprendimiento social ha emergido como una respuesta efectiva a problemas sociales y económicos. Los emprendedores sociales buscan resolver problemas como la pobreza o la desigualdad mediante modelos de negocios innovadores. Este tipo de emprendimiento está ganando relevancia gracias al apoyo de fondos de inversión con impacto social y al creciente interés del consumidor por empresas éticas.

4.

Ecosistemas Emprendedores Regionales y Globales

La colaboración entre gobiernos, universidades e incubadoras ha dado lugar a ecosistemas emprendedores que fomentan la innovación. Ciudades como Silicon Valley son ejemplos de cómo ecosistemas bien estructurados pueden catalizar la actividad emprendedora. En América Latina, ciudades como Medellín están destacando por sus esfuerzos en construir comunidades emprendedoras vibrantes.

Perspectivas Futuras para el Emprendimiento

1.

Inteligencia Artificial y Automatización

La inteligencia artificial seguirá siendo una herramienta clave para los emprendedores, desde chatbots hasta algoritmos logísticos que optimizan procesos. La automatización abrirá nuevas oportunidades para productos personalizados, facilitando la entrada a mercados especializados.

2.

Hiperconectividad y Mercados Globales

La globalización digital permitirá que los emprendedores accedan a clientes y financiamiento en cualquier parte del mundo. Plataformas como Shopify seguirán facilitando estas conexiones globales, permitiendo operar en una economía hiperconectada.

3.

Cambios en la Educación Emprendedora

La educación emprendedora deberá adaptarse a las nuevas demandas del mercado, integrando competencias digitales y habilidades para la gestión del cambio. Las universidades tendrán que reformular sus programas para preparar a los estudiantes para un entorno dinámico.

4

Enfoque en Salud Mental y Bienestar

El bienestar de los emprendedores está ganando relevancia como un aspecto clave para el éxito empresarial.

Estrategias de autocuidado y redes de apoyo emocional son cada vez más importantes para manejar el estrés asociado con el emprendimiento.



El emprendimiento está evolucionando rápidamente impulsado por tendencias como digitalización, sostenibilidad e hiperconectividad. Estas transformaciones redefinen no solo cómo se crean negocios, sino también su impacto en la sociedad y el medio ambiente.

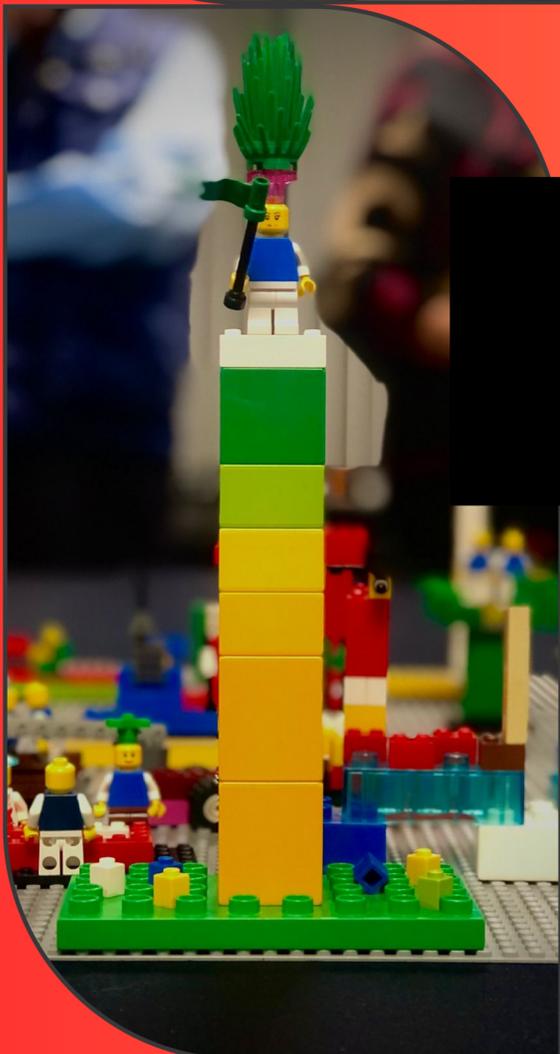
Las perspectivas futuras apuntan hacia un emprendimiento más inclusivo y tecnológicamente avanzado donde adaptarse al cambio será clave para el éxito. Emprendedores, instituciones educativas y gobiernos deben trabajar juntos para construir un ecosistema que fomente la innovación y promueva un desarrollo económico sostenible.





**Integramos la
sabiduría y el
empuje de los
equipos de
trabajo, creando
Mejora Continua!**

**Impulsamos tu estrategia comercial,
mejoramos tu productividad y
desarrollamos a tus líderes con la mejor
relación costo-beneficio.**



desde 1998 gnuino.mx

EL PODER DEL CONSUMIDOR

PROMOVIENDO LA CONCIENCIA FRENTE AL MARKETING NO RESPONSABLE

/// Por Orquidea López Flores, Gabriela Lozano Rodríguez y
Montserrat Samperio Guerra

En los últimos años, el impacto de las tácticas de marketing no responsables en los consumidores y cómo estos pueden ser empoderados para reconocer y rechazar prácticas engañosas ha sido un tema relevante. Al tener en cuenta esta problemática, se consideró que una educación adecuada sobre estrategias de marketing, los individuos estarán mejor capacitados para identificar tácticas manipulativas, promoviendo un consumo más consciente y ético. El presente artículo, aborda algunas de las tácticas o recomendaciones para fomentar un marketing responsable y consciente.

