

**'El emprendimiento como salida laboral de los comunicadores sociales  
contemporáneos'**

María Camila Calderón Bermúdez  
Yessica Espinel Burgos  
Andrea Estefanía Granados Acuña  
Laura Liseth Guio Espitia  
Angie Daniela Jaimes Parada

Programa de Comunicación Social  
Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes  
Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Bucaramanga  
2018

**‘El emprendimiento como salida laboral de los comunicadores sociales contemporáneos’**

María Camila Calderón Bermúdez

Yessica Espinel Burgos

Andrea Estefanía Granados Acuña

Laura Liseth Guio Espitia

Angie Daniela Jaimes Parada

Trabajo de tesis para optar el título de Comunicador social

Director

Dr. Marciano Favián Venté Alarcón

Doctor en procesos comunicativos y socioculturales en las sociedades avanzadas.

Programa de Comunicación Social

Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes

Universidad Autónoma de Bucaramanga

Bucaramanga

2018

## CONTENIDO

---

Pág.

### INTRODUCCIÓN

---

<b>1. MARCO TEÓRICO Y DISEÑO METODOLÓGICO .....</b>	<b>9</b>
1.1 MARCO TEÓRICO .....	10
1.1.1 Ejes Temáticos .....	10
1.1.2 Desarrollo del Marco Teórico .....	11
1.1.2.1. Sociedad .....	11
1.1.2.2. Empleo y Emprendimiento .....	12
1.1.2.2.1. Tasas de Desempleo .....	16
1.1.2.2.2. Generadores de Empresa .....	17
1.1.2.2.3. Calidad de vida de los Trabajadores .....	17
1.1.2.3. Pedagogía y Emprendimiento .....	18
1.1.2.3.1. Selección Instituciones Educativas .....	20
1.1.2.3.2. Creatividad Aplicada .....	23
1.1.2.3.3. Innovación .....	23
1.1.2.4. Papel de los Medios de Comunicación .....	25
1.1.2.5. Marco Legal y Tributario para el Emprendimiento .....	26
1.1.2.5.1. Normatividad .....	27
1.1.2.5.2. Programas y Proyectos .....	28
1.1.2.5.3. Organización Empresarial .....	30
1.1.2.5.4. Organigrama de una Empresa .....	31

1.1.2.5.5. ¿Qué es una empresa y cómo se conforma? .....	32
1.2 DISEÑO METODOLÓGICO.....	34
1.2.1 Planteamiento del problema .....	34
1.2.1.1 Pregunta Problema .....	34
1.2.1.2 Objetivo General .....	34
1.2.1.3 Objetivos Específicos.....	34
1.2.1.4 Hipótesis .....	35
1.2.2 Justificación .....	35
1.2.3 Tipo de diseño .....	36
1.2.4 Grupos Focales.....	40
1.2.5 Entrevistas .....	41
1.2.5.1 Perfiles de Entrevistados .....	42
1.2.6 Encuestas .....	43
<b>2. PANORAMA REGIONAL ASOCIADO AL EMPRENDIMIENTO EN COMUNICADORES SOCIALES .....</b>	<b>46</b>
2.1 DESARROLLO DE LA SOCIEDAD .....	47
2.2 PROBLEMÁTICAS DE COMUNICADORES .....	53
<b>3. EL PAPEL DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS FRENTE AL EMPRENDIMIENTO .....</b>	<b>59</b>
3.1 INICIATIVAS ESCOLARES .....	62
3.2 CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO .....	66
3.3 FALENCIAS Y OPORTUNIDADES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR .....	71
<b>4. POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA....</b>	<b>74</b>
4.1 NORMATIVIDAD .....	79
4.2 PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	84

4.3. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL.....	88
4.3.1. ORGANIGRAMA DE UNA EMPRESA.....	92
<b>5. FACTORES QUE DEFINEN EL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EN COMUNICADORES SOCIALES EN SANTANDER .....</b>	<b>94</b>
5.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	95
5.2 OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES.....	100
5.3 EMPRENDIMIENTO EN LA REGIÓN.....	111
<b>6. CONCLUSIONES.....</b>	<b>112</b>
<b>7. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>114</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>115</b>

## LISTA DE FIGURAS

	pág.
<b>FIGURA 1.</b> Mapeo marco teórico inicial .....	10
<b>FIGURA 2.</b> Organigrama de una empresa .....	31
<b>FIGURA 3.</b> Formato encuesta aplicada .....	45
<b>FIGURA 4.</b> Codificación axial entrevista 11 directora calidad educativa SED .....	50
<b>FIGURA 5.</b> Codificación axial entrevista 4 decana de la facultad de comunicación social UDI .....	54
<b>FIGURA 6.</b> Mercado laboral agosto 2017 .....	57
<b>FIGURA 7.</b> Codificación axial entrevista 9 profesor de emprendimiento y empresarismo UTS .....	61
<b>FIGURA 8.</b> Codificación axial entrevista 1 docente de calidad aplicada UNAB ....	65
<b>FIGURA 9.</b> Políticas públicas de emprendimiento en Colombia .....	79
<b>FIGURA 10.</b> Apoyo técnico y financiero vigente al emprendimiento en Santander .....	87
<b>FIGURA 11.</b> Pasos para crear empresa en Colombia.....	89
<b>FIGURA 12.</b> Organigrama de una empresa .....	85
<b>FIGURA 13.</b> Análisis de medios en temas de emprendimiento .....	95
<b>FIGURA 14.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	99
<b>FIGURA 15.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	100
<b>FIGURA 16.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	101
<b>FIGURA 17.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	102
<b>FIGURA 18.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	103
<b>FIGURA 19.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	104
<b>FIGURA 20.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	105
<b>FIGURA 21.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	106
<b>FIGURA 22.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	107
<b>FIGURA 23.</b> Grafica de encuesta a estudiantes de comunicación social .....	108
<b>FIGURA 24.</b> Nuevas empresas Santander 2017 .....	110

## LISTA DE ANEXOS

	pág.
<b>9. ANEXOS</b> .....	<b>121</b>
9.1 Seguimiento de medios.....	121
9.2 Encuestas.....	126
9.3 Entrevistas.....	152

## INTRODUCCIÓN

En este proyecto, se permite conocer como primera instancia, el rol que presentan los colegios y las universidades de Santander para generar a partir herramientas educativas un espíritu emprendedor, innovador y creativo en los estudiantes. En Bucaramanga, gran cantidad de colegios tienden a realizar actividades de emprendimiento las cuales son de motivación para aquellos que ya estén pensando en crear empresa, así mismo, para aquellos que se enfocan en ejercer en una organización tengan otra perspectiva, todo esto con el fin de formar en ellos el interés por generar empleo y por consiguiente auto emplearse.

Dentro del ámbito regional, enfocándonos en las universidades que poseen la carrera de Comunicación Social y Periodismo, como lo son la UNAB, UPB, UDI, se plantea la importancia que estas brindan a los estudiantes en temas relacionados con el emprendimiento. ¿Qué tan participes son los comunicadores sociales en generar su propia empresa? ¿Sí desarrollan actividades las cuales fomenten el crear empresa? ¿Emplear o emplearse? ¿Adquiere cátedras o materias que incentiven al emprendimiento, innovación y creatividad? ¿Por qué es más factible para algunos estudiantes optar por emplearse?

En Santander, una mirada detallada a los medios de comunicación y el papel que estos desempeñan frente al emprendimiento, junto con la normativa existente en Colombia en cuanto a aquellos que quieran hacer parte de la creación de empresa y el apoyo a emprendedores.

Para poder abarcar todos los temas mencionados y obtener resultados claros y precisos, se toman en cuenta diseños de carácter etnográfico - narrativo, y de tipo explicativo y correlacional, basado en autores que explican la importancia y el uso correcto de cada uno.

Los públicos analizados y la elección de los perfiles para la recolección completa de información se definen a partir de los aportes de cada uno de los autores, entrevistas, grupos focales y encuestas realizadas para obtener una visión clara de lo planteado.

## **1. MARCO TEÓRICO Y DISEÑO METODOLÓGICO**

En este apartado se encuentra el planteamiento del proyecto con pregunta problema, hipótesis y objetivos generales y específicos como punto de partida hacia las teorías que lo sustentan y el desarrollo del marco teórico sobre el cual surgieron las cuestiones de las cuales trata la investigación, en él se encuentran las definiciones acerca del emprendimiento en los distintos escenarios que influyen en el estudiante y el egresado de comunicación social.

Dentro de un ámbito regional, teniendo en cuenta los factores sociales, económicos, oportunidades laborales y la riqueza cognitiva del territorio. El aporte de la educación enfocada a todos los niveles de enseñanza, haciendo énfasis en la formación profesional universitaria. Una mirada detallada a los medios de comunicación y el papel que desempeñan frente al emprendimiento, junto con la normativa existente en Colombia en cuanto a la creación de empresa y el apoyo a emprendedores.

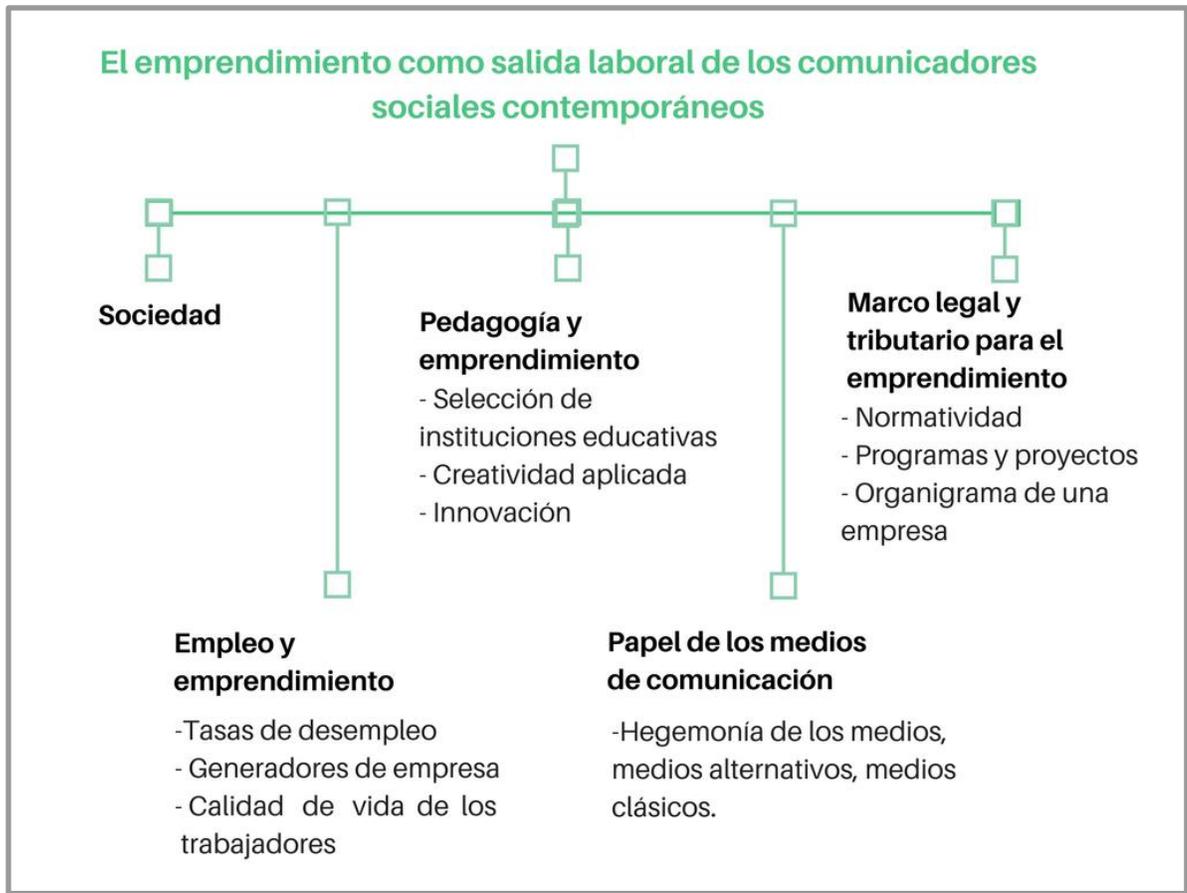
A partir de estos escenarios se plantea un diseño metodológico definiendo cuáles son los instrumentos adecuados para llevar a cabo la investigación cumpliendo con el alcance de los objetivos propuestos. Para poder abarcar todos los temas propuestos y obtener resultados precisos, se toman en cuenta diseños de carácter etnográfico - narrativo, y de tipo explicativo y correlacional, basado en autores que explican la importancia y el uso adecuado de cada uno.

Dentro del diseño metodológico se pueden encontrar las especificaciones de cada uno de los instrumentos utilizados, así como los parámetros adoptados para la aplicación de los mismos. Los públicos consultados y la elección de los perfiles adecuados para la recolección de información se definen a partir de los aportes de cada uno de los autores.

## 1.1 MARCO TEÓRICO

### 1.1.1 Ejes temáticos

Figura 1. Mapeo marco teórico inicial



Fuente: Propia

## **1.1.2 Desarrollo del marco teórico**

### **1.1.2.1 Sociedad**

La UNESCO, dentro del texto Comunicación para el desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas apela a una propuesta de incorporación de los enfoques de comunicación para el desarrollo en los instrumentos de planificación de programas y asignación de recursos, buscando hacer del desarrollo un proceso centrado en las personas.<sup>1</sup>

Cualquier sociedad se desarrolla gracias al conocimiento de sus ciudadanos, “cuanta más formación tienen las sociedades, cuantas más personas tengan maestrías, postgrados, especializaciones; cuantos más doctores tenga una sociedad más conocimiento hay, más emprendedores y emprendimientos hay y más se desarrolla dicha sociedad y todos sus miembros”<sup>2</sup>.

En particular, su importancia en la constitución de subjetividades, identidades y acciones colectivas. Algunos asocian lo anterior con la fragmentación de la sociedad posmoderna; otros con la decadencia del trabajo industrial en confrontación con el crecimiento de los servicios, los trabajadores de cuello blanco, las mujeres y el trabajo desregulado.

La otra concepción es objetivista. “El trabajo es considerado como la actividad que transforma de manera consciente a la naturaleza y al hombre mismo, independientemente de cómo sea valorado por la sociedad; sería el medio de creación de la riqueza material o inmaterial y de hacerla circular”<sup>3</sup>. Pudiera

---

<sup>1</sup> UNESCO. Comunicación para el desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas. 2011.

<sup>2</sup> JOLONCH, Xavier. La Importancia del Emprendimiento para el Desarrollo de una Sociedad. Colombia: Uniciencia, 2014 p. 22

<sup>3</sup> TOLEDO, Enrique. Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo. México: Fondo de cultura económica, 2000 p.16

plantearse que el trabajo, como toda actividad, tiene componentes objetivos (por ejemplo, como creador de riqueza), pero que esta riqueza puede sufrir diversas valoraciones sociales. Además, sin duda las diferencias entre el trabajo y el no trabajo han recibido socialmente diferentes delimitaciones, pero a la vez sus productos pueden tener un carácter objetivo.

### **1.1.2.2. Empleo y emprendimiento**

La industria periodística ha sufrido un gran deterioro, Y, es que en los medios de comunicación, a diferencia de otros sectores, “la crisis es resultado de la continuación de distintos factores: El deterioro de su base económica tradicional de venta del producto y publicidad”<sup>4</sup>, más aún “teniendo en cuenta la excesiva dependencia de la publicidad; el cambio en los modos de acceso y consumo de la información por parte de los ciudadanos, que están encontrando alternativas más ágiles, personalizadas y gratuitas de informarse”<sup>5</sup>; y, la innovación tecnológica, asociada a la digitalización y la convergencia, que está transformando el periodismo.

Para remontar la difícil situación los propietarios de los medios han recurrido a todas o casi todas las fórmulas convencionales “las reducciones de plantilla, la disminución de las tiradas, la adaptación a nuevos formatos, la incorporación de todo tipo de promociones, las transiciones del pago a la gratuidad, las concentraciones de empresas para reducir costos, etc.”<sup>6</sup>.

Aun así, estas soluciones no han dado los resultados esperados y la crisis ha tenido consecuencias devastadoras: económicas, con la caída de ingresos; laborales, con el despido de profesionales, el deterioro de las condiciones de trabajo y, por tanto,

---

<sup>4</sup> SONNAC, NATHALIE. La economía de la empresa: versus un nuevo modelo. Francia: Les cahiers du journalisme, 2009 p. 22

<sup>5</sup> FARIAS, PEDRO. Informe anual de la profesión periodística. Madrid, Asociación de la prensa de Madrid, 2010 p. 34

<sup>6</sup> DIAZ NOCCI, JAVIER. Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. Madrid, 2010 p. 19

el aumento de la precariedad laboral y la pérdida de calidad y credibilidad de la información; y, empresariales con el cierre de medios. “Esta situación está forzando un inevitable cambio en el modelo de negocio, fundamentalmente en el sector de la prensa escrita, para rentabilizar sus contenidos”<sup>7</sup>. Y es que los modelos de negocio se diseñan, tal y como apunta Roses<sup>8</sup>, en función del entorno en el que opera la empresa informativa, y están condicionados por factores, tales como el marco político, legal y los cambios sociales, económicos y tecnológicos. Así, continúa el autor, los medios deben reajustar sus modelos de negocio “constantemente a las nuevas condiciones del entorno porque un modelo exitoso bajo un contexto determinado, podría no serlo en el entorno del futuro”<sup>9</sup>.

Para garantizar su supervivencia las empresas periodísticas afrontan la situación a través de la reconversión de sus modelos de negocio, adaptándose a las nuevas condiciones del entorno. Algunas soluciones al modelo de negocio pasan, señala Roses<sup>10</sup>, por fórmulas imaginativas, sin olvidar el producto informativo, los contenidos, que deben aportar confianza y credibilidad a la ciudadanía.

Se tiene que buscar la difícil rentabilidad sobre la base de la comercialización de contenidos especializados y personalizados, pero también sobre “la innovación y la investigación de nuevas fórmulas, la creación de servicios que aporten valor añadido y el máximo aprovechamiento de los contenidos generados para más de una plataforma”<sup>11</sup>.

“La tardía incorporación de la población a la Sociedad de la Información y la escasa iniciativa por parte de las empresas de invertir de manera decidida en las nuevas tecnologías que han hecho que éstas no dieran los frutos económicos

---

<sup>7</sup> FARIAS, Op. Cit., p. 42

<sup>8</sup> ROSES, Sergio. Cambio del modelo de negocio de los medios informativos. En: Editorial Universitas. Madrid. (2010); p. 84

<sup>9</sup> Ibid., p. 87

<sup>10</sup> Ibid., p. 89

<sup>11</sup> FARIAS, Op. Cit., p. 48

deseados”<sup>12</sup>. Tal y como apunta Casero Ripollés<sup>13</sup> los diarios no consiguen encontrar un modelo de negocio rentable para el periodismo a través de Internet, incluso, a pesar del aumento producido en los últimos años del número de lectores online.

Ante esta situación de deterioro de las bases tradicionales de la industria periodística y la ausencia de un nuevo modelo adaptado al entorno digital, autores como Campos Freire<sup>14</sup>, Farias<sup>15</sup>, Roses<sup>16</sup> y Casero Ripollés<sup>17</sup> y plantean la necesidad de explorar nuevas vías para el negocio periodístico. Una de ellas es el emprendimiento que se sitúa como una nueva opción para fomentar el trabajo y el autoempleo en el ámbito del periodismo. La puesta en marcha de proyectos personales y a pequeña escala por parte de los propios periodistas se configura en el escenario actual como una alternativa factible y real. No obstante, para que pueda hacerse realidad resulta indispensable introducir, y estimular, el emprendimiento en la formación de los periodistas.

Ante este escenario, donde las salidas profesionales han disminuido drásticamente y el empleo por cuenta ajena en los medios de comunicación se encuentra mermado, el emprendimiento se plantea como una opción laboral, tanto para jóvenes periodistas como para aquellos veteranos que se han visto afectados por la crisis. Este tipo de emprendedores son denominados como “emprendedores forzados”<sup>18</sup>, sobre todo en las nuevas industrias o en aquellas transformadas por el entorno. El factor laboral y económico se constituye como la principal motivación para emprender un proyecto, empresa o iniciativa periodística.

---

<sup>12</sup> ROSES, Op. Cit., p. 38

<sup>13</sup> CASERO RIPOLLES, Andreau. “Periodismo emprendedor, estrategias para incentivar el auto empleo periodístico como modelo de negocio” En: Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Madrid. Vol. 3, No.2 (abr.2013); p. 18

<sup>14</sup> CAMPOS FREIRE, Francisco. “Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas “. En: Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid. Vol. 1, No. 16 (2010); p.149

<sup>15</sup> FARIAS, Op. Cit., p. 49

<sup>16</sup> ROSES, Op. Cit., p. 33

<sup>17</sup> Ibid., p. 22

<sup>18</sup> AUDET, JOSÉ. Formar para emprender. Chile: Comunicar,2012 p. 12

Como lo afirma Baron<sup>19</sup>, entre las cualidades y rasgos de personalidad que configuran un emprendedor se encuentran la capacidad para explotar oportunidades, la capacidad de reacción y de toma de decisiones, la capacidad de trabajo, el liderazgo y la capacidad para coordinar equipos. Además, “es capaz de reconocer y perseguir oportunidades, es optimista y tolera la incertidumbre”<sup>20</sup>. Junto a ellos, Curran<sup>21</sup> señalan la innovación, la personalidad proactiva, eficacia, tolerancia al estrés, autonomía, control y asunción de riesgos.

Entre los factores que fomentan el emprendimiento están “el contexto social y familiar, el sistema educativo e, incluso, una cuestión genética”<sup>22</sup>. En cuanto al sistema educativo, las universidades deben tomar conciencia de las nuevas necesidades y del entorno laboral y profesional en el que se van a mover los futuros profesionales de la información. “Las universidades juegan un papel clave en el desarrollo de actitudes de emprendimiento”<sup>23</sup>. Es el espacio ideal para la generación de incubación de “ideas originales e innovadoras, que con el tiempo vayan ganando madurez y sean capaces de convertirse en empresas exitosas, pero también es el lugar propicio para desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el emprendimiento”<sup>24</sup>. Por ello, deben incluir el emprendimiento, la creación de empresas y el fomento del autoempleo como uno de sus ejes. Asignaturas como ‘Empresa Periodística’, son de vital importancia tanto para estimular y fomentar en los alumnos el espíritu emprendedor, así como para formarlos en la realización de sus propios proyectos empresariales.

---

<sup>19</sup> BARON, Robert. Periodistas: el acceso al mercado laboral. En: Ámbitos. España. Vol. 1, No. 3 (1998); p. 23

<sup>20</sup> OBSCHONDA, MARTIN. “En trepreneurial intention as developmental outcome”. Francia: Vocational, 2010 p. 13

<sup>21</sup> CURRAN, James. “The Future of Journalism”. En: Journalism Studies. Londres. (2010); p. 19

<sup>22</sup> BARON, Op. Cit., p.24

<sup>23</sup> CURRAN, Op. Cit., p. 11

<sup>24</sup> RODRIGUEZ BREIJO, VANESSA.” Formar para emprender: principales retos de las facultades de comunicación”. Madrid, 2012 p. 4

### **1.1.2.2.1 Tasas de desempleo**

A pesar de la poca dinámica de la economía colombiana durante el 2016 con un bajo incremento en su PIB de 2,0%, el mercado laboral logró mostrar estabilidad en la mayoría de sus indicadores. El país registró una tasa de desempleo de 9,2% en el 2016, reduciéndose en 3 puntos porcentuales en los últimos 10 años. Entre las 24 regiones objeto del estudio del DANE, 21 de ellas optimizaron sus niveles de empleo.

Para Santander los resultados son aún mejores, presentó la tasa más baja de desocupados entre las 5 principales economías (7,3%) y logró disminuirla en 4 puntos porcentuales entre 2006 y 2016, manteniéndola en niveles de un dígito desde el año 2008.

En materia de subempleo el departamento redujo su tasa, que había alcanzado niveles de 37% hace 10 años y ahora se encuentra en 23,4%. Otro indicador relevante fue la tasa de ocupación, en donde registró la segunda más elevada entre las principales regiones del país.

En Santander la tasa de generación de nuevas empresas por cada 10.000 habitantes llegó a 72 compañías, que lo sitúa en el segundo lugar del país, después de Bogotá, y una tasa de desempleo de 6,5 por ciento, la tercera, tras La Guajira y Bolívar.

Otros indicadores positivos tienen que ver con la reducción de la pobreza monetaria, que el año pasado tuvo una disminución de 1,7 puntos porcentuales, al pasar de 19,6 por ciento en 2015 a 17,9 por ciento; y el producto interno bruto aumentó 3,06 por ciento, al crecer de 32,82 por ciento a 35,89 por ciento.

### **1.1.2.2.2 Generadores de empresa**

El periodismo emprendedor es el fenómeno observado en la industria periodística después de 2008. Sánchez<sup>25</sup> expone que es necesario trabajar en la conexión con la sociedad y las instituciones que fomentan el emprendimiento en el entorno más cercano, a través de jornadas, encuentros o seminarios, que ayuden a crear generadores de empresa.

Rojano<sup>26</sup>, afirma que las nuevas metodologías educativas priman el aprendizaje autónomo y el aprendizaje colaborativo; Este cambio necesita partir de tres principios: mayor implicación y autonomía del estudiante; utilización de metodologías más activas, incluyendo trabajo en equipo; y, actuación del profesorado como gestor de entornos estimulantes de aprendizaje.

