



Encuentro Internacional de
Investigación en Emprendimiento
Emprendimiento para un futuro sostenible

MEMORIAS 2022

ÍNDICE

01

Educación emprendedora..... 4

– FORMACIÓN EMPRENDEDORA EN UTEPSA.....	5
– ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES EN LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA.....	8
– EMPRENDIMIENTO Y SU PERCEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES. COMPARACIÓN 2016-2022.....	9
– ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS: AN IBEROAMERICAN VISION OF PUBLIC AND PRIVATE UNIVERSITIES STUDENT'S DURING PANDEMIC.....	10

02

ECOSISTEMAS DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO REGIONAL..... 11

– EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE: EVALUACIÓN DE IMPACTO ECONÓMICO, ECOLÓGICO Y SOCIAL.....	12
– EL EMPRENDIMIENTO Y LA PROSPECTIVA ESTRATÉGICA COMO DISCIPLINAS INTERCONECTADAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE ESCENARIOS A FUTURO.....	13
– THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGY WITHIN THE BUSINESS MODELS OF SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP.....	14
– ELEMENTOS PARA LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN EL PROTOTIPADO DE SOLUCIONES: UN ESTUDIO DE CASO EN EL SECTOR AGRO DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER.....	15

03

EMPRENDIMIENTO SOCIAL 16

– RUTA DE INNOVACIÓN SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA CONSOLIDAR ECOSISTEMAS REGIONALES. EL CASO DEL PARQUE CIENTÍFICO DE INNOVACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA.....	17
– BARRIERS TO CO-CREATION WITH THE BASE OF THE PYRAMID: A CASE ON HOW AN ECONOMIC FOCUS IMPEDES INCLUSION.....	19
– HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS DE LA MADUREZ DE UN MODELO DE NEGOCIO Y LA PROSPECCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO.....	20
– IMPACT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP EDUCATION ON INTEREST IN SOCIAL ISSUES: PERSPECTIVES DRAWN FROM TEC DE MONTERREY, CAMPUS LEÓN, MÉXICO.....	21
– IDENTIFICACIÓN DE DIMENSIONES Y VARIABLES PARA EL ANÁLISIS PROSPECTIVO PARA LA GENERACIÓN DE VALOR EN MODELOS DE NEGOCIO.....	23
– NEUROCIENCIA Y EMPRENDIMIENTO ORIENTADOS A LA CREACIÓN DE FUTUROS SOSTENIBLES.....	24
– SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DIGITALIZATION EFFECTS ON BUSINESS MODEL VALUE GENERATION.....	26
– LEADERSHIP AND GENDER AS DETERMINANTS OF ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS.....	27

PRESENTACIÓN

El Encuentro Internacional de Investigación en Emprendimiento (EIE) es una propuesta del Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera del Tecnológico de Monterrey, que reúne investigadores e investigadoras de diferentes universidades y países con el objetivo de fomentar una comunidad entorno a la disciplina del emprendimiento, encontrándonos en un espacio de reflexión académica, para el diálogo entre actores y agentes de cambio sobre educación emprendedora y nuevos esquemas de desarrollo regional a través de una visión económica de emprendimiento consciente centrada en el ser humano.

En su quinta edición, el EIE propuso como tema principal "El Emprendimiento para un futuro sostenible", ya que la sostenibilidad es la forma de satisfacer las necesidades humanas fundamentales al tiempo que se preserva el sistema de soporte de la vida en el planeta (Grigore y Dragan, 2020). En base a esta perspectiva el emprendimiento sostenible se define como "el descubrimiento, la creación y la explotación de oportunidades para crear bienes y servicios futuros que sostengan el entorno natural y/o comunitario y proporcionen ganancias de desarrollo para otros" (Patzelt y Shepherd 2011, p. 632). El emprendimiento sostenible es multidimensional e incluye aspectos sociales, medioambientales y económicos (Elkington, 1995) y se enfoca en la promoción de futuros sostenibles (Gümüşay and Reinecke, 2022). Sin embargo, los emprendedores a menudo pueden enfrentarse a la disyuntiva de si perseguir primero el beneficio económico o priorizar las contribuciones medioambientales y sociales. Por supuesto, lograr tanto el beneficio económico como los beneficios sociales podría ser el mejor escenario (Sung y Park, 2018), pero lograrlo es complejo.

La relevancia del emprendimiento sostenible ha aumentado, especialmente desde que se ha conscientizado que los sistemas económicos actuales han causado problemas sistémicos como la destrucción del medio ambiente, la pobreza crónica y la pandemia (George et al. 2016; Grodal and O'Mahony 2017; Mithani 2020). El rol del emprendimiento para la creación de futuros sostenibles tiene así particularmente una relevancia práctica, ya que en una era global en la que los Estados debilitan su capacidad de coerción y regulación (Beck 2000; Kobrin 2001), los emprendedores han tomado un rol crecientemente importante en la configuración del futuro (Kiesner 2010).

Aunque la investigación sobre emprendimiento sostenible es todavía escasa, prevalece la idea del emprendimiento, tal y como se teoriza actualmente, no apoyan el emprendimiento sostenible debido a la dispersión de los beneficios y los spillovers que proporciona (Divito & Ingen-Housz, 2019). Investigar sobre emprendimiento para la construcción de futuros sostenibles implica trabajos académicos que teoricen nuevas visiones de futuro que abran perspectivas radicalmente nuevas para que la agencia humana dé forma al mundo y facilite la realización de futuros deseables (Gümüşay and Reinecke, 2022).



Es por eso que hicimos un llamado a investigadores interesados en emprendimientos para futuros sostenibles para presentarse en el V Encuentro Internacional de Investigación en Emprendimiento, EIIE. Los manuscritos pudieron ser empíricos (utilizando métodos cuantitativos, cualitativos o mixtos) o conceptuales, lo que ayudaría en el desarrollo de nuevas ideas sobre el fenómeno del emprendimiento para futuros sostenibles en contextos de educación, emprendimiento social, emprendimiento regional, e imaginación de nuevos escenarios posibles. Sin limitar el alcance de las posibles contribuciones, los temas de particular interés se alinearon con cuatro líneas del EIIE:



a) Educación Emprendedora. Propuestas que planteen nuevos modelos pedagógicos para fomentar el emprendimiento sostenible. El rol de la universidad en la formación de emprendedores sostenibles. La medición del impacto de la educación emprendedora en los distintos modelos educativos.

b) Emprendimiento Social. Propuestas que exploren la manera en que los emprendedores pueden lograr beneficios económicos, sociales y ambientales. Vinculación del emprendimiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

c) Ecosistemas y Emprendimiento Regional. Propuestas que midan la dinámica emprendedora y su impacto regional con una perspectiva de futuro sostenible. La transición a ecosistemas que generan resultados vinculados a la sostenibilidad (tanto la viabilidad económica y medio ambiental) y la articulación de diferentes actores para construcción de futuros sostenibles. Planteamientos de medición de impacto sostenible.

d) Imaginación para futuros sostenibles. Propuestas que exploren la imaginación de nuevos escenarios deseables sostenibles y cómo a través de emprendimientos puede ser promovida su emergencia.

