

JMNJE V4. N1. 053

Eventos de networking como mecanismo de articulación comercial en ecosistemas emprendedores universitarios: estudio de caso en la Universidad Estatal de Milagro

Networking Events as a Mechanism for Commercial Articulation in University Entrepreneurial Ecosystems: A Case Study at the State University of Milagro

Autores:

Freddy Leonardo Garaicoa-Fuentes
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

fgaraicoaf@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-0608-0411>

Juan de la Cruz Peñafiel Macías
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

jpenafielm11@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-5277-1162>

Salma Nayali Meza Lucin
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

smezal@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0005-0884-2100>

Jefferson Francisco Rivera Narváez
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

jriveran2@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0002-4343-3191>

Ashley Leyly Intriago Ávila
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

aintriagoa@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0003-8329-1623>

Blanca Asucena Delgado Folleco
Universidad Estatal de Milagro
Milagro – Ecuador

bdelgadof2@unemi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0009-4725-9929>



Autor de correspondencia: Freddy Leonardo Garaicoa-Fuentes, fgaraicoaf@unemi.edu.ec

Recepción: 26-abril-2026

Aceptación: 19-mayo-2026

Publicación: 12-junio-2026

Cómo citar este artículo:

Garaicoa Fuentes, F. L., Peñafiel Macías, J. de la C., Meza Lucin, S. N., Rivera Narváez, J. F., Intriago Ávila, A. L., & Delgado Folleco, B. A. (2026). Eventos de networking como mecanismo de articulación comercial en ecosistemas emprendedores universitarios: estudio de caso en la Universidad Estatal de Milagro. *Journal of Multidisciplinary Novel Journeys & Explorations*, 4(1), 1-22. <https://doi.org/10.63688/k3q13271>

© 2026; Los autores. Este es un artículo en acceso abierto, distribuido bajo los términos de una licencia Creative Commons (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>) que permite el uso, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre que la obra original sea correctamente citada.



RESUMEN

El presente estudio analiza la efectividad de un evento de networking universitario como mecanismo de articulación comercial dentro de un ecosistema emprendedor, a partir del caso “Tejido Empresarial: Creando Alianzas entre la UNEMI y la Comunidad”, desarrollado en la Universidad Estatal de Milagro en 2026. Se adoptó un enfoque mixto con predominio descriptivo-cualitativo, mediante un diseño no experimental, transversal y estudio de caso único. La recolección de información incluyó una encuesta de percepción tipo Likert aplicada a los participantes, análisis documental de minutas de negociación y revisión de informes operativos del evento. Los resultados evidencian una valoración altamente positiva del networking en términos de organización, interacción y satisfacción general, con medias superiores a 4.5 sobre 5. Asimismo, se identificaron acuerdos comerciales preliminares en sectores alimentarios y textiles, lo que confirma la capacidad del evento para facilitar conexiones efectivas entre oferta y demanda. Desde una perspectiva teórica, los hallazgos respaldan el rol de las universidades como nodos estratégicos dentro de los ecosistemas emprendedores, capaces de activar redes de colaboración, fortalecer el capital social y promover dinámicas de co-creación de valor. Se concluye que los eventos de networking estructurado constituyen mecanismos viables de intermediación comercial y vinculación universidad–sociedad, con potencial de replicabilidad en contextos universitarios latinoamericanos.

Palabras clave: networking, ecosistemas emprendedores, eventos académicos, articulación comercial, vinculación universidad–empresa.

ABSTRACT

This study analyzes the effectiveness of a university networking event as a mechanism for commercial articulation within an entrepreneurial ecosystem, based on the case “Business Networking: Creating Alliances between UNEMI and the Community,” developed at the State University of Milagro in 2026. A mixed-method approach with a descriptive-qualitative predominance was adopted through a non-experimental, cross-sectional, single-case study design. Data collection included a Likert-scale perception survey administered to participants, documentary analysis of negotiation records, and review of operational event reports. The results revealed highly positive evaluations of the networking event in terms of organization, interaction, and overall satisfaction, with mean scores above 4.5 out of 5. In addition, preliminary commercial agreements were identified in food and textile sectors, confirming the event’s capacity to facilitate effective connections between supply and demand actors. From a theoretical perspective, the findings support the role of universities as strategic nodes within entrepreneurial ecosystems, capable of activating collaborative networks, strengthening social capital, and promoting value co-creation dynamics. The study concludes that structured networking events represent viable mechanisms for commercial intermediation and university–society engagement, with potential for replication in Latin American university contexts.

Keywords: networking, entrepreneurial ecosystems, academic events, commercial articulation, university–industry linkage.



1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los ecosistemas emprendedores han adquirido una relevancia central en el análisis del desarrollo económico territorial y la innovación, configurándose como sistemas complejos donde interactúan múltiples actores (universidades, empresas, gobiernos y emprendedores) que coevolucionan a través de redes formales e informales (Fuentes et al., 2024; Prokop & Thompson, 2023). Desde esta perspectiva, el emprendimiento deja de entenderse como un fenómeno individual para concebirse como un proceso relacional, donde la calidad de las conexiones, la circulación de información y la densidad de las redes influyen directamente en la generación de oportunidades y en el desempeño empresarial (Ancona et al., 2023; Hess et al., 2025). En este contexto, los espacios de interacción estructurada, como los eventos de networking, emergen como mecanismos clave para activar vínculos, reducir asimetrías de información y facilitar procesos de articulación productiva.