Monroy<sup>27</sup> Aborda un tópico muy interesante enfocado a las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICS las cuales han impulsado una transformación en rumbos y ejes de diversos sectores de la sociedad y la comunicación como generadores de empresa.

### **1.1.2.2.3 Calidad de vida trabajadores**

Con los hallazgos del actual estudio se logra concluir que el tipo de contratación influye directamente en la calidad de vida laboral de los trabajadores pertenecientes a las instituciones santandereanas, debido al establecimiento del capitalismo

---

<sup>25</sup> MANFREDI SÁNCHEZ, J. L. Innovación periodismo: Generadores de empresas desde la universidad. España: Cuadernos artesanos de comunicación, 2013 p. 42

<sup>26</sup> PANIAGUA ROJANO, F. J. "Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad". España: *Revista Latina de Comunicación Social*, 2014 p. 548 a 570

<sup>27</sup>GOMEZ MONROY, Daniel Adrián. El autoempleo y los egresados universitarios, la participación de las instituciones de educación superior. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2012 p. 122

organizacional en nuestro actual orden socioeconómico, convirtiéndose así, en un factor de riesgo psicosocial.

El enfoque empírico de la calidad del empleo incluye un cálculo del índice de calidad del empleo para Colombia y un modelo de regresión con variable dependiente binaria que permite identificar los factores asociados a un empleo de calidad. La calidad del empleo tiene una estrecha relación con la educación universitaria, el tamaño de la firma y los empleos en el sector financiero.

Posso<sup>28</sup> plantea la teoría de los mercados de trabajo segmentados. Esta teoría plantea que el mercado laboral cuenta por lo menos con dos segmentos, los cuales se diferencian principalmente por la calidad de los puestos de trabajo que ofrecen. Así, los mercados laborales pueden tener segmentos de puestos de trabajo de alta calidad y de mala calidad. Las conclusiones principales de esta teoría son: a) que existen diferencias sustanciales en los mecanismos de determinación salarial entre los dos sectores, y b) que el segmento de empleos de mala calidad recompensa el capital humano a una tasa de rendimiento menor.

### **1.1.2.3. Pedagogía y emprendimiento**

Los profesionales en comunicación y periodismo al enfrentarse a escenarios tan precarios al final de su carrera, suelen invertir el foco de sus objetivos, y pretender salir adelante por sus propios medios, de esta manera creando su autonomía en las formas de difusión y realización profesional.

Para poder profundizar, tenemos que saber la definición de los diferentes conceptos que queremos llegar a tratar en el siguiente escrito. Por ende, pedagogía y

---

<sup>28</sup> POSSO, Cristian Manuel. Calidad del empleo y segmentación laboral: un análisis para el mercado laboral colombiano. Colombia: Desarrollo y Sociedad, 2010 p.4

emprendimiento, son dos temas fundamentales en los cuales nos enfocaremos y resolveremos a lo largo del proyecto que queremos impartir en las siguientes páginas.

El resultado de la experiencia adquirida a lo largo de las décadas constituye la comprensión y el estudio de las ciencias de la educación, hallando una profunda motivación por lo que vivimos, la manera como lo hicimos y lo que significó para nuestra formación introducirnos en la complejidad de la lengua y el aprendizaje, por esto; La pedagogía juega un papel importante a lo largo del proceso estudiantil y de formación educativa.

Según Armando Zambrano, todo comienza por la comprensión, derivando de este mismo: el texto y el sentido, llegando a la pedagogía que tiene como tradición y componentes un ¿Cómo? y un ¿Qué? del discurso que se basa en la ciencia de la educación y la pedagogía diferenciada.<sup>29</sup>

La pedagogía comienza en la escuela, es ahí donde da inicio el lugar para los sujetos, en la medida en que ella le brinda los aprendizajes necesarios, la competencia requerida y los recursos de comunicación más importantes para que cada uno pueda avanzar en la medida que requiera.

Pero es ahí donde se analiza si la educación puede favorecer a que las personas tengan actitudes emprendedoras y el rol que le compete a la sociedad en este sentido; Por ello no podemos deducir, si la existencia del emprendimiento disminuye el desempleo, pero sí de acuerdo con la bibliografía consultada se puede afirmar, que las aptitudes emprendedoras contribuyen positivamente con el desarrollo de proyectos y con el progreso de la comunidad.

---

<sup>29</sup> ZAMBRANO, Armando. El concepto Pedagogía en Philippe Meirieu. Un modelo, un concepto y unas categorías para su comprensión. Usc-2006-2007.

En el transcurso de la historia, la humanidad ha acontecido varios cambios en la sociedad. El mundo en la actualidad está cambiando bruscamente y es ahí donde se genera un carrusel económico que deriva a fenómenos de desempleo y exclusión.

El fenómeno emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación.<sup>30</sup>

Es ahora donde se diferencia una persona común y una persona emprendedora, ya que su actitud de crear, surgir, innovar, visualizar y buscar nuevas alternativas, lo hacen diferente. Por eso en la comunicación y el avance de nuevos proyectos por parte de los periodistas, hace que sus planes visualizados, vayan más allá al asumir riesgos y enfrentar problemas. Los nuevos profesionales, ven las oportunidades que están ocultas y es donde surge la idea de generar bienes y servicios.

### **1.1.3 Selección de instituciones educativas**

La educación superior es el paso para dar a conocer y poner en práctica la pedagogía que se obtuvo en las distintas etapas de la educación. Al llegar a este nivel, se puede crear de una mejor forma la percepción de la educación, el significado de la misma y un contexto de emprendimiento donde fluya el contexto de surgimiento laboral.

Ahora bien, entrando en el tema de la comunicación y la información, al transcurrir de los años se ha venido degradando, ya que probablemente se encuentre

---

<sup>30</sup> DRUCKER, Peter. La innovación, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Buenos Aires-Argentina. Enero del 2004.

vinculada a intereses políticos y empresariales de manera excesiva, cuyo efecto es la dependencia de la información de las fuentes de financiación, públicas o privadas.

Pero, ante este panorama, el periodismo no desaparece, sino que incluso se ve fortalecido. De hecho, la ciudadanía demanda más información plural e independiente que nunca. Los datos así lo demuestran: aunque es cierto que la audiencia de los medios tradicionales ha descendido, el número de ciudadanos y de ciudadanas que se informan y el tiempo que dedican a ello ha crecido y eso, en parte, es gracias a los nuevos soportes de comunicación, que han surgido durante estos últimos años, como los medios digitales, los blogs, las redes sociales y sobre todo, al empeño de los profesionales.<sup>31</sup>

Y en ese contexto, las universidades deben desempeñar un papel relevante, impulsando por ejemplo, el estudio de conceptos empresariales básicos que ayuden a los futuros periodistas a conocer la gestión de una empresa informativa, en apostar por trabajar en el alumnado la capacidad de crear y poner en marcha proyectos empresariales, dentro del marco legal y económico español actual, de manera que se garantice una información plural e independiente, al tiempo que se incentiva la incorporación de los egresados al mundo laboral, por ejemplo con asignaturas como Creación de Empresas Informativas, que además deben programarse con el objetivo de fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes.<sup>32</sup>

El docente debe de esta manera desde el aula de clase, motivar al estudiante a generar empleos, dando por consiguiente el autoempleo y motivación para desarrollar tecnología e innovación que generen un cambio social.

La comunicación es una herramienta de emprendimiento e intercambio para la sociedad, generando reflexión en la comunidad y autonomía en sus procesos de aprendizaje. Por ello es importante destacar que el comportamiento académico y

---

<sup>31</sup> PANIAGUA, Rojano. GÓMEZ, Marisol. GONZÁLEZ, Eugenia. "Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad" En: Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 548 a 570

<sup>32</sup> Ibíd., p. 550.

formativo, no se reduzca a un proceso de trasmisión de información, si no a un proceso de enseñanza, valoración y autogestión.

En términos comunicativos en el proceso de enseñanza-aprendizaje los facilitadores y los estudiantes son a la vez emisores y receptores de información; producen e interpretan sistemas de mensajes que incluyen palabras, ademanes, gestos, etc. Esta afirmación rompe con la tradicional forma de concebir al estudiante como agente pasivo en el proceso de enseñanza y aprendizaje. En este caso, el estudiante se considera un ser activo del proceso<sup>33</sup>

Las estrategias comunicativas y didácticas en la educación juegan un papel trascendental en el proceso del aprendizaje, es evidente que, a través de una adecuada estimulación, en compañía de la observación, análisis, opinión y participación, todas propias de la comunicación, se facilitan una interacción y ambiente más dinámico para promover aprendizajes significativos y una noción de emprendimiento a corto y largo plazo.

Es por ello que emprender no es una tarea fácil, hay que enfrentarse a una serie de circunstancias, debilidades, al entorno y desafíos que depara el arriesgarse a formar sus propias oportunidades.

El emprendimiento a nivel educativo genera espacios de participación estudiantil, debates, formas de educación popular, entre otras. Tanto, así como decir que cualquier persona puede ser educada de una manera excelente si se le brindan las herramientas necesarias para lograr dicho fin.<sup>34</sup>

---

33 RIZO, Martha. "Interacción y comunicación en entornos educativos" En: Revista Iberoamericana de Educación. 22 de febrero de 2012.

34 ORTEGA, Johana. La comunicación como estrategia de emprendimiento al interior del aula. Bogotá, 2013. p.17.

### **1.1.3.1 Creatividad aplicada**

La creatividad, es una de las cualidades con mayor potencial aplicada para generar distintas formas de innovación, crecimiento y exploración a la hora de realizar cualquier proyecto, actividad o proceso emprendedor.

Es una habilidad del ser humano que ha existido desde siempre, pero aun así es complejo para llegar a que sea exteriorizada y manifestada por las personas de la sociedad. Por ello en la educación es importante que se generen espacios que logren extraer la creatividad de los estudiantes para que de esta manera exista emprendimiento en el proceso y formación de profesionales.

El docente en este sentido, es una herramienta fundamental para facilitar un ambiente propicio en el desarrollo de actitudes y aptitudes para el emprendimiento. Se pueden generar de cierto modo, situaciones que permitan transformar los problemas en oportunidades, teniendo la flexibilidad suficiente para identificar, aprovechar y potenciar las actitudes necesarias para el emprendimiento.

### **1.1.3.2 Innovación**

Hoy en día querer sobresalir, manifestarse y hacer la diferencia en el mundo de la comunicación, recae en inventar nuevos medios de comunicación e información, donde exista una libre distribución mediática que garantice el servicio a las comunidades digitales del futuro.

Ahora la creación y existencias de un sinnúmero de páginas que brindan información, derivan a que se debe reconocer que los medios masivos ya no son las autoridades que dictan el qué, cuándo y cómo del consumo de noticias. Por ello las alternativas que se prestan para el emprendimiento de nuevos proyectos en la comunicación, es masivo.

Principalmente para poder crear nuevas estrategias y medios de comunicación, es fundamental saber mucho más del público, de esta forma se podrán plantear nuevos modelos de negocio que sostiene un servicio. Por eso es necesario aprender todos los métodos para conocer al usuario.

Es así como resalta Juan Luis Manfredi en su libro: “realmente la actividad de un periodista hoy día no consiste solo en investigar temas de nuestro propio interés, sino de pensar cómo servir a nuestra comunidad”<sup>35</sup>

Si se quiere servir a la comunidad, se tiene que lograr por medio de la innovación, y esta no consiste en adoptar nuevas tecnologías, la innovación consiste en resolver los verdaderos problemas y necesidades de la gente de manera más eficaz. El emprendimiento y la innovación en la comunicación se deben reconocer de manera directa en la sociedad y lo que los consumidores deseen, por eso, se debe reconocer que existen tantas oportunidades, como necesidades y deseos de la sociedad.

Se debe tener una mente amplia y una visualización de nuevas propuestas empresariales que combina la innovación, el periodismo, el negocio y la tecnología.

Como habíamos mencionado al comienzo del marco teórico, las faltas de oportunidades laborales han hecho que los nuevos profesionales, recurren a buscar salidas económicas más efectivas, es ahí donde entra en juego la innovación que vienen siendo uno de los principales motores de desarrollo de las economías modernas.

Además, la innovación deja una brecha colosal y diferenciadora en la sociedad, ya que separa la pobreza, del umbral hacia el progreso. A través de la innovación, los estudiantes que emergen a formalizar un autoempleo y un emprendimiento laboral,

---

<sup>35</sup> MANFREDI, Juan. Innovación y periodismo: Emprender en la universidad. La Laguna (Tenerife), 2015 – Creative Commons. p.14

pueden mejorar la productividad, la adaptación tecnológica, y la generación de un flujo movido en la economía regional y del país.

Se debe agregar que, quizás lo más importante, es que la estrategia de ciencia, tecnología e innovación debe girar alrededor de las empresas y los emprendedores. Dado lo anterior, se puede aportar que la rentabilidad económica y social que significa para un país, una ciudad o una región. Surgir en la ciencia, la tecnología, la innovación y el emprendimiento dinámico, es mucho más favorable y diferenciador en la brecha de pobreza y el progreso.

“El emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños. La innovación es el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que generen valor para las organizaciones y está relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios, por mencionar solamente algunos temas. El espacio que estos conceptos abarcan es amplio y, cuando se introducen los tres niveles de análisis (macro, empresas e individuos), las combinaciones posibles se multiplican”<sup>36</sup>

### **1.1.3.3 Papel de los medios de comunicación**

Marta Lucía Gómez determina que los medios de comunicación se dividen en medios tradicionales y alternativos. De esta manera y según la autora los tradicionales “son los más conocidos y utilizados, que incluyen los masivos o

---

<sup>36</sup> VESGA, Rafael. Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? Universidad de los andes, Bogotá. Tesis.

grandes medios”<sup>37</sup> y los alternativos, para diferenciarlos de los masivos son llamados micromedios. Entre éstos se consideran los medios de los barrios, de las universidades, de las comunidades, etc. ” Ocupan el espacio que dejan libre los masivos y ofrecen alternativas de expresión e información a sus públicos, los cuales no encuentran espacio en los tradicionales”<sup>38</sup>.

#### **1.1.4 Marco legal y tributario para el emprendimiento**

Se describe el ambiente legal al que se deben enfrentar las nuevas empresas una vez es definido su esquema societario<sup>39</sup>.

Aborda el análisis de la legislación de las normativas y medidas de apoyo a la creación de empresas que llevaron a la creación de programas y organismos nacionales y locales desde el inicio de los años noventa en Colombia<sup>40</sup>.

Aportes teóricos sobre emprendimiento que apuntan a factores económicos, políticos y socioculturales que limitan la actividad de emprender en el país y, por ende, deben ser tomados en cuenta a la hora de concretar una idea de negocio en Colombia<sup>41</sup>.

---

<sup>37</sup> GÓMEZ, Marta. Medios en la comunicación organizacional. Medellín, Colombia. 2008.p.2

<sup>38</sup> Ibid p.2

<sup>39</sup> FAJARDO, Constanza. ROMERO y Myriam. VÉLEZ, Carlos. Régimen legal, tributario, contable y social de las sociedades por acciones simplificadas S.A.S. Tesis de grado. Bogotá D.C. En: Criterio Libre, enero- junio, 2009, vol.7 no.10, p.147-175

<sup>40</sup> GÓMEZ, Liyis. MARTÍNEZ, Joselín y ARZUZA, María. Política pública y creación de empresas en Colombia. Barranquilla, Colombia. En: Pensamiento y gestión, julio- diciembre, 2006, no.21.

<sup>41</sup> GARCÍA, Lina. Condicionantes del emprendimiento en Colombia. Medellín, Colombia. En: El cuaderno: Escuela de ciencias estratégicas, julio- diciembre, 2008, vol.2 no.4, p.167-175.

#### 1.1.4.1 Normatividad

Frente al emprendimiento en Colombia, el gobierno desde hace ya bastantes años ha iniciado la construcción de un marco legal que establece normatividad relacionadas con las PYMES, la empresa privada, la libertad económica, recursos, promoción de emprendimiento y uso de cartera.

Ley 344 de 1996: Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas<sup>42</sup>.

Ley 550 de 1999: Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.<sup>43</sup>

Ley MIPYMES: Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. A partir de la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010<sup>44</sup>.

Decreto 934 de 2003: Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER<sup>45</sup>.

Ley 905 de 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones<sup>46</sup>.

Decreto 4466 de 2006: Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas<sup>47</sup>.

---

<sup>42</sup> COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 344 de 1996.

<sup>43</sup> Ibid. Ley 550 de 1999.

<sup>44</sup> Ibid. Ley MIPYMES.

<sup>45</sup> Ibid. Decreto 934 de 2003.

<sup>46</sup> Ibid. Ley 905 de 2004.

<sup>47</sup> Ibid. Decreto 4466 de 2006.

Decreto 2175 de 2007: Sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP)<sup>48</sup>.

Ley 1192 de 2009: Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones<sup>49</sup>.

## **4.2 Programas y proyectos**

El Consejo Nacional de Política Económica y Social — CONPES<sup>50</sup>), es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país.

A partir de las decisiones tomadas por este consejo empiezan a surgir a nivel nacional diferentes programas y proyectos para garantizar y fomentar el emprendimiento en Colombia. Estos incentivos son en gran parte concursos que facilitan premios al ganador para que desarrolle o invierta en su idea de negocio y emprendimiento.

Dentro de las herramientas vigentes se encuentran:

Ventures: Concurso Nacional de emprendedores: El concurso líder en planes de negocios del País "Ventures", el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la JCI Colombia, se han unido para apoyar a los jóvenes emprendedores, de manera que "todas sus ideas creativas e innovadoras se conviertan más adelante en un sólido negocio"<sup>51</sup>. Los mejores proyectos recibirán premios tanto en efectivo como en especie para la iniciación de su negocio.

---

<sup>48</sup> Ibid. Decreto 2175 de 2007.

<sup>49</sup> Ibid. Ley 1192 de 2009.

<sup>50</sup> Ibid. Ley 19 de 1958

<sup>51</sup> <http://www.ventures.com.co>

Premio Emprender Paz: El Premio tiene por objeto "exaltar el potencial que tienen las empresas en la construcción de paz en Colombia, mediante la identificación, el reconocimiento y la socialización de experiencias en las cuales sea significativo el compromiso y el aporte de las empresas, los negocios en la disminución del conflicto y en la creación de oportunidades para la población afectada por la violencia"<sup>52</sup>.

Encuentro Nacional de Innovación y Emprendimiento<sup>53</sup>: tiene como propósito acercar a los emprendedores, empresarios, exportadores y demás actores productivos del país con las experiencias nacionales e internacionales que destacan la importancia de la innovación, la transformación para el mejoramiento productivo y competitivo, así como la oferta nacional del sector público, privado y académico que ofrecen herramientas y programas que faciliten la solución de problemas y necesidades del sector productivo de Colombia.

Expo inversión: Es una plataforma de promoción y negocios, donde:

"Se exhibirán diversas alternativas de inversión, financiación y ahorro, a colombianos interesados en conocer y acceder como inversionistas o ahorradores a alguna de las alternativas que estarán exhibidas en el evento. El objetivo de este evento es el de presentar una plataforma de promoción y negocios donde el visitante encontrará una diversa exhibición de alternativas de inversión, financiación y ahorro. Igualmente, se busca capacitar al público visitante en temas de oportunidad de ahorro e inversión, a fin de tener herramientas de decisión al momento de invertir" [<sup>54</sup>].

Feria Andina de Negocios y Franquicias FANYF: tiene como propósito el "promocionar e impulsar el sector franquiciador de Colombia y de la región andina, así como a empresas que soporten y contribuyan con esta actividad, en un certamen como herramienta de marketing para aumentar el nivel y el volumen de contactos y para realizar negocios con compradores potenciales inversionistas"<sup>55</sup>.

Foro de Emprendimiento: organizado por el Senado de la República, busca generar un punto de encuentro en donde los emprendedores colombianos puedan acceder

---

<sup>52</sup> <http://www.emprenderpaz.org/>

<sup>53</sup> <https://www.innpuisacolombia.com/en/eventos/encuentro-nacional-de-emprendimiento-e-innovacion>

<sup>54</sup> [www.expo inversion colombia.com](http://www.expo inversion colombia.com)

<sup>55</sup> [www.fanyf.com](http://www.fanyf.com)

a la información referente a los avances de la Política de Emprendimiento y los diferentes programas de apoyo a los cuales pueden acceder.

## **5. Organización empresarial**

La creación de empresa, supone tener que pensar en los implementos que se necesitan para que la actividad planteada, pueda ser desarrollada, por ello se necesitan tres elementos esenciales para poder ejecutarlo: tierra, trabajo y capital.

La tierra como factor productivo ha sido durante años, un recurso clave en la creación de bienes y servicios. Utilizando de esta manera el término tierra globalmente, donde se incluyen el conjunto de recursos imprescindibles para la producción.

La empresa no puede funcionar sin esfuerzo, el trabajo de seres humanos. De esta manera se incluye tanto el trabajo físico como el intelectual, dentro de este factor productivo, se incluyen tanto el trabajo que desarrolla el empresario, como el trabajo que desarrollan los trabajadores asalariados. Por supuesto, algo que no puede faltar al crear empresa es el capital, así se le denomina al conjunto de bienes o derechos que la empresa tiene y que se incluyen dentro de su patrimonio.

Es importante tener en cuenta como comienza una empresa, para que de esta manera se pueda identificar más fácil el rol, a la hora de emprender nuevos negocios.

Dicho lo anterior, para una organización empresarial, se requieren distintas fases que mencionaremos a continuación:

- Se tiene que plantear lo que se desea conseguir.
- Con que se cuenta para la ejecución del proyecto, esto se puede estudiar, a través de una matriz FODA, dicha matriz nos ayudará analizar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las organizaciones.

- Tener objetivos ambiciosos, pero nunca inalcanzables y lo suficiente flexibles de modo que cuando se vaya avanzando y evaluando la actividad, puedan ir modificándose aquellos que se muestren incorrectos.
- Todos lo que se quiere lograr y hacer, se plasmará por escrito, para tener una guía y soporte del proyecto.
- Se darán a conocer los objetivos e intenciones, a través de los diferentes canales de comunicación.
- Se evaluarán para lograr determinar un rumbo favorable en la creación.

Si bien es cierto, hay que seguir ciertos pasos para lograr un buen resultado, en los proyectos ejecutados.

### 5.1 Organigrama de una empresa

El organigrama es una representación gráfica, que informa y da a conocer los niveles de jerarquía que existen en una empresa. Esta organización es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y debe adaptarse a las necesidades, por ende, el organigrama, es fundamental para el éxito empresarial.

No todos los organigramas son similares, ya que cada empresa lo organiza, de acuerdo a la satisfacción de sus necesidades.

**FIGURA 2.** Organigrama de una empresa



**Fuente:** Propia

## 5.2 ¿Qué es una empresa y cómo se conforma?

Cuando hablamos de empresa, hablamos de organización y la organización es un conjunto de personas que coordinan sus acciones para conseguir un objetivo que a muchos interesa. Aparecen entonces, distintas personas que quieren hacer parte de la organización para satisfacer sus necesidades o intereses específicos, luego de ello existe un según elemento y es la existencia de uno o varios objetivos comunes, que solo se pueden conseguir mediante las acciones coordinadas de todos los miembros y ellos justifican la existencia de la organización ante la sociedad.

En tercer lugar, se pretende coordinar todas esas acciones, formulando de dicha manera los objetivos de la empresa, el resultado que se espera conseguir, la comunicación de los distintos objetivos a todos los miembros, de modo que cada uno sepa que hay que hacer.

La descripción anterior, trata de trazar algunas pautas que hacen que se formalice una organización o una empresa.<sup>56</sup>

La empresa es un conjunto de factores de producción, entendiendo como tales los elementos necesarios para producir bienes y servicios. Los distintos factores que integran la empresa se encuentran coordinados para alcanzar sus fines.

Es por ello que existen tres clases de empresas, empresas del sector primario que tratan de situar los recursos de la naturaleza en disposición de ser utilizados, el sector secundario desarrolla una actividad en sentido estricto y el sector terciario comprende actividades diversas más heterogéneas.

---

<sup>56</sup> ARGANDOÑA, Antonio. Responsabilidad social de las empresas: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? Universidad de Navarra. Pág., 14.

Según su dimensión, se pueden distinguir entre empresas grandes, medianas y pequeñas, esta clasificación puede determinar el número de empleados, los recursos propios, el volumen de ventas, entre otros.

Es importante tener claro, toda la organización y creación de las empresas, si lo que buscamos es emprender en nuestras distintas profesiones, en este caso los periodistas que quieren emerger en nuevos ámbitos de flujo económico, autogestión y empleos propios.

## **1.2 Diseño metodológico**

### **1.2.1 Planteamiento del problema**

- **1.2.1.1 Pregunta problema**

¿De qué manera se convierte el emprendimiento en una salida laboral para los nuevos comunicadores?

- **1.2.1.2 Objetivo general**

Conocer las razones por las cuales un egresado de comunicación social decide emprender y las limitaciones a las cuales se ve sometido antes, durante y después de su proceso de emprendimiento.

- **1.2.1.3 Objetivos específicos**

- Analizar los casos de emprendimiento de las distintas áreas de la comunicación social que han surgido en Santander.
- Determinar qué porcentaje de microempresas creadas por comunicadores sociales se dedican a prestar servicios o productos relacionados con la carrera.
- Conocer los apoyos que tiene un comunicador social- periodista en Colombia para iniciar un proceso de emprendimiento.
- Evaluar las necesidades formativas del alumnado para lograr una actitud emprendedora.