¿Qué es el Marketing?

El marketing es un conjunto de actividades diseñadas para crear, comunicar y entregar valor a los consumidores, mientras que un marketing responsable implica la adopción de prácticas éticas en la promoción de productos o servicios, donde la transparencia, la honestidad y la sostenibilidad son los pilares fundamentales. Por otro lado, el marketing no responsable hace uso de tácticas manipulativas, como la publicidad falsa, el marketing subliminal o la exageración de las características de los productos, con el fin de inducir a los consumidores a tomar decisiones de compra basadas en información incompleta o engañosa.

Mediante la implementación del marketing responsable se espera que las marcas generen una mayor lealtad por parte de los consumidores. Las empresas que practican la honestidad en sus operaciones, que comunican de manera clara y sincera la calidad de sus productos, y que respetan los derechos de los consumidores, no solo ganan su confianza, sino que también fomentan relaciones más fuertes y duraderas. La lealtad del consumidor es más probable cuando perciben que una marca actúa de manera ética y socialmente responsable.



Orígenes

Los orígenes de la problemática del marketing como lo conocemos hoy en día tienen sus raíces en la Revolución Industrial, cuando la producción en masa permitió a las empresas crear productos a gran escala y dirigirse a un público más amplio. A lo largo del tiempo, las técnicas de marketing se han vuelto más sofisticadas, utilizando nuevas tecnologías y medios para llegar a los consumidores.

Recomendaciones para ser parte de un marketing más responsable a la hora de comprar algún producto

Educación del consumidor:

Las universidades y las organizaciones civiles desempeñan un papel crucial en la educación de los consumidores, especialmente en un mundo cada vez más saturado de mensajes publicitarios. Es fundamental ofrecer programas educativos que enseñen a los consumidores a identificar las tácticas de marketing engañosas, como las promesas exageradas o la manipulación emocional. Al ser conscientes de estos



métodos, los consumidores se convierten en actores informados que pueden tomar decisiones más racionales y fundamentadas. Un consumidor bien educado tiene el poder de rechazar prácticas irresponsables y de influir en las decisiones empresariales al demandar productos y servicios más éticos.

Regulaciones más estrictas: Los gobiernos deben adoptar un enfoque más firme frente al marketing engañoso, implementando normativas más claras y sanciones más severas para las empresas que incurren en prácticas deshonestas. Es necesario que existan leyes que garanticen la transparencia y la honestidad en la publicidad, asegurando que los consumidores no sean manipulados ni desinformados. Además, las autoridades deben vigilar de cerca el cumplimiento de estas normativas, protegiendo así los derechos de los consumidores.

Transparencia empresarial: Las empresas deben comprometerse a adoptar prácticas de marketing responsables y transparentes. Ofrecer productos auténticos, con información clara y veraz, genera confianza entre los consumidores. Las marcas que se alinean con estos principios no solo fomentan una relación más sólida con su público, sino que también fomentan una competencia más justa y sostenible.

Uso de tecnología ética: En el ámbito digital, el uso responsable de la tecnología es esencial. Las empresas deben aprovechar las herramientas digitales para promover un marketing honesto, evitando prácticas manipulativas y garantizando la privacidad de los consumidores.

EL DESAFÍO DE LA FALTA DE CREACIÓN DE SILOS DE DATOS EN LA AUTOMATIZACIÓN DE EMPRESAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS

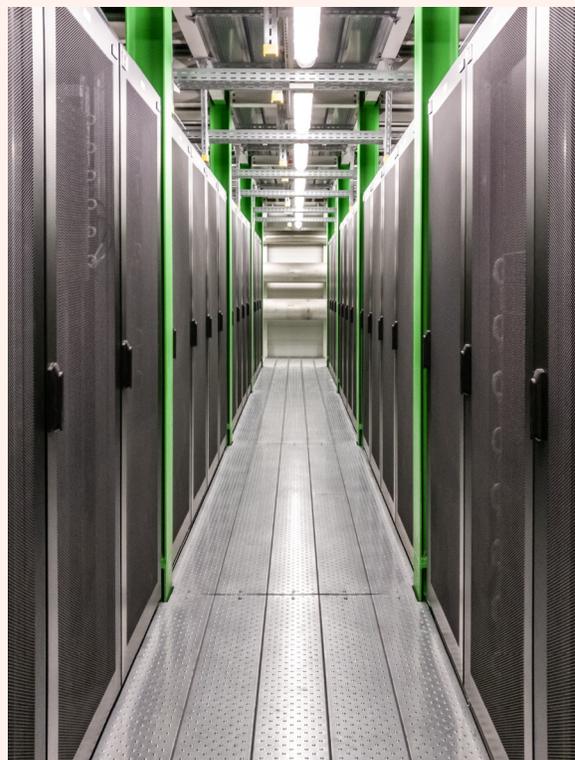
/// Por Edsson Al Dixon Acosta

La automatización empresarial ha emergido como un factor determinante para la competitividad de las PYMES en un entorno globalizado. Sin embargo, uno de los principales obstáculos en este proceso es la presencia de silos de datos, definidos como estructuras organizacionales que almacenan información de forma aislada. Estas barreras limitan la interoperabilidad de los sistemas, dificultan el análisis efectivo de datos y generan decisiones empresariales subóptimas. Este artículo aborda el impacto de los silos de datos en las PYMES, así como las estrategias para superar este desafío mediante el uso de herramientas tecnológicas y prácticas organizativas.

¿Qué son los silos de datos?

Los silos de datos son estructuras donde se almacena información y queda aislada en departamentos o sistemas dependientes o independientes, impidiendo el acceso compartido. Esto genera en las empresas duplicidad de datos, falta de consistencias y ralentización en la toma de decisiones. En el contexto empresarial los silos de datos surgen debido a varias situaciones: una cultura empresarial que incentiva y las operaciones de forma independiente o competitiva.

Algunas de las características de los silos de datos son la separación física o digital de la información, la accesibilidad limitada a los datos por otras áreas de la organización y la baja integración con sistemas de análisis o automatización, estos distintivos conllevan a problemas como la ineficiencia operativa debido a la duplicidad de procesos, la falta de visibilidad y control sobre la información empresarial y limitaciones para implementar herramientas de inteligencia empresarial (BI) o sistemas integrados de ERP (Enterprise Resource Planning).



¿Cómo funcionan los silos de datos?

En un entorno automatizado como en el que vivimos actualmente, la colectividad es crucial. Los silos interrumpen los flujos de datos, lo que afecta a áreas como gestión de inventario, atención al cliente y análisis de mercado. En la **PYMES** donde los recursos son limitados, estas interrupciones tienen un impacto desproporcionado impidiendo que se adopten tecnologías avanzadas como lo puede ser lo pueden ser las AI y el análisis predictivo.

Teorías relacionadas con la gestión de datos

1. Teoría de la Gestión de Información Empresarial (EIM):

- Esta teoría plantea que los datos deben considerarse como un activo estratégico que permite a las empresas tomar decisiones fundamentadas. Sin una correcta gestión, las empresas pierden oportunidades y competitividad.

2. Teoría de la Fragmentación de Datos:

- Según esta teoría, la fragmentación de datos (causada por la falta de silos integrados) genera ineficiencias sistémicas que impactan directamente en la productividad.

3. Teoría del Valor de los Datos:

- Propone que el valor de los datos depende de su disponibilidad, accesibilidad, y análisis eficiente. Los datos fragmentados pierden gran parte de su valor debido a la dificultad para utilizarlos.

La investigación confirma que la falta de integración de datos es un desafío crítico para la automatización en PYMES. La persistencia de silos de datos no solo limita la eficiencia operativa, sino que también obstaculiza la innovación. Se destaca que la eliminación de estos silos impulsa la capacidad de las PYMES para competir en mercados globales y adaptarse rápidamente a las demandas del entorno. Los resultados avalan que las empresas que han integrado sus sistemas reportan un aumento del 40% en eficiencia operativa y una reducción significativa en costos asociados a la duplicidad de datos. Esto valida la tesis planteada: la integración de datos es esencial para que las PYMES aprovechen plenamente la automatización empresarial.

Recomendaciones:

- Para concluir, se mencionan algunas recomendaciones para crear mayor cantidad de silos de datos en la automatización de empresas pequeñas y medianas.

- Adopción de herramientas integradas: En relación a esto, las PYMES deben invertir en soluciones accesibles, como plataformas en la nube, que permitan unificar la gestión de datos.

*Capacitación del personal: formar a los empleados en el uso de nuevas tecnologías asegura una transición más fluida. Estrategias de cambio organizacional: promover una cultura empresarial que valore la integración y la transparencia en el manejo de datos.

- Colaboración con terceros: aprovechar consultorías y asociaciones con empresas tecnológicas para implementar soluciones de manera más económica. Estas acciones no solo mejorarán la automatización, sino que también permitirán a las PYMES escalar sus operaciones y adapta.

EL CAMPUS COMO MOTOR DE LA INNOVACIÓN HUMANA

/// Por Jorge Isaac Díaz Guerra

Los ecosistemas de emprendimiento universitario y las ciudades inteligentes comparten una visión común: fomentar la innovación, el crecimiento económico y el desarrollo sostenible. Al establecer una conexión sólida entre ambos, se crea un círculo virtuoso donde la universidad, como generadora de conocimiento y talento, impulsa la innovación en la ciudad, mientras que la ciudad, a su vez, proporciona un entorno propicio para que los startups universitarios puedan crecer y desarrollarse.



Fotografía Jorge Isaac Díaz Guerra.