Las instituciones de educación superior, particularmente en América Latina, han evolucionado hacia modelos de universidad emprendedora, asumiendo un rol activo no solo en la formación de capital humano, sino también en la dinamización de los ecosistemas productivos mediante la transferencia de conocimiento, la vinculación con el entorno y la generación de plataformas de interacción entre actores (Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025; Wang et al., 2024). Este cambio de paradigma implica que las universidades se posicionen como nodos estratégicos capaces de articular oferta y demanda dentro del ecosistema, facilitando conexiones entre emprendedores, empresas y otros agentes clave (Lima et al., 2026; Carlos et al., 2025). En este sentido, la universidad fortalece progresivamente su rol como actor estratégico para convertirse en un intermediario activo que impulsa procesos de innovación abierta y desarrollo territorial.

Dentro de estas estrategias, el networking se configura como una herramienta fundamental para la generación de valor en los ecosistemas emprendedores. Más allá de su concepción tradicional como actividad social o de intercambio de contactos, el networking estructurado (especialmente en formatos como rondas de negocios, pitches comerciales y encuentros uno a uno) permite construir relaciones de confianza, identificar oportunidades comerciales concretas y facilitar acuerdos entre actores con intereses complementarios (Capoani et al., 2026; Inada, 2024). Por otra parte, diversos estudios destacan que la creación de redes



interorganizacionales fortalece la cooperación, mejora el acceso a recursos y aumenta la probabilidad de éxito de los emprendimientos, particularmente en entornos donde las capacidades individuales son limitadas (Lee et al., 2025; Tung et al., 2023).

En el ámbito de la educación emprendedora, el enfoque ha transitado progresivamente hacia metodologías activas y experienciales, donde el aprendizaje se construye a partir de la interacción con contextos reales y la participación en situaciones prácticas que simulan o replican dinámicas del mercado (Motta & Ribeiro, 2023). Este tipo de experiencias permite a los estudiantes desarrollar competencias clave como la negociación, la comunicación, la identificación de oportunidades y la toma de decisiones en entornos inciertos (Sandoval & Bado, 2023). En este sentido, los eventos académicos que incorporan componentes de networking y articulación comercial no solo cumplen una función formativa, sino que también actúan como espacios de transferencia de conocimiento y generación de valor económico (Silva-Peralta et al., 2022; D'Armas Regnault et al., 2025).

A pesar de estos avances, la literatura reciente ha evidenciado una brecha importante en el análisis de mecanismos específicos mediante los cuales las universidades contribuyen a la dinamización de los ecosistemas emprendedores. Si bien existen numerosos estudios sobre incubadoras, aceleradoras y programas de formación empresarial, son menos frecuentes las investigaciones que analizan el impacto de eventos de networking como dispositivos concretos de articulación comercial entre actores del territorio (Ríos et al., 2025). Asimismo, aunque se reconoce la importancia de las redes en el éxito de los emprendimientos, aún se requiere mayor evidencia empírica sobre cómo estas se construyen, activan y traducen en acuerdos comerciales reales dentro de contextos universitarios (Jurgelevičius et al., 2025; Al Qahtani & Sankar, 2025).

En América Latina, esta necesidad es aún más relevante debido a las características estructurales de los ecosistemas emprendedores, donde predominan pequeñas unidades productivas con limitaciones en acceso a financiamiento, mercados y redes de contacto (Barrera-Verdugo et al., 2025). En este escenario, las universidades pueden desempeñar un papel clave como facilitadoras de conexiones estratégicas, especialmente a través de eventos que integren actores de oferta y demanda en espacios controlados y orientados a la generación de resultados concretos. Sin embargo, la evidencia sobre la efectividad de estos eventos en términos de articulación comercial sigue siendo limitada, lo que plantea la necesidad de



estudios de caso que permitan comprender su funcionamiento, resultados y potencial de replicabilidad.

En este contexto se inscribe el presente estudio, que analiza el evento “Tejido Empresarial: Creando Alianzas entre la UNEMI y la Comunidad”, desarrollado el 4 de febrero de 2026 en las oficinas de la Escuela de Formación y Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro. Este evento fue concebido como una estrategia de vinculación productiva orientada a generar acuerdos comerciales directos entre emprendedores locales y arrendatarios de bares universitarios, mediante un formato estructurado que combinó presentaciones tipo pitch con rondas de negociación uno a uno. La actividad contó con la participación total de los actores convocados y se desarrolló bajo un guion operativo que incluyó fases de preevento, ejecución y postevento, así como la aplicación de instrumentos de evaluación cuantitativa y cualitativa para medir su impacto. Como se observa en la Figura 1, el evento se desarrolló mediante interacción directa entre emprendedores y arrendatarios.

Figura 1.

Ejecución del Networking con emprendedores y arrendatarios de bares de la Universidad Estatal de Milagro



Nota. Ejecución del evento de networking durante la fase de presentación (pitch) de productos. Elaboración propia.



Los resultados preliminares del evento evidencian la concreción de acuerdos comerciales en categorías como alimentos, bebidas y productos textiles, lo cual sugiere que el networking estructurado puede trascender el ámbito relacional para convertirse en un mecanismo efectivo de articulación económica. Adicionalmente, la percepción altamente positiva de los participantes, reflejada en los resultados de la encuesta de satisfacción, refuerza la pertinencia del formato aplicado y su potencial de replicabilidad en otros contextos institucionales.