El Encuentro Internacional de Investigación en Emprendimiento (EIIE), se llevó a cabo de manera presencial el 14 de noviembre de 2022 en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, México, y estos fueron algunos de los resultados:



Te presentamos en estas MEMORIAS, los trabajos que se presentaron durante el V EIIE 2022. Próximamente, los trabajos destacados y que sean relacionados con el ámbito Latinoamericano serán invitados en un Special Issue "Entrepreneurship for Sustainable Futures" en la revista Management Research, Journal of the Iberoamerican Academy of Management.

Agradecemos a todos los y las investigadoras, gestores y gestoras de emprendimiento, estudiantes y público interesado en la disciplina, por ser parte de este Encuentro y por fomentar una comunidad de divulgación en el ecosistema de emprendimiento en México y el mundo.



Geraldina Silveyra León
Directora Región Occidente del
Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza
Lagüera del Tecnológico de Monterrey



José Ernesto Amorós Espinosa
Líder Nacional de Doctorados y Director
Asistente de Investigación EGADE
Tecnológico de Monterrey

REFERENCIAS

- Beck, U. 2000. What is globalization? Cambridge: Polity Press.
- DiVito, L., & Ingen-Housz, Z. (2019). From individual sustainability orientations to collective sustainability innovation and sustainable entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 1-16.
- Elkington, J. (1999). *Cannibals with forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing.
- George, G., J. Howard-Grenville, A. Joshi, and L. Tihanyi. 2016. 'Understanding and tackling societal grand challenges through management research.' *Academy of Management Journal*, 59(6): 1880-1895.
- Grigore, A. M., & Dragan, I. M. (2020). Towards Sustainable Entrepreneurial Ecosystems in a Transitional Economy: An Analysis of Two Romanian City-Regions through the Lens of Entrepreneurs. *Sustainability*, 12(15), 6061.
- Grodal, S., and S. O'Mahony. 2017. How does a grand challenge become displaced? Explaining the duality of field mobilization. *Academy of Management Journal*, 60(5): 1801-1827.
- Gümüşay, A., and J. Reinecke. 2021. Researching for desirable futures: From real utopias to imagining alternatives. *Journal of Management Studies* (In Press).
- Kiesner, F. 2010. *Creating entrepreneurs: Making miracles happen*: World Scientific Publishing.
- Kobrin, S. 2001. 'Sovereignty@bay: globalization, multinational enterprise, and the international political system.' In A. Rugman, and T. Bruewer (Eds.), *The Oxford handbook of international business*: 181-205. New York: Oxford University Press.
- Mithani, M. 2020. 'Adaptation in the face of the new normal.' *Academy of Management perspectives*, 34(4): 508-530.
- Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2011). Recognizing opportunities for sustainable development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(4), 631-652.
- Sung, C. S., & Park, J. Y. (2018). Sustainability orientation and entrepreneurship orientation: Is there a tradeoff relationship between them?. *Sustainability*, 10(2), 379.

EDUCACIÓN EMPREENDEDORA



V Encuentro Internacional de
Investigación en Emprendimiento
Emprendimiento para un futuro sostenible
[Entrepreneurship for a sustainable future]

FORMACIÓN EMPRENDEDORA EN UTEPSA

Mónica Arauco Urzagas

La Universidad Tecnológica Privada de Santa Cruz, define como su visión la formación de profesionales íntegros, competentes, emprendedores e innovadores, y la generación de conocimiento y soluciones a través de la investigación y la aplicación de tecnología para contribuir al desarrollo sostenible de su entorno y la comunidad global. Esta misión se sintetiza en el lema de la Universidad: "Educar para Emprender y Servir", que se entiende de la siguiente manera: Educar, implica la formación integral del ser humano en conocimientos, habilidades, actitudes y valores para que aporte al desarrollo de la sociedad en un contexto globalizado; a través, de una experiencia académica de calidad y de excelencia. Emprender o emprendimiento, implica ser competente en iniciar un negocio o promover acciones proactivas en diferentes ámbitos; con liderazgo e innovación, buscando generar competitividad y beneficio para la sociedad y el servicio.

Servir o servicio, implica acciones que generen bienestar atendiendo con valores y responsabilidad los intereses y necesidades de la sociedad. En consistencia con lo anterior, las líneas de investigación y acción de Utepsa que fueron definidas por el Comité Científico son: Emprendimiento, Innovación Tecnológica y Desarrollo, Medio Ambiente y Desarrollo Humano. Dentro de cada una de estas líneas, Utepsa toma en cuenta los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus metas específicas. La investigación en Emprendimiento presenta dos facetas, por un lado, se apoya a la generación de conocimiento sobre la actividad emprendedora a nivel regional y local, en este sentido Utepsa tiene una línea permanente de investigación sobre historia del emprendimiento y conceptualización del emprendimiento en la que se destaca entre otras cosas la actitud y los valores de los emprendedores de la región, información se socializa con el ecosistema de emprendimiento de la región y se utiliza en las aulas como fuente primaria para la educación emprendedora.

Por otro lado, la investigación en emprendimiento tiene como una de sus principales fortalezas al Observatorio de Mercados Económicos y de Opinión, que es un proyecto que dirige los esfuerzos de los estudiantes para obtener información sobre demandas del mercado que luego puede ser usada por la comunidad de manera libre.



Asimismo, el modelo pedagógico de Utepsa, presenta una dimensión específica para el Emprendimiento y la Innovación que combinada con otras dimensiones, como el servicio, la planificación y la organización, la investigación, la innovación y el liderazgo, permite la construcción de un perfil profesional genérico integral e integrador de egreso de la Universidad. La dimensión Emprendimiento e Innovación dentro el modelo pedagógico, desarrolla conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores de emprendimiento e innovación; a través, de asignaturas, programas, proyectos y actividades relacionadas con el proceso de enseñanza y aprendizaje con el fin de responder a las necesidades del entorno y del bienestar de la comunidad.