- **1.2.1.4 Hipótesis**

- La tasa de desempleo en Bucaramanga subió considerablemente en 2016 con respecto al año anterior.
- En Bucaramanga se presenta un incremento en la conformación de micro, pequeñas y medianas empresas en comparación a lo observable en 2007.
- Dentro de las micro empresas fundadas por recién graduados en Santander, las de comunicadores sociales hacen parte de las más comunes.
- Gran parte del tipo de negocios creados por comunicadores sociales no son afines con su carrera o énfasis.
- Las universidades y la educación en general del país no brindan herramientas o recursos pedagógicos a los estudiantes para generar auto emprendimiento.

### **1.2.2 Justificación**

Teniendo en cuenta la necesidad de incluir en la formación de los profesionales, conocimientos teóricos y prácticos que les permitan tener características emprendedoras, se realizará un estudio para conocer los casos de emprendimiento que existen en Santander al nivel de la Comunicación social y el periodismo y los aspectos relevantes que influyen positiva o negativamente en este proceso.

De acuerdo al bajo índice de emprendimiento que se registra en Santander y el desconocimiento de los estudiantes y los egresados sobre el tema, se hace necesario la concienciación para que los profesionales apliquen los conocimientos y cualidades para generar su propio empleo y poder convertirse en agentes de cambio que promuevan la mejora en la calidad de vida de su comunidad y tener un negocio.

### **1.2.3 Tipo de diseño**

Para realizar un trabajo de investigación es necesario llevar a cabo un desarrollo metódico que permita la adecuada consecución de los objetivos propuestos, así

como una formulación clara, concreta y precisa del problema y una metodología de investigación rigurosa y adecuada al tipo de trabajo. Por ello, en la investigación se usarán las estrategias empíricas que se consideran más acordes con el modelo conceptual en el que nos apoyamos.

El estudio del proyecto *El emprendimiento como salida laboral de los comunicadores sociales contemporáneos*, se enmarca dentro de un enfoque mixto: cualitativo y cuantitativo, con un alcance explicativo y correlacional, y un tipo de diseño metodológico de carácter etnográfico y narrativo.

De esta manera, nos enfocaremos en un diseño “realista o mixto”<sup>57</sup>. En estos diseños se recolectan datos, tanto cuantitativos como cualitativos, de la cultura, algunas preconcebidas antes del ingreso al campo y otras no, estas últimas emergen del trabajo de campo agregando complejidad al diseño de estudio; de manera que se contemple todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

Según Grinnell<sup>58</sup> plantea que los dos enfoques tanto cuantitativo como cualitativo son paradigmas de la investigación científica, ya que ambos usan procesos metódicos, sistemáticos y empíricos en su esfuerzo para llevar a cabo conocimiento, así mismo, se destacan cinco etapas las cuales son similares y se relacionan, entre ellas: llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos, constituyen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas, manifiestan el grado en que las suposiciones planteadas tienen fundamento, revisan de manera cuidadosa dichas suposiciones sobre la base del análisis, plantean nuevas observaciones para esclarecer, modificar, implantar y fundamentar las suposiciones e ideas; o si es requerido, generar otras.

---

<sup>57</sup> HERNÁNDEZ. Op. cit., p. 502

<sup>58</sup> GRINNELL. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. P. 4

El enfoque cuantitativo como método usado para el desarrollo del proyecto, el cual es secuencial y probatorio “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”<sup>59</sup>. Se basa principalmente en números para analizar e investigar datos exactos de alguna información que se quiera conocer. Así mismo, desarrollar los objetivos propuestos de manera efectiva respondiendo a las preguntas ¿cuántos? ¿Qué medida? ¿Qué porcentaje? con el fin de ampliar la visión cuantificada.

El enfoque cualitativo planteado durante la realización del proyecto, “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.”<sup>60</sup> Así mismo, se definen los datos cualitativos como “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones.”<sup>61</sup> Son de importancia en el proyecto establecido para recopilar la suficiente información necesaria de manera más abierta y a fondo sin efectuar medición numérica, principalmente consiste en obtener de las personas a investigar sus emociones, experiencias, aspectos subjetivos, entre otros.

En el proyecto, se recolectan los datos cuantitativos y cualitativos del emprendimiento como: estadísticas y conceptos relacionados con el tema de emprendimiento, comunicadores sociales, estrategias, políticas, entre otras, pues en una primera instancia se investiga el número de egresados que aproximadamente han salido de universidades en Bucaramanga, la cantidad de ayudas que ofrece el gobierno, las cifras de desempleo y el riesgo de inversión con el que debe correr un emprendedor.

---

<sup>59</sup> HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; LUCIO, Baptista. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. P. 4

<sup>60</sup> Ibid., p. 7

<sup>61</sup> PATTON. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. P. 9

Los instrumentos con los que se desarrolla el trabajo son: grupos focales, encuestas y seguimiento a Vanguardia Liberal en cuestión de emprendimientos regionales. El objetivo es catalogar por medio de análisis cuantitativo y cualitativo, basados en los conceptos de emprendimiento, oportunidades y apoyo a estudiantes, el interés y conocimientos hacia creación de empresa en Santander.

Se lleva a cabo una investigación cuantitativa con alcances explicativo y correlacional, debido a que se quiere saber acerca de las razones por las cuales el emprendimiento es llevado o no, a cabo por comunicadores sociales. Se analizan las causas y consecuencias de nuevos emprendimientos, las bases y herramientas teóricas que les brindan las instituciones académicas, como primaria, secundaria y terciaria, los factores que ayudan a posicionar una empresa, y los aspectos socioeconómicos que llevan a ejecutar un emprendimiento.

El alcance correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”<sup>62</sup>, y aporta al proyecto ya que se estudia la relación con las condiciones tributarias que brinda el gobierno, con las bases pedagógicas que brinda la academia.

El alcance explicativo “están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”<sup>63</sup>. En este caso se quiere investigar acerca de los motivos por los cuales los comunicadores sociales deciden emprender, y de esta manera entender el contexto actual en el que se encuentran.

---

<sup>62</sup> HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; CARLOS, Fernández; LUCIO, Baptista. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. p. 81

<sup>63</sup> HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; CARLOS, Fernández; LUCIO, Baptista. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. p. 84

Se basó en un diseño metodológico de carácter etnográfico y narrativo. Ya que la “etnografía implica la descripción e interpretación profundas de un grupo, sistema social o cultural”<sup>64</sup> y así mismo esta se relaciona con el ámbito educativo y socioeconómico del área metropolitana, lo cual implica analizar los comportamientos y el contexto en los que se encuentran los Comunicadores Sociales.

Álvarez Gayou<sup>65</sup> considera que el propósito de la investigación etnográfica es describir y analizar lo que las personas en un contexto determinado hacen usualmente; así como los significados que le dan a ese comportamiento realizado bajo circunstancias comunes o especiales, y finalmente, presenta los resultados de manera que se resalten las regularidades que implica un proceso cultural.

El diseño narrativo nos permitirá la recolección de distintos episodios de los casos de emprendimiento en los comunicadores sociales, asimismo las historias de vida y acontecimientos durante el proceso de emprender para llegar al resultado actual debido a que “la investigación narrativa es el estudio de las formas en que los seres humanos experimentamos el mundo”.<sup>66</sup>

Desde el punto de vista metodológico de Mashiach<sup>67</sup>, la investigación narrativa es un proceso de recogida de información a través de los relatos que cuentan las personas sobre sus vidas y las vidas de otros. El diseño narrativo permite la recolección de distintos episodios de los casos de emprendimiento en los comunicadores sociales contemporáneos en Santander.

---

<sup>64</sup> CRESWELL. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. p. 501

<sup>65</sup>Ibid., p. 501

<sup>66</sup> CONNELLY, Michael y CLANDININ, Jean. Stories of experience and narrative inquiry. EE. UU: Educational Researcher, 1990. p. 6.

<sup>67</sup> LIEBLICH, Amia., TIVAL-MASHIACH, Rivka. y ZILBER, Tammar. Narrative research. Londres: Sage, 1998. p. 5.

Según Somers<sup>68</sup>, la experiencia se constituye a través de narraciones; que la gente da sentido a lo que les ha ocurrido y está ocurriendo al intentar encajar o en cierta forma integrar lo que les ocurre dentro de uno o más relatos. Por ello los instrumentos a utilizar son: entrevistas abiertas y estructuradas de testimonios, grupos focales, encuestas, tesis y libros.

#### 1.2.4 Grupos focales

Conocidos también como grupos de discusión y entendidos como una herramienta metalingüística “que produce discursos particulares y controlados que remiten a otros discursos generales y sociales”<sup>69</sup>, se realizan en las universidades de Bucaramanga que cuentan con el programa de Comunicación Social: la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), Universidad Pontificia Bolivariana (UPB) y en la Universidad Investigación y Desarrollo (UDI). Adicional a esto, se ejecuta un último grupo en las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS), universidad que cuenta con cátedra de emprendimiento y empresarismo.

Para lograr acceder a debates que proporcionen información prudente relacionada al emprendimiento y acción laboral de los jóvenes que participan de estos grupos. Debido a que “el grupo focal es un método de investigación colectivista, más que individualista, y se *centra* en la pluralidad y variedad de las actitudes, experiencias y creencias de los participantes, y lo hace en un espacio de tiempo relativamente corto”<sup>70</sup>, lo cual permite la construcción de conclusiones complementarias para la investigación.

---

<sup>68</sup>SOMERS, TOMAS. Educación cuerpo y ciudad, el cuerpo en las interacciones e instituciones sociales, 1994 p. 614

<sup>69</sup> Canales, M. y Peinado, A. (1998) Grupos de discusión, en Delgado, J. y Gutiérrez, J., Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Madrid: Síntesis, pp. 287-316.

<sup>70</sup> MIGUÉLEZ, Miguel Martínez. Los grupos focales de discusión como método de investigación. *Heterotopía*, 2004, vol. 26. p. 1.

Se lleva a cabo en cada Universidad un grupo focal con jóvenes estudiantes (hombres y mujeres) entre los 16 y 25 años de edad, de diferentes etnias y zonas geográficas del país, estratos sociales, círculos y prácticas sociales y de los diferentes semestres. En los cuales se desarrollan las temáticas de: creación de empresas, oportunidades laborales, emprendimiento, innovación. Para así obtener diferentes perspectivas, “creando una *interacción sin restricciones* de los elementos cognitivos con los práctico-morales y los expresivo-estéticos”<sup>71</sup>, que ayuden a exponer racionalidades múltiples en un mismo espacio.

### 1.2.5 Entrevistas

La entrevista es la herramienta con la cual se busca acceder a información verbal de un individuo en específico. “La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando”.<sup>72</sup>

En este ámbito de investigación, la entrevista es un instrumento que permite un acercamiento real al campo de estudio propuesto<sup>73</sup>. Es por ello que se realizan entrevistas a personas entre los 18 y 60 años de edad, estudiantes o profesionales en distintas áreas de los estudios socios humanísticos, en distintas Universidades, facultades, empresas o eventos de emprendimiento de Bucaramanga y su área metropolitana. También a medios de comunicación (Vanguardia Liberal, SENA, Apps.co, Suricata LABS, Cámara de Comercio, DIAN, Alcaldía Municipal, y Gobernación de Santander). Se tiene en cuenta únicamente su relación o cercanía con el emprendimiento. No son importantes condiciones sociales o ideologías personales del entrevistado.

---

<sup>71</sup> Giddens, A., y otros, (1991) *Habermas y la modernidad*. Madrid: Cátedra. p. 209

<sup>72</sup> GARCÍA, María., MARTÍNEZ, Cynthia., MARTÍN, Naiara Y SÁNCHEZ, Lorena. Metodología de Investigación Avanzada. Madrid: UAM. p.6.

<sup>73</sup> FERNANDEZ CARBALLO, Rodolfo. La entrevista en la investigación cualitativa.2012. p.10.

El análisis de datos cualitativos de la entrevista idealmente ocurre por el mismo investigador que recolecta los datos<sup>74</sup> Por lo tanto es apto en gran parte para la realización del proceso, ya que contribuye a determinar los temas principales y personajes entrevistados.

### 1.2.5.1 Perfiles de entrevistados

<b>Número</b>	<b>Entrevistado</b>	<b>Cargo</b>
E1	Nydia Marcela Reyes	Docente Creatividad Aplicada UNAB
E2	Javier Mantilla	Docente Identidad y emprendimiento UNAB
E3	Liceth Carballido	Coordinadora de proyectos Cámara de Comercio de Bucaramanga
E4	Carolina Jauregui Paz	Decana Comunicación Social UDI
E5	Alfredo Álvarez Orozco	Director encargado Comunicación Social UPB
E6	Juan Felipe Reyes Rodríguez	Coordinador de emprendimiento UPB
E7	Elkin Alfredo Albarracín Navas	Director creativo de suricata LABS
E8	Carlos Quintero Duque	Comunicador social emprendedor y empresario de Bucaramanga
E9	Juan Manuel Gonzalez	Profesor de emprendimiento y empresarismo de la UTS
E10	Ivan Arango	Emprendedor contemporáneo
E11	Esperanza Díaz de Herrera	Área Calidad Educativa SED

<sup>74</sup> DIAZ BRAVO, Laura; URI, Turroco; MILDRE, Martínez. La entrevista, recurso flexible y dinamico.2013. p. 7.

E12	Norman Pineda	Co- fundador y CEO: Axelera. Administrador de empresas, MBA, Advanced marketing program.
E13	Natalia Solano Acevedo	Monitora de emprendimiento SENA
E14	Fernando Velasco	Docente Cátedra Emprendimiento UTS
E15	Carlos Avellano	Docente emprendimiento UDI

### 1.2.6 Encuestas

La utilización de encuestas para brindarle aportes cualitativos al proyecto se considera prudente, esta técnica es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz<sup>75</sup> pues esta herramienta que el investigador García Ferrando define como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”<sup>76</sup>, permite conocer la opinión y el conocimiento que tiene un determinado grupo poblacional sobre un tema determinado.

Cuando un investigador elabora una encuesta está tratando de descubrir qué piensa la gente, pero a partir de lo que él piensa y de una información que previamente ha encontrado.<sup>77</sup> Se realizan encuestas a estudiantes de Comunicación Social de las universidades: UNAB, UPB y en la UDI, para obtener información de lo que saben

<sup>75</sup> ALELÚ HERNANDEZ, Martha; NURIA, LÓPEZ. Estudio de encuestas, métodos de investigación. 2009. P. 18

<sup>76</sup> GARCÍA, Manuel., ALVIRA, Francisco., ALONSO, Luis y ESCOBAR, Rafael. El Análisis de la Realidad Social. España.: Alianza, 2016. p, 331.

<sup>77</sup> EL HERALDO. La importancia de hacer una encuesta. EL HERALDO [en línea], [revisado marzo 3 2018]. Disponible en internet: <https://www.elheraldo.co/economia/la-importancia-de-hacer-una-encuesta-236595>

los estudiantes al respecto del emprendimiento. Se tiene en cuenta el 100% de los estudiantes de la UNAB, 12 de la UDI y 17 de la UPB (margen de error del 5%), todos pertenecientes al programa de Comunicación Social de su respectiva institución educativa en los diferentes semestres existentes, (escogidos al azar en el caso de la Universidad Pontificia Bolivariana y la Universidad de Investigación y Desarrollo).

A continuación, el formato de encuesta entregado a los estudiantes:

Figura 3: Formato encuesta aplicada. 78

La siguiente encuesta está dirigida a estudiantes de Comunicación Social, la información recolectada será usada para fines académicos.

**Semestre actual del entrevistado:** \_\_\_\_\_  
Por favor marque con una X la respuesta que considere:

1. ¿En qué quisiera desempeñarse laboralmente una vez obtenga su título profesional?  
\_\_\_ Comunicador social de una empresa  
\_\_\_ Crear una empresa relacionada con la carrera, ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
\_\_\_ Empleado algún negocio, ¿Cuál? \_\_\_\_\_  
\_\_\_ Trabajar en otra cosa, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Posee alguna idea de negocio propio?  
\_\_\_ Sí \_\_\_ No ¿Que tipo? \_\_\_\_\_

3. ¿Tuvieron la oportunidad de cursar una cátedra de emprendimiento y empresariado?  
\_\_\_ Sí \_\_\_ No

**Si su respuesta fue sí, responda lo siguiente:**

- Considere que:  
A. Es un comunicador creativo y proactivo  
B. Tiene los conocimientos necesarios para crear empresa si así lo desea  
C. Posee habilidades de negociación y dirección de negocios
- ¿Conoce usted qué es emprendimiento?  
A. Es crear empresas que ayuden al crecimiento del país  
B. Es tener una idea de negocio en mente que sea válida ante el mercado  
C. Es la capacidad de iniciar nuevos proyectos y avanzar en una idea de negocios o empresas ya constituidas
- ¿Qué es hacer empresa?  
A. Registrarla en la Cámara de Comercio  
B. Tener un local físico con empleados  
C. Desarrollar una actividad mercantil con fines de lucro

4. Conoce las leyes nacionales relacionadas con el emprendimiento  
\_\_\_ Sí \_\_\_ No  
¿Cuál o cuáles? \_\_\_\_\_

5. ¿Conoce los espacios que brindan las entidades como la Cámara de Comercio, La Alcaldía, Gobernación o dependencia de emprendimiento de su universidad?  
\_\_\_ Sí \_\_\_ No, ¿Cuáles? \_\_\_\_\_

6. ¿A qué evento(s) ha asistido? \_\_\_\_\_

Fuente: Propia

## 2. PANORAMA REGIONAL ASOCIADO AL EMPRENDIMIENTO EN COMUNICADORES SOCIALES

Se comprende la sociedad y el desarrollo dentro de un conjunto de acciones que pueden llevar a cabo dependiendo de su enfoque, aportar hacia un constructo colectivo que mejore la calidad de vida y los intereses de ese grupo de personas que comparten ciertas creencias y cultura.

Además, a esto, se evalúa el nivel de participación que tienen los habitantes de la región hacia temas relacionados con el emprendimiento, los cuales surgen de distintos motivos, entre ellos se encuentran problemáticas sociales como el desempleo y las salidas laborales que encuentran aquellos profesionales de la comunicación en el mercado actual. Se busca lograr respuesta a las siguientes preguntas. ¿La sociedad sí fomenta el emprendimiento? ¿Los profesionales optan por emprender o ejercer en una empresa? ¿Hacen falta oportunidades laborales óptimas para los comunicadores recién graduados? son estas las preguntas que surgen en el mundo empresarial de la región, las cuales buscan ser desarrolladas e implementadas en la sociedad.

El desempleo en la región, es una problemática que por distintas razones se vive día a día por los seres humanos principalmente profesionales comunicadores sociales, “la falta de ingresos económicos permanentes y de escasas oportunidades laborales, se ha fortalecido un tipo de ‘emprenderismo por necesidad’”<sup>79</sup>. Es por ello, que minoría de los profesionales deciden iniciar un proceso emprendedor ya sea relacionado con su carrera profesional o independientemente a esta. Todo esto, con tal de mantenerse vigente en la sociedad generando productos o servicios eficientes que favorezcan al grupo de personas con intereses comunes.

---

<sup>79</sup> DINERO. El emprendimiento por necesidad. Caso Colombia. DINERO [en línea], [revisado marzo 3 2018]. Disponible en internet: <http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/el-emprenderismo-por-necesidad-caso-colombia-por-oscar-espinosa/250369>

El sistema empresarial vigente en los ciudadanos es de gran importancia para llevar a cabo el emprendimiento en aquellas personas que, con rigor, sean capaces de implementar una empresa exitosa para el beneficio y satisfacción de la sociedad a nivel regional. Por tal motivo, es necesario el conocimiento, habilidades e ideas innovadoras que hagan del proyecto empresarial un desarrollo de autoempleo.

## **2.1 Desarrollo de la sociedad**

Para la UNESCO la sociedad se desarrolla dentro de un constructo colectivo, dentro del cual todas las subjetividades, identidades y acciones colectivas contribuyen hacia la creación de riqueza material e intelectual.<sup>80</sup> Por lo tanto el crecimiento económico de una región se ve directamente afectado por las empresas que generan el flujo comercial de productos o servicios, ya que la existencia de estas favorecen el entorno laboral, social y la calidad de vida de la población donde se encuentran.

Para que el crecimiento empresarial se fortalezca, se debe actuar de manera proactiva y propagar el conocimiento en las personas para que tengan iniciativas creativas e innovadoras, que de esta manera favorezcan desarrollo regional. Debido a que, “cuanta más formación tienen las sociedades, cuantas más personas tengan maestrías, postgrados, especializaciones; cuantos más doctores tenga una sociedad más conocimiento hay, más emprendedores y emprendimientos hay y más se desarrolla dicha sociedad y todos sus miembros”<sup>81</sup>.

Es por ello la importancia en los seres humanos: un espíritu innovador y creativo que los conlleve a emprender su propia empresa, “se les ha dicho a las personas que hay que generar procesos productivos no ser una persona dependiente, sino que ella misma

---

<sup>80</sup> UNESCO. Comunicación para el desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas. 2011.

<sup>81</sup> JOLONCH, Xavier. La Importancia del Emprendimiento para el Desarrollo de una Sociedad. Colombia: Uniciencia, 2014 p. 22

se auto genere sus ingresos a través de una actividad productiva”. Optando por ser más partícipes en el mundo empresarial y generando un mejor desarrollo en la sociedad. Así mismo, promover el intercambio de bienes o servicios para generar riqueza.

En una región, para que se lleve a cabo la cultura emprendedora, se requiere de las capacidades y el entusiasmo de una persona, así mismo, las condiciones que hagan este proceso más fácil. Es por ello, que se debe optar por contribuir a las políticas de generación de empresa para que apoyen, inciten e impulsen a los individuos con las habilidades suficientes para realizar el adecuado proceso y dar inicio a emprender su empresa.

La sociedad está estructurada en el sistema empresarial, es la forma en que los seres humanos conciben para unirse y entre todos satisfacer necesidades a través de un proceso colaborativo e innovador. Es por ello que “el emprendimiento es fundamental para el desarrollo de cualquier sociedad, independientemente si es santandereana o si es colombiana”<sup>82</sup>. Es importante que se lleva a cabo la implementación de las empresas no solamente con la idea sino con el desarrollo de la misma.

Para la docente de Creatividad Aplicada:

La capacidad, el poder y el tamaño de las empresas, es de ahí donde viene la necesidad de que los ciudadanos, apoyen y logren que se consolide un sistema empresarial fuerte, creativo e innovador, porque hoy en día lo que está marcando tendencia en el mundo son las empresas que manejan conocimiento, que manejan la economía colaborativa, innovadoras y creativas<sup>83</sup>.

Es por ello que emprender no es una tarea fácil, hay que enfrentarse a una serie de circunstancias, debilidades, al entorno y desafíos que depara el arriesgarse a formar

---

<sup>82</sup> (E:1) Entrevistado 1. Docente de Creatividad Aplicada. Ver entrevista completa en anexos pág. 175

<sup>83</sup> Ibid

sus propias oportunidades. Sin embargo a medida que se toma la decisión de emprender se debe “asumir el riesgo de tener su propia empresa, de no ser un empleado más”<sup>84</sup>, esto significa que las probabilidades de fracaso son altas pues no hay una entidad que respalde a la persona en caso de crisis financiera que se presente, por lo tanto se debe estar consciente de los problemas que esta implique, lo cual genera una experiencia negativa para la población que percibe estos cambios a nivel de alcanzar el éxito personal.

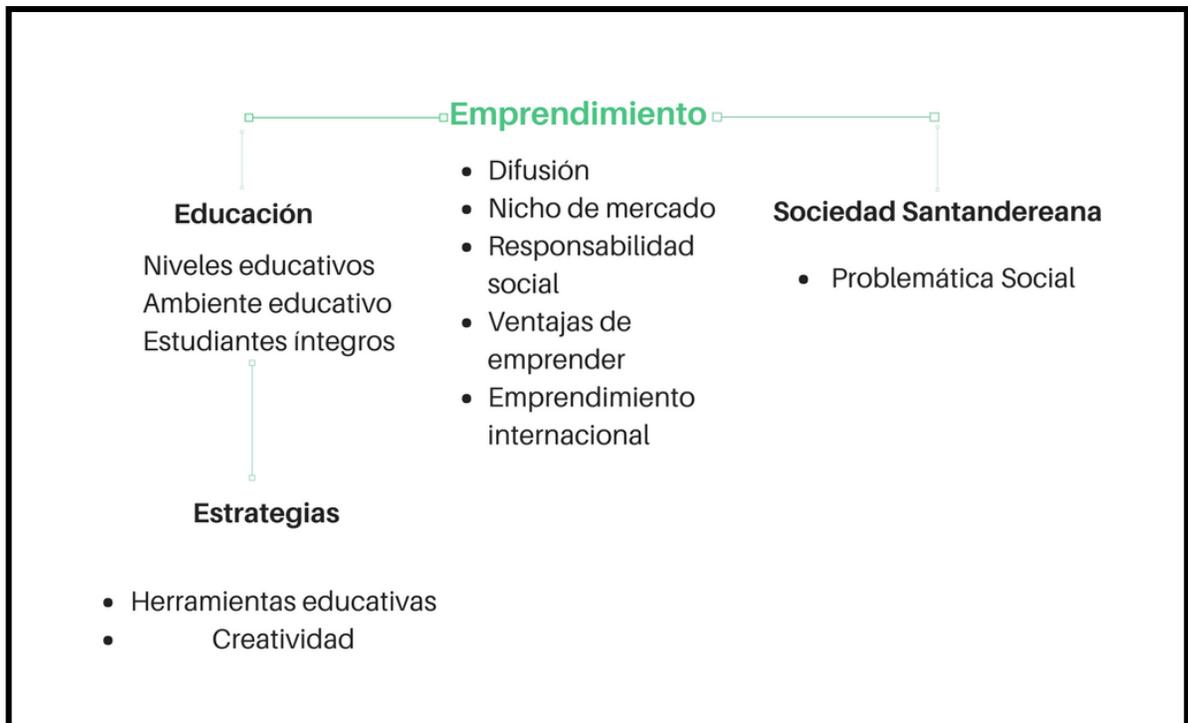
Debido a que las experiencias son las encargadas de modificar el pensamiento de un amplio grupo de personas, con esto se evidencia que los factores de que una persona desarrolle habilidades emprendedoras dependen de “el contexto social y familiar, el sistema educativo e, incluso, una cuestión genética”<sup>85</sup> De esta manera se ha visto reflejado que en Santander existe motivación por parte de los ciudadanos hacia crear su propia empresa y generar ingresos por sí mismo, a partir de apoyos de entidades públicas y privadas, instituciones educativas y visibilidad mediática.