Desde una perspectiva teórica, este estudio se sustenta en tres enfoques complementarios. En primer lugar, la teoría de ecosistemas emprendedores, que enfatiza la importancia de las redes y las interacciones entre actores para la generación de oportunidades (Fuentes et al., 2024; Prokop & Thompson, 2023). En segundo lugar, el enfoque de networking y capital social, sustentado en los aportes clásicos de Putnam (2000), explica cómo las relaciones interpersonales e interorganizacionales facilitan el acceso a recursos, información y oportunidades de negocio, facilitando tanto vínculos de proximidad (bonding) como conexiones estratégicas entre actores heterogéneos (bridging) (Capoani et al., 2026; Inada, 2024). En tercer lugar, la teoría del aprendizaje experiencial propuesta por Kolb (1984), que sostiene que el conocimiento se construye a través de la experiencia directa y la reflexión sobre la acción (Motta & Ribeiro, 2023; Sandoval & Bado, 2023).

La integración de estos enfoques permite comprender los eventos de networking universitario no solo como actividades aisladas, sino como dispositivos estratégicos que articulan dimensiones académicas, económicas y sociales dentro del ecosistema emprendedor. En este sentido, dichos eventos pueden ser interpretados como espacios híbridos que integran procesos formativos, interacción económica y generación de redes donde convergen intereses diversos y se generan dinámicas de colaboración que trascienden el ámbito educativo (Lee et al., 2025; Garaicoa & D'Armas, 2026).

A partir de la integración teórica desarrollada, la Figura 2 presenta un modelo conceptual del networking universitario como mecanismo de articulación dentro de los ecosistemas emprendedores. El modelo propone que la universidad actúa como nodo facilitador de espacios de interacción estructurada, los cuales favorecen la generación de confianza, redes de colaboración y acuerdos comerciales entre actores del territorio.

Figura 2.

Modelo de articulación del networking universitario en ecosistemas emprendedores.





Nota. Modelo conceptual elaborado a partir de la integración teórica entre ecosistemas emprendedores, networking y aprendizaje experiencial. Elaboración propia.

Finalmente, el objetivo de esta investigación es evaluar la efectividad de un evento de networking universitario en la generación de oportunidades comerciales entre emprendedores y arrendatarios de bares, analizando tanto la percepción de los participantes como la evidencia documental de acuerdos alcanzados. De manera específica, se busca: (i) analizar la valoración del evento en términos de organización, pertinencia y calidad de interacción; (ii) identificar la existencia de acuerdos comerciales derivados del networking; y (iii) interpretar el evento como mecanismo de articulación dentro del ecosistema emprendedor universitario.

Con ello, el estudio aporta evidencia empírica sobre un mecanismo poco explorado en la literatura, contribuyendo a ampliar la comprensión del rol de las universidades en la dinamización económica y ofreciendo insumos para el diseño de estrategias de vinculación más efectivas en contextos similares.

2. METODOLOGÍA

El presente estudio adopta un enfoque mixto con predominio descriptivo-cualitativo, con el propósito de integrar evidencia numérica y descriptiva que permita evaluar de manera integral la efectividad del evento de networking (Hernández-Sampieri et al., 2014). Siguiendo a Isenberg (2010), los ecosistemas emprendedores se configuran como entornos interdependientes donde actores institucionales, económicos y sociales interactúan para



facilitar procesos de innovación y creación de valor. Este enfoque es ampliamente utilizado en estudios contemporáneos sobre ecosistemas emprendedores y networking aplicado (Fuentes et al., 2024)

El estudio se clasifica como una investigación de alcance descriptivo–evaluativo, dado que busca caracterizar el desempeño del evento y valorar su efectividad en términos de generación de oportunidades comerciales, percepción de los participantes y articulación entre actores (Arias, 2006). Asimismo, se trata de un estudio aplicado, orientado a la mejora de prácticas institucionales en el ámbito de la vinculación universidad–empresa.

Se utilizó un diseño no experimental, de corte transversal y basado en estudio de caso único, centrado en el evento “Tejido Empresarial: Creando Alianzas entre la UNEMI y la Comunidad”, desarrollado el 4 de febrero de 2026 en la oficina de la Escuela de Formación y Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro por los estudiantes de la carrera de Turismo modalidad en línea.

El diseño no experimental implica que no se manipularon variables independientes, sino que se observó el fenómeno en su contexto natural. El carácter transversal se justifica en que la recolección de datos se realizó en un único momento posterior a la ejecución del evento (Hernández-Sampieri et al., 2014). Finalmente, el enfoque de estudio de caso permite analizar en profundidad un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real, especialmente cuando los límites entre fenómeno y contexto no están claramente definidos.

La unidad de análisis corresponde a los actores participantes del evento de networking, específicamente emprendedores y arrendatarios de bares universitarios que intervinieron en las rondas de negociación.

La población estuvo conformada por los participantes convocados al evento, mientras que la muestra corresponde a un muestreo censal, dado que se incluyó la totalidad de actores presentes. En total, participaron nueve actores (cinco emprendedores y cuatro arrendatarios de bares), de los cuales siete respondieron la encuesta de percepción aplicada al finalizar la actividad.