ELEMENTOS CLAVE DE LA RELACIÓN

Transferencia de conocimiento: La universidad, como centro de investigación y desarrollo, genera conocimiento que puede ser utilizado por los *startups* para desarrollar productos y servicios innovadores.

Talento: Los estudiantes y graduados universitarios representan una fuente inagotable de talento para los *startups* y las empresas establecidas en la ciudad.

Infraestructura y recursos: Las ciudades inteligentes ofrecen una infraestructura tecnológica y física que facilita el desarrollo de los *startups*, como espacios de coworking, aceleradoras, incubadoras y acceso a financiamiento.

Co-creación de soluciones: La colaboración entre la universidad y la ciudad permite desarrollar soluciones innovadoras a los desafíos urbanos, como la movilidad sostenible, la gestión de residuos y la eficiencia energética.

Desarrollo económico local: Los ecosistemas de emprendimiento universitario contribuyen al desarrollo económico de la ciudad al generar nuevas empresas, empleos y riqueza.

La alianza entre universidades y ciudades inteligentes impulsa la innovación urbana. Al compartir conocimiento, talento e infraestructura, se crea un ecosistema donde los *startups* universitarios prosperan y las ciudades se desarrollan de manera sostenible. Esta sinergia beneficia a todos los actores involucrados, desde los estudiantes hasta los ciudadanos, al generar empleo, riqueza y soluciones a los desafíos urbanos.

En resumen, esta relación es fundamental para construir ciudades más inteligentes y competitivas.



Fotografía Jorge Isaac Díaz Guerra.

THE UNIVERSITY CAMPUS AS A HUB FOR URBAN INNOVATION

/// Ph.D. Alejandro Vergara Berra



Fotografía Jorge Isaac Díaz Guerra

Driving campus for urban innovation refers to the strategic role that university entrepreneurship ecosystems play in fostering economic growth, sustainable development, and innovative urban environments. As urban areas increasingly face challenges such as climate change and economic instability, universities have emerged as pivotal players by leveraging their research capabilities, technology parks, and innovation districts. This shift from traditional educational roles to active participants in urban development reflects a growing recognition that interdisciplinary collaboration among universities, government, and industry—often conceptualized through the Triple Helix model—is essential for addressing contemporary urban challenges and driving sustainable innovation (Urban Universities and Innovation, 2016).

Notable examples of university-led initiatives include the establishment of innovation districts, which combine residential, commercial, and recreational spaces to create vibrant environments conducive to collaboration and creativity. Such districts have evolved from earlier technology parks that often promoted auto-dependency and lacked the mixed-use features necessary for fostering a holistic entrepreneurial ecosystem. Universities are now focusing on smart campus initiatives that incorporate sustainable practices and advanced technologies, enhancing operational efficiencies and promoting alternative transportation solutions. (Keeler et al., 2023b). These developments illustrate how universities are not just centers of learning but also key catalysts for urban innovation.

However, the journey towards creating effective university entrepreneurship ecosystems is not without challenges. Institutions must navigate complex stakeholder relationships, adapt to local contexts, and reconcile traditional academic structures with entrepreneurial principles. Conflicting priorities within universities can inhibit the cultivation of an innovative mindset





Fotografía Jorge Isaac Díaz Guerra

among faculty and students, posing significant barriers to progress. Educator (2025). Furthermore, the effectiveness of these initiatives is often influenced by external policy frameworks, highlighting the need for responsive governance that fosters inclusivity and supports university engagement in urban development.

Overall, the concept of driving campus for urban innovation encapsulates a Dynamic interplay between education, research, and community development, underscoring the vital role that universities play in shaping the future of cities. As they increasingly adopt practices aligned with sustainable urbanization, universities are positioned to contribute significantly to creating resilient, inclusive, and innovative urban environments. Van Schalkwyk y Steenkamp (2024c).

Historical Context

The evolution of university entrepreneurship ecosystems and their role in driving urban innovation has deep historical roots. Initially, universities served as centers for academic advancement and knowledge production, focusing predominantly on education and research. However, the landscape began to shift in the late 20th century as higher education institutions recognized the potential of their research capabilities to foster economic growth through entrepreneurial activities. This recognition paved the way for the establishment of university-sponsored technology parks, designed to leverage suburban land for research and development purposes. Although initially successful, these parks often became auto-dependent and single-use environments, limiting their effectiveness in fostering comprehensive innovation ecosystems (Urban Universities And Innovation, 2016b).

As the new millennium approached, a paradigm shift occurred with the emergence of innovation districts—mixed-use developments located within urban settings.

These districts emphasized walkability and a blend of living, working, and recreational spaces, ai-

med at attracting highly valued knowledge workers and students. This urbanization of university initiatives marked a significant departure from the previous model, reflecting a growing understanding that innovation thrives in diverse, interconnected environments.