---

<sup>84</sup> (GF:3) Grupo focal 3. Unidades tecnológicas de Santander. Ver completo en anexos pág. 213

<sup>85</sup> BARON, Robert. Periodistas: el acceso al mercado laboral. En: Ámbitos. España. Vol. 1, No. 3 (1998); p.24

**Figura 4:** Codificación Axial Entrevista 11. Directora Calidad Educativa - SED



**Fuente:** propia<sup>86</sup>

Cuando un colectivo se siente respaldado por entidades, afirmaciones positivas y recursos materiales e intelectuales para llevar a cabo una iniciativa, es más probable que exista persistencia en cuanto a la actividad emprendedora. Lo cual hace que incremente la atracción hacia el tema relacionado con emprendimiento en Santander, creando una sociedad que se interesa por crecer en el sistema empresarial de tal manera que beneficie y satisfaga las necesidades de otras personas que habitan a su alrededor.

La viabilidad de una empresa es otra de las variables a considerar para comenzar un negocio, ya que este debe representar un margen amplio de rentabilidad para el emprendedor. En Bucaramanga “el emprendimiento ahorita está muy enfocado en

<sup>86</sup> (E:11) Entrevista 11. Directora del Área Calidad Educativa SED. Ver entrevista completa en anexos pág.140

la gastronomía”<sup>87</sup>, esto se debe a la facilidad de impactar y ser vigente en el mercado con una idea innovadora y creativa, la accesibilidad del tipo de negocio que al ser de consumo diario, debido a las necesidades básicas de una persona genera demanda en este tipo de empresa y marca tendencia en las empresas que actualmente lideran el mercado.

El emprendedor crece por medio de “ideas originales e innovadoras, que con el tiempo vayan ganando madurez y sean capaces de convertirse en empresas exitosas, pero también es el lugar propicio para desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el emprendimiento”.<sup>88</sup> Cuando una idea se convierte en negocio, el empresario está portando calidad de vida a las personas que hacen parte de ese proyecto, además de generar riqueza colectiva que impulsa la economía santandereana.

Esto a su vez incrementa la capacidad económica de las personas que se desenvuelven en aquellas organizaciones en vía de crecimiento, pues al ser mejor remunerados y promovidos en sus puestos de trabajo, sus ideales de consumo se amplían y se vuelven más sofisticados. Dando paso al consumo no solo de productos y servicios básicos de la canasta familiar, sino que también se ha convertido como parte fundamental del consumo diario, el entretenimiento, el placer y diversión.

Lo cual modifica los estándares de creación de empresa, ya que los emprendedores no solo deben fijarse en satisfacer aquellas necesidades básicas de las personas, también deben involucrarse en sus deseos implícitos. Los cuales no se evidencian con tanta fuerza, pero que los consumidores una vez siendo cautivados por ideas innovadoras y creativas, se sienten totalmente identificados que compraran lo que

---

<sup>87</sup> (GF:3) Grupo focal 3. Unidades tecnológicas de Santander. Ver completo en anexos pág. 213

<sup>88</sup> RODRÍGUEZ BREIJO, VANESSA.” Formar para emprender: principales retos de las facultades de comunicación”. Madrid, 2012 p. 4

ofrece la marca y si están completamente satisfechos se obtendrá un cliente fidelizado.

Este proceso transforma las maneras de actuar y de pensar de un colectivo, claramente ha convertido a la sociedad en consumidores más conscientes y exigentes, cada vez todos los proyectos o empresas que se quieren llevar a cabo o las que ya están constituidas se están enfocando primeramente en la creación de ofrecer productos o servicios fuera de lo habitual, comúnmente lo que se le llama innovación, la cual consiste “en hacer aflorar y recoger las ideas que surgen en la organización, profundizar en ellas y poner en práctica aquéllas que sean viables. Las ideas no sólo surgen del interior de la propia organización, sino que también pueden originarse en el entorno que la rodea”<sup>89</sup>.

Lo que facilita a la empresa tener éxito en el desarrollo de la misma por causa a la demanda que genera el producto a ofrecer. De igual manera es “un tema de reinención, de encontrar soluciones creativas a problemas y oportunidades”<sup>90</sup>, en busca de la aceptación del público, para que adopten nuevas ideas y estilos de vida.

---

<sup>89</sup> GONZÁLEZ, Sofía. La innovación como fuente de desarrollo. Min TIC, Bogotá, 2014. p.1

<sup>90</sup> (E: 1o) Entrevistado 10. Empresario de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 165

## 2.2 Problemáticas laborales de comunicadores

Cada vez el trabajo como forma de generar riqueza se contrapone a la problemática social de desempleo y trabajos mal remunerados. “El trabajo es considerado como la actividad que transforma de manera consciente a la naturaleza y al hombre mismo, independientemente de cómo sea valorado por la sociedad; sería el medio de creación de la riqueza material o inmaterial y de hacerla circular”<sup>91</sup>. Sin embargo, la escasez del mismo ha hecho que cada vez esté menos valorado como la principal fuente de éxito a nivel integral de una persona.

El panorama de la profesión de la comunicación social es considerado cada día más crítico. Se reproducen rápidamente los nuevos énfasis y especializaciones en procesos comunicativos y “las empresas buscan un comunicador social integral, un comunicador que tenga la capacidad de desenvolverse en varios escenarios o campos de estudio de la comunicación”<sup>92</sup>, pero el mercado laboral no absorbe suficientemente a los egresados.

Tal situación afecta a por lo menos el 30% de los egresados de los claustros universitarios de Colombia<sup>93</sup>. Dando lugar a distintas problemáticas sociales que se presentan en torno a las salidas laborales que garanticen la estabilidad económica y calidad de vida de las personas que han decidido ser parte de dicha carrera. Además de que el comunicador social tiene “un perfil que requiere de formación, de conocer sus raíces, las costumbres, las tradiciones, su cultura y apropiarse de todo lo que es del sentir de un colombiano para poderlo transmitir a otros escenarios”<sup>94</sup>, tanto en la empresa como en la sociedad en general. Esto pone en evidencia el

---

<sup>91</sup> TOLEDO, Enrique. Tratado Latinoamericano de Sociología del Trabajo. México: Fondo de cultura económica, 2000 p.16

<sup>92</sup> (E:4) Entrevista 4. Decana Comunicación Social UDI. Ver entrevista completa en anexos pág.186

<sup>93</sup> EL PAÍS. Graduarse ya no es sinónimo de conseguir empleo en Colombia. EL PAÍS [En línea], [revisado marzo 3 2018]. Disponible en internet: <http://www.elpais.com.co/deportes/graduarse-ya-no-es-sinonimo-de-conseguir-empleo-en-colombia.html>

<sup>94</sup> (E:4) Entrevista 4. Decana Comunicación Social UDI. Ver entrevista completa en anexos pág.186

amplio conocimiento que un estudiante de énfasis organizacional o periodístico adquiere para desempeñar su labor.

Por lo tanto, el esfuerzo que realiza un estudiante durante el transcurso de su carrera, la cual es una determinante de su crecimiento personal y superación, no se ve reflejado en cuanto a la satisfacción de sus expectativas laborales. Pues al ser formados únicamente para ser competentes en el ámbito de emplearse, no pueden tener la certeza de recibir una retribución económica a la inversión de su carrera universitaria, debido a la inestabilidad laboral vigente.

**Figura 5.** Codificación Axial Entrevista 4. Decana de la facultad de Comunicación Social UDI



**Fuente:** propia<sup>95</sup>

Asimismo, para quienes tienen la suerte de conseguir un espacio laboral en el cual se implementen las herramientas educativas adquiridas, la situación tampoco es fácil por las deplorables condiciones de trabajo a las que muchos periodistas se ven afectados para ejercer el oficio. "Si la situación (laboral) se ve con respecto a los

<sup>95</sup> (E:4) Entrevista 4. Decana Comunicación Social UDI. Ver entrevista completa en anexos pág.186

medios masivos de comunicación tradicionales, la veo atomizada y en crisis. Las redacciones son más pequeñas y los campos de cubrimiento de información más extensos" <sup>96</sup>. Por ende, no se expone como una adecuada salida laboral recomendable.

Hoy en día, donde las salidas profesionales han disminuido de manera drástica y el empleo que buscan por cuenta ajena en los medios de comunicación o distintas empresas están mermadas, el emprendimiento se plantea como una opción laboral, tanto para jóvenes periodistas u organizacionales como para aquellas personas de experiencia que se han visto afectados por la crisis. Este tipo de emprendedores son denominados como "emprendedores forzados"<sup>97</sup>, principalmente en las nuevas industrias o en las transformadas por la sociedad.

La primordial motivación que presentan los seres humanos para llevar a cabo un proyecto emprendedor es el factor capital que se generará a través del desarrollo laboral que plantee. Siendo este uno de los factores que más afecta la continuación de un proyecto, pues si los resultados monetarios del retorno a la inversión no se ven evidenciados a la primera, el emprendedor si no es persistente decaerá en su intento por marcar la diferencia hacia la búsqueda de un mejor futuro.

Así como lo señala Baron<sup>98</sup>, entre las cualidades y rasgos de personalidad que configuran un emprendedor se encuentran la capacidad para explotar oportunidades. El comunicador de hoy debe ser un embajador de la organización, saber concertar y ser un agente vinculante en los grupos de interés. Asimismo debe dominar los tres niveles de la comunicación verbal, no verbal y escrita<sup>99</sup>. Por tal

---

<sup>96</sup> COLOMBIA, UN PAÍS QUE PRODUCE PERIODISTAS POR 'MONTONES': Departamento de Santander. MinCT. [en línea], [revisado enero 13 2018]. Disponible en internet: <https://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-116553.html>

<sup>97</sup> AUDET, JOSÉ. Formar para emprender. Chile: Comunicar,2012 p. 12

<sup>98</sup> BARON, Robert. Periodistas: el acceso al mercado laboral. En: Ámbitos. España. Vol. 1, No. 3 (1998); p. 23

<sup>99</sup> SARMIENTO, Francisco. El comunicador de hoy tiene un rol concertador y vinculante [en línea]. Universidad Continental. [Revisado 13 de marzo 2018]. Disponible en: <https://ucontinental.edu.pe/noticias/comunicador-hoy-rol-concertador-vinculante/>

motivo, un comunicador se debe desempeñar en la organización de tal manera que aborde cualquier tipo de oportunidad en el ámbito, optando por ser eficiente y conllevando el éxito a la misma.

El papel del comunicador se ha encerrado en canalizar información por diversos medios, hoy tiene un papel más integral que las empresas exigen, la capacidad de reacción y de toma de decisiones, la capacidad de trabajo, el liderazgo y la capacidad para coordinar equipos. Además, “es capaz de reconocer y perseguir oportunidades, es optimista y tolera la incertidumbre”<sup>100</sup>. Junto a ellos, Curran<sup>101</sup> señalan la innovación, la personalidad proactiva, eficacia, tolerancia al estrés, autonomía, control y asunción de riesgos.

En el transcurso de la historia, la humanidad ha acontecido varios cambios en la sociedad. El mundo en la actualidad está cambiando bruscamente y es ahí donde se genera un carrusel económico que deriva a fenómenos de desempleo y exclusión.

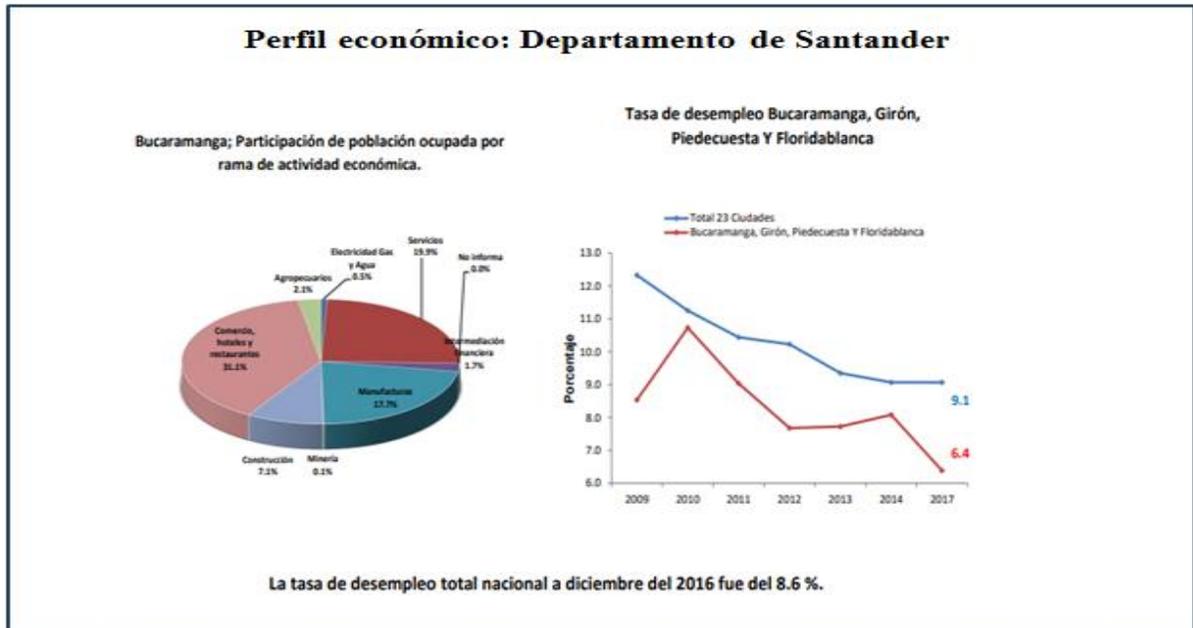
La siguiente gráfica muestra las tasas de desempleo que se han llevado a cabo en Santander hasta el año 2017, y el nivel de empleabilidad según el sector económico:

---

<sup>100</sup> OBSCHONDA, MARTIN. “En trepreneurial intention as developmental outcome”. Francia: Vocational, 2010 p. 13

<sup>101</sup> CURRAN, James. “The Future of Journalism”. En: Journalism Studies. Londres. (2010); p. 19

**Figura 6.** Mercado laboral agosto 2017 - octubre 2017.<sup>102</sup>



**Fuente:** Gran Encuesta Integrada de Hogares, 2017. p.5.

Debido a la falta de oportunidades de empleo en comunicadores, se ha empezado a cambiar la perspectiva frente a la opción de emplearse o emplear, pues se evidencian más las iniciativas de emprendimiento de profesionales debido a la necesidad que tienen de encontrar algo en lo cual se puedan desempeñar y aplicar los conocimientos adquiridos en la universidad. Varios de los emprendimientos que han surgido no son precisamente aplicados a su área de estudio, sino que optan por otras alternativas de negocio en áreas distintas a la comunicación social.

<sup>102</sup> Perfil económico: Departamento de Santander. MinCIT. [en línea], [revisado febrero 28 2018]. Disponible en internet:

<[http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=77526&name=Perfil\\_departamento\\_Santander.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=77526&name=Perfil_departamento_Santander.pdf&prefijo=file)>

Se evidencia que en los estudiantes universitarios, el emprendimiento no es uno de los principales ideales, pues no poseen la rigurosidad que requiere empezar un negocio, por eso “los que han logrado emprender y que se mantienen, son los egresados porque tienen otra mentalidad, el universitario no tiene constancia”<sup>103</sup>. Es por ello que los estudiantes tienen fijado al graduarse, buscar empleo en alguna empresa de medios como prensa, radio, televisión que generen sus recursos económicos por emprendimiento propio. Entre sus ideales se encuentra “al graduarme me gustaría desempeñarme más que todo en prensa o en una empresa como comunicadora organizacional”<sup>104</sup>. Es esta la expectativa de la mayoría de los estudiantes de Comunicación Social, tal vez fijan emprender su propia idea de negocio en alguna etapa de la vida, pero no estando en la fase educativa o recién egresados

---

<sup>103</sup> (E: 7). Entrevistado 7. Director de Suricata Lobs. Ver entrevista completa en anexos pág.159

<sup>104</sup> (GP: 2). Grupo focal 2. Universidad Pontificia Bolivariana. Ver grupo focal completo en anexos pág. 226

### 3. EL PAPEL DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS FRENTE AL EMPRENDIMIENTO

Para poder analizar la relación existente entre los conceptos del papel que cumplen las instituciones educativas frente al emprendimiento. Resulta interesante la definición expresada por las Naciones Unidas<sup>105</sup>, según la cual el concepto de educación incluye toda una gama de medios complementarios por los cuales se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento.

Juan Felipe Reyes <sup>106</sup> expresa que las instituciones educativas frente al emprendimiento pueden afectar los atributos que tengan los individuos y puede forjar actitudes emprendedoras en ellos. Pueden promover cualidades favorables para la actividad emprendedora, tales como la autoconfianza, la autoestima, la autoeficacia y la necesidad de logro.

Tras el trabajo de investigación ejecutado se observa que algunas universidades santandereanas han comenzado a prestar mayor importancia al tema del emprendimiento. Sin embargo, es necesario que ésta crezca aún más, para lograr que los profesionales que egresan de estas universidades, tengan las cualidades necesarias como para generar su propio empleo y no depender de conseguir que alguna empresa o el estado los emplee. Pero principalmente para poder convertirse en agentes de cambio que promuevan la mejora en la calidad de vida de su comunidad.

---

<sup>105</sup> ONU. Organización de las Naciones Unidas Comunicación para el desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas. Nueva York, EE. UU:2011 p.16

<sup>106</sup> (E6): Entrevistado 6. Coordinador de emprendimiento UPB. Ver entrevista completa en anexos pág. 184

En el caso específico de las instituciones, si estas no proveen un aspecto de reglas de comportamientos formales o informales que orientan las vocaciones de los emprendimientos hacia un fin productivo, estas iniciativas terminarán convirtiéndose en fenómenos improductivos o destructivos. Frente a esto Liceth Carballido<sup>107</sup>, afirman que “el fenómeno del emprendimiento se dinamiza por la abundancia de recursos y la disponibilidad de información sobre la existencia y localización de dichos recursos”, además de las estrategias lideradas por los actores estatales, gubernamentales e institucionales que incentiven su práctica.

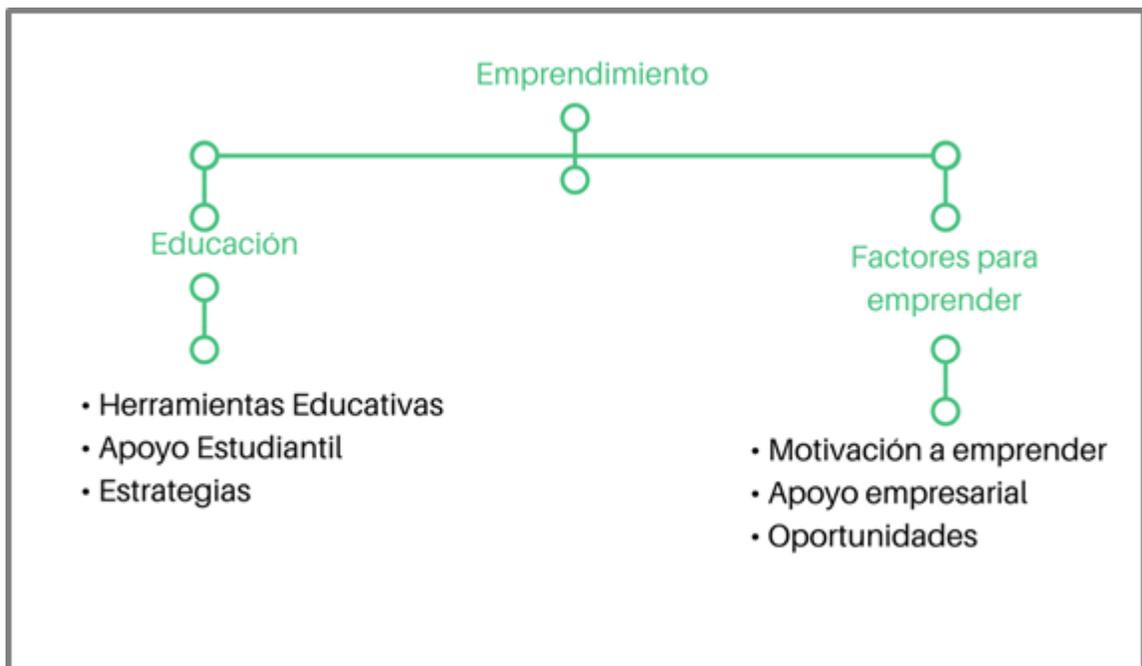
Juan Manuel González<sup>108</sup> expresa “que las universidades se han concentrado en la enseñanza de habilidades, entonces el alumno logra acercarse al conocimiento, pero principalmente en un contexto teórico y generalmente actúa en forma pasiva”. Agrega que el alumno necesita complementar lo que recibe con su intuición o con otras herramientas como para salvar las diferencias entre los conocimientos adquiridos y la realidad. El entrevistado concluye que, es necesario incluir en la formación de los profesionales, además de los conocimientos teóricos, aquellos que les permitan tener características emprendedoras, que no hay por qué considerar que ser científico y ser un empresario exitoso es incompatible.

---

<sup>107</sup> E3): Entrevistado 3. Coordinadora de proyectos Cámara de Comercio de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 169

<sup>108</sup> (E9): Entrevistado 9. Profesor de Emprenderismo y Empresarismo de la UTS. Ver entrevista completa en anexos pág. 213

**Figura 7.** Codificación Axial Entrevistado 9. Profesor de Emprenderismo y Empresarismo de la UTS



**Fuente:** Propia<sup>109</sup>

---

<sup>109</sup> Ibid.

### 3.1 Iniciativas escolares

La situación económica y falta de oportunidades laborales que se están viviendo, han generado que “los profesionales en comunicación, tengan que buscar nuevas alternativas y promover distintas iniciativas para poner en marcha y desarrollar efectivamente sus propios proyectos laborales”<sup>110</sup>. Aunque es evidente que las faltas de herramientas para emprender dificultan el ejercicio al momento de la búsqueda de distintas alternativas.

Los profesionales en comunicación y periodismo al enfrentarse a escenarios tan precarios al final de su carrera, suelen invertir el foco de sus objetivos, y pretender salir adelante por sus propios medios, de esta manera creando su autonomía en las formas de difusión y realización profesional.

Según Armando Zambrano, todo comienza por la comprensión, derivando de este mismo: el texto y el sentido, llegando a la pedagogía que tiene como tradición y componentes un ¿Cómo? y un ¿Qué? del discurso que se basa en la ciencia de la educación y la pedagogía diferenciada<sup>111</sup>.

La pedagogía comienza en la escuela, es ahí donde da inicio el lugar para los sujetos, en la medida en que ella le brinda los aprendizajes necesarios, la competencia requerida y los recursos de comunicación más importantes para que cada persona pueda avanzar en la medida que requiera.

Pero es ahí donde se considera si la educación puede favorecer a que las personas tengan actitudes emprendedoras y el rol que le compete a la sociedad en este

---

<sup>110</sup> (E6): Entrevistado 6. Coordinador de emprendimiento UPB. Ver entrevista completa en anexos. 184

<sup>111</sup> ZAMBRANO, Armando. El concepto Pedagogía en Philippe Meirieu. Un modelo, un concepto y unas categorías para su comprensión. Usc-2006-2007.

sentido; ya que las iniciativas escolares “no solamente buscan formar empleados de la comunicación sino también empresarios de la comunicación, emprendedores”<sup>112</sup>. Por ello no se puede deducir, si la existencia del emprendimiento disminuye el desempleo, pero sí se puede afirmar, que las “aptitudes emprendedoras contribuyen positivamente con el desarrollo de proyectos y con el progreso de la comunidad”<sup>113</sup>, ya que el desarrollo regional consta de actividades comerciales que impulsen la economía y así generar oportunidades laborales a las personas.

El fenómeno de emprendimiento puede definirse, dentro de las múltiples acepciones que existen del mismo, “como el desarrollo de un proyecto que persigue un determinado fin económico, político o social, entre otros, y que posee ciertas características, principalmente que tiene una cuota de incertidumbre y de innovación”<sup>114</sup>. Las cuales están definidas por aspectos personales que se ven influenciados por el contexto donde la persona se encuentra.