Este tamaño muestral, aunque reducido, es coherente con la naturaleza del evento, caracterizado por un aforo controlado y una metodología de interacción directa uno a uno, lo cual favorece la profundidad del análisis sobre la representatividad estadística.



Para la recolección de información se emplearon tres técnicas principales: En primer lugar una encuesta de percepción postevento, se aplicó una encuesta estructurada de tipo Likert (escala de 1 a 5), compuesta por seis ítems que evaluaron: claridad del objetivo del evento, organización del evento, pertinencia de la metodología (pitch + negociación), oportunidad para generar acuerdos comerciales, calidad de las interacciones entre actores y nivel de satisfacción general. Adicionalmente, se incluyeron tres preguntas abiertas orientadas a identificar aspectos positivos, oportunidades de mejora e intención de participación futura.

Este instrumento fue diseñado específicamente para el evento, validado mediante revisión de contenido y pertinencia por el equipo académico y aplicado inmediatamente después de la actividad, lo que permitió capturar percepciones frescas y contextualizadas.

En segundo lugar, se realizó un análisis documental de minutas de negociación. Se utilizó como fuente primaria de información las minutas de acuerdos preliminares, elaboradas durante las rondas de negociación uno a uno. Estas minutas registraron información clave relacionada con el tipo de producto o servicio negociado, cantidades y frecuencias de abastecimiento, precios acordados, condiciones logísticas y estado del acuerdo comercial. Este instrumento constituye un elemento de alta validez, ya que permite evidenciar resultados comerciales concretos derivados del evento, superando el nivel de percepción subjetiva.

Y, en tercer lugar, observación estructurada y documentación operativa. Se incorporó el análisis de documentos institucionales, incluyendo el plan operativo y el informe final del evento, así como registros fotográficos y reportes de ejecución. Esta información permitió contextualizar el desarrollo del evento, verificar el cumplimiento del guion operativo y analizar la coherencia entre planificación y ejecución.

El estudio se estructuró en torno a tres dimensiones analíticas: efectividad relacional, asociada a la claridad del evento, calidad de interacción y satisfacción general; efectividad comercial, vinculada a la generación de acuerdos preliminares y oportunidades de negocio; y efectividad académico-institucional, relacionada con la pertinencia metodológica, aplicación de competencias estudiantiles y vinculación universidad-territorio. Estas dimensiones permiten una evaluación integral del evento, articulando resultados cuantitativos y cualitativos.

El análisis de los datos se desarrolló en tres niveles complementarios. En primer lugar, se realizó un análisis estadístico descriptivo mediante frecuencias, promedios y distribuciones



de los ítems Likert. Posteriormente, las respuestas abiertas fueron examinadas mediante codificación temática para identificar patrones relacionados con fortalezas, oportunidades de mejora e interés de continuidad. Finalmente, las minutas de negociación fueron analizadas para identificar acuerdos comerciales, tipología de productos y proyección de continuidad comercial. Este componente constituye el núcleo del modelo de análisis, ya que permite evaluar la efectividad del networking en términos concretos de articulación económica.

Para garantizar la calidad del estudio se consideraron criterios de validez interna, validez externa, confiabilidad y transparencia metodológica, apoyados en el uso de múltiples fuentes de información y documentación sistemática del proceso investigativo.

La triangulación entre encuesta, minutas y observación permite fortalecer la consistencia de los hallazgos.

El estudio contó con autorización institucional de la Escuela de Formación y Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro. Asimismo, el estudio no implicó riesgos para los participantes ni manipulación de variables sensibles.

Entre las principales limitaciones se identifican: a) Tamaño reducido de la muestra, b) Diseño transversal (sin seguimiento longitudinal de acuerdos), c) Dependencia de un único caso de estudio, d) Ausencia de medición de impacto económico a largo plazo. Los resultados deben interpretarse desde una lógica analítica y contextual propia del estudio de caso, más que desde criterios de generalización estadística. No obstante, estas limitaciones son propias de estudios exploratorios aplicados y deben considerarse al interpretar el alcance contextual de los resultados.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de la efectividad del evento de networking “Tejido Empresarial: Creando Alianzas entre la UNEMI y la Comunidad” se estructuró en tres dimensiones: (i) efectividad relacional, (ii) efectividad comercial y (iii) efectividad académico-institucional. Los resultados obtenidos evidencian que el evento no solo cumplió su función operativa, sino que generó impactos concretos en la articulación entre actores del ecosistema emprendedor.

Los resultados derivados de la encuesta de percepción aplicada a los participantes ($n = 7$) evidencian una valoración altamente positiva del evento en todas las dimensiones evaluadas.



Tabla 1

Resultados de percepción del evento de networking (escala Likert 1–5)

| Ítem evaluado | Media | DE |
|---------------------------------------|-------|------|
| Claridad del objetivo del evento | 4.86 | 0.38 |
| Organización del evento | 4.86 | 0.38 |
| Pertinencia de la metodología | 4.86 | 0.38 |
| Oportunidad para acuerdos comerciales | 4.57 | 0.53 |
| Calidad de las interacciones | 4.86 | 0.38 |
| Satisfacción general | 5.00 | 0.00 |

Nota. Escala de Likert de 1 (muy en desacuerdo) a 5 (muy de acuerdo). M = media, DE = desviación estándar. Elaboración propia.