Para esto es necesario contar con docentes con una actitud emprendedora e innovadora en el proceso de enseñanza y aprendizaje siendo creativo, entusiasta, flexible, innovador, práctico y activo, quien desde el inicio de la carrera debe promover en el estudiante un espíritu de emprendimiento e innovación, valores de superación, responsabilidad y concientiza sobre la importancia de ser innovador en su desempeño laboral, para el desarrollo de su comunidad.

Por su parte, el estudiante toma conciencia e internaliza la importancia del emprendimiento e innovación para su formación profesional y para el desarrollo de su comunidad y propone, desarrolla e implementa proyectos y actividades de emprendimiento e innovación dentro y fuera de la Universidad, aplicando los conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores que va adquiriendo.

Lo anterior, se operativiza a través de las siguientes actividades formativas:

- Vinculación con emprendedores y expertos en emprendimiento e innovación. Con cierta frecuencia, se realizan encuentros en la Universidad con emprendedores destacados, para que compartan sus experiencias con la comunidad universitaria, con el fin de despertar en el estudiante su espíritu emprendedor e innovador. Para mantener vínculos con el estudiante o graduado que ya tiene emprendimientos, se organiza encuentros con ellos. En estos encuentros además de galardonar simbólicamente a los emprendedores y generar redes de contacto, se motiva al estudiante y a la comunidad a emprender e innovar.
- Vinculación con programas externos de emprendimiento. La Universidad participa activamente con sus estudiantes, docentes y administrativos de programas de emprendimiento organizados por instituciones nacionales e internacionales relacionadas con el emprendimiento y la innovación.
- JETS. Anualmente se organizan las “Jornadas Empresariales Tecnológicas, Sociales y Humanísticas. JETS” en las que Utepsa desarrolla un intenso programa de conferencias, talleres, concursos y otras actividades que giran en torno al emprendimiento y la innovación.

Asignaturas que guían a una formación emprendedora. Los planes de estudio contemplan asignaturas específicas para el desarrollo de los conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes emprendedoras. Por otro lado, en determinadas asignaturas, se incluyen actividades didácticas directamente relacionadas con la creación de empresas y la innovación. Los laboratorios se convierten en espacios donde los estudiantes generan y desarrollan ideas emprendedoras e innovadoras, multidisciplinarias con el apoyo de un especialista y el acceso a los recursos y materiales necesarios.



Asimismo, el modelo pedagógico de Utepsa, presenta una dimensión específica para el Emprendimiento y la Innovación que combinada con otras dimensiones, como el servicio, la planificación y la organización, la investigación, la innovación y el liderazgo, permite la construcción de un perfil profesional genérico integral e integrador de egreso de la Universidad. La dimensión Emprendimiento e Innovación dentro el modelo pedagógico, desarrolla conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores de emprendimiento e innovación; a través, de asignaturas, programas, proyectos y actividades relacionadas con el proceso de enseñanza y aprendizaje con el fin de responder a las necesidades del entorno y del bienestar de la comunidad.

Para esto es necesario contar con docentes con una actitud emprendedora e innovadora en el proceso de enseñanza y aprendizaje siendo creativo, entusiasta, flexible, innovador, práctico y activo, quien desde el inicio de la carrera debe promover en el estudiante un espíritu de emprendimiento e innovación, valores de superación, responsabilidad y concientiza sobre la importancia de ser innovador en su desempeño laboral, para el desarrollo de su comunidad.

Por su parte, el estudiante toma conciencia e internaliza la importancia del emprendimiento e innovación para su formación profesional y para el desarrollo de su comunidad y propone, desarrolla e implementa proyectos y actividades de emprendimiento e innovación dentro y fuera de la Universidad, aplicando los conocimientos, capacidades, habilidades, actitudes y valores que va adquiriendo.

Lo anterior, se operativiza a través de las siguientes actividades formativas:

- Vinculación con emprendedores y expertos en emprendimiento e innovación. Con cierta frecuencia, se realizan encuentros en la Universidad con emprendedores destacados, para que compartan sus experiencias con la comunidad universitaria, con el fin de despertar en el estudiante su espíritu emprendedor e innovador. Para mantener vínculos con el estudiante o graduado que ya tiene emprendimientos, se organiza encuentros con ellos. En estos encuentros además de galardonar simbólicamente a los emprendedores y generar redes de contacto, se motiva al estudiante y a la comunidad a emprender e innovar.
- Vinculación con programas externos de emprendimiento. La Universidad participa activamente con sus estudiantes, docentes y administrativos de programas de emprendimiento organizados por instituciones nacionales e internacionales relacionadas con el emprendimiento y la innovación.
- JETS. Anualmente se organizan las “Jornadas Empresariales Tecnológicas, Sociales y Humanísticas. JETS” en las que Utepsa desarrolla un intenso programa de conferencias, talleres, concursos y otras actividades que giran en torno al emprendimiento y la innovación.
- Asignaturas que guían a una formación emprendedora. Los planes de estudio contemplan asignaturas específicas para el desarrollo de los conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes emprendedoras. Por otro lado, en determinadas asignaturas, se incluyen actividades didácticas directamente relacionadas con la creación de empresas y la innovación. Los laboratorios se convierten en espacios donde los estudiantes generan y desarrollan ideas emprendedoras e innovadoras, multidisciplinarias con el apoyo de un especialista y el acceso a los recursos y materiales necesarios.

– Líneas de Investigación relacionadas al emprendimiento e innovación. Entre las líneas de investigación que tiene la universidad, las cuales están alineadas con los ODS, dos, están directamente relacionadas con el emprendimiento y la innovación. Los resultados de estas investigaciones generan un aporte de conocimientos y solución de problemas de la sociedad.

– Ferias de emprendimiento e innovación. Son espacios en los que el estudiante tiene la oportunidad de presentar a la comunidad los proyectos que desarrolla. Estos proyectos, son resultado de sus prácticas en laboratorio, asesoría del docente en aula, trabajo multidisciplinario, prácticas vivenciales y otras actividades vinculadas a su Plan de estudios para el logro de su formación.

– Centro de Emprendimiento e Innovación. La Universidad, a través, de diferentes programas apoya a los emprendimientos nacientes para que sus posibilidades de éxito aumenten, para ello se trabajan en acciones de consultoría y asesoramiento.

Seguros de la importancia de la formación emprendedora en las nuevas generaciones como Utepsa tienen un proceso de mejora continua permanente respecto a sus actividades de emprendimiento con el fin ser agentes de impacto real al desarrollo de la sociedad.



ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LAS HERRAMIENTAS VIRTUALES EN LA EDUCACIÓN EMPRENDEDORA

Dra. Cynthia Lorena Franco Rodríguez. ITESM, Campus Guadalajara
MIP. Cinthya Flores Rivera. ITESM, Campus Sinaloa

Resumen:

La unión de la realidad virtual, el metaverso y la inteligencia artificial permitirá personalizar los contenidos para cada alumno y facilitará al profesor su seguimiento y evaluación. Todo apunta a que el metaverso dará un empuje importante a la integración de las nuevas tecnologías dentro del ámbito educativo. La difusión y desarrollo de la tecnología digital a lo largo de los años ha permitido a las personas integrar productos y sistemas informáticos a la vida cotidiana. Estas tecnologías, a su vez, permiten la comunicación y la interacción humana y pueden emplearse para muchos propósitos, como educación, entretenimiento y emprendimiento. Por ello, se ha identificado que existe una expansión de la conciencia del usuario que manifiesta expectativas, deseos, gustos e intereses a través de avatares. Aunque se presenta como un signo, el usuario toma como referencia el cuerpo físico con el que coordina sus acciones en el entorno virtual. En el siguiente análisis cualitativo se busca tener una aproximación sobre las investigaciones realizadas en el tema de educación emprendedora, realidad virtual y metaverso, con el fin de analizar los resultados obtenidos, así mismo las áreas de oportunidad para el desarrollo de futuras investigaciones.



EMPRENDIMIENTO Y SU PERCEPCIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONALES: COMPARACIÓN 2016-2022

**Gutiérrez Ochoa Grisell Diarely. Universidad de Sonora.
Romero Torres Iliana Marlen. Universidad de Sonora.
Tirado García Jovana Isabel. Universidad de Sonora.**

Resumen:

En la actualidad se puede destacar el tema del emprendimiento, ya que es de gran interés para los estudiantes en el país y en el resto del mundo globalizado, principalmente para los egresados universitarios o quienes aún cursan el nivel superior de estudios. Los jóvenes salen a un mundo lleno de nuevos retos y escenarios en los que buscan estar preparados para sobresalir, hacer uso de sus habilidades y motivaciones para poder crear nuevas ideas de negocios y ofrecer así nuevas oportunidades de trabajo. El presente proyecto está basado en una investigación realizada en la Universidad de Sonora en el año 2016. Por lo que se tiene como principal objetivo hacer una comparación con los resultados de 2022. La investigación busca conocer la autopercepción de los alumnos del séptimo semestre del programa de Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales, en el tema del emprendimiento, así como la influencia de la formación que reciben de la institución y los docentes.



ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS: AN IBEROAMERICAN VISION OF PUBLIC AND PRIVATE UNIVERSITIES STUDENT'S DURING PANDEMIC

Lizette Huezo-Ponce, Tecnológico de Monterrey.

Paola Isabel Rodríguez Gutiérrez, Universidad Autónoma de San Luis Potosí.

Ana Montes-Merino, Universidad de Jaén.

Ma. Margarita Orozco-Gómez, Tecnológico de Monterrey.

Abstract:

Since the beginning of the pandemic, the economic and social perspective of the world has changed, and the severity of this event has impacted the entire world. This study, in particular, addresses the vision of this reality in young university students. From an institutional perspective, the university itself is an ecosystem within another ecosystem (Feld & Hathaway, 2020), which Spiegel et al. (2020, p.489) referred to as the "Russian dolls" perspective, that is, ecosystems operate as a nested system. An entrepreneurial university provides a suitable environment for driving entrepreneurial initiatives that contribute to economic and social development. We have identified studies that show the regional impact of universities on new business creation and knowledge transfer (Etzkowitz & Klofsten, 2005) and the impact of universities' entrepreneurial activities on regional competitiveness (Guerrero et al., 2016). However, there is a gap in studies that have compared public and private universities from an international perspective; there is even less empirical research about entrepreneurial ecosystem (EES) and universities. Furthermore, entrepreneurial intention (EI) is a trusted framework to reveal the mechanisms to improve entrepreneurship in these institutions. In summary, this study focuses on how the EES in universities influences the precursors of university students' EIs in different university ecosystems. Therefore, the following research question arises: "How does EES affect EI's public and private universities in different countries?"



ECOSISTEMAS DE EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO REGIONAL



EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE: EVALUACIÓN DE IMPACTO ECONÓMICO, ECOLÓGICO Y SOCIAL

Yadira Bayona Arrieta. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

El emprendimiento conlleva la posibilidad de aportar soluciones innovadoras a estos desafíos que enfrentan las nuevas generaciones de jóvenes para transitar hacia un futuro sostenible para todas y todos. Particularmente por el apremio de los ciudadanos a utilizar sistemas productivos, que puedan disminuir la devastación de los recursos naturales y atenuar las desigualdades sociales (International Monetary Fund, 2019; Stiglitz, 2010). El desarrollo sostenible es uno de los conceptos con mayor influencia para los universitarios emprendedores en la última década (Arrieta, 2021). En el contexto universitario sobre emprendimiento y desarrollo sostenible, existe una mínima publicación de artículos científicos sobre las prácticas de emprendedores que detectan oportunidades e implementan estrategias para aportar a los ODS (Lans, 2014). El emprendimiento sostenible (ES), implica una conciencia de que el consumo de recursos naturales ha provocado la degradación de los ecosistemas, afectando con ello las condiciones sociales de las poblaciones (Chirinos, 2020; Patzelt, H. & Shepherd, 2011). En la literatura científica se estudia recientemente esta forma de crear empresas bajo el concepto de Emprendimiento Sostenible (ES). La presente investigación se enfoca en emprendedores universitarios cuyas ideas se transforman en empresas emergentes (Startups). Específicamente sobre startups que además de ser rentables, favorecen mediante su operación comercial, a causas sociales y ecológicas (Belz, 2013; Schlange, 2009). Los productos y servicios que las empresas ofrecen en el contexto local, contribuyen a crear valor de triple impacto (TBL) y globalmente aportan a los Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS (Lozano, 2019).

Los resultados contribuyen para avanzar a la teoría del ES, en cinco rubros: en mostrar los elementos clave y alcances del ES; a la perspectiva de procesos para aprovechar oportunidades de cambio y creación de valor; a la colaboración sistémica para contribuir a los ODS; a identificar mejores prácticas de negocios nacies para la sostenibilidad; y a la evaluación de los resultados generados por los emprendedores en las tres vertientes de la sostenibilidad. Se describe la implementación de modelos innovadores de negocio con el objetivo de lograr rentabilidad económica, valor social y una actividad productiva respetuosa con el medio ambiente (Austin et al., 2006). Sin embargo, la ausencia de herramientas evaluadoras adecuadas a este tipo de emprendimiento limita a los fundadores en la posibilidad de dar seguimiento y reportar múltiples resultados (no solo con indicadores económicos) a sus clientes, colaboradores y financiadores.