Es por ello que el emprendimiento “no se daría si no existiese detrás un proceso creativo, iniciativas que lo incluyan, un producto innovador, un ambiente donde eso se desarrolle y que finalmente termine convirtiéndose en un proyecto emprendedor”<sup>115</sup>. Donde el aspecto cultural es un factor que marca la pauta en cuanto al enfoque que llevará dicho emprendimiento y dependiendo de las características de la población deberán surgir las propuestas de innovación.

---

<sup>112</sup> (E5): entrevistado 5. Director encargado Comunicación Social UPB. Ver entrevista completa en anexos pág. 184

<sup>113</sup> (E9): Entrevistado 9. Profesor de Emprenderismo y Empresarismo de la UTS. Ver entrevista completa en anexos pág. 190

<sup>114</sup> DRUCKER, Peter. La innovación, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Buenos Aires-Argentina. Enero del 2004.

<sup>115</sup> (E:1) Entrevistado 1. Docente de Creatividad Aplicada. Ver entrevista completa en anexos pág. 175

El periodismo emprendedor es el fenómeno observado en la industria periodística después de 2008. Sánchez<sup>116</sup> expone que es necesario trabajar en la conexión con la sociedad y las instituciones que fomentan el emprendimiento en el entorno más cercano, a través de jornadas, encuentros o seminarios, que ayuden a crear iniciativas.

Rojano<sup>117</sup>, afirma que las nuevas metodologías educativas priman el aprendizaje autónomo y el aprendizaje colaborativo; Este cambio necesita partir de tres principios: mayor implicación y autonomía del estudiante; utilización de metodologías más activas, incluyendo trabajo en equipo; y, actuación del profesorado como gestor de entornos estimulantes de aprendizaje.

Monroy<sup>118</sup> aborda un tópico muy interesante enfocado a las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICS las cuales han impulsado una transformación en rumbos y ejes de diversos sectores de la sociedad y la comunicación como generadores de empresa.

Es ahora donde se diferencia una persona común y una persona emprendedora, ya que su actitud de crear, surgir, innovar, visualizar y buscar nuevas alternativas, lo hacen diferente. Por eso en la comunicación y el avance de nuevos proyectos por parte de los periodistas, hace que sus planes visualizados, vayan más allá al asumir riesgos y enfrentar problemas. Los nuevos profesionales, ven las oportunidades que están ocultas y es donde surge la idea de generar nuevas iniciativas.

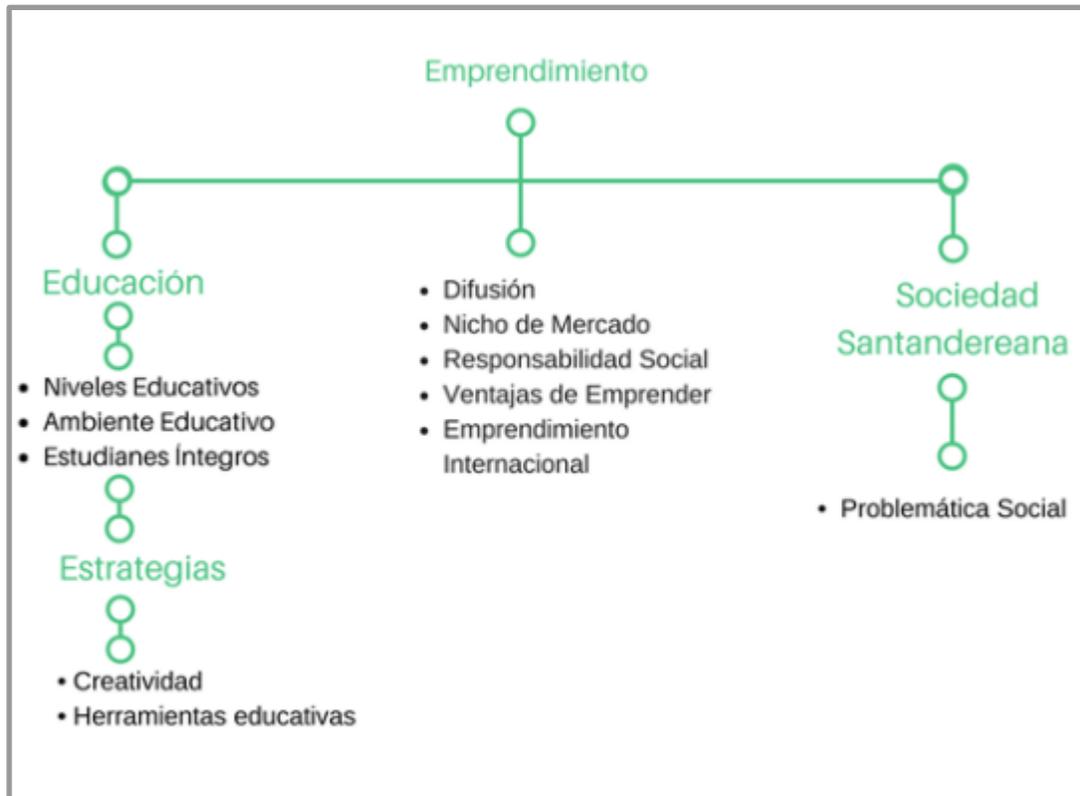
---

<sup>116</sup> MANFREDI SÁNCHEZ, J. L. Innovación periodismo: Generadores de empresas desde la universidad. España: Cuadernos artesanos de comunicación, 2013 p. 42

<sup>117</sup> PANIAGUA ROJANO, F. J. "Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad". España: *Revista Latina de Comunicación Social*, 2014 p. 548 a 570

<sup>118</sup> GOMEZ MONROY, Daniel Adrián. El autoempleo y los egresados universitarios, la participación de las instituciones de educación superior. México: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2012 p. 122

**Figura 8.** Codificación Axial Entrevistado 1. Docente Creatividad Aplicada UNAB



Fuente: Propia<sup>119</sup>

<sup>119</sup> (E:1) Entrevista 1. Docente Creatividad Aplicada UNAB. Ver entrevista completa en anexos pág. 175

### 3.2 Cultura del emprendimiento

Ante esta falta de empleo comienza a vislumbrarse como una oportunidad el autoempleo, es decir la propia generación de trabajo. En consecuencia, el concepto de emprendimiento, si bien ha sido importante a través del tiempo, últimamente ha cobrado mayor relevancia para nuestra sociedad. Por lo anterior, la idea de aumentar el número de emprendedores en la sociedad, resulta interesante. Y el estudio de este fenómeno se presenta como verdaderamente necesario.

La innovación tecnológica, asociada a la digitalización y la convergencia, está transformando el periodismo. Para remontar la difícil situación los propietarios de los medios han recurrido a todas o casi todas las fórmulas convencionales “las reducciones de plantilla, la adaptación a nuevos formatos, la incorporación de todo tipo de promociones, las transiciones del pago a la gratuidad, las concentraciones de empresas para reducir costos, etc.”<sup>120</sup>

Aun así, estas soluciones no han dado los resultados esperados y la crisis ha tenido consecuencias devastadoras: económicas, con la caída de ingresos; laborales, con el despido de profesionales, el deterioro de las condiciones de trabajo y, por tanto, el aumento de la precariedad laboral y la pérdida de calidad y credibilidad de la información; y, empresariales con el cierre de medios. “Esta situación está forzando un inevitable cambio en el modelo de negocio, fundamentalmente en el sector de la prensa escrita, para rentabilizar sus contenidos”<sup>121</sup>.

---

<sup>120</sup>DIAZ NOCCI, JAVIER. Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. Madrid, 2010 p. 19

<sup>121</sup> FARIAS, Op. Cit., p. 42

Y es que los modelos de negocio se diseñan, tal y como apunta Roses<sup>122</sup>, en función del entorno en el que opera la empresa informativa, y están condicionados por factores, tales como el marco político, legal y los cambios sociales, económicos y tecnológicos. Así, continúa el autor, los medios deben reajustar sus modelos de negocio “constantemente a las nuevas condiciones del entorno porque un modelo exitoso bajo un contexto determinado, podría no serlo en el entorno del futuro”<sup>123</sup>.

Para garantizar su supervivencia las empresas periodísticas afrontan la situación a través de la reconversión de sus modelos de negocio, adaptándose a las nuevas condiciones del entorno. Algunas soluciones al modelo de negocio pasan, señala Roses<sup>124</sup>, por fórmulas imaginativas, sin olvidar el producto informativo, los contenidos, que deben aportar confianza y credibilidad a la ciudadanía.

Se tiene que buscar la difícil rentabilidad sobre la base de la comercialización de contenidos especializados y personalizados, pero también sobre “la innovación y la investigación de nuevas fórmulas, la creación de servicios que aporten valor añadido y el máximo aprovechamiento de los contenidos generados para más de una plataforma”<sup>125</sup>.

“La tardía incorporación de la población a la Sociedad de la Información y la escasa iniciativa por parte de las empresas de invertir de manera decidida en las nuevas tecnologías que han hecho que éstas no dieran los frutos económicos deseados”<sup>126</sup>. Tal y como apunta Casero Ripollés<sup>127</sup> los diarios no consiguen encontrar un modelo de negocio rentable para el periodismo a través de Internet,

---

<sup>122</sup> ROSES, Sergio. Cambio del modelo de negocio de los medios informativos. En: Editorial Universitas. Madrid. (2010); p. 84

<sup>123</sup> Ibid., p. 87

<sup>124</sup> Ibid., p. 89

<sup>125</sup> FARIAS, Op. Cit., p. 48

<sup>126</sup> ROSES, Op. Cit., p. 38

<sup>127</sup> CASERO RIPOLLES, Andreau. “Periodismo emprendedor, estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio” En: Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Madrid. Vol. 3, No.2 (abr.2013); p. 18

incluso, a pesar del aumento producido en los últimos años del número de lectores online.

Ante esta situación de deterioro de las bases tradicionales de la industria periodística y la ausencia de un nuevo modelo adaptado al entorno digital, autores como Campos Freire<sup>128</sup>, Farias<sup>129</sup>, Roses<sup>130</sup> y Casero Ripollés<sup>131</sup> y plantean la necesidad de explorar nuevas vías para el negocio periodístico. Una de ellas es el emprendimiento que se sitúa como una nueva opción para fomentar el trabajo y el autoempleo en el ámbito del periodismo. La puesta en marcha de proyectos personales y a pequeña escala por parte de los propios periodistas se configura en el escenario actual como una alternativa factible y real. No obstante, para que pueda hacerse realidad resulta indispensable introducir, y estimular, el emprendimiento en la formación de los periodistas.

Ante este escenario, donde las salidas profesionales han disminuido drásticamente y el empleo por cuenta ajena en los medios de comunicación se encuentra mermado, el emprendimiento se plantea como una opción laboral, tanto para jóvenes periodistas como para aquellos veteranos que se han visto afectados por la crisis.

Este tipo de emprendedores son denominados como “emprendedores forzados”<sup>132</sup>, sobre todo en las nuevas industrias o en aquellas transformadas por el entorno. “El factor laboral y económico se constituye como la principal motivación para emprender un proyecto, empresa o iniciativa periodística”<sup>133</sup>.

---

<sup>128</sup> CAMPOS FREIRE, Francisco. “Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas “. En: Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid. Vol. 1, No. 16 (2010); p.149

<sup>129</sup> FARIAS, Op. Cit., p. 49

<sup>130</sup> ROSES, Op. Cit., p. 33

<sup>131</sup> Ibid., p. 22

<sup>132</sup> AUDET, JOSÉ. Formar para emprender. Chile: Comunicar,2012 p. 12

<sup>133</sup> (E10): Entrevistado 10. Emprendedor contemporáneo. Ver entrevista en anexos pág. 184

Como lo afirma Baron<sup>134</sup>, entre las cualidades y rasgos de personalidad que configuran un emprendedor se encuentran la capacidad para explotar oportunidades, la capacidad de reacción y de toma de decisiones, la capacidad de trabajo, el liderazgo y la capacidad para coordinar equipos. Además, “es capaz de reconocer y perseguir oportunidades, es optimista y tolera la incertidumbre”<sup>135</sup>. Junto a ellos, Curran<sup>136</sup> señalan la innovación, la personalidad proactiva, eficacia, tolerancia al estrés, autonomía, control y asunción de riesgos.

Entre los factores que fomentan el emprendimiento están “el contexto social y familiar, el sistema educativo e, incluso, una cuestión genética”<sup>137</sup>. En cuanto al sistema educativo, las universidades deben tomar conciencia de las nuevas necesidades y del entorno laboral y profesional en el que se van a mover los futuros profesionales de la información. “Las universidades juegan un papel clave en el desarrollo de actitudes de emprendimiento”<sup>138</sup>, pues es en el entorno universitario donde se adquieren las destrezas de negociación y un pensamiento estratégico.

La universidad es el espacio ideal para la generación de incubación de “ideas originales e innovadoras, que con el tiempo vayan ganando madurez y sean capaces de convertirse en empresas exitosas, pero también es el lugar propicio para desarrollar los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el emprendimiento”<sup>139</sup>. Además del tiempo y espacio que tienen los jóvenes en esta etapa para enfocarse en ideas, trabajar en ellas y que en un futuro puedan conseguir el apoyo suficiente para llevarla a cabo.

---

<sup>134</sup> BARON, Robert. Periodistas: el acceso al mercado laboral. En: Ámbitos. España. Vol. 1, No. 3 (1998); p.23

<sup>135</sup> OBSCHONDA, MARTIN. “En trepreneurial intention as developmental outcome”. Francia: Vocational, 2010 p. 13

<sup>136</sup> CURRAN, James. “The Future of Journalism”. En: Journalism Studies. Londres. (2010); p. 19

<sup>137</sup> BARON, Op. Cit., p.24

<sup>138</sup> CURRAN, Op. Cit., p. 11

<sup>139</sup> RODRIGUEZ BREIJO, VANESSA.” Formar para emprender: principales retos de las facultades de comunicación”. Madrid, 2012 p. 4

Por ello, deben incluir el emprendimiento, la creación de empresas y el fomento del autoempleo como uno de sus ejes de enseñanza. “Asignaturas como emprendimiento y empresarismo son de vital importancia tanto para estimular y fomentar en los alumnos el espíritu emprendedor, así como para formarlos en la realización de sus propios proyectos empresariales”<sup>140</sup>. De manera tal que el egresado tenga una idea clara sobre cómo aplicar los conocimientos de su carrera en una actividad comercial, que le genere unos ingresos con los cuales pueda obtener estabilidad económica, cruzando la barrera entre emplearse y emprender.

---

<sup>140</sup> (E14): Entrevistado 14. Docente Cátedra Emprendimiento UTS. Ver entrevista completa en anexos pág. 190

### 3.3 Falencias y oportunidades en la educación superior

La educación superior es el paso para dar a conocer y poner en práctica la pedagogía que se obtuvo en las distintas etapas de la educación. Al llegar a este nivel, se puede crear de una mejor forma la percepción de la educación, el significado de la misma y un contexto de emprendimiento donde fluya el contexto de surgimiento laboral.

“El desarrollo de emprendimiento como generador de nuevas iniciativas empresariales, debe ser incentivado desde la educación superior como aporte al progreso social y parte final de sus procesos educativos”<sup>141</sup>, así el bajo desarrollo de innovación y parámetros educativos, ya no será un obstáculo emergente para el desarrollo emprendedor de los mismos.

Pero, ante este panorama, el periodismo no desaparece, sino que incluso se puede llegar a ver fortalecido. De hecho, la ciudadanía demanda más información plural e independiente que nunca. Aunque es cierto que la audiencia de los medios tradicionales ha descendido, el número de ciudadanos y de ciudadanas que se informan y el tiempo que dedican a ello ha crecido y eso, en parte, es “gracias a los nuevos soportes de comunicación, que han surgido durante estos últimos años, como los medios digitales, los blogs, las redes sociales y sobre todo, al empeño de los profesionales”<sup>142</sup>.

Se concientiza ahora, el logro de buscar diferentes alternativas de proyección y salida laboral para los periodistas, requiriendo cambios en los planes profesionales. La ilusión de muchos al culminar su carrera, es poder vincularse a las grandes

---

<sup>141</sup>(E2): Entrevistado 2. Docente Identidad y emprendimiento UNAB. Ver entrevista completa en anexos pág. 157

<sup>142</sup> PANIAGUA, Rojano. GÓMEZ, Marisol. GONZÁLEZ, Eugenia. “Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad” En: Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 548 a 570

cadena de información y comunicación, pero la realidad es que la monopolización, la restricción de información y la reducción de ofertas laborales, determine un cambio abrupto en los planes del profesional.

Y en ese contexto, “las universidades deben desempeñar un papel relevante, impulsando por ejemplo, el estudio de conceptos empresariales básicos que ayuden a los futuros periodistas a conocer la gestión de una empresa informativa, en apostar por trabajar en el alumnado la capacidad de crear y poner en marcha proyectos empresariales”<sup>143</sup>, dentro del marco legal y económico actual, de manera que se garantice una información plural e independiente, al tiempo que se incentiva la incorporación de los egresados al mundo laboral, por ejemplo con asignaturas como creación de empresas informativas, que además deben programarse con el objetivo de fomentar el espíritu emprendedor entre los estudiantes.

El docente debe de esta manera desde el aula de clase, motivar al estudiante a generar empleos, dando por consiguiente el autoempleo y motivación para desarrollar tecnología e innovación que generen un cambio social. Así como lo hacen ya en otros países brindando apoyo no sólo educativo sino financiero.

Para el Administrador de empresas, MBA, Advanced marketing program:

“en el siglo 21 y en el país vasco, desde el colegio te están enseñando para que seas empresario, en la universidad te dan cátedra para emprender, al egresar de la universidad te proponen entre hacer tesis o un plan de negocios, si haces el plan de negocios te dan posibilidades de financiamiento, te arriendan los espacios, te dan consultorías y mentorías, de acuerdo a tu preparación te presentan a la banca de inversiones en conclusión el que allá no emprende es porque realmente no quiere”<sup>144</sup>

---

<sup>143</sup> *Ibíd.*, p. 550.

<sup>144</sup> (E:12) Entrevistado 12. Co- fundador y CEO: Axelera - Aceleradora de empresas basada en las neurociencias, Administrador de empresas, MBA, Advanced marketing program. Ver entrevista completa en anexos pág. 165

Se puede resaltar que para que se logre un emprendimiento periodístico, se debe comenzar por una comunicación pedagógica, y su característica principal es construir significados compartidos sobre el conocimiento y las experiencias. “En términos comunicativos en el proceso de enseñanza y aprendizaje los facilitadores y los estudiantes son a la vez emisores y receptores de información; producen e interpretan sistemas de mensajes que incluyen palabras, ademanes, gestos, etc.<sup>145</sup>. Las estrategias comunicativas y didácticas en la educación juegan un papel trascendental en el proceso del aprendizaje, es evidente que, a través de una adecuada estimulación, en compañía de la observación, análisis, opinión y participación, todas propias de la comunicación, se facilitan una interacción y ambiente más dinámico para promover aprendizajes significativos y una noción de emprendimiento a corto y largo plazo.

Es por ello que emprender no es una tarea fácil, hay que enfrentarse a una serie de circunstancias, debilidades, al entorno y desafíos que depara el arriesgarse a formar sus propias oportunidades.

El emprendimiento a nivel educativo genera espacios de participación estudiantil, debates, formas de educación popular, entre otras. Tanto, así como decir que cualquier persona puede ser educada de una manera excelente si se le brindan las herramientas necesarias para lograr dicho fin<sup>146</sup>.

---

<sup>145</sup> RIZO, Martha. “Interacción y comunicación en entornos educativos” En: Revista Iberoamericana de Educación. 22 de febrero de 2012.

<sup>146</sup> ORTEGA, Johana. La comunicación como estrategia de emprendimiento al interior del aula. Bogotá, 2013. Pag.17.

#### 4. POLÍTICAS PÚBLICAS SOBRE EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

Para poder obtener un panorama claro sobre las políticas públicas en Colombia, relacionadas con el emprendimiento y la creación de empresa, es fundamental definir el término y esclarecer los antecedentes políticos del país en los que empezó a verse el emprendimiento como un tema importante dentro de la agenda legal del país.

Para Jaime Torres y Jairo Santander, profesores de la Universidad de los Andes en Colombia, las políticas públicas “son reflejo de los ideales y anhelos de la sociedad”<sup>147</sup>. Estas, expresan los objetivos de bienestar colectivo y permiten entender hacia dónde se quiere orientar el desarrollo de determinada población, bajo lineamientos que determinan cómo debe ser realizado, dejando claro lo que se busca por medio de una intervención pública haciendo uso de recursos entre los actores sociales y las responsabilidades que estos deben seguir.

Frente a esto, las políticas públicas también pueden ser descritas como el diseño intencional de acciones colectivas, son “el curso de acción que sigue un actor o un conjunto de actores al tratar un problema o asunto de interés. El concepto de políticas presta atención a lo que de hecho se efectúa y lleva a cabo, más que a lo que se propone y quiere. Las políticas se conforman mediante un conjunto de decisión, y la elección entre alternativas”<sup>148</sup>.

Cabe resaltar que no toda acción gubernamental es política pública y existen otro tipo de acciones definidas como:

---

<sup>147</sup> TORRES, Jaime y SANTANDER, Jairo. Introducción a las políticas públicas, Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía. IEMP Ediciones, Bogotá D.C, 2013. p.15.

<sup>148</sup> AGUILAR, Carlos y LIMA, Marco. ¿Qué son y para qué sirven las políticas públicas? En Contribuciones a las Ciencias Sociales. México, 2009. p.2.

Acciones o intervenciones gubernamentales que no están insertas dentro de una estrategia predeterminada de acción se excluyen de esta definición; al igual que aquellas medidas reactivas e improvisadas que tradicionalmente los gobernantes realizan para apaciguar las tensiones suscitadas por algún problema coyuntural. Otras acciones, como la ejecución de presupuestos por mandato legal, tipo regalías o transferencias, de no estar incluidas dentro de una mayor línea de acción tampoco pueden ser consideradas políticas públicas<sup>149</sup>.

En Colombia, desde 1986 el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), inició con las primeras acciones para la formación de emprendedores y futuros empresarios en el país. Estableciendo esquemas pedagógicos que empezaron a dar como resultado, la creación de pequeñas y medianas empresas dirigidas por personas capacitados como técnicos o profesionales con visión empresarial.

Luego de esto, hacia el año 1989 inició el consentimiento de la Ley de Ciencia y Tecnología, que fue aprobada por el Congreso de la República de Colombia en 1990, por la cual “se dictaron disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico en el país”<sup>150</sup>.

A partir de ella, empiezan a presentarse en el país un sinnúmero de programas y políticas públicas. El SENA, crea a principio de los noventa el primer programa para la creación de empresa para favorecer al desarrollo económico y la creación de empleo en distintos sectores económicos de Colombia.

En 1991, mientras César Augusto Gaviria (1990- 1994), aún era presidente de la república se dictó la nueva Constitución Política de Colombia, la carta magna que reemplazaba la del 86. En ella, se establecían los nuevos lineamientos para la

---

<sup>149</sup> ROMO, Gerardo y QUINTERO, Diana. Los gobiernos de las ciudades y los organismos que promueven su profesionalización. En Gestión y Política Pública. México, 2011. p.118.

<sup>150</sup> COLOMBIA. Congreso de la República. Ley Ciencia y Tecnología de 1990.

creación de empresas, basados en las características sociales y económicas que empezaban a ser presentes en el país.

Luego del mandato de Gaviria, bajo la presidencia de Ernesto Samper (1994-1998), se aprobó una ley en donde debían destinarse ingresos parafiscales para implementar programas de desarrollo tecnológico por medio de centros educativos o convenio con entidades públicas y privadas del país como el SENA. Asimismo, un año más tarde el Congreso aprobó la Ley de la Juventud (Ley 375 de 1997), que busca orientar los planes y políticas nacionales para la juventud, incluyendo temas de emprendimiento, empresarismo y empleo.

En 1999, se crea el primer programa que trataba la exportación dentro del cuadro de emprendimiento joven en el país, el cual "buscaba promover la competitividad de los nuevos empresarios en mercados internacionales, al igual que el programa Expopyme para apoyar a las pequeñas y medianas empresas en sus proyectos exportadores"<sup>151</sup>.

Hacia el año 2000, durante el mandato de Andrés Pastrana (1998-2002) con el plan operativo, el SENA empieza a ser la entidad que más retos empieza a tomar en cuanto a formación de emprendedores, capacitan a miles de jóvenes como emprendedores de empresas para generar más empleo en el país y se crea el programa Joven Empresario con resultados poco conocidos.

En este mismo año, el 10 de julio se establece en el Congreso de la República de Colombia la Ley 590 de 2000 cuyo objeto es:

Promover el desarrollo integral de las micro, pequeñas y medianas empresas en consideración a sus aptitudes para la generación de empleo, el desarrollo regional, la integración entre sectores económicos, el aprovechamiento productivo de pequeños capitales y teniendo en cuenta la capacidad

---

<sup>151</sup> CHAMORRO, Edwin., CEBALLOS, Hugo y BOTERO, Juan. Política de emprendimiento en Colombia, 2002–2010, en Estudios Gerenciales. ICESI. Armenia, 2013. p.275

empresarial de los colombianos, estimular la formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas Mipymes<sup>152</sup>.

Asimismo, se dio la creación del Fondo de Modernización y Desarrollo Tecnológico de las micros, pequeñas y medianas empresas, la implantación del Fondo de Inversiones de Capital de Riesgo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Rurales, así como la aprobación del documento “Política para el fomento del espíritu empresarial y la creación de empresas” (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2000), en cuya elaboración,

Participaron varias entidades públicas, privadas y académicas de Colombia, bajo la orientación del entonces Ministerio de Desarrollo Económico, en cabeza de Jaime Alberto Cabal Sanclemente como ministro, y Juan Alfredo Pinto Saavedra como viceministro, quienes habían ocupado la Presidencia Nacional de la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas en distintos períodos y tenían un amplio conocimiento del sector de la Mipyme<sup>153</sup>.