Los resultados muestran que todas las variables presentan medias superiores a 4.5, lo que indica una percepción altamente favorable del evento. Aunque los resultados fueron altamente positivos, deben interpretarse considerando el tamaño reducido de la muestra y el contexto controlado del evento. En particular, la satisfacción general alcanzó la puntuación más alta de la escala (M = 5.00), lo que sugiere una aceptación plena por parte de los participantes. La ausencia de dispersión en este ítem indica consenso absoluto entre los participantes.

Desde una perspectiva analítica, estos resultados reflejan un alto nivel de efectividad relacional, entendida como la capacidad del evento para generar interacciones significativas entre actores con intereses complementarios. La elevada valoración de la claridad del objetivo y la organización del evento indica que los participantes comprendieron adecuadamente la finalidad de la actividad y percibieron coherencia en su ejecución.

Este hallazgo es consistente con la literatura sobre networking estructurado, la cual señala que la claridad en los objetivos y la calidad del diseño metodológico son factores críticos para facilitar la generación de vínculos efectivos (Capoani et al., 2026; Inada, 2024). Asimismo, la alta valoración de la calidad de las interacciones confirma que el formato aplicado (basado en pitches y rondas uno a uno) favorece la construcción de relaciones directas, reduciendo las barreras de acceso y promoviendo la confianza entre actores.

No obstante, el ítem con menor puntuación relativa corresponde a la oportunidad para generar acuerdos comerciales (M = 4.57), lo cual, aunque sigue siendo alto, sugiere una posible limitación en el tiempo o profundidad de las negociaciones. Este resultado se ve reforzado



por los datos cualitativos, donde los participantes mencionaron la necesidad de ampliar los espacios de negociación.

Este comportamiento coincide con estudios recientes que indican que, si bien los eventos de networking facilitan la conexión inicial entre actores, la concreción de acuerdos requiere tiempos más prolongados y mecanismos de seguimiento estructurado (Lee et al., 2025).

A diferencia de muchos eventos académicos, el análisis del presente caso incorpora evidencia documental de acuerdos comerciales, lo que permite evaluar la efectividad del networking más allá de la percepción subjetiva.

Tabla 2

Acuerdos comerciales preliminares identificados

| Emprendimiento | Categoría | Tipo de acuerdo | Demandante |
|--------------------------|--------------------------------------|-----------------|--------------------------------------|
| Finca Cumandá | Chocolate, flor de Jamaica, muchines | Abastecimiento | Chiringuito / UNIBAR / Sandrita Food |
| Empanadas Manduka | Empanadas gourmet | Abastecimiento | UNIBAR |
| Dulce Primavera | Cheesecake | Abastecimiento | UNIBAR / Sandrita Food |
| Adecos | Textiles institucionales | Dotación | Chiringuito |

Nota. Acuerdos preliminares sujetos a validación posterior. Elaboración propia.

Los resultados evidencian la existencia de acuerdos en múltiples categorías de productos, principalmente en el sector alimentario, pero también en el ámbito textil. Este hallazgo es particularmente relevante, ya que confirma que el evento logró activar procesos de articulación comercial real entre oferta y demanda.

Desde una perspectiva teórica, estos resultados respaldan el enfoque de ecosistemas emprendedores, que enfatiza la importancia de las conexiones entre actores como mecanismo para generar valor económico (Fuentes et al., 2024; Prokop & Thompson, 2023). En este caso, el evento funcionó como un dispositivo de intermediación, facilitando la interacción directa entre emprendedores y compradores potenciales.

Además, la diversidad de productos negociados sugiere que el networking no solo permitió establecer relaciones, sino también identificar oportunidades concretas de mercado, lo cual es coherente con estudios que destacan el rol de las redes en la detección y explotación de oportunidades emprendedoras (Ancona et al., 2023; Carlos et al., 2025).



Un aspecto destacable es que los acuerdos no se limitaron a productos alimentarios, sino que incluyeron también servicios de dotación institucional, lo que evidencia la capacidad del evento para generar conexiones intersectoriales. Este resultado amplía la comprensión del networking como herramienta de articulación, mostrando que su impacto puede extenderse más allá de sectores específicos.

No obstante, es importante señalar que los acuerdos identificados corresponden a acuerdos preliminares, lo cual implica que su consolidación depende de procesos posteriores de negociación y seguimiento. En este sentido, la literatura sugiere que la sostenibilidad de estos acuerdos está condicionada por la existencia de mecanismos institucionales que faciliten su implementación (Lima et al., 2026; Wang et al., 2024).

El análisis cualitativo de las respuestas abiertas permitió identificar patrones recurrentes que complementan los resultados cuantitativos.

Tabla 3

Categorías emergentes del análisis cualitativo

| Categoría | Frecuencia | Ejemplos |
|--------------------------|-------------------|--|
| Organización del evento | Alta | “Bien organizado”, “estructura clara” |
| Interacción y networking | Alta | “oportunidad de conectar”, “intercambio directo” |
| Visibilidad de productos | Media | “dar a conocer productos” |
| Mejora: tiempo | Alta | “más tiempo para negociar” |
| Continuidad | Alta | “interesado en participar nuevamente” |

Nota. Resultados derivados del análisis cualitativo de respuestas abiertas. Elaboración propia.

Los resultados cualitativos confirman que los participantes valoraron positivamente la organización del evento y la oportunidad de interacción, destacando el networking como elemento central de la experiencia. Asimismo, la alta intención de participación futura indica un nivel elevado de aceptación del formato.