EL EMPRENDIMIENTO Y LA PROSPECTIVA ESTRATÉGICA COMO DISCIPLINAS INTERCONECTADAS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE ESCENARIOS A FUTURO

Rocio Vanessa Farias. Tecnológico de Monterrey.

Resumen:

La presente propuesta engloba una visión que teoriza la integración entre las disciplinas de Emprendimiento y la Prospectiva Estratégica como alternativa para la realización de futuros. En otras palabras, una propuesta conceptual metodológica que de manera práctica ayude a los emprendedores y/o académicos de ambas disciplinas en el desarrollo de escenarios a futuro deseables sobre el tema bajo estudio. La propuesta está alineada hacia dos áreas de interés del EIIE, de manera en particular: la "Educación Emprendedora" (plantear nuevos modelos pedagógicos que contribuyen al proceso de emprendimiento y validaciones particulares con la aplicación práctica de la(s) técnica(s) de la prospectiva) e "Imaginación para futuros" (explorar nuevos escenarios deseables que deriven en prospectiva empresarial). Lo anterior, basado en la experiencia práctica, académica y expertis de los autores.



THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGY WITHIN THE BUSINESS MODELS OF SUSTAINABLE ENTREPRENEURSHIP

Sascha Furst. Tecnológico de Monterrey

Abstract:

Digital technology enhances the value creation, value delivery, and value capture of new ventures (Sahut et al., 2021). However, we have limited understanding about the role of digital technology for sustainable entrepreneurship. We contribute to this emerging stream of research by asking: What role does digital technology play within the business models of sustainable entrepreneurship for value creation, value delivery, and value capture? Thus, we provide much needed empirical insights into this emerging research topic.



ELEMENTOS PARA LA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA EN EL PROTOTIPADO DE SOLUCIONES: UN ESTUDIO DE CASO EN EL SECTOR AGRO DEL DEPARTAMENTO DE SANTANDER

Daniela Bermúdez Gómez

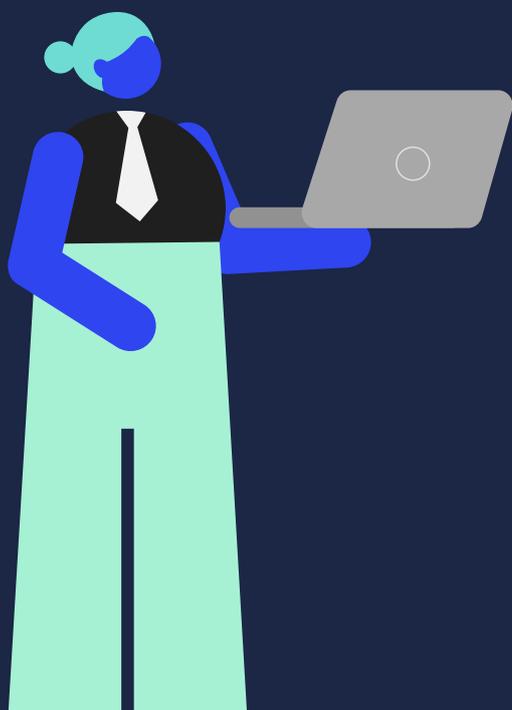
Resumen:

El crecimiento económico y el aumento de la productividad en Colombia se ha afectado de diversos factores relacionados con el tejido empresarial, por lo que se hace necesario el desarrollo de estrategias que permitan la incorporación y uso de conocimientos en las organizaciones. Específicamente, el sector agro es un entorno productivo que cuenta con grandes desafíos relacionados con el uso pertinente de los conocimientos y tecnologías para el desarrollo de innovaciones, que permitan la generación de nuevas cadenas de valor. En este sentido se formuló el Programa ReaC-Tíivate Santander, como un proyecto que busca incorporar elementos innovadores en los sistemas productivos, de comercialización y de logística en el sector agro para el departamento, en el marco de la pandemia ocasionada por el COVID-19. Se desarrolló un estudio de caso de tipo descriptivo considerando las fases propuestas por Yin (2009): diseño, desarrollo, análisis de la evidencia y resultados, lo cual permitió una aproximación a una experiencia de prototipado para el sector agro.

Entre los principales resultados se identificó que el planteamiento de los TRL puede entenderse bastante delimitado y enmarcado en características a través de los diferentes niveles de maduración tecnológica carece de elementos que terminan determinando el proceso, como los factores administrativos, sociales, culturales y económicos en el proceso de prototipado.



EMPRENDIMIENTO SOCIAL



RUTA DE INNOVACIÓN SOCIAL COMO HERRAMIENTA PARA CONSOLIDAR ECOSISTEMAS REGIONALES: EL CASO DEL PARQUE CIENTÍFICO DE INNOVACIÓN SOCIAL EN COLOMBIA

Tomás Durán-Becerra. Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

José David Tovar. Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO.

Diana Michelle Lesmes. Universidad Sergio Arboleda.

Juan Carlos Morales. Universidad Sergio Arboleda.

Resumen:

Construcción de ecosistema de Innovación social

Hablar de innovación social en las universidades implica además hacer referencia a otros aspectos más amplios como: emprendimiento social y conexión con comunidades. Estos conceptos, que pueden ser calificados como innovación social, pueden implicar áreas y actividades distintas entre sí (Gatica et al., 2015). El objetivo de este artículo es analizar cómo la definición de una ruta metodológica ha apoyado el éxito en el acompañamiento a proyectos de innovación social y la consolidación de ecosistemas regionales en Colombia. Como lo plantean Gatica et al. (2015), dentro de las universidades de América Latina se están creando diversas iniciativas que dinamizan los procesos de innovación social y de generación de conocimiento, aportando así a la construcción de un nuevo modelo de desarrollo. Partiendo de la definición de innovación social de la CEPAL (n.d.) las universidades engloban acciones que incluyen “nuevas formas de gestión, de administración, de ejecución, nuevos instrumentos o herramientas, nuevas combinaciones de factores orientadas a mejorar las condiciones sociales y de vida en general de la población de la región”. En Colombia se cuenta con un caso exitoso en este acompañamiento: el Parque Científico de Innovación Social PCIS.

El PCIS, se configuró como una apuesta estratégica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, para la materialización de iniciativas de innovación social basadas en el conocimiento, para el desarrollo integral sostenible de personas, comunidades y territorios. El PCIS ha desarrollado y promovido con



éxito proyectos e iniciativas para el mejoramiento de los procesos de enseñanza dentro de instituciones de educación en todos los niveles; la generación de estrategias de valor compartido para el fortalecimiento de capacidades técnicas de las pequeñas y medianas empresas; el diálogo social para la transformación de conflictos y la construcción de paz territorial, todos ellos a partir de la conceptualización e implementación de un método de trabajo denominado Ruta de Innovación Social.