La situación económica en Colombia es cada vez más difícil. En el año 2017, el país registró una tasa de desempleo del 9,4%. A pesar de los datos alarmantes de la falta de empleo nacional, Bucaramanga cuenta con una de las tasas más bajas, ocupando el tercer lugar después de Santa Marta y Barranquilla con un 8,3%.

Esto quiere decir que, en el departamento de Santander, sí existen puestos de trabajo, pero es corta la plaza laboral bien remunerada para profesionales recién graduados. Frente a esto, el gobierno ha ido creando políticas públicas que le hacen frente a la falta de trabajo o las altas tasas de trabajo informal en las que viven el día a día los colombianos.

---

<sup>152</sup> COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 590 de 2000.

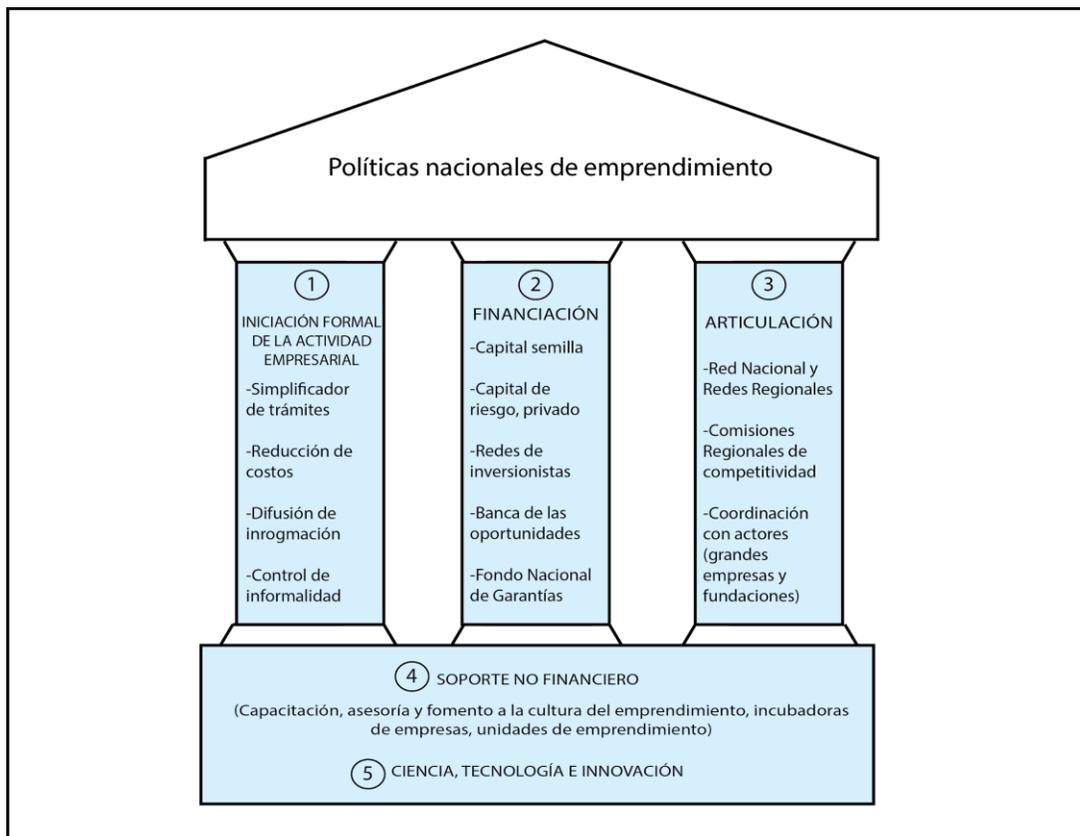
<sup>153</sup> CHAMORRO, Op. cit., p. 275.

Algunas de estas leyes o decretos, buscan generar un espacio óptimo para el trabajador y buscan brindar garantías justas para quien está siendo contratado. De esta misma manera, el gobierno de Colombia siente necesaria la promoción no solo de los ambientes de contratación y trabajo dignos y legales, sino la implementación de herramientas normativas que favorezcan a la creación de empresa, apoyo a emprendimiento e instalación de cátedras sobre emprendimiento y empresarismo, al interior de los planes educativos de las instituciones del país.

Esto, no solo con el fin de aumentar el desarrollo económico y social del país a partir de la creación de MIPYMES, sino también reduciendo las cifras existentes en desempleo, a partir del autoempleo (emprendedor) y la generación de empleos a partir de esta nueva idea (contratación).

Es entonces, a partir de estos objetivos, que empiezan desde 1996 aproximadamente, a verse reflejadas en la Constitución Política de Colombia diferentes leyes, decretos, códigos y regulaciones (cada vez con mayor frecuencia) que se relacionan con el emprendimiento y la creación de empresa, brindando así parámetros legales que deben ser cumplidos y que favorecen positivamente diferentes puntos sociales y económicos de Colombia, funcionando de la siguiente manera:

**Figura 9.** Políticas públicas de emprendimiento en Colombia



**Fuente:** Propia.

#### 4.1 Normatividad

Frente al emprendimiento en Colombia, el gobierno desde hace ya bastantes años ha iniciado la construcción de un marco legal que establece normatividad relacionadas con las PYMES, la empresa privada, la libertad económica, recursos, promoción de emprendimiento y uso de cartera.

En Colombia, según el Ministerio de Industria y Turismo<sup>154</sup>, estas políticas de emprendimiento en el país han sido establecidas con la intención de cumplir con cinco niveles estratégicos que son:

1. Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
2. Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
3. Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
4. Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
5. Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación<sup>155</sup>.

Dentro de estos estatutos, leyes, decretos, códigos, regulaciones y documentos del Consejo Nacional de Política Económica y Social de la República de Colombia, que favorecen y delimitan el tema del emprendimiento en Colombia o la creación de nuevas pequeñas y medianas empresas se encuentran:

Ley 344 de 1996:	Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas <sup>156</sup> .
------------------	--

---

<sup>154</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Política Nacional de Emprendimiento. MINCIT [en línea], [revisado febrero 28 2018]. Disponible en internet: [http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16435/politica\\_nacional\\_de\\_emprendimiento](http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16435/politica_nacional_de_emprendimiento). p.1.

<sup>155</sup> Ministerio de Industria y Turismo. Política Nacional de Emprendimiento. MINCIT: Bogotá D.C., 2011. p.1.

<sup>156</sup> COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 344 de 1996.

Ley 344 de 1996:	Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones. Normas correspondientes a la creación de empresas <sup>157</sup> .
Ley 550 de 1999:	Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley <sup>158</sup> .
Ley MIPYMES:	Normas sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana. A partir de la cual se expide el PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2006-2010 <sup>159</sup> .
Decreto 934 de 2003:	Por el cual se reglamenta el funcionamiento del FONDO EMPRENDER <sup>160</sup> .
Ley 905 de 2004:	Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo del micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones <sup>161</sup> .
Ley 1014 de 2006:	Por la cual se dictan normas para el fomento a la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia. El Ministerio del Comercio, Industria y Turismo <sup>162</sup> .

<sup>157</sup> COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 344 de 1996.

<sup>158</sup> Ibid., p. 120.

<sup>159</sup> Ibid., p. 567.

<sup>160</sup> COLOMBIA. Diario Oficial 45160, Bogotá D.C., 2003.

<sup>161</sup> Ibid., p. 368.

<sup>162</sup> Ibid., p. 503.

Decreto 4466 de 2006:	Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006, sobre constitución de nuevas empresas <sup>163</sup> .
Decreto 2175 de 2007:	Sobre la administración y gestión de carteras colectivas, en el cual se precisaron algunos aspectos relativos a los Fondos de Capital Privado (FCP) <sup>164</sup> .
Ley 1192 de 2009:	Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones <sup>165</sup> .
CONPES 3297 de 2004:	Agenda Interna para la Productividad y Competitividad: metodología <sup>166</sup> .
CONPES 3424 de 2006:	Banca de las Oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social <sup>167</sup> .
CONPES 3439 de 2006:	Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad <sup>168</sup> .
CONPES 3484 de 2007:	Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado <sup>169</sup> .

<sup>163</sup> COLOMBIA. Ob. cit., p. 46483.

<sup>164</sup> COLOMBIA. Diario Oficial 46657, Bogotá D.C., 2007

<sup>165</sup> COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 1192 de 2009.

<sup>166</sup> COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación. COMPES 3297 de 2004.

<sup>167</sup> Ibid., COMPES 3424 de 2006.

<sup>168</sup> Ibid., COMPES 3439 de 2006.

<sup>169</sup> Ibid., COMPES 3484 de 2007.

CONPES 3527 de 2008:	Política Nacional de Competitividad y Productividad <sup>170</sup> .
CONPES 3533 julio de 2008:	Bases para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional <sup>171</sup>
CONPES 3866 Agosto 8 de 2016:	Política Nacional de Desarrollo Productivo <sup>172</sup>

Si bien es basta y amplía la normatividad al respecto, se evidencia en Santander que los jóvenes estudiantes de Comunicación Social de las universidades de la región que brindan este programa de pregrado, carecen de conocimiento frente a estas políticas públicas, esto a partir de la encuesta aplicada a 490 estudiantes de diferentes semestres.

El 80.3% de los estudiantes encuestados desconoce las políticas públicas relacionadas con el emprendimiento, frente a un 19.7% que solo conoce los lineamientos básicos que rigen en Colombia para poder ser una empresa activa en Colombia con registro en la Cámara de Comercio de Bucaramanga<sup>173</sup>.

Para una de las participantes de los grupos focales realizados, uno de los mayores conflictos a la hora de emprender radica en la complejidad con la que los jóvenes ven las políticas públicas y la constitución de empresa en el país. Ella afirma que es difícil emprender y convertirse en empresario en Santander "debido a las leyes, a

<sup>170</sup> Ibid., COMPES 3527 de 2008.

<sup>171</sup> Ibid., COMPES 3533 de 2008.

<sup>172</sup> Ibid., COMPES 3866 de 2016.

<sup>173</sup> Encuesta general. Ver resultados completos en anexos pág 121.

todos los impuestos que hay que pagar, a muchos aspectos que hay que tener para poderla crear legalmente”<sup>174</sup>.

## **4.2 Programas y proyectos**

El Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), es la máxima autoridad nacional de planeación y se desempeña como organismo asesor del Gobierno en todos los aspectos relacionados con el desarrollo económico y social del país.

A partir de las decisiones tomadas por este consejo empiezan a surgir a nivel nacional diferentes programas y proyectos para garantizar y fomentar el emprendimiento en Colombia. Estos incentivos son en gran parte concursos que facilitan premios al ganador para que desarrolle o invierta en su idea de negocio y emprendimiento.

Dentro de las herramientas vigentes se encuentran:

Ventures: Concurso Nacional de emprendedores: El concurso líder en planes de negocios del País "Ventures", el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y la JCI Colombia, se han unido para apoyar a los jóvenes emprendedores, de manera que “todas sus ideas creativas e innovadoras se conviertan más adelante en un sólido negocio”<sup>175</sup>. Los mejores proyectos recibirán premios tanto en efectivo como en especie para la iniciación de su negocio.

Premio Emprender Paz: El Premio tiene por objeto:

---

<sup>174</sup> (GP: 4). Grupo focal 4. Unidades Tecnológicas de Santander. Ver grupo focal completo en anexos pág 240.

<sup>175</sup> Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Eventos y Concursos. MINCIT [en línea], [revisado febrero 28 2018]. Disponible en internet: [http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/imprimir/17112/eventos\\_y\\_concursos](http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/imprimir/17112/eventos_y_concursos). p.1.

Exaltar el potencial que tienen las empresas en la construcción de paz en Colombia, mediante la identificación, el reconocimiento y la socialización de experiencias en las cuales sea significativo el compromiso y el aporte de las empresas, los negocios en la disminución del conflicto y en la creación de oportunidades para la población afectada por la violencia.<sup>176</sup>

**Encuentro Nacional de Innovación y Emprendimiento:** tiene como propósito acercar a los emprendedores, empresarios, exportadores y demás actores productivos del país con las experiencias nacionales e internacionales que destacan la importancia de la innovación, la transformación para el mejoramiento productivo y competitivo, así como la oferta nacional del sector público, privado y académico que ofrecen herramientas y programas que faciliten la solución de problemas y necesidades del sector productivo de Colombia.

**Expo inversión:** Es una plataforma de promoción y negocios, donde:

Se exhibirán diversas alternativas de inversión, financiación y ahorro, a colombianos interesados en conocer y acceder como inversionistas o ahorradores a alguna de las alternativas que estarán exhibidas en el evento. El objetivo de este evento es el de presentar una plataforma de promoción y negocios donde el visitante encontrará una diversa exhibición de alternativas de inversión, financiación y ahorro. Igualmente, se busca capacitar al público visitante en temas de oportunidad de ahorro e inversión, a fin de tener herramientas de decisión al momento de invertir<sup>177</sup>.

**Feria Andina de Negocios y Franquicias FANYF:** tiene como propósito el

"promocionar e impulsar el sector franquiciador de Colombia y de la región andina, así como a empresas que soporten y contribuyan con esta actividad, en un certamen como herramienta de marketing para aumentar el nivel y el volumen de contactos y para realizar negocios con compradores potenciales inversionistas"<sup>178</sup>.

---

<sup>176</sup> Ibid., p.1

<sup>177</sup> Ibid., p.3

<sup>178</sup> Ibid., p. 2.

Foro de Emprendimiento: organizado por el Senado de la República, busca generar un punto de encuentro en donde los emprendedores colombianos puedan acceder a la información referente a los avances de la Política de Emprendimiento y los diferentes programas de apoyo a los cuales pueden acceder.

Por su parte, la monitora de emprendimiento del fondo Emprender que lidera el SENA en la región, afirma que además de los programas ya nombrados que lidera esta institución, hoy en día “brindan asesorías de cómo va la idea de negocio, y también hacen conferencias de sensibilización donde te muestran los parámetros que tiene el fondo emprender”<sup>179</sup> esto, sin restricciones de edad o de nivel académico que posea quien llega al programa con una idea viable de emprendimiento.

Asimismo, Liceth Dayana Carballido<sup>180</sup>, coordinadora de proyectos Cámara de Comercio de Bucaramanga, hace énfasis en los proyectos que esta entidad presta a la hora de hablar de emprendimiento en Santander.

Actualmente, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, cuenta con una línea de emprendimiento en la que se encuentran cuatro programas fundamentales actualmente vigentes en la región. El primero es un piloto para emprendedores que inicia su proceso y busca brindar herramientas gerenciales a estos nuevos empresarios.

El segundo, y el más conocido de la Cámara, es el programa Empréndelo, un proyecto de financiación avalado por el Banco Iberoamericano de Desarrollo que apoya a jóvenes que lleven más de un año con su pequeña empresa.

---

<sup>179</sup> (E:13) Entrevistado 13. Monitora de emprendimiento fondo Emprender SENA. Ver entrevista completa en anexos pág 197.

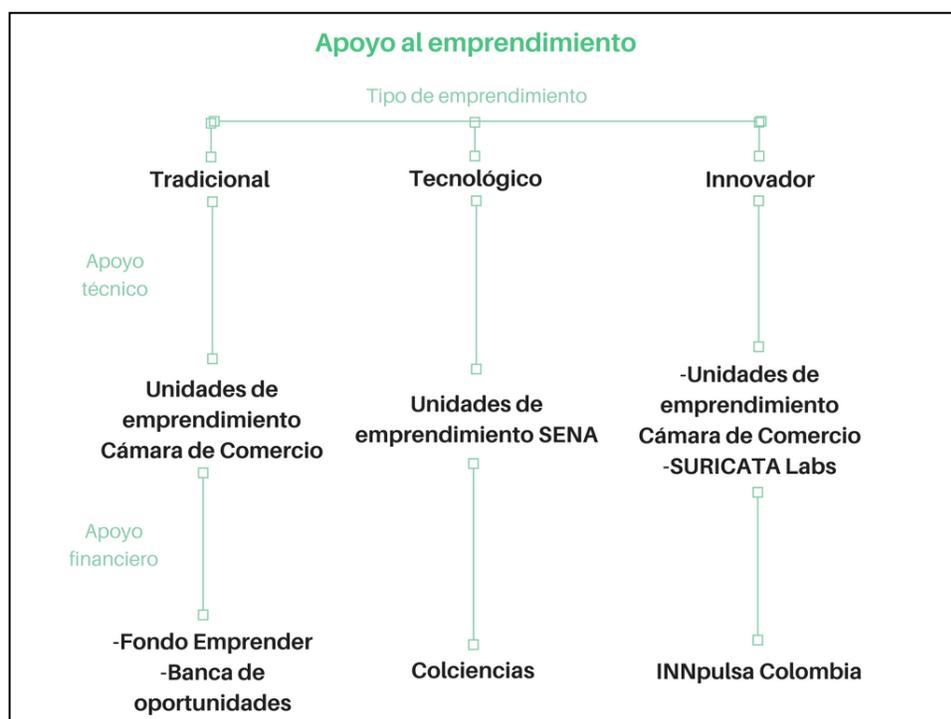
<sup>180</sup> (E3): Entrevistado 3. Coordinadora de proyectos Cámara de Comercio de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág 175.

Mujeres ECCO, es el tercer programa de la entidad que busca darle cabida a las mujeres con proyectos de emprendimiento competitivos que generen alternativas económicas innovadoras en el mercado.

Finalmente, la Cámara brinda a los Santandereanos el COWORKING, una alternativa digital para emprendimientos relacionados a esta área, en donde los interesados reciben asesoría y acompañamiento para llevar a cabo su idea de emprendimiento por medio de herramientas digitales y TICS.

En aspectos generales, los programas principales y los diferentes medios de financiación en Santander se ven relacionados de la siguiente manera:

**Figura 10.** Apoyo técnico y financiero vigente al emprendimiento Santander



Fuente: Propia.

### **4.3. Organización empresarial**

La creación de empresa, supone que bajo la actividad que desarrollará, además de los elementos particulares que requiere dicha labor, deben tenerse en cuenta para la ejecución de la idea de emprendimiento la tierra, el trabajo y el capital como factores de producción.

La tierra como factor productivo ha sido durante años, un recurso clave en la creación de bienes y servicios. Utilizando de esta manera el término tierra globalmente, donde se incluyen el conjunto de recursos imprescindibles para la producción como lo son las capacidades físicas y mentales de quienes laborarán para la nueva empresa y que se hacen de gran valor y necesidad para producir bienes y servicios.

La empresa no puede funcionar sin esfuerzo, el trabajo de seres humanos. De esta manera se incluye tanto el trabajo físico como el intelectual, dentro de este factor productivo, se incluyen tanto el trabajo que desarrolla el empresario, como el trabajo que desarrollan los trabajadores asalariados. Por supuesto, algo que no puede faltar al crear empresa es el capital, así se le denomina al conjunto de bienes o derechos que la empresa tiene y que se incluyen dentro de su patrimonio.

Es importante tener en cuenta como comienza una empresa, para que de esta manera se pueda identificar más fácil el rol, a la hora de emprender nuevos negocios.

Dicho lo anterior, para una organización empresarial, se requieren distintas fases que mencionados a continuación:

**Figura 11.** Pasos para crear empresa en Colombia.

<b>1.</b>	Consultar la disponibilidad del nombre.
<b>2.</b>	Estipular estatutos. Relación entre socios y sociedad.
<b>3.</b>	PRE-RUT. En la Cámara de Comercio, puede tramitar el PRE-RUT antes de proceder al registro. Es necesario presentar estatutos, formularios diligenciados, la cédula del representante legal y la de su suplente.
<b>4.</b>	Inscripción en el Registro. En la Cámara de Comercio llevarán a cabo un estudio de legalidad de los estatutos; debe tener en cuenta que es necesario cancelar el impuesto de registro, el cual tiene un valor del 0.7% del monto del capital asignado.
<b>5.</b>	Es obligatorio que con la empresa registrada y el PRE-RUT, se proceda a abrir una cuenta bancaria. Sin la certificación de apertura de la cuenta, la DIAN no procederá a registrar el RUT como definitivo.
<b>6.</b>	Con el certificado bancario se debe tramitar en la DIAN el RUT definitivo.
<b>7.</b>	Llevar el RUT definitivo aportado por la DIAN a la Cámara de Comercio para que, en el Certificado de existencia y representación legal de la compañía, ya no figure como provisional.
<b>8.</b>	Solicitar la resolución de facturación en principio manual en la DIAN.
<b>9.</b>	Solicitar la Inscripción de Libros en la Cámara de Comercio. La falta de registro de los libros acarrea la pérdida de los beneficios tributarios.

<b>10.</b>	Se debe registrar a la empresa en el sistema de Seguridad Social, para poder contratar empleados.
------------	---

**Fuente:** Revista Membrede.

Cuando hablamos de empresa, hablamos de organización y la organización es un conjunto de personas que coordinan sus acciones para conseguir un objetivo que a muchos interesa. Aparecen entonces, distintas personas que quieren hacer parte de la organización para satisfacer sus necesidades o intereses específicos, luego de ello existe un segundo elemento y es la existencia de uno o varios objetivos comunes, que solo se pueden conseguir mediante las acciones coordinadas de todos los miembros y ellos justifican la existencia de la organización ante la sociedad.

En tercer lugar, se pretende coordinar todas esas acciones, formulando de dicha manera los objetivos de la empresa, el resultado que se espera conseguir, la comunicación de los distintos objetivos a todos los miembros, de modo que cada uno sepa que hay que hacer.

La descripción anterior, trata de trazar algunas pautas que hacen que se formalice una organización o una empresa.

La empresa es un conjunto de factores de producción, entendiendo como tales los elementos necesarios para producir bienes y servicios. Los distintos factores que integran la empresa se encuentran coordinados para alcanzar sus fines.

Es por ello que existen tres clases de empresas, empresas del sector primario que tratan de situar los recursos de la naturaleza en disposición de ser utilizados, el

sector secundario desarrolla una actividad en sentido estricto y el sector terciario comprende actividades diversas más heterogéneas.

Según su dimensión, se pueden distinguir entre empresas grandes, medianas y pequeñas, esta clasificación puede determinar el número de empleados, los recursos propios, el volumen de ventas, entre otros.

Es importante tener claro, toda la organización y creación de las empresas, si lo que buscamos es emprender en nuestras distintas profesiones, en este caso los periodistas que quieren emerger en nuevos ámbitos de flujo económico, autogestión y empleos propios.

#### **4.3.1. Organigrama de una empresa**

El organigrama es una representación gráfica, que informa y da a conocer los niveles de jerarquía que existen en una empresa. Esta organización es fundamental para el buen funcionamiento de la empresa y debe adaptarse a las necesidades, por ende, el organigrama, es fundamental para el éxito empresarial.

Mintzberg define el organigrama de una empresa en su libro *La Estructuración de las Organizaciones*, como “el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas”<sup>181</sup>.

No todos los organigramas son similares, ya que cada empresa lo estipula, de acuerdo a la satisfacción de sus necesidades. Sin embargo, es aconsejable partir de los cinco grupos necesarios que son:

1. Dirección
2. Mandos intermedios

---

<sup>181</sup> MINTZBERG, Henry. *La Estructuración de las Organizaciones*. Barcelona: Ariel Economía. 1984. p.42.

### 3. Operarios

Integrándolos, el organigrama de una empresa puede visualizarse de la siguiente manera:

**Figura 12.** Organigrama de una empresa



**Fuente:** propia

## 5. FACTORES QUE DEFINEN EL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EN COMUNICADORES SOCIALES EN SANTANDER

El comunicador social es el constructor e ideólogo de cada uno de los mensajes que se emiten, bien puede ser desde un medio de comunicación o una organización. A su vez la carrera contiene módulos de investigación y ahonda por todos los géneros periodísticos y de perspectiva organizacional, necesarios para la formación de un comunicador íntegro, contando también con la ética y el entendimiento del poder que tiene un profesional de esta índole en la sociedad.

El comunicador emprendedor es una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas. “Es un individuo que sabe no sólo mirar su entorno, sino también ver y descubrir las oportunidades que en él están ocultas”<sup>182</sup>. Posee iniciativa propia y sabe crear la estructura que necesita para emprender su proyecto, se comunica y genera redes de comunicación.

La comunicación social es una profesión que le interesa interpretar y dar a conocer información relevante que pueda transformar y beneficiar la calidad de vida de las personas, esto se puede llevar a cabo desde el manejo de los medios de comunicación, desde la gestión del conocimiento, desde las organizaciones ya sean instituciones, empresas, organizaciones del tercer sector, y desde el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Su factor principal es educar, beneficiar creativamente para que las personas puedan crecer en su conocimiento, afecto y relaciones con el entorno y su colectivo social.