Desde el enfoque de aprendizaje experiencial, estos resultados sugieren que el evento no solo cumplió una función comercial, sino también formativa, permitiendo a los participantes (incluidos los estudiantes organizadores) desarrollar competencias prácticas en un entorno real (Motta & Ribeiro, 2023; Sandoval & Bado, 2023).

Por otro lado, la principal recomendación de mejora se relaciona con la necesidad de ampliar el tiempo de negociación, lo cual coincide con los resultados cuantitativos y refuerza la idea



de que la efectividad del networking depende no solo del diseño, sino también de la duración e intensidad de las interacciones.

Los resultados del estudio evidencian que el evento cumplió una doble función: por un lado, facilitó la articulación comercial entre actores del territorio, y por otro, constituyó una experiencia formativa para los estudiantes involucrados en su organización. Desde esta perspectiva, el evento puede ser interpretado como una estrategia de vinculación universidad–sociedad, alineada con el modelo de universidad emprendedora (Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025). La participación activa de estudiantes en la planificación y ejecución del evento permitió el desarrollo de competencias relacionadas con la gestión de eventos, negociación, logística y coordinación institucional (Garaicoa & D’Armas, 2026; Motta & Ribeiro, 2023).

Asimismo, la presencia de autoridades y la cobertura institucional contribuyeron a fortalecer la legitimidad del evento, generando un entorno propicio para la interacción entre actores. Este aspecto es relevante, ya que la literatura señala que la confianza y la credibilidad institucional son factores clave en la construcción de redes efectivas (Barrera-Verdugo et al., 2025).

En este sentido, el evento puede ser concebido como un espacio de co-creación de valor, donde convergen intereses académicos, económicos y sociales, generando beneficios tanto para los participantes como para la institución.

4. CONCLUSIÓN

El presente estudio tuvo como objetivo evaluar la efectividad de un evento de networking universitario en la generación de oportunidades comerciales entre emprendedores y arrendatarios de bares, tomando como caso el evento “Tejido Empresarial: Creando Alianzas entre la UNEMI y la Comunidad”. A partir de los resultados obtenidos, se concluye que este tipo de iniciativas constituye un mecanismo efectivo de articulación dentro de los ecosistemas emprendedores universitarios.

En primer lugar, se evidencia una alta efectividad relacional, reflejada en los elevados niveles de satisfacción, claridad organizativa y calidad de interacción reportados por los participantes. Estos resultados confirman que el diseño metodológico del evento (basado en la combinación de pitches comerciales y rondas de negociación uno a uno) facilita la construcción de vínculos directos y significativos entre actores con intereses



complementarios. En este sentido, el networking estructurado no solo promueve el intercambio de información, sino que genera condiciones favorables para la confianza y la colaboración.

Asimismo, los hallazgos demuestran una efectividad comercial concreta, evidenciada en la existencia de acuerdos preliminares documentados en diferentes categorías de productos, principalmente en el sector alimentario, pero también en el ámbito textil. Este resultado es particularmente relevante, ya que trasciende el nivel de percepción subjetiva y confirma que el evento logró activar procesos reales de intercambio económico. De esta manera, se valida el networking como un dispositivo operativo capaz de conectar oferta y demanda en contextos universitarios.

Adicionalmente, se identifica una efectividad académico-institucional significativa, dado que el evento permitió a los estudiantes aplicar conocimientos teóricos en un entorno real, desarrollando competencias profesionales vinculadas a la organización de eventos, negociación, logística y gestión de actores. En este sentido, la participación institucional y la articulación con actores externos fortalecen el rol de la universidad como agente dinamizador del territorio.

Estos resultados permiten afirmar que los eventos de networking universitario pueden ser conceptualizados como espacios híbridos que integran dinámicas formativas, interacción económica y construcción de redes colaborativas entre actores del territorio. Esta integración constituye uno de los principales aportes del estudio, al evidenciar que las universidades pueden trascender su función formativa para convertirse en plataformas activas de articulación productiva.

Desde el punto de vista teórico, el estudio contribuye a ampliar la comprensión del networking dentro del campo de los ecosistemas emprendedores. En particular, propone interpretar los eventos de networking universitario como mecanismos de intermediación estructurada, capaces de activar redes, reducir asimetrías de información y facilitar la generación de oportunidades comerciales.

Desde esta perspectiva, el trabajo aporta a la integración de tres enfoques conceptuales: ecosistemas emprendedores, networking y aprendizaje experiencial, demostrando que estos no deben analizarse de manera aislada, sino como dimensiones interdependientes de un



mismo fenómeno. Esta articulación teórica permite avanzar hacia modelos más complejos de análisis del rol de la universidad en el desarrollo económico.

En el ámbito práctico, los resultados ofrecen orientaciones claras para el diseño y ejecución de eventos de networking en contextos universitarios: 1) la estructuración metodológica (pitch + negociación 1:1) se confirma como un formato efectivo para facilitar acuerdos comerciales, 2) la selección previa de actores (emprendedores formalizados y demandantes reales) aumenta la probabilidad de generar resultados concretos, 3) la documentación de acuerdos mediante minutas constituye una herramienta clave para evidenciar el impacto del evento y 4) la incorporación de seguimiento postevento se identifica como un elemento crítico para la consolidación de acuerdos preliminares.

Además, el estudio sugiere la necesidad de escalar este tipo de iniciativas hacia formatos de mayor alcance, como ferias con rondas de negocios integradas, lo que podría potenciar su impacto económico.