Ruta de innovación social.

La Ruta de Innovación Social fue desarrollada bajo un enfoque de apropiación social del conocimiento fundamentada en la cocreación. Esta se compone de cinco etapas: (i) alistar, (ii) entender y analizar, (iii) crear, (iv) implementar y (v) empaquetar y escalar, las cuales, una vez finalizadas, permiten que la solución se convierta en una innovación social.

Para soportar el desarrollo de cada etapa, la ruta articula el uso de herramientas sugeridas y utilizadas típicamente en procesos de innovación para la generación de escenarios de ideación y creación, enlaces comunitarios, mapas de empatía, entre otros, que permitan la consolidación de soluciones, prototipos funcionales y productos mínimos viables que transitan hacia la consolidación del artefacto de cada etapa (Murray et al., 2010; Ames, 2021).

Dada la definición de un problema y los elementos que constituyen la primera fase de alistamiento (el mapa, el equipo, la estrategia de enlace comunitario y la estructura del proyecto), se procede a consolidar la etapa de entender-analizar en donde se realiza el marco de referencia, la teoría de cambio y se formula el reto de diseño. Una vez preparados estos insumos, se habilita el proceso para crear, el cual tiene como principal objetivo la construcción del producto mínimo viable, que será posteriormente implementado y evaluado para tener finalmente una solución de innovación social. En este punto, se cuenta con una solución ejecutada que funciona para los interesados, aun así, debido a la necesidad de incrementar el impacto y permitir la sostenibilidad del proyecto se hace indispensable estructurar la tecnología social con su respectivo manejo de la propiedad, lo cual se traduce en el empaquetado y escalamiento de la solución.

Con base en la Ruta de Innovación Social, se diseñó un programa de acompañamiento integral que busca la maduración de iniciativas comunitarias y su transición hacia innovaciones sociales en las que se evidencian cambios positivos y sostenibles, que puedan escalarse y replicarse en nuevos contextos. El PCIS ha acompañado a un gran número de iniciativas en Colombia, de las cuales 51 se encuentran activas y en proceso de maduración y cinco ya se han consolidado como unidades incubadas en el interior del PCIS y que han permitido la implementación de 58 proyectos con recursos de externos que han beneficiado a más de 127,000 personas en 342 municipios de Colombia.

Este artículo destaca algunos casos que representan iniciativas implementadas por el parque en los últimos años, relacionados con el fortalecimiento de cadenas productivas como la guadua, el mango y el fique, y la consolidación de ecosistemas de innovación regionales.

BARRIERS TO CO-CREATION WITH THE BASE OF THE PYRAMID: A CASE ON HOW AN ECONOMIC FOCUS IMPEDES INCLUSION

Urs Jäger, INCAE Business School & VIVA Idea

Silke Bucher, INCAE Business School

Felipe Symmes, EGADE Business School Tecnológico de Monterrey & VIVA Idea

Abstract:

This article presents the results of a comparative case study on barriers to co-creation with the base of the pyramid (BOP). We studied three projects supported by an international aid agency (IAA), taking an interpretive approach and focusing on triadic relationships between IAAs, Small and Medium Sized Enterprises (SMEs) and the poor. Going beyond the study of bilateral relationships, we identify three barriers that may impede co-creation: (1) Expectation barrier: where IAA and supported SMEs generate expectations among the poor that the initiatives are unable to meet; (2) Responsibility barrier: where IAAs delegate the complex task of managing co-creation with the poor to SMEs without preparing them to assume this role; and (3) Linking barrier: where SMEs fail to relate the non-economic perceptions held by the BOP with the economic ones held by the IAAs. The study contributes to the BOP literature by shedding new light on the complexity of co-creation.



HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS DE LA MADUREZ DE UN MODELO DE NEGOCIO Y LA PROSPECCIÓN DEL IMPACTO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO

González-Vásquez, Martín. Tecnológico de Monterrey
Herrera Avilés, Margarita. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

Actualmente la educación para el emprendimiento se construye y analiza desde diferentes perspectivas disciplinares, por ejemplo, desde las metodologías y herramientas propuestas por diversos autores para cada una de las etapas en el proceso de diseño de modelos de negocios. Los métodos y herramientas han mantenido una evolución constante y se han hecho accesibles hasta ser utilizadas lo mismo en incubadoras, aceleradoras, hubs, que en universidades y centros de investigación. Algunos los métodos y herramientas para diseñar y mejorar el funcionamiento de empresas ya establecidas y en operación, no siempre es posible utilizarlos con proyectos de emprendimiento en los que aún no se cuenta con información relacionada con la operación, tal como número de empleados, datos de producción, niveles de eficiencia, por mencionar algunos ejemplos, (Tykkyläinen, et al. (2021). Existe una necesidad incremental de desarrollar métodos y herramientas prediseñadas que nos permitan analizar elementos de proyectos de emprendimiento tales como el diseño y posible funcionamiento de modelos de negocios y su nivel de madurez o consistencia entre los componentes. Con el surgimiento y proliferación de la llamada Nueva Economía incluidos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, los Criterios ESG, y múltiples estándares, normas y sistemas de gestión, se acentúa la necesidad analizar modelos de negocios con el objetivo de identificar planteamientos, factores y elementos que pudieran ser significativos en el posible funcionamiento del modelo de negocio, el nivel de madurez, la integración de sus componentes y también, para realizar un análisis prospectivo de la posible generación de impacto social, ambiental y económico. Como se mencionó anteriormente, en estos casos el reto se acentúa por la falta de información, metodologías y herramientas pedagógicas prediseñadas que faciliten el proceso para los emprendedores, (Ebrashi, 2011). Es por lo anterior que como objetivo general de esta investigación se pretende fundamentar, diseñar e implementar un prototipo de una herramienta metodológica que integre el análisis de los siguientes factores de un modelo de negocio de un proyecto emprendedor:

- Contribución a la creación de valor y eficiencia, (Osterwalder, et. al, 2014).
- Factibilidad, deseabilidad y viabilidad, (Blank & Dorf, 2020).
- Perspectiva incidencia interna y externa, (Osterwalder, et. al, 2020).
- Prospectiva de impacto social, ambiental y económica, (Zott & Amit, 2010).
- Posible alineación y contribución con los ODS's, (The Impact Management Project, 2022).
- Alineación con los Criterios ESG, (Global Compact, 2022).