---

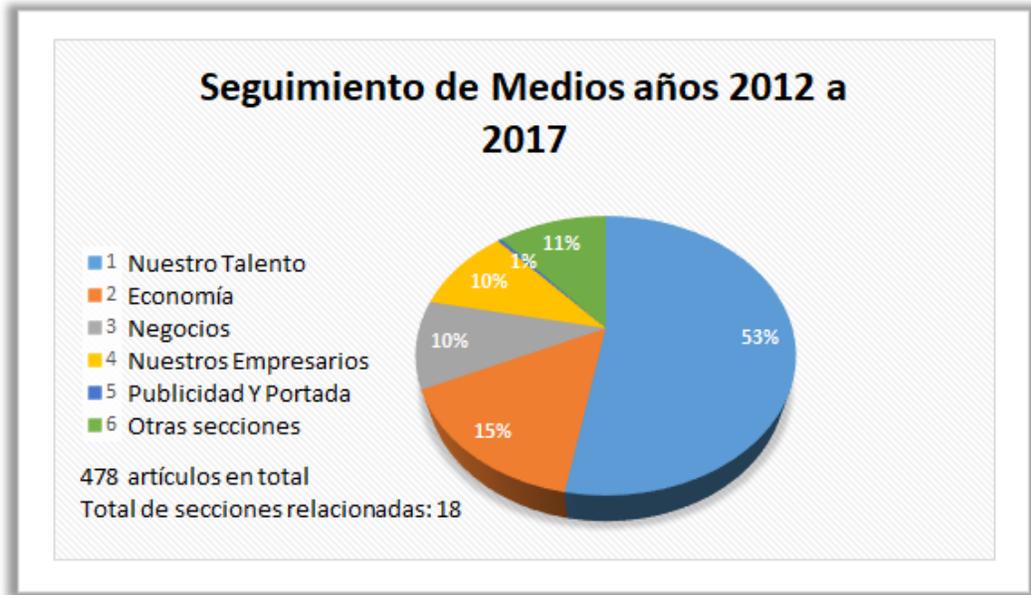
<sup>182</sup> (E4): Entrevistado 4. Decana Comunicación Social UDI. Ver entrevista completa en anexos pág. 186

## **5.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

El constructo colectivo que tiene una determinada sociedad sobre un tema, se ve directamente afectado por la opinión pública que crean los medios de comunicación a partir de la importancia que estos brindan a temáticas específicas y de interés para la sociedad, así como lo es el emprendimiento en Santander. Los medios de comunicación son uno de los canales de difusión principales para que emprendedores y startups puedan dar a conocer sus proyectos e iniciativas empresariales.

El medio local escrito más consumido y por lo tanto de mayor incidencia en la población es Vanguardia Liberal, del cual se realizó un estudio desde el año 2012 hasta el 2017, en donde se tomaron en cuenta las publicaciones relacionadas a temas de emprendimiento, empresas en desarrollo, iniciativas gubernamentales que apoyan a emprendedores y microempresarios.

**Figura 13.** Análisis de medios en temas de emprendimiento



**Fuente:** propia

Tras el trabajo de investigación de medios realizado se determina que el porcentaje de comunicadores emprendedores es mínimo; los medios no le dan mucha cabida al cubrimiento del emprendimiento en Santander, de la misma manera se establece que a la hora de emprender es mínima la cantidad de comunicadores que lo hace, y al hacerlo lo realizan en campos diferentes a la comunicación.

Se diseñó una pequeña y sencilla ficha, que sería el primer filtro para el análisis de contenido. Desde esa ficha, todas las noticias que habían sido previamente seleccionadas eran clasificadas por los siguientes criterios: Sección, tipo de artículo, lugar, si contenía imagen o no, y se hacía un pequeño resumen de cómo era el tratamiento informativo realizado en el cuerpo de la noticia. Los resultados encontrados pueden analizarse desde varias categorías y niveles de profundidad;

los cuales se desprenden del contenido elaborado en la ficha de análisis y aportan los siguientes resultados:

Se analizan 18 secciones, dentro de las cuales se encuentran 478 artículos en total. La sección con más noticias seleccionadas en el área de emprendimiento es la de Nuestro Talento con el 53%, siendo un total de 251 artículos. La sección aparece únicamente los días domingos, en los cuales se encuentra una página que reúne 4 noticias de microempresas y nuevos negocios que existen en la región, esta sección es un espacio importante para promover las actividades que realizan los empresarios, dándoles un reconocimiento a la labor diaria, a la actividad económica que desempeñan y su valor diferenciador en la sociedad.

La siguiente sección en destacarse es la de Economía con un total del 15% equivalente a 75 noticias encontradas, al indagar en el contenido de las noticias de interés se apreciaba sobre temas tributarios que constantemente favorecen o desfavorecen a las grandes y pequeñas empresas en Santander. Así como también noticias de carácter educativo, pero con un notable enfoque económico y financiero; como empresas que han desarrollado su modelo de negocio llevándolo a un nivel más alto y de esta manera aportando a la económica regional.

Dentro de la sección de economía se encuentra el apartado de Nuestros Empresarios que es publicado cada 15 días, con un total de 49 artículos equivalentes al 10%. En ella se abordan los hechos que hacen referencia al mundo de las finanzas, mercado y empresas. Su información es regional y departamental. Puede ser muy útil para ampliar los conocimientos sobre todos estos conceptos y entender la función tan importante que desempeña la economía en la generación de nuevas empresas. Esta sección es únicamente dedicada a aquellas empresas que han logrado un éxito empresarial evidente, logrando ser reconocidas a nivel departamental.

La sección de Negocios cuenta con 48 artículos con un equivalente del 10%. En ella están ubicadas las empresas manufactureras, agroindustriales y de servicios que

busca mejorar la competitividad del sector productivo de la región. En la sección estas empresas reciben un análisis y un plan de acción con recomendaciones para mejorar en cada uno de los ejes del programa: calidad, productividad, gestión comercial, eficiencia y productividad laboral.

En comparación a emprender y generar empleo, ser empleado es más seguro y convincente, más vendible. Formar empresa y empezar desde cero son modalidades mucho más costosas y complejas de producir, en todo sentido. A nivel de ejecución, muchas veces se originan desde una idea creativa, pero su realización y producción conlleva mayor tiempo, recursos económicos y requiere una mayor experiencia y dominio del tema. De ahí que no resulte raro constatar un escaso porcentaje en la creación de emprendimiento como opción laboral, en un momento en que se crean nuevas posibilidades de emprendimiento para los comunicadores.

Como se evidencia en los resultados, en las 478 noticias recopiladas, sólo se encontraron 3 artículos en los que los emprendedores eran comunicadores, de los cuales uno solo emprendió en temas referentes a la comunicación; como lo es el caso de Carlos Mateus, de 25 años, un joven comunicador y emprendedor. Quien en el año 2013 decidió emprender y dar origen a 'AndarColombiaes' una emisora online que tiene como temática un enfoque turístico y cultural; y que nació de la idea de no solo emprender comunicativamente, si no que a través de esta también exaltar la música colombiana, así como la promoción de productos y destinos turísticos; lo que ha permitido que la emisora sea escuchada en más de 65 países vía online". Los dos casos restantes lo hicieron en temas de floristería y decoración. Algo realmente desalentador, tomando en cuenta el potencial y el amplio campo laboral que tienen los comunicadores para emprender.

Es importante que la prensa destaque todo tipo de emprendimientos, no solo los de grande escala sino también las microempresas que con pequeños pasos logran posicionarse de igual forma en el mercado, generando desarrollo económico e intelectual en la región. Este es un factor que motiva a las personas a enfrentarse

al desafío que conlleva emprender en Colombia, pues entre más visible sea esta cultura del emprendimiento, mejor acogida es por la población.

Aunque también se genera una fuerte barrera al emprender debido a que diariamente las noticias indican la existencia de crisis económicas para empresarios, las afecciones en cuanto impuestos, rendición de cuentas y aspectos legales han significado el principal obstáculo para aquellos microempresarios que prefieren no escalar al siguiente nivel con sus negocios debido al desconocimiento de los procedimientos adecuados y el cumplimiento de normativas que establece el gobierno.

Con las rutinas de producción actuales, el papel de los medios cobra vital importancia por motivos logísticos y económicos, el análisis de medios se convierte en el filtro principal de la realidad presentada. De ahí que temáticas vinculadas al desarrollo emprendedor y cultural a nivel regional en su mayoría, no siempre aparezcan debidamente estructuradas, dentro de esta dinámica informativa.

## 5.2 OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES

A partir de las encuestas realizadas a los estudiantes de las universidades que poseen la carrera de pregrado de Comunicación Social UNAB, UPB, UDI, se obtuvo mayor información acerca del emprendimiento. Se denota que los estudiantes de las distintas universidades no reciben las suficientes herramientas académicas para salir a emprender, sino que optan por ejercer en los medios de comunicación tales como prensa, radio, entre otros.

En la UPB se aplicaron 18, en la UDI 12 y en la UNAB se abordaron 460 a los estudiantes de distintos semestres, para un total de 490 encuestas. A continuación, la cantidad de encuestas establecidas en cada semestre:

**Figura 14.** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social



**Fuente:** propia

Los estudiantes de las universidades mencionadas anteriormente dieron su opinión acerca de temas relacionados con el emprendimiento. A continuación, se da a

conocer las opiniones de los alumnos encuestados de acuerdo a cada pregunta establecida:

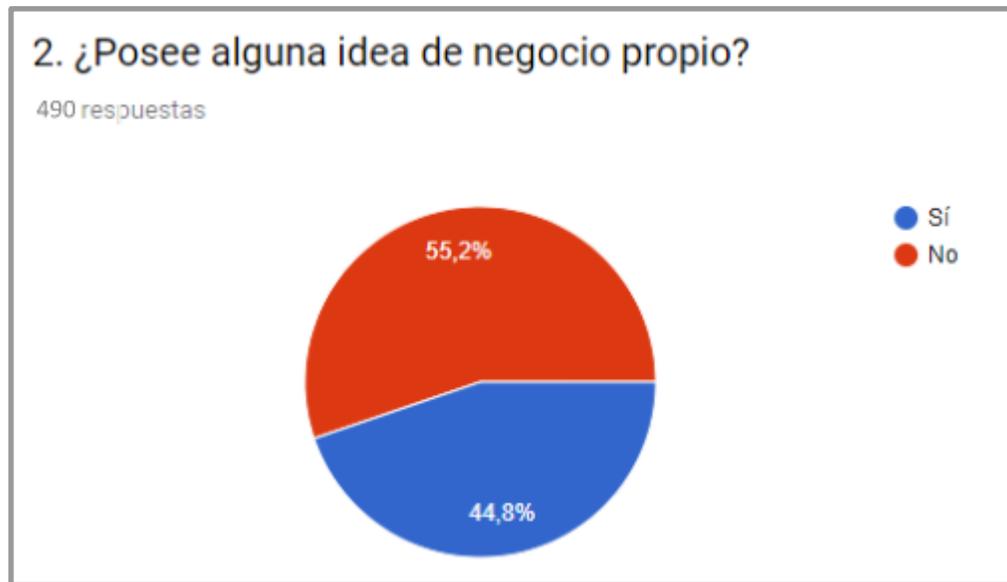
**Figura 15.** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social



**Fuente:** propia

Se establece como pregunta inicial ¿en qué quisiera desempeñarse laboralmente una vez obtenga su título profesional? en la cual el 57% de los estudiantes analizados de las tres universidades eligen poner en práctica los conocimientos adquiridos como comunicador organizacional de una empresa, frente a un 23% que sí optan por crear una empresa relacionada con la carrera y obtener sus ingresos a partir de autoempleo, finalmente un 20% por emprender un negocio independientemente en lo que se desarrolle.

**Figura 16.** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social



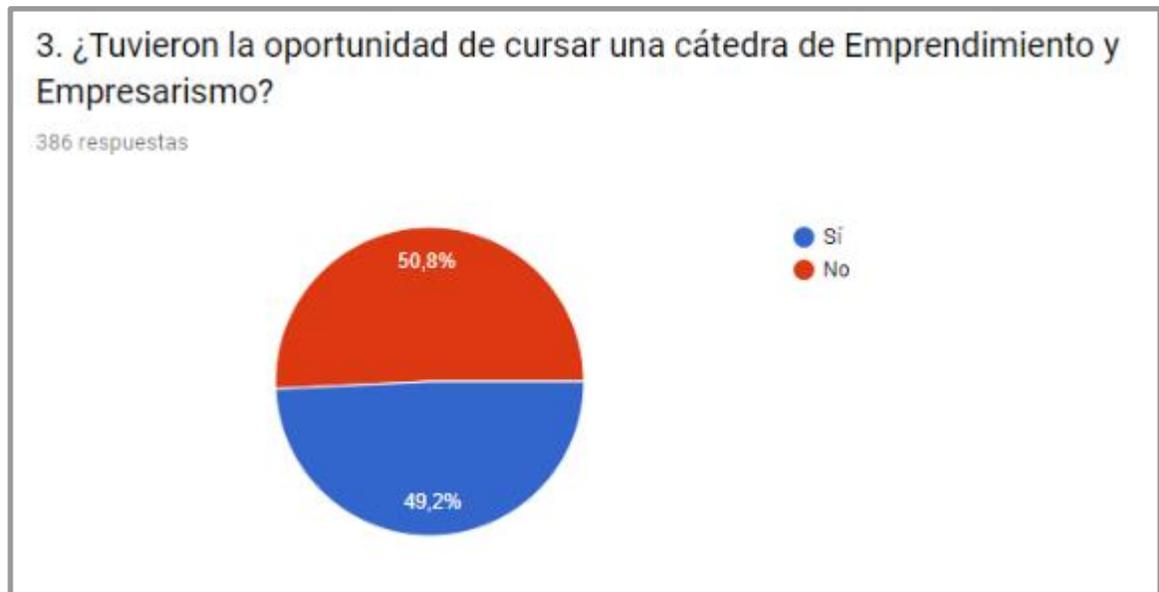
**Fuente:** propia

Asimismo, se plantea la segunda pregunta ¿posee alguna idea de negocio propio? en la que el 44,8% de los estudiantes que ya tienen clara su idea de negocio al graduarse de la universidad, así como lo manifestó una estudiante “yo tuve una idea que se hizo sobre community managers que ofrecía tres servicios a freelancers, a empresas y a personas y quiero retomarla al graduarme”<sup>183</sup>. Frente a un 55,2% de alumnos que aún no tienen iniciativas para generar o emprender empresas.

---

<sup>183</sup> (G:1) Grupo focal 1. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 195

**Figura 17.** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social



**Fuente:** propia

Para algunas instituciones educativas el emprendimiento, “es un factor diferenciador, porque está la parte de creatividad que no lo tiene otras instituciones, un estudiante dice, a mí me gusta el emprendimiento y la Unab tiene espacios de este”<sup>184</sup>. Es, por ende, que los estudiantes tienden a adquirir conocimientos en universidades que implemente este tipo de cátedras o semejante a ellas.

Se denota que el 50,8% adquirieron en su listado de asignaturas la cátedra de Emprendimiento y Empresarismo frente al 49,2% que no contaron con el apoyo de alguna materia enfocada al emprender. Se presenta falencia en aquellos estudiantes que no tuvieron la posibilidad de obtener conocimientos para fomentar el espíritu innovador en iniciativas emprendedoras, o de igual manera, llevar a cabo actividades relacionadas con ideas generadoras de empresa. Es de gran importancia tener en cuenta estos aspectos en las aulas, familiarizar a los jóvenes

---

<sup>184</sup> (G:1) Grupo focal 1. Universidad Autónoma de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 195

con estos conceptos con el fin de causar interés y posean las habilidades necesarias para crear su propia empresa de manera innovadora y creativa.

Los estudiantes encuestados que tuvieron la oportunidad de cursar una cátedra de Emprendimiento y Empresarismo respondieron a las siguientes tres preguntas planteadas:

**Figura 18: Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social**

Si su respuesta fue sí, responda lo siguiente: Considera que:

241 respuestas



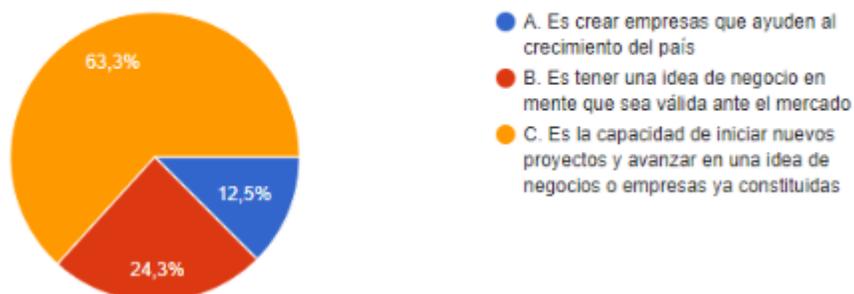
**Fuente:** propia

Para los alumnos de las universidades mencionadas, el 34,5% considera que es un comunicador creativo y proactivo que puede ser partícipe de manera eficiente en la sociedad en cualquier ámbito laboral relacionado con la carrera, sin embargo, el 26,1% poseen los conocimientos necesarios para crear empresa si así lo desean y no depender de otra entidad, por último, el 39,4% consideran que poseen las habilidades de negociación y dirección de negocios para llevar a cabo la empresa con éxito.

**Figura 19:** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social

¿Conoce usted qué es Emprendimiento?

400 respuestas



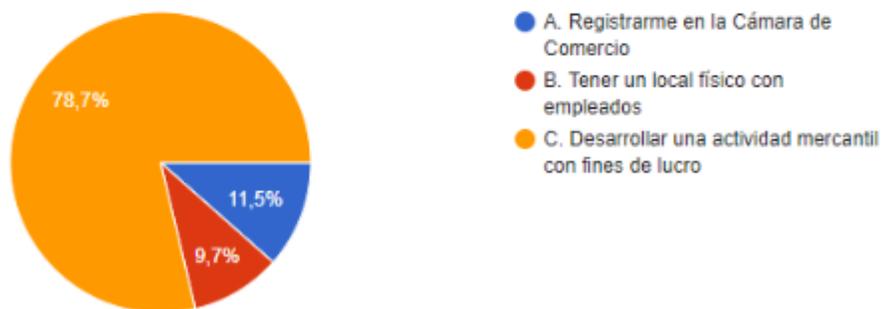
**Fuente:** propia

Es necesario la claridad que presenten los comunicadores sociales acerca de la definición de emprendimiento. Por lo tanto, se establece la pregunta ¿conoce usted qué es Emprendimiento? con el fin de conocer la perspectiva de dicho concepto mediante tres opciones de respuesta. Por consiguiente, entre los datos obtenidos se destaca: el 63,3% concretan el emprendimiento como la capacidad de iniciar nuevos proyectos y avanzar en una idea de negocios o empresas ya constituidas, el 24,3% expresa tener una idea de negocio en mente que sea válida ante el mercado, obteniendo resultados positivos, y el 12,5% lo definen como crear empresas que ayuden al crecimiento del país. Son estos porcentajes los cuales denotan cómo desarrollan la definición de Emprendimiento los estudiantes de la UPB, UDI Y UNAB.

**Figura 20:** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social

### ¿Qué es hacer empresa?

490 respuestas



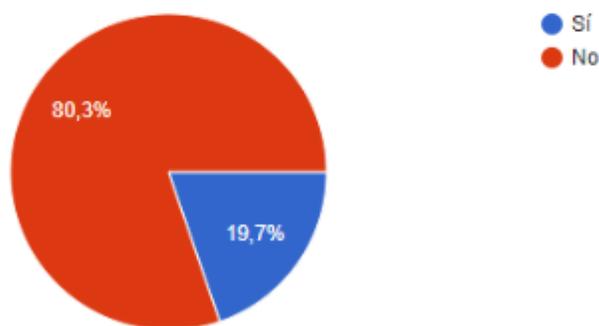
**Fuente:** propia

De igual manera, es necesario tener conocimiento de la perspectiva que poseen los estudiantes sobre empresa, es por ello, que se plantea la pregunta ¿qué es hacer empresa? en la cual el 11,5% considera que hacer empresa es registrarse en la Cámara de Comercio, el 9,7% lo define como tener un local físico con empleados y el 78,7% manifiesta el hacer empresa como el desarrollo de una actividad mercantil con fines de lucro.

**Figura 21: Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social**

#### 4. Conoce las leyes nacionales relacionadas con el Emprendimiento

385 respuestas



**Fuente:** propia

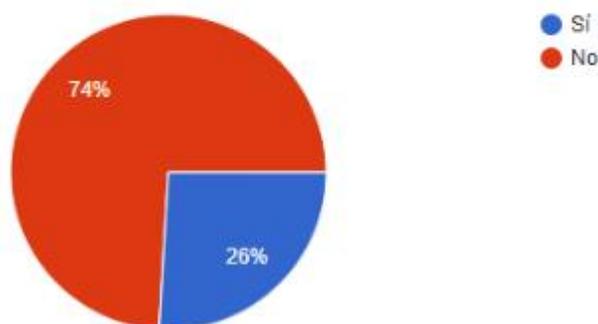
Las políticas públicas no son tema de interés para los estudiantes, sin embargo, es importante tener en cuenta el acercamiento que presentan los estudiantes de comunicación social frente al emprendimiento como tema destacado dentro de la agenda legal de Colombia.

Es así como lo demuestra el 80,3% el cual no tiene conocimiento sobre las leyes nacionales del emprendimiento en el país, el 19,7% posee un leve acercamiento a la normatividad que se rige en Colombia a los empresarios.

**Figura 22:** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social

5. ¿Conoce los espacios que brindan las entidades como la Cámara de Comercio, La Alcaldía, Gobernación o dependencia de Emprendimiento de su universidad?

490 respuestas



**Fuente:** propia

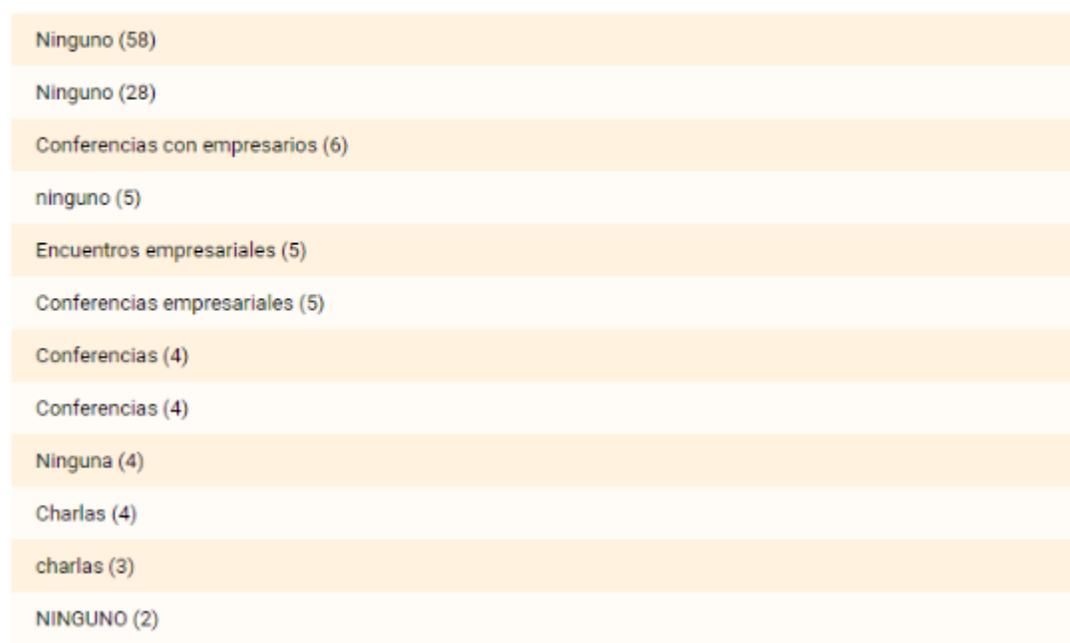
Las entidades mencionadas, comúnmente tienden a realizar eventos y actividades relacionadas con el emprendimiento en las cuales los ciudadanos asisten y participan en estas. Es por ello que surge la duda si los estudiantes hacen parte de dichas acciones.

El 74% de los estudiantes no conocen los espacios de emprendimiento que brindan las entidades como lo es la Cámara de Comercio, la Alcaldía, la Gobernación o alguna dependencia de la universidad, frente a un 26% que sí han tenido la oportunidad de estar presentes en dichos espacios.

**Figura 23:** Gráfica de encuesta a estudiantes de Comunicación Social

### 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

169 respuestas



**Fuente:** propia

La anterior gráfica señala las diferentes actividades que se han desarrollado en el transcurso de los años con el fin de implementar en las personas el espíritu emprendedor, así mismo, eventos en los cuales se brinda información importante que se debe llevar a cabo para generar empresa, conferencias con empresarios, encuentros empresariales, charlas, entre otros. Se notó el poco interés que demuestran los ciudadanos con temas relacionados al emprendimiento. Es alto el número de estudiantes que no asisten a eventos, talleres o conferencias con dicho fin.

### 5.3 Emprendimiento en la región

Se considera que es bajo el crecimiento empresarial que existe en Santander por parte de Comunicadores Sociales a pesar de ser una región con alto nivel de emprendimiento. “Al cierre de 2017 se matricularon en la Cámara de Comercio de Bucaramanga 14.756 nuevas empresas para un crecimiento del 6,1%, con énfasis en las microempresas que representaron el 99,7% del total”.<sup>185</sup> Lo que refleja el alto índice de iniciativas emprendedoras que surgen de parte de personas santandereanas que en su mayoría resultan ser jóvenes, con gran interés en recrear escenarios comerciales antiguos con sus nuevas ideas y actualizaciones que se ajusten a las tendencias actuales de consumo.

Una de las razones que motiva en gran parte a emprendedores es el manejo del tiempo, que pueden darse a sí mismos, así es como lo expresa el empresario Iván Arango: “quería un estilo de vida donde yo pudiera como llevar un poco más las riendas de mi vida, de mi vida profesional, de mi vida económica, de mi tiempo, de cómo lo manejo y que me permitiera también meterme en otros proyectos”<sup>186</sup>. Esto se debe a la capacidad de autonomía y el nivel de riesgo que los egresados contemporáneos están dispuestos a tomar, con el fin de lograr dichos beneficios.