A nivel institucional, los resultados refuerzan la importancia de integrar este tipo de eventos dentro de las estrategias de vinculación con la sociedad. En particular, se evidencia que las universidades pueden desempeñar un papel activo en la dinamización de economías locales, facilitando encadenamientos productivos entre actores del territorio.

En este sentido, se recomienda institucionalizar los eventos de networking como programas permanentes, articulados con unidades de emprendimiento, incubadoras y políticas de innovación, contribuyendo así a la consolidación de ecosistemas emprendedores más robustos.

A pesar de los aportes del estudio, es importante reconocer ciertas limitaciones que deben ser consideradas en la interpretación de los resultados. En primer lugar, el estudio se basa en un caso único con un tamaño muestral reducido, lo cual limita la generalización de los hallazgos. No obstante, esta característica es inherente al enfoque de estudio de caso, que prioriza la profundidad del análisis sobre la representatividad estadística.

En segundo lugar, el diseño transversal del estudio impide evaluar la sostenibilidad de los acuerdos comerciales en el tiempo, ya que no se realizó un seguimiento posterior que permita determinar si los acuerdos preliminares se consolidaron en relaciones comerciales permanentes. Y en tercer lugar, la investigación se centra en un evento de escala controlada, lo que dificulta extrapolar los resultados a contextos de mayor complejidad o con mayor



número de participantes. En este sentido, futuras investigaciones podrían explorar el comportamiento de estos mecanismos en eventos de mayor escala.

Finalmente, no se incorporaron indicadores de impacto económico cuantitativo, como volumen de ventas o ingresos generados, lo cual representa una oportunidad para estudios posteriores que busquen medir el efecto económico directo del networking. A partir de las limitaciones identificadas, se proponen las siguientes líneas de investigación: 1) estudios longitudinales que analicen la evolución de los acuerdos comerciales generados, 2) comparación entre diferentes formatos de networking (ferias, ruedas de negocio, eventos híbridos), 3) evaluación del impacto económico directo en términos de ingresos y empleo, 4) análisis comparativo entre universidades o regiones y 5) modelos estructurales (SEM) que expliquen la relación entre networking, aprendizaje y resultados comerciales.

Estos hallazgos son consistentes con la literatura reciente sobre ecosistemas emprendedores y networking estructurado (Lee et al., 2025; Inada, 2024), además, destacan el rol de las universidades como nodos de articulación en ecosistemas emprendedores (Vallejo-Imbaquingo & Robalino-López, 2025; Hess et al., 2025). Estos resultados refuerzan la idea de que los eventos de networking pueden actuar como mecanismos catalizadores dentro de los ecosistemas emprendedores, facilitando la interacción efectiva entre actores y promoviendo dinámicas de co-creación de valor (Hess et al., 2025; Fuentes et al., 2024).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Al Qahtani, H., & Sankar, J. P. (2025). *Key factors for success in enhancing entrepreneurial ecosystem of universities in GCC. Entrepreneurship Education*, 8, 205–234. DOI: <https://doi.org/10.1007/s41959-025-00139-8>

Ancona, A., Cinelli, M., Ferraro, G., & Iovanella, A. (2023). *Network-based principles of entrepreneurial ecosystems: a case study of a start-up network. Small Business Economics*, 61, 1497–1514. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00738-6>

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación*. Episteme.

Barrera-Verdugo, G., Cadena-Echeverría, J., & Durán-Sandoval, D. (2025). *An expert assessment of the strengths and weaknesses of a sustainable entrepreneurial ecosystem in Latin America. Cogent Business & Management*, 12(1), 2507849. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2507849>



Capoani, L., Martini, P., Izzo, A., & Bincoletto, G. (2026). *Social Strategies for Business Success: The Key Role of Social Networks in SMEs*. *Businesses*, 6(1), 2. DOI: <https://doi.org/10.3390/businesses6010002>

Carlos, V. S., Almeida, J., Rodrigues, F. S., Macedo, A. C., & Veiga, P. M. (2025). *The Impact of Entrepreneurial Ecosystems on Value Co-Creation in SME: The Moderating Role of Marketing Innovations*. *Administrative Sciences*, 15(12), 475. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci15120475>

D'Armas Regnault, M., Fajardo, L., Mejías-Acosta, A., Noboa, P., Álvarez, W., & Vidal-Silva, C. (2025). *Understanding the entrepreneurial capacity of university students: an empirical study at Milagro State University, Ecuador*. *Frontiers in Education*, 9, 1491468. DOI: <https://doi.org/10.3389/educ.2024.1491468>

Fuentes, N., Schmutzler, J., & Vargas, A. (2024). *Unpacking the Multilayered Nature of Entrepreneurial Ecosystems: A Conceptual Complex Adaptive System Model*. *International Journal of Innovation Studies*, 8(4), 335–350. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2024.08.001>

Garaicoa, F., & D'Armas, M. (2026). *Impacto de la implementación de proyectos de aula en el desarrollo de habilidades emprendedoras en estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro*. *Sage Sphere of Technology, Sciences, Discoveries And Society*, 4(1), 1–17. DOI: <https://doi.org/10.63688/0w2yzs36>

Roberto Hernández Sampieri, Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw Hill.