IMPACT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP EDUCATION ON INTEREST IN SOCIAL ISSUES: PERSPECTIVES DRAWN FROM TEC DE MONTERREY, CAMPUS LEÓN, MÉXICO

Niyam Kwame Omari Fraser. Tecnológico de Monterrey.

Abstract:

Social Entrepreneurship has increased in importance over recent years given the impact that it has on the global economy (Gandhi & Raina, 2018). Researchers view Social Entrepreneurship as a specific form of Entrepreneurship (Douglas, 2015), sharing many similarities with Business Entrepreneurship (Shahverdi, Ismail, & Qureshi, 2018; Sundin, 2011). In the context of Business Creation, the objective of Social Entrepreneurship is to create businesses that address social wellbeing as opposed to a focus on economic wealth creation (Kirby & Ibrahim, 2011). In broader terms, like Business Entrepreneurship, Social Entrepreneurship is considered to be focused on entrepreneurial initiatives aimed at exploiting opportunities; the difference being the focus placed on the generation of social value (Dees, 1998; Mair & Marti, 2006; Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009). However, Social Entrepreneurship is much more than the social twin to the Business type. Kenny, Haugh, and Fotaki (2020) view Social Entrepreneurship as having the potential to deal with a wide range of social issues. Roslan, Hamid, Ijab, and Bukhari (2019) highlight the focus that Social Entrepreneurship has on solving social problems and generating social impact on society. Mair (2010) refers to Social Entrepreneurship being a process that addresses existing basic needs that are not being addressed by traditional organizations; and Zulkefly, Ghani, Chin, Hamid, and Abdullah (2022) state that Social Entrepreneurship means the generation of social benefits to society.

Past research has shown that Practitioners who engage in Social Entrepreneurship see their work as more of a civil society activity instead of an entrepreneurial business (Douglas, 2015). Taking this broader view of Social Entrepreneurship into consideration, it is important that Social Entrepreneurship Education (SEE) programmes and courses are designed in a way that incorporates this holistic view. According to Waghid and Oliver (2017), since the aim of Social Entrepreneurship is to address social injustices, this aim can be partially achieved by cultivating Social Entrepreneurship in a university context. Brock and Steiner (2009) identified the social problem or need is the foundation of SEE; and Othman and Ab Wahid (2014) stated a report that students participating in SEE programmes would be able to develop innovative projects that will enhance living standards and improve quality of life. From these views, it is clear to see that being a part of an SEE programme or course is more than simply engaging in entrepreneurship – it has the potential to create great impact for society. SEE courses today are geared towards increasing students' awareness of different social problems as well as increasing their competence and confidence to take the initiative to address these social problems (Kedmenec, Rebernik, & Tominc, 2016). Kedmenec et al. (2016) continue this train of thought explaining, based on a quote by Mahatma Gandhi, students, through participation in SEE courses, must “be” the change that they wish to see occur in our world.



Tec de Monterrey primarily employs learner-centred approaches in its educational system which, according to Souitaris, Zerbinati, and Al-Laham (2007), generally has an impact on the students' inspiration. When one is inspired to do something, he or she will typically be interested in doing this thing; it is this interest that is worthy of exploration and understanding.

The purpose of this research study was twofold: (1) to explore students' level of interest in Social Issues both before and after taking a socially oriented Entrepreneurship and/or Innovation course; and (2) to explore the reasons that explain the students' level of interest in Social Issues. To carry these out, data was collected from students through an electronic questionnaire at two periods: Day 1 – at the beginning of the course (P1) and the end of the course (P2). Respondents had to rate their level of interest in social issues on a Likert scale from 1 to 5, with scores 1-2 representing a low level of interest in social issues, 3 representing a neutral level of interest in social issues, and 4-5 representing a high level of interest in social issues. Respondents then had to provide a reason for the score that was selected. The findings revealed that the majority of the respondents had a high level of interest in social issues not only at P2 but also at P1; the primary reason for this being the recognition of the importance of addressing social issues and coming up with solutions that create impact or generate change. In addition, the findings showed that the reasons for interest in social issues provided in P1 and P2 primarily remained the same at the high, neutral, and low levels. Finally, in looking at the overall changes between P1 and P2 regarding the expressed levels of interest in social issues, there was an increase in the percentage of respondents with high levels of interest, a reduction in the percentage of respondents who were neutral, and a slight increase in the responses indicating low levels of interest. Awareness of students and their interest in social issues and the reasons for this interest can be of extreme importance to universities and other academic institutions, allowing for the design and tailoring of programmes and courses of value; an opportunity that could ultimately help to develop, nurture, and stimulate student engagement in social entrepreneurial activity and the creation of impactful solutions.

IDENTIFICACIÓN DE DIMENSIONES Y VARIABLES PARA EL ANÁLISIS PROSPECTIVO PARA LA GENERACIÓN DE VALOR EN MODELOS DE NEGOCIO

M. en A. Oscar Mauricio Alvarado Gómez. Universidad Anáhuac México. Instituto Politécnico Nacional
Dr. Martín González Vásquez. Tecnológico de Monterrey

Resumen:

En la literatura, se encuentran diversas definiciones de lo que es un modelo de negocio, y que para este trabajo se conceptualiza, como la representación del contenido, estructura y gestión de transacciones diseñadas con el fin de crear valor a través de la explotación de oportunidades comerciales (Zott & Amit, 2010). Por otro lado, se identifica un concepto que en las últimas décadas ha tomado fuerza y nos referimos a las empresas sociales, como emprendimientos que nacen para servir a la comunidad o a un grupo específico de personas. Desde la misma perspectiva, una característica de las empresas sociales es su deseo de promover un sentido de responsabilidad social a nivel local (Defourny J. &, 2012). En este sentido, se define el concepto de generación de valor, y que, para efectos de este trabajo, nos referimos al desarrollo de bienes positivos que se otorgan como resultado de una intervención directa o indirecta, o la innovación social que se logra a través de un modelo de negocio (Weerawardena Jay, 2019) y sus impactos en diferentes segmentos, ya sean clientes y/o beneficiados (Defourny & Nyssens, 2016) (Roy, Donaldson, Baker, & Susan, 2014). Por lo que se puede inferir que las empresas sociales tienen la capacidad para ofrecer soluciones innovadoras, crean y entregan valor para beneficiar las necesidades de las personas desfavorecidas (Siebold, 2021).