In this evolving context, the concept of the Triple Helix emerged, highlighting the interplay among universities, government, and industry as crucial for fostering innovation. As articulated by Cai (2013), this model not only encompasses the functional interactions among these sectors but also the institutional logics that shape their collaboration. By foregrounding historical relationships and addressing past conflicts, universities have been able to create a foundation of trust and respect necessary for transformative actions within their communities. Keeler et al. (2023). Moreover, in response to the pressing challenges posed by climate change and urbanization, many universities have begun adopting sustainable practices and smart technologies, mirroring the characteristics of smart cities. This shift has involved promoting alternative mobility solutions, such as electric vehicle fleets, to reduce carbon footprints and enhance operational efficiency on campuses (Musulin, 2020). By integrating sustainability into their operational frameworks, universities have emerged as pivotal players in advancing urban innovation and fostering a more sustainable future for the cities they inhabit.

Key Components

Organizational Structure and Operating Mechanism

An effective university entrepreneurship ecosystem operates through a harmonious blend of organizational structure and operating mechanisms. This duality can be likened to the hardware and software of a computer system, where both elements must be aligned to achieve maximum efficiency. Liu et al. (2021). Adaptability within this framework is crucial, particularly in addressing the complex relationships and unclear divisions of responsibility that can hinder communication and efficiency among various stakeholders in the ecosystem.



Fotografía Jorge Isaac Díaz Guerra



* **Collaboration and Partnerships**

Successful innovation frequently hinges on strategic partnerships and collaborations. Institutions such as Apple and Rolls Royce demonstrate that engaging multiple external partners can enhance product development and service delivery. For instance, Rolls Royce collaborates with various companies for components critical to its engine production, reflecting a model where shared resources and expertise drive innovation (Van Schalkwyk & Steenkamp, 2024). These partnerships not only enrich project outcomes but also strengthen the relationships among the participating entities, fostering a culture of collaboration that is essential for sustained growth.

Impact of Projects on Partnerships

The reciprocal relationship between project functioning and partnership quality is a significant aspect of the university entrepreneurship ecosystem. High-functioning projects positively influence partnership dynamics by enhancing mutual understanding and collaborative efforts, while dysfunctional projects can lead to weakened relationships among partners Caughman et al. (2023). This interplay underscores the importance of effectively managing both the partnerships and the projects to achieve desired outcomes and bolster the entrepreneurial ecosystem.

Innovation Hubs and Support Structures

Innovation hubs, such as the Isley Innovation Hub, play a pivotal role in fostering entrepreneurship within universities. These hubs provide multidisciplinary resources, including collaborative spaces and mentorship opportunities, which are essential for early-stage prototyping and business development (Staff, 2024). Furthermore, programs designed for women entrepreneurs and specific demographic groups within the entrepreneurship ecosystem highlight the inclusive nature of these initiatives, ensuring diverse participation and support.

Broader Economic Contributions

University-anchored innovation districts represent a growing trend where higher education institutions are increasingly pursuing externally focused strategies that align with business interests. This shift is aimed at stimulating economic growth and fostering sustainable development, particularly in the wake of economic challenges such as the 2008 crisis (Anchoring Innovation Districts: The Entrepreneurial University And Urban Change, 2021). The establishment of these districts not only enhances creativity and entrepreneurial spirit among students and faculty but also positions universities as key players in the local and regional economies.

Conceptual Frameworks

To navigate the complexities of university entrepreneurship ecosystems, conceptual frameworks are essential. These frameworks facilitate the integration of diverse theories and practices, providing a structured approach to understanding the interactions among various stakeholders and elements within the ecosystem Van Schalkwyk y Steenkamp (2024b). By articulating clear relationships and associations among constructs, these models can guide decision-making and strategic planning efforts aimed at fostering innovation and economic growth.

7 PASOS PARA TU ÉXITO EMPREENDEDOR

/// Por Edsson Ai Dixon Acosta

Una cosa importante a la hora de comenzar a emprender es tener directriz y muchas ganas de que tu emprendimiento se consolide, para ello, se necesita tener ideas claras y mucho enfoque. En el presente artículo se abordarán los puntos principales que debes cubrir para que tengas éxito en tu emprendimiento y comiences con el pie derecho tu vida empresarial.

Lo primero que se debe considerar es que un emprendimiento no sólo consiste en crear un negocio, es también un estilo de vida que implica pasión, determinación y capacidad de innovación. En un entorno altamente competitivo y en constante cambio se requiere una visión estratégica, estar preparado para sortear obstáculos y aprovechar las oportunidades. Esta guía te proporcionará los pasos clave para transformar tu idea en una empresa sostenible. Iniciaremos esta aventura con la idea de negocio, de dónde surge y qué debo considerar:

Paso 1. Valida tu idea de Negocio

Antes de lanzarte a invertir tiempo y recursos, asegúrate de que tu idea tiene potencial, para ello es necesario que:

1. Identifica tu pasión o tu talento, un negocio exitoso suele nacer de una pasión genuina, ya que requiere esfuerzo, dedicación y compromiso. ¿Qué te apasiona?, ¿Cuál es tu talento?

2. Encuentra una necesidad específica asociada a tu pasión o talento, puede ser un área de oportunidad, no es necesario crear algo nuevo per se, sino que puedes adaptar la forma de entrega, el empaque o cualquier característica asociada a un producto o servicio ya existente.