Hess, S., Wurth, B., Stam, E., Giones, F., Fini, R., Cavallo, A., Wahl, A., Bosma, N., Theodoraki, C., Chabaud, D., Brem, A., & Kuckertz, A. (2025). *The future of entrepreneurial ecosystems research: Toward a policy-oriented research agenda*. *Journal of Business Venturing Insights*, 23, e00538. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2025.e00538>

Inada, Y. (2024). *Unlocking Value Co-Creation in Entrepreneurial Ecosystems: The Vital Role of Institutions*. *Administrative Sciences*, 14(5), 82. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci14050082>

Daniel Isenberg (2010). *How to Start an Entrepreneurial Revolution*. *Harvard Business Review*.



- Jurgelevičius, A., Butvilas, T., Kovaitė, K., & Šūmakaris, P. (2025). *Developing an Entrepreneurial Ecosystem Framework for Student-Led Start-Ups in Higher Education*. *Education Sciences*, 15(7), 837. DOI: <https://doi.org/10.3390/educsci15070837>
- David Kolb (1984). *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall. Disponible en: [ResearchGate](#)
- Lee, C.-W., Wang, C.-C., Fu, M.-W., & Chen, H. (2025). *Policy Incentives for Strengthening Industry–Academia Collaboration Toward Sustainable Innovation and Entrepreneurship*. *Sustainability*, 17(20), 9183. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17209183>
- Lima, A. E., Veloso, C. C., Silva, E. F., Santos, E. M., Nascimento, I. J., Santana, R. B., Oliveira, T. L., Júnior, T. S., & Silva, E. N. (2026). *The Role of Universities and Startups in Regional Innovation Ecosystems: An Integrative Review for Sustainable Development*. *Journal of Sustainable Research and Development*, 2(1), 1–9. DOI: <https://doi.org/10.69739/jsrd.v2i1.1117>
- Motta, V., & Ribeiro, S. (2023). *Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review*. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103919>
- Prokop, D., & Thompson, P. (2023). *Defining networks in entrepreneurial ecosystems: the openness of ecosystems*. *Small Business Economics*, 61, 517–538. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00710-w>
- Robert Putnam (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Ríos, V., Ramos, E., Arbulú, M., Vera, V., Aguilar, H., Soto, J., Licapa, R., Martel, R., & Reyes-Pérez, M. (2025). *Academic Entrepreneurship Evolution: A Systematic Review of University Incubators and Startup Development (2018–2024)*. *Sustainability*, 17(12), 5365. DOI: <https://doi.org/10.3390/su17125365>
- Sandoval, C., & Bado, G. (2023). *Impacto de la formación educativa emprendedora en la intención emprendedora: un enfoque cognitivo*. *Contaduría y Administración*, 67(4), 1–27. DOI: <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2022.3269>



Silva-Peralta, Y., Rompató, M., Pesce, N., Tassier, D., & Castaño, A. (2022). *Estrategias de fomento al emprendimiento en la educación superior. Un análisis desde la perspectiva de estudiantes de pregrado universitarios*. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 21(46), 328–344. DOI: <https://doi.org/10.21703/0718-5162.v21.n46.2022.018>

Tung, T., Huong, D., & Oanh, V. (2023). *An Investigation on Knowledge-Based Entrepreneurship in Higher Education*. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(7), e1327. DOI: <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i7.1327>

Vallejo-Imbaquingo, R., & Robalino-López, A. (2025). *The Role of Latin American Universities in Entrepreneurial Ecosystems: A Multi-Level Study of Academic Entrepreneurship in Ecuador*. *Administrative Sciences*, 15(3), 108. DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci15030108>

Wang, Q., Li, Y., Yang, Y., Little, M., Basnight, E., & Fryberger, C. (2024). *University-led entrepreneurship ecosystem building in underserved communities: From a network perspective*. *Geographical Review*, 114(3), 353–377. DOI: <https://doi.org/10.1080/00167428.2023.2256000>

Conflicto de Intereses: Los autores afirman que no existen conflictos de intereses en este estudio y que se han seguido éticamente los procesos establecidos por esta revista. Además, aseguran que este trabajo no ha sido publicado parcial ni totalmente en ninguna otra revista.

FINANCIAMIENTO

Los autores no recibieron financiamiento para el desarrollo de esta investigación.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA:

Nombres de autores e iniciales: Freddy Leonardo Garaicoa Fuentes (FLGF), Juan de la Cruz Peñafiel Macías (JCPM), Salma Nayali Meza Lucin (SNML), Jefferson Francisco Rivera Narváez (JFRN), Ashley Leyly Intriago Ávila (ALIÁ), Blanca Asucena Delgado Folleco (BADF).

1. Conceptualización: (FLGF, JCPM, BADF, ALIÁ)
2. Curación de datos: (FLGF, JCPM)
3. Análisis formal: (FLGF, BADF, JFRN)
4. Adquisición de fondos: (FLGF)
5. Investigación: (FLGF, JCPM, SNML)
6. Metodología: (FLGF, ALIÁ)



7. Administración del proyecto: (FLGF, JCPM)
8. Recursos: (FLGF, BADF, JFRN)
9. Software: (FLGF)
10. Supervisión: (FLGF, ALIÁ)
11. Validación: (FLGF)
12. Visualización: (FLGF, BADF, JFRN)
13. Redacción – Borrador original: (FLGF, JCPM)
14. Redacción – Revisión y edición: (FLGF, SNML, JCPM)