A lo anterior se identifican interacciones lógicas sociales y comerciales en las las empresas sociales como parte de su participación en la innovación de los modelos de negocio (Tykkyläinen & Ritala, 2021). En este contexto, en este trabajo, se plantea el objetivo principal de generar un acercamiento, definición y conceptualización de dimensiones y variables para la construcción de un instrumento que permita de manera prospectiva, identificar las áreas que pueden generar mayor valor en el diseño de modelo de negocio, las cuales puedan alinearse a cada uno de los elementos de la herramienta CANVAS (Osterwalder & Pigneur, 2009) y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.



NEUROCIENCIA Y EMPRENDIMIENTO ORIENTADOS A LA CREACIÓN DE FUTUROS SOSTENIBLES

Ana María Aguilera Luque. Tecnológico de Monterrey.

Resumen:

Los retos de sostenibilidad que enfrentan las sociedades actuales ponen en jaque a la concepción de la empresa que ha predominado en los dos últimos siglos. Igualmente, los métodos y la forma de abordar la investigación sobre sostenibilidad son insuficientes para entender y buscar soluciones a problemáticas complejas y multidisciplinares (Wasioleski, et al., 2021). Para la creación de futuros sostenibles, es necesario incorporar en la solución a todos los agentes implicados en la generación del problema. Esto supone abordar desde la comprensión del comportamiento y del pensamiento humano, hasta la sociología, la biología, la política, la tecnología, la educación, la economía y el emprendimiento como una parte clave de los ecosistemas humanos. En la Era del Antropoceno, los humanos son actores y receptores de los deseados escenarios futuros sostenibles. Comprender cómo sienten, piensan y actúan, especialmente, cuando se embarcan en actividades empresariales, es una cuestión fundamental en este espacio solución-problema (McDonald, 2018). Desde varias disciplinas, y principalmente desde la psicología, se ha abordado el pensamiento y comportamiento humano en las más diversas situaciones y entornos. Estos estudios han permitido la construcción de modelos que intentan explicar nuestra cognición y conducta. En las últimas décadas, la neurociencia se suma a estos estudios, intentado ofrecer los correlatos fisiológicos que apoyen los modelos cognitivos y conductuales propuestos por tales disciplinas (Cristofano, et al., 2022; Nicolaou, et al., 2019). El análisis de la persona, en cuanto a pensamientos y conductas relacionadas con la sostenibilidad y el emprendimiento, no es una excepción (Krueger, 2005). Así, recientemente, se observa interés en analizar la sostenibilidad con un enfoque neurocientífico en el ámbito de los Estudios de la Empresa (McDonald, 2018; Unger, et al., 2015).

La educación para el emprendimiento es un ámbito desde el que se persuade a los futuros emprendedores y se influencia en sus decisiones. El enfoque de sus acciones hacia el triple impacto -beneficio social, económico y medioambiental de la empresa- se inicia en las aulas universitarias. Con la incorporación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS's: Naciones Unidas, 2015), como temática transversal en la enseñanza del emprendimiento, se da el primer paso para la concienciación y búsqueda de propuestas de solución para los 17 retos planteados en los ODS's. Aun así, no parece suficiente acelerador del compromiso que garantice la creación de valor con criterios de sostenibilidad en el corto plazo. La neurociencia aplicada al estudio del emprendimiento o neuroemprendimiento (Korpysa, 2020; Unger et al., 2015) y su enseñanza puede aportar claves para acelerar dicho proceso. El estudio de la persona emprendedora se ha abordado, principalmente, en los dos niveles más superficiales del análisis del comportamiento humano (Simon, 1997).



Se ha realizado el análisis semántico, observando comportamientos y escuchando a las personas hablar sobre sus experiencias, y el simbólico que nos ha permitido profundizar en ciertas variables cognitivas, tales como las creencias, actitudes y pensamientos de la persona emprendedora. Un tercer nivel, más profundo, es el estudio neurológico del comportamiento y del pensamiento emprendedor. Este nivel permite acceder a procesos no conscientes y automáticos de los que la persona no puede informar de forma directa (Krueger y Welppe, 2014). Es un nivel menos analizado, si bien, ya se empieza a disponer de información valiosa para orientar el futuro de la disciplina, tanto en investigación, como en la docencia. El presente manuscrito es la revisión bibliográfica de los aportes neurocientíficos que se realizados en el ámbito de los Estudios de la Empresa y del Emprendimiento y que son de interés para abordar la creación de futuros sostenibles. El trabajo comprende estudios que abordan, entre otros, las emociones (Hayton y Cholakova, 2012), la toma de decisiones basadas en el valor (Marsh et al., 2015), las decisiones con un componente ético (Yoder y Decety, 2018), la identificación de oportunidades (Nicolaou, et al., 2009), la sensibilización medioambiental y su relación con los procesos atencionales (Li et al., 2005), la percepción y su posible impacto en el bienestar mental (Bratman et al., 2015) y físico (van den Berg et al., 2015), la creatividad (Beaty et al., 2018), la intuición, las actitudes, la estereotipia, los prejuicios y el comportamiento prosocial (Stevens y Taber, 2021).

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DIGITALIZATION EFFECTS ON BUSINESS MODEL VALUE GENERATION

Christian Hernando Salazar Mantilla. Tecnológico de Monterrey.

Abstract:

This proposal aims to explain how NPO social entrepreneurs embedded ecommerce technologies and social media platforms in their social business models to leverage social and economic value creation. To accomplish this, the proposal will use the institutional logics perspective approach. The research proposes how digitalization affects business model components: blended value proposition, integrative value creation and multidimensional value capture as studied in other regions.



LEADERSHIP AND GENDER AS DETERMINANTS OF ORGANIZATIONAL EFFECTIVENESS

Odille Sánchez. Tecnológico de Monterrey.
Carlos Dotor. Tecnológico de Monterrey.
Miguel Rodríguez. Tecnológico de Monterrey.

Abstract:

Some research regarding the organizational performance achieved by a company is based on the analysis of the impact that leadership style has on the venture's performance. The purpose of this study is to analyze the effect that gender has on the relationship between people's type of leadership and the organizational performance they achieve. Based on literature, women leadership emphasizes the non-economic factors more than the financial indicators that usually men use when measuring business success. This study contributes to the literature on entrepreneurship and small business management by testing the effect between the non-economic organizational performance, specifically organizational effectiveness, with the leadership and the gender perspective. The relevance of the findings shown in the study contributes to the identification and breakdown of organizational strategies that a venture can have according to the profile of its leaders and the goals that are intended to be achieved. Research is carried out through a non-experimental causal investigation that involves the identification of leadership style through MQL-5 questionnaire, the evaluation of organizational effectiveness through OAQ questionnaire, and the analysis of possible cause-effect relationship analysis between the type of leadership and the competitive effectiveness with gender as a moderating variable.