3. Investiga el mercado, ¿existe una demanda real para tu producto o servicio?, evalúa quienes son tus posibles clientes y qué características tienen, investiga sobre el tamaño del mercado (ventas anuales de ese producto o servicio) y quiénes son tus posibles competidores y cómo puedes diferenciarte de ellos.

4. Entiende tu mercado, para ello es necesario que indagues a tus posibles clientes ya sea con entrevistas o encuestas para conocer qué elementos son los que más valoran y puedas ofrecerlos para resolver su problema.

Consejo Práctico

Si tu idea no resuelve el problema, reevalúa o pivota tu enfoque para adecuarlo a lo que el mercado requiere.

Paso 2. Elabora un Plan de Negocios

El Plan de Negocios es un documento que será la hoja de ruta que guiará tu emprendimiento, de forma tradicional y extensa, se integra por tres estudios, estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero, no obstante, también existen otros enfoques más sencillos que sirven para *madurar tu idea* como lo es el **Modelo de Negocios Canvas**, en el cual se resume en una sola hoja la idea general del negocio.

5. Define tu producto o servicio, redactando de forma clara y precisa cuál es tu producto o servicio y aporte de valor en el mercado.

6. Redacta la misión, visión y valores.

Misión: Escribe cuál es el propósito el cual consiste en hacer el producto o prestar el servicio y la calidad y valores inherentes al mismo.

Visión: Expón qué quieres lograr de tu empresa en un período de entre 5 y 10 años, posicionarte en el mercado, consolidarte en la mente de los consumidores, ser líderes en ventas. Son oraciones comunes a la hora de redactar, te invitamos a ser original y específico en lo que quieras lograr.



Valores: Como honestidad, responsabilidad, innovación o compromiso y asegúrate que sea tu guía de acción.

Nota: Asegúrate de que la filosofía plasmada sea compartida por toda la organización y que los colaboradores la sientan suya.

7. Analiza el mercado, un estudio detallado de tu mercado objetivo, clientes, proveedores y competencia. Si puedes, realiza una prueba beta de tu producto o servicio, aprovecha las redes sociales para una validación previa del mismo.

8. Estrategia de Marketing y comunicación, cuando sabes quienes son tus clientes y qué características tienen, selecciona los medios más adecuados para hacerles llegar el mensaje y elabora un presupuesto para los gastos asociados a estos gastos.

9. Determina la ubicación de tu negocio, con base en tu mercado y proveedores, selecciona la ubicación más conveniente en el que estos puedan acceder de forma sencilla y cuente con todos los servicios que necesitas para tu negocio.

10. Enlista de forma detallada el equipo y servicios que requieres y cuantifícalos en cantidad y precio, para que comiences a calcular la inversión que necesitarás.

11. Determina la inversión inicial, para hacerlo considera el equipo que necesitas adquirir, los servicios que necesitas pagar (renta, electricidad, internet), gastos como compra de materia prima e insumos adicionales y limpieza, así como los salarios de los periodos que estimes necesarios.

12. Realiza una proyección de ingresos y gastos, recuerda incluir la cantidad que esperas percibir del negocio, el no hacerlo es una mala señal.

13. Determina cómo vas a financiar la inversión inicial, de dónde obtendrás los recursos a invertir, de ahorros propios, préstamos de familiares y amigos, de instituciones financieras, de la banca de desarrollo e identifica el costo de cada una.



14. Evalúa tus proyecciones financieras, para determinar la viabilidad del negocio es necesario que apliques algunas herramientas financieras, las mínimas recomendables son:

- A.** *Periodo de Retorno de la Inversión (PR o cash back).*
- B.** *Tasa Interna de Rendimiento (TIR).*
- C.** *Tasa de Retorno Mínima Aceptable (TREMA).*
- D.** *Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC).*
- E.** *Valor Actual Neto (VAN).*

Con estas herramientas tendrás una idea más clara de la viabilidad de tu negocio.

Paso 3. Construye un equipo fuerte

Un gran negocio requiere de un equipo sólido, rodéate de personas con habilidades complementarias y valores alineados a los de tu empresa.

- **Contrata por actitud y entrena por habilidades**
- **Crema una cultura de colaboración y comunicación transparente**

Tip para el éxito

Prioriza la creación del sentimiento de equipo y la resiliencia.



Paso 4. Incuba tu idea

No es indispensable, sin embargo, es una gran decisión, acudir a una incubadora de negocios te permitirá madurar y robustecer tu idea, así mismo, te ayudará a relacionarte y obtener apoyo para conseguir el financiamiento necesario. Existen muchas incubadoras de empresas y cada una tiene sus fortalezas, recuerda que en la Universidad Interamericana contamos con una Incubadora de Negocios y estaremos muy contentos de poder ayudarte. En la Incubadora podrás:

- **Elaborar tu plan de negocios de forma completa**
- **Obtener ayuda para conseguir financiamiento**
- **Obtener capacitación para la comercialización de tu producto o servicio**
- **Acceder a una red de negocios**

Paso 5. Estructura y crecimiento

15. Elegir la forma jurídica y régimen fiscal antes de iniciar tu negocio, ya sea como persona física o persona moral (sociedad mercantil o civil), así como el régimen fiscal adecuado, contribuirá en gran medida a tu éxito empresarial, ya que las cargas fiscales y las obligaciones legales son distintas dependiendo de tu elección.

Realiza todos los trámites para formalizar tu emprendimiento, desde la constitución legal, inscribirte en el Registro Federal de Contribuyentes, dar de alta tu establecimiento y anuncios, así como la inscripción patronal en el Instituto Mexicano del Seguro social (IMSS), Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) y el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT) y Registro Estatal de Contribuyentes (REC), en caso de tener trabajadores.

16. Asigna Actividades, la estructura que tendrá tu emprendimiento determina la relación de jerarquía y de comunicación formal dentro de tu empresa, asigna funciones de acuerdo con cada función que habrá de desempeñarse y asigna responsabilidades a cada puesto.

17. Plantea los procesos, sistematizar, estructurar y en general, estandarizar procesos, son la clave para lograr la calidad en cada parte de la organización y la base de los procesos de certificación de calidad como las certificaciones ISO.



Paso 6. Adáptate

En el mundo de los negocios, la adaptación y el aprendizaje continuo es fundamental para mantenerse vigentes y asegurar la permanencia.

- Monitorea constantemente a tu mercado, las nuevas tendencias y formas de comercializar y comunicar.
- Mejora, aprende de tus errores, acepta la crítica y soluciona las quejas rápidamente.

Paso 7. Rodéate de expertos

Acércate a los expertos de cada área para que tu negocio siempre cuente con la asesoría idónea. Un buen contador tanto como un buen abogado te permitirán dormir tranquilo sabiendo que cumples con los requerimientos legales y fiscales. **¡Siempre debes tener este apoyo!**

El emprendimiento es un viaje lleno de desafíos y aprendizajes, mantén la disciplina, busca apoyo en mentores y celebra cada pequeño logro. Recuerda que el éxito no llega de la noche a la mañana, pero con enfoque y determinación, puedes construir un negocio que impacte vidas y deje un legado.

Tener clara una visión de la empresa y, sobre todo, tener una estructura de pensamiento y del negocio te permitirá dar los pasos en la dirección correcta. Plasmar tus ideas en papel o digitalmente te orilla a seguir una guía que, si bien es flexible, te direcciona en tu actuar para lograr el éxito.

Por último, recuerda que este artículo es una guía general y puede no cubrir todos los aspectos del emprendimiento, por lo que es importante que busques asesoramiento personalizado para tu situación específica.

¡MUCHO ÉXITO!

CALENDARIO DE EVENTOS EM-PRENDE

Febrero

/// Reto ANTAD emprendedor 2025

Marzo

/// 3-6 Marzo powering startups

/// 18-20 Marzo: incMTY

Abril

/// 2-3 Abril: Congreso América Digital 2025

/// 19 Abril: III Congreso Internacional de Emprendimiento, Innovación y Sustentabilidad

Eventos Destacados

/// 10 Abril: Start It Up 2025

/// 15 Mayo: Presentación de Proyectos Finales





TRANSMISIÓN DE EVENTOS POR INTERNET PRODUCCIÓN DE VIDEOS Y ENTREVISTAS VIDEOS PARA REDES SOCIALES



"Generamos contenidos audiovisuales para diferentes empresas y medios de comunicación"



ESTUDIO: CALLE UXMAL #108 COLONIA MAYA TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS

GERENCIA PUEBLA: 22.24.25.56.88

GERENCIA CHIAPAS: 96.16.27.52.53

FACEBOOK/InstintoComunicaciónCreativa

REFERENCIAS

TENDENCIAS Y PERSPECTIVAS PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL SIGLO XXI

- Diamandis, P., & Kotler, S. (2021). The future is faster than you think: How converging technologies are transforming business, industries, and our lives. Simon & Schuster.
- Gutiérrez, R., & López, J. (2023). Tendencias emergentes en emprendimiento digital. *Journal of Business Innovation*, 14(3), 45-67.
- Kantis, H., & Federico, J. (2022). Ecosistemas emprendedores en América Latina: Avances y desafíos. *Revista de Desarrollo Regional*, 10(2), 101-120.
- Martínez, P., & Rojas, E. (2022). Emprendimiento sostenible: Retos y oportunidades para el siglo XXI. *Revista de Innovación y Emprendimiento*, 18(1), 32-48.
- Singularity University. (2023). *Exponential Organizations: The New Business Paradigm*.

THE UNIVERSITY CAMPUS AS A HUB FOR URBAN INNOVATION

- Anchoring Innovation Districts: The Entrepreneurial University and Urban Change. (2021, 11 junio). Hopkins Press. <https://press.jhu.edu/newsroom/anchoring-innovation-districts-entrepreneurial-university-and-urban-change>
- Caughman, L., Beaudoin, F., & Keeler, L. W. (2023). The project-partnership cycle: managing city-university partnerships for urban sustainability and resilience transformations. *Urban Transformations*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s42854-023-00055-x>
- Cai, Y. (2014). Implementing the Triple Helix model in a non-Western context: an institutional logics perspective. *Triple Helix Journal*, 1(1). <https://doi.org/10.1186/s40604-014-0001-2>
- Keeler, L. W., Beaudoin, F., Cid, A., Cowley, R., Fahy, S., Lerner, A., Moran, C., & Torney, D. (2023). Building transformative city-university sustainability partnerships: the Audacious Partnerships Process. *Urban Transformations*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s42854-022-00045-5>
- Liu, H., Kulturel-Konak, S., & Konak, A. (2021). Key Elements and Their Roles in Entrepreneurship Education Ecosystem: Comparative Review and Suggestions for Sustainability. *Sustainability*, 13(19), 10648. <https://doi.org/10.3390/su131910648>
- Musulin, K. (2020, 15 septiembre). In deploying electrified urban transport, look to university campuses. *Smart Cities Dive*. <https://www.smartcitiesdive.com/news/in-deploying-electrified-urban-transport-look-to-university-campuses/585168/>
- Staff, P. R. (2024, 12 noviembre). The Top 50 Undergraduate Programs for Entrepreneurs in 2025. *Entrepreneur*. <https://www.entrepreneur.com/entrepreneurs/top-50-undergraduate-programs-for-entrepreneurs-in-2025/482099>
- Urban Universities and Innovation. (2016). Penn IUR. <https://penniur.upenn.edu/publications/urban-universities-and-innovation>
- Van Schalkwyk, R. D., & Steenkamp, R. (2024a). A CONCEPTUAL AND CASE STUDY REVIEW OF THE QUADRUPLE HELIX MODEL OF INNOVATION. *The South African Journal Of Industrial Engineering*, 35(2). <https://doi.org/10.7166/35-2-2908>

7 PASOS PARA TU ÉXITO EMPRENDEDOR

- Baca Urbina, G. (2022). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Bóveda, J. E., Obviedo, A., & Yakusik, A. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocios*. San Lorenzo: Incubadora de Empresas de la Universidad Nacional de Asunción.
- Castagna Alonso, A. (2003). *Matemáticas Financieras*.
- Nacional Financiera SNC. (2015). *13 Pasos para hacer tu plan de negocios*. Guía del participante. México. Obtenido de *13 Pasos para hacer tu plan de negocios*, Guía del participante.
- Ramírez Padilla, D. N. (2018). *Contabilidad Administrativa*. México: McGraw-Hill.
- Welsch, G. A., Hilton, R. W., Gordon, P. N., & Rivera Noverola, C. (2005). *PRESUPUESTOS Planificación y control*. México: Pearson Educacion.
- Wild, J. J., Subramanyan, K. G., & Halsey, R. F. (2014). *Análisis de Estados Financieros (Novena Edición ed.)*. Ciudad de México, México: McGraw Hill.
- Wild, J., Shaw, K., & Chiappetta, B. (2022). *Managerial Accounting*. México: McGraw-Hill.



CERTIFÍCATE CON NOSOTROS

En VERCOMER certificamos organizaciones bajo el estándar ISO 9001:2015, somos una empresa orgullosamente poblana y estamos acreditados ante la Entidad Mexicana de Acreditación, nuestros certificados tienen reconocimiento internacional, por el Foro Internacional de Acreditación (IAF).

¿Quién puede certificarse?



ISO 9001 está diseñado para implementarse en organizaciones de cualquier tamaño o sector.

En la actualidad, muchas empresas la exigen a sus proveedores, para garantizar la calidad de sus productos o servicios.

ISO 9001:2015 logra optimizar los procesos e incrementa la producción, reduciendo costos, retrabajo y te abre las puertas a nuevos mercados.

También te brindamos el servicio de CAPACITACIÓN



Impulsa tu futuro:

Domina las herramientas de calidad que marcan la diferencia, con nuestros cursos de capacitación:

NUESTROS CURSOS:

-  Interpretación e implementación de ISO 9001:2015.
-  Enfoque basado en procesos.
-  Formación de auditores internos de Sistemas de Gestión, de acuerdo a ISO 19011:2018
-  Gestión de riesgos ISO 31000:2018.



¡No lo pienses más y CONTÁCTANOS!



(222) 5730309



certificacion@vercomer.com.mx



www.vercomer.com.mx



[/VERCOMERSADECV](https://www.facebook.com/VERCOMERSADECV)



[@VERCOMER_SA](https://www.instagram.com/VERCOMER_SA)



30%

CUPÓN DE DESCUENTO

Presenta este cupón y te damos un 30% de descuento en nuestro curso de Enfoque basado en Procesos.

Válido un cupón por persona, antes del 31 de marzo.

Forma parte de la beca de

**INVESTIGACIÓN, INNOVACIÓN
Y EMPRENDIMIENTO**

y convierte tu pasión en proyectos

CON IMPACTO REAL

**ESCANEA
Y DESCUBRE COMO
FORMAR PARTE**