La presencia de empresas enfocadas al área de comunicación social en la región no son vistas por los egresados como una de las principales salidas, a pesar de que “las cifras demuestran que existe, en general, optimismo por parte de los santandereanos con respecto al ambiente para realizar negocios en la región, lo cual se tradujo en más empresas y un mayor flujo de capital, especialmente a partir del segundo semestre de 2017”.<sup>187</sup>

---

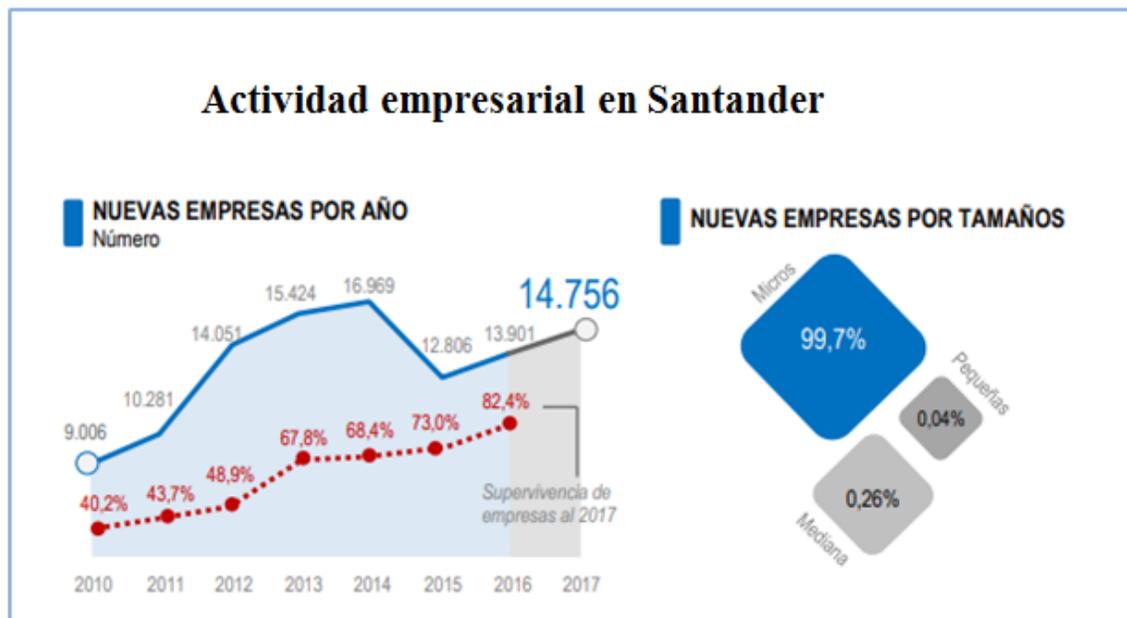
<sup>185</sup> Nuevas empresas Santander 2017. Cámara de Comercio de Bucaramanga. [en línea], [revisado febrero 28 [2018]. Disponible en internet: <<https://www.camaradirecta.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2018/constituidas%20Santander%202017.pdf>>

<sup>186</sup> (E:10): Entrevistado 10. Empresario de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 165

<sup>187</sup> Ibid

La problemática es que las empresas de comunicación exigen un desafío en cuanto a cautivar al público objetivo, específicamente con resultados, además de que el emprendedor debe contar con habilidades y conocimientos con respecto a la dirección de una empresa, destrezas que no se les facilitan a los estudiantes, ya que son educados para cumplir con actividades únicamente relacionadas con su área.

**Figura 24.** Nuevas empresas Santander 2017.<sup>188</sup>



**Fuente:** CÁMARA DE COMERCIO BUCARAMANGA

La falta de capacidades para gestionar a nivel general una empresa por parte de egresados de comunicación social se deben a que tanto aspectos técnicos como financieros que están presentes en el trabajo, y que tiene que llevar a cabo a diario una persona que lidera una empresa, no son adquiridos en la universidad o entidades educativas. Es por ello que existe mayor confianza en salir a emplearse que en emprender, así tengan el interés en hacerlo, ya que “los ciclos de desarrollo

<sup>188</sup> Ibid

de competencias para alguien que es empresario son mucho más exigentes que cuando es empleado. Cuando es empleado está supeditado a lo que la organización lo deje hacer, mientras que el empresario es el que está haciendo que las cosas pasen”<sup>189</sup>.

Lo que demuestra que el desafío de un emprendedor en Santander no solo está en tener una idea innovadora que la valide el mercado, sino que también influyen las capacidades de negociación y relaciones con el público, que se adquieren en una formación académica. Debido a que “ser empleador no solamente lo pone a prueba con respecto a otros competidores del mercado, sino que lo pone a prueba en la administración de recursos y en el desarrollo de la estrategia de negocios, algo que no se puede maniobrar cuando es empleado”<sup>190</sup>.

---

<sup>189</sup> (E:8): Entrevistado 8. Comunicador empresario de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 165

<sup>190</sup> (E:10): Entrevistado 10. Empresario de Bucaramanga. Ver entrevista completa en anexos pág. 165

## **6. Conclusiones:**

La falta de cultura empresarial en un joven está basada en la formación educativa, las herramientas que estas puedan brindar, las condiciones sociales, económicas y políticas que han tenido. Las instituciones que fomentan el emprendimiento a través de jornadas o encuentros fortalecen a un mayor conocimiento de la normativa y posibles ayudas para que los estudiantes se motiven para proyectos empresariales.

Se considera necesario un cambio en la formación de los futuros comunicadores sociales para poder adaptarse a los nuevos roles profesionales, es importante incluir el curso empresarial en el programa de Comunicación Social para fomentar y desarrollar el espíritu de innovación y desarrollo de sus propias empresas en los estudiantes.

Las universidades de Santander no brindan las suficientes herramientas académicas para que los futuros graduados tiendan a emprender. Es por ello que los casos de emprendimiento en Santander de comunicadores sociales se encuentran entre los menos comunes. Así mismo, poseen poco conocimiento sobre la normatividad que debe regir una persona para crear empresa.

Dentro de las universidades analizadas, se encontró que las Unidades Tecnológicas de Santander (UTS) es la única institución de educación superior en Santander que posee la cátedra de “Empresarismo y Emprenderismo”. Se denota que existen programas de capacitación y apoyo a emprendedores pero el desconocimiento y la desinformación de los mismos no permite que los estudiantes accedan a ellos.

Los estudiantes señalan que el mayor factor de impedimento para crear o generar empresa en la ciudad es el económico. Por tal motivo, muchos de ellos con ideas claras de negocio y viables para el mercado, no pueden ser posibles debido a esta problemática.

Se concluye como necesario generar mayor interés por iniciar nuevos proyectos empresariales y apostar por el autoempleo, como una alternativa al trabajo por cuenta ajena en los grandes grupos de comunicación. Además, cuanto más formado esté el alumnado en cuestiones empresariales, laborales, económicas, etc., es mayor la predisposición al emprendimiento.

Luego de alcanzar cifras tan altas de desinformación por parte de los jóvenes prontos a graduarse y obtener su título profesional frente a las políticas públicas de emprendimiento en el país, no solo refleja un aspecto que disminuye los niveles de emprendimiento y afecta el cumplimiento de los objetivos establecidos por el Gobierno para incrementar los niveles de autoempleo, desarrollo y economía del país por medio de las MYPYMES. Sino, que genera el fenómeno del empleo por parte de recién egresados en áreas del conocimiento o labores que no tienen relación al título obtenido, así como que aumenta los índices de desempleo por la falta de oferta laboral para estos contemporáneos de la Comunicación Social.

Afirmando, las hipótesis de la tasa de desempleo en Santander como una de las más altas en Colombia, que va en aumento cada año con relación al anterior y rectificando la creencia inicial al empezar el proyecto de que en Santander y más puntualmente en Bucaramanga, las empresas que han sido fundadas por comunicadores o para fines de comunicación no representan cifras positivas pese a la falta de formación y conocimiento de las posibilidades normativas y de apoyo financiero que existen en el país.

## 7. RECOMENDACIONES

La poca absorción laboral por parte de las empresas con los egresados se puede combatir por medio de emprendimientos enfocados a mejorar la calidad de vida de las personas, generando nuevos empleos para el campo de las comunicaciones. Para esto es importante fortalecer los conocimientos que adquieren los estudiantes universitarios, así antes de salir al mercado laboral podrán elegir entre optar por emprender o emplearse, teniendo las habilidades necesarias para cualquiera de las dos opciones.

Debido a la desinformación de los distintos programas que existen por parte de entidades públicas y privadas para incorporar a los jóvenes en programas de apoyo y financiamiento, las oportunidades para el emprendimiento son poco acogidas y vistas como un desafío con alto nivel de riesgo. Esta perspectiva está asociada a la gran cantidad de pymes que existen y se crean cada año en Santander, pero que a su vez fracasan en sus primeros años.

También los medios de comunicación le han dado un apartado importante al tema de emprendimiento, comprendiendo que este es el impulso hacia el crecimiento regional. Sin embargo, la evidencia de que son pocas las microempresas que logran el éxito empresarial ampliándose en el mercado y mejorando sus prácticas.

Esta situación de las microempresas se convierte en un mercado objetivo para nuevos emprendimientos enfocados en la comunicación organizacional, ya que la mayoría de las empresas en Santander presentan necesidades en cuanto a crecimiento empresarial y fortalecimiento de su imagen.

Por otro lado, el ámbito de emprendimiento en comunicación y periodismo es más preciso, y puede lograrse a través del espacio digital y con empresas de la economía naranja, puesto que la industria periodística se encuentra saturada de medios. De esta manera por medio de la creatividad y generación de contenidos los egresados en periodismo tienen un campo a explorar con sus habilidades en creación de nuevas formas de consumir información.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- AUDET, José. Formar para emprender. Chile: Comunicar, 2012. 12 p.
- AGUILAR, Carlos y LIMA, Marco. ¿Qué son y para qué sirven las políticas públicas? En Contribuciones a las Ciencias Sociales. México, 2009. 2 p.
- ARGANDOÑA, Antonio. Responsabilidad social de las empresas: ¿Qué modelo económico? ¿Qué modelo de empresa? Universidad de Navarra. España. 2012. 14 p.
- BARON, Robert. Periodistas: el acceso al mercado laboral. En: Ámbitos. España. Vol. 1, No. 3 1998; 23 p.
- BAHAMON LIZCANO, Claudia patricia ensayo intra emprendimiento organizacional, acercamiento al caso colombiano. Colombia, 2013. 9 p.
- CABEZUELO LORENZO, F. & TORRECILLAS LACAVE, T: “La formación de nuevos perfiles profesionales en 122 comunicación digital y la implementación del EEES”. 2012. 22 p.
- CAMPOS FREIRE, Francisco. “Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas “. En: Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid. Vol. 1, No. 16 (2010); p. 149
- \_\_\_\_\_ “Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas “. En: Estudios sobre el mensaje periodístico. Madrid. Vol. 1, No. 16 2010 156 p.
- CASTRO, Jorge. Emprendimientos digitales y diseño de modelos de negocio: investigación aplicada en estudiantes de la Carrera de Comunicación.
- CASERO RIPOLLES, Andreau. “Periodismo emprendedor, estrategias para incentivar el auto empleo periodístico como modelo de negocio” En: Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Madrid. Vol. 3, No.2 (abr.2013); p. 18
- \_\_\_\_\_. “Periodismo emprendedor, estrategias para incentivar el autoempleo periodístico como modelo de negocio” En: Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Madrid. Vol. 3, No.2 abr.2013; 29 p.

- CHAMORRO, Edwin., CEBALLOS, Hugo y BOTERO, Juan. Política de emprendimiento en Colombia, 2002–2010, en Estudios Gerenciales. ICESI. Armenia, 2013. p.275
- COLOMBIA, UN PAÍS QUE PRODUCE PERIODISTAS POR ‘MONTONES’: Departamento de Santander. MinCT. [en línea], [revisado enero 13 2018]. Disponible en internet: ([www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-116553.html](http://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-116553.html))
- COLOMBIA. Constitución Política, Legis: Bogotá D.C. Segunda edición, 1991.
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 344 de 1996.
- COLOMBIA, UN PAÍS QUE PRODUCE PERIODISTAS POR ‘MONTONES’: Departamento de Santander. MinCT. [en línea], [revisado enero 13 2018]. Disponible en internet: ([www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-116553.html](http://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/article-116553.html))
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 1192 de 2009.
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 344 de 1996.
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 344 de 1996.
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley 590 de 2000.
- COLOMBIA. Congreso de la República. Ley Ciencia y Tecnología de 1990.
- COLOMBIA. Departamento Nacional de Planeación. COMPES.
- COLOMBIA. Diario Oficial 45160, Bogotá D.C., 2003.
- COLOMBIA. Diario Oficial 46657, Bogotá D.C., 2007
- CONNELLY, Michael y CLANDININ, Jean. Stories of experience and narrative inquiry. EE UU: Educational Researcher, 1990; 6 p.
- CURRAN, James. “The Future of Journalism”. En: Journalism Studies. Londres. (2010); 19 p.
- DIAZ NOCCI, Javier. Medios de comunicación en internet: algunas tendencias. Madrid, 2010. 19 p.
- DINERO. El emprendimiento por necesidad. Caso Colombia. DINERO [en línea], [revisado marzo 3 2018]. Disponible en internet:

(<http://www.dinero.com/emprendimiento/articulo/el-emprenderismo-por-necesidad-caso-colombia-por-oscar-espinosa/250369>)

- DRUCKER, Peter. La innovación, el medio con el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Argentina: Buenos Aires, Enero del 2004. 84 p.
- FAJARDO, Constanza. ROMERO y Myriam. VÉLEZ, Carlos. Régimen legal, tributario, contable y social de las sociedades por acciones simplificadas S.A.S. Bogotá D.C. En: Criterio Libre, enero- junio, 2009, vol.7 no.10, 147-175 p.
- FARIAS, Pedro. Informe anual de la profesión periodística. Madrid, Asociación de la prensa de Madrid, 2010. 34-49 p.
- FORMICHELLA, María Marta. "el concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local". Madrid, 2012. 39 p.
- GARCÍA, Lina. Condicionantes del emprendimiento en Colombia. Medellín, Colombia. En: El cuaderno: Escuela de ciencias estratégicas, julio-diciembre, 2008, vol.2 no.4, 167-175 p.
- GIDDENS, A., y otros. Habermas y la modernidad. Madrid: Cátedra. 1991. 209 p.
- \_\_\_\_\_ . Habermas y la modernidad. Madrid: Cátedra. 1991. 218 p.
- GOYANES, Manuel. . Apoyo estructural en la intención emprendedora de estudiantes de periodismo y comunicación audiovisual en España.
- GÓMEZ AGUILAR, María Sol. El emprendimiento en periodismo- La actitud de los estudiantes. Colombia. 2015. 24 p.
- GÓMEZ, Liyis. MARTÍNEZ, Joselín y ARZUZA, María. Política pública y creación de empresas en Colombia. Barranquilla, Colombia. En: Pensamiento y gestión, julio- diciembre, 2006. 21 p.
- GÓMEZ, Marta. Medios en la comunicación organizacional. Medellín, Colombia. 2008 [en línea], [revisado marzo 8 2018]. Disponible en internet: (<https://comorg.files.wordpress.com/2008/10/medios-en-la-com-org.pdf>)

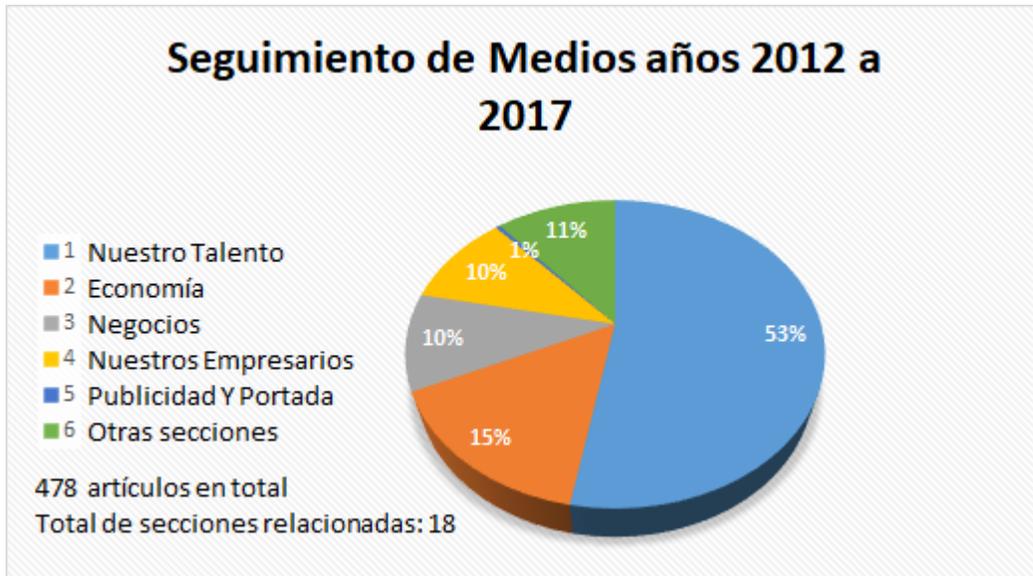
- GRINNELL. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010; 4 p.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; LUCIO, Baptista. Metodología de la Investigación. Quinta edición, 2010. 4 p.
- MANFREDI, Juan Luis. Innovación y periodismo: emprender en la universidad. La Laguna (Tenerife). – Creative Commons. 2015. 28 p.
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L. Innovación periodismo: Generadores de empresas desde la universidad. España: Cuadernos artesanos de comunicación, 2013. 42 p.
- MIGUÉLEZ, Miguel Martínez. Los grupos focales de discusión como método de investigación. *Heterotopía*. México. Vol. 26, 2004; 1 p.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Política Nacional de Emprendimiento. MINCIT [en línea], [revisado febrero 28 2018]. Disponible en internet:[http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16435/politica\\_nacional\\_de\\_emprendimiento](http://www.mincit.gov.co/minindustria/publicaciones/16435/politica_nacional_de_emprendimiento). 1 p.
- Ministerio de Industria y Turismo. Política Nacional de Emprendimiento. MINCIT: Bogotá D.C., 2011. 1 p.
- OBSCHONDA, Martin. “En trepreneurial intention as developmental outcome”. Francia: Vocational, 2010. 13 p.
- ONU. Organización de las Naciones Unidas Comunicación para el desarrollo, fortaleciendo la eficacia de las naciones unidas. (2011: Nueva York, EE.UU). 16 p.
- ORTEGA, Johana. La comunicación como estrategia de emprendimiento al interior del aula. Bogotá, 2013. 17 p.
- PANIAGUA, Rojano. GÓMEZ, Marisol. GONZÁLES, Eugenia. “Incentivar el emprendimiento periodístico desde la Universidad” En: Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 548 a 570
- PORTILLA LINARES, Hollman. “monografía de emprendimiento basada en la obra de Joseph alois schumpeter y david c. Mcclelland”.

- POSSO, Christian Manuel, "Desigualdad salarial en Colombia: cambios en la composición del mercado laboral y retornos a la educación postsecundaria". Colombia.1984-2005. 29 p.
- RIZO, Martha. "Interacción y comunicación en entornos educativos" En: Revista Iberoamericana de Educación. 22 de febrero de 2012. 56 p.
- RODRIGUEZ BREIJO, Vanessa." Formar para emprender: principales retos de las facultades de comunicación". Madrid, 2012. 4 p.
- RODRÍGUEZ Y NÚÑEZ. Emprendimiento y autoempleo en comunicación. Abramo y Montero Tratado latinoamericano de sociología del trabajo.2000. 46 p.
- ROMO, Gerardo y QUINTERO, Diana. Los gobiernos de las ciudades y los organismos que promueven su profesionalización. En Gestión y Política Pública. México, 2011. 118 p.
- ROSES, Sergio. Cambio del modelo de negocio de los medios informativos. En: Editorial Universitas. Madrid. 2010. 84 p.
- SARMIENTO, Francisco. El comunicador de hoy tiene un rol concertador y vinculante [en línea]. Universidad Continental. [Revisado 13 de marzo 2018]. Disponible en: (<https://ucontinental.edu.pe/noticias/comunicador-hoy-rol-concertador-vinculante/>)
- SARMIENTO, Francisco. El comunicador de hoy tiene un rol concertador y vinculante [en línea]. Universidad Continental. [Revisado 13 de marzo 2018]. Disponible en: (<https://ucontinental.edu.pe/noticias/comunicador-hoy-rol-concertador-vinculante/>)
- SOMERS, TOMAS. Educación cuerpo y ciudad, el cuerpo en las interacciones e instituciones sociales, 1994; 614 p.
- SONNAC, Nathalie. La economía de la empresa: versus un nuevo modelo. Francia: Les cahiers du journalisme, 2009. 22 p.
- TORRES, Jaime y SANTANDER, Jairo. Introducción a las políticas públicas, Conceptos y herramientas desde la relación entre Estado y ciudadanía. IEMP Ediciones, Bogotá D.C, 2013. p.15.

- UDET, JOSÉ. Formar para emprender. Chile: Comunicar, 2012. p. 12
- URIBE RODRÍGUEZ, Ana Fernanda, "Influencia del tipo de contratación en la calidad de vida laboral: manifestaciones del capitalismo organizacional".
- VESGA, Rafael. Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta? Universidad de los andes, Bogotá, Colombia.2012. 66 p.
- ZAMBRANO, Armando. El concepto Pedagogía en Philippe Meirieu. Un modelo, un concepto y unas categorías para su comprensión. Usc-2006-2007. 206 p.

## 9. ANEXOS:

### 9.1 SEGUIMIENTO DE MEDIOS



**Figura 1.** Seguimiento de medios Vanguardia liberal años 2012-2017

### Conclusiones análisis de medio Vanguardia Liberal

#### Balance general de datos cuantitativos:

Total, de secciones relacionadas: 18

478 artículos en total

- 251 artículos en la sección Nuestro Talento de los domingos.
- 75 artículos en la sección de Economía
- 48 artículos en la sección Negocios
- 49 artículos en Economía de la sección Nuestros Empresarios.
- 14 artículos en la sección Ciencia
- 9 artículos en la sección Bucaramanga
- 7 artículos en la sección Especial
- 6 artículos en la sección Educación
- 3 artículos en la sección Nacional
- 3 artículos en la sección Séptimo Día
- 2 artículos de la sección En la Web
- 2 artículos en la sección Tome Nota
- 2 artículos en la sección Metropolitana
- 2 artículos en la sección Novedades
- 1 anuncio publicitario
- 1 artículo en la sección Entrevista de la Semana

- 1 artículo en la sección de Sociales
- 1 artículo en portada
- 1 artículo en la sección Barrancabermeja
- 1 artículo en la sección Al volante

El 53% de los artículos encontrados entre los años 2012 y 2017 pertenece a Nuestro Talento.

El 15% de los artículos pertenece a Economía

El 10% de los artículos pertenece a Negocios

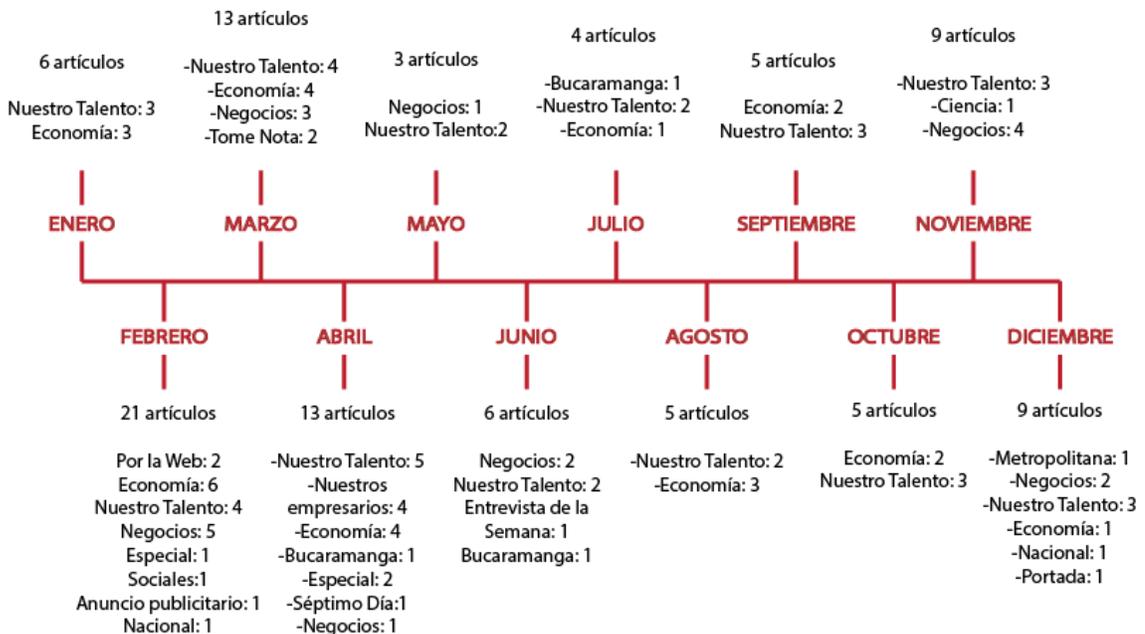
El 10% de los artículos pertenece a Nuestros Empresarios

El 1% de los artículos pertenece a publicidad y portada

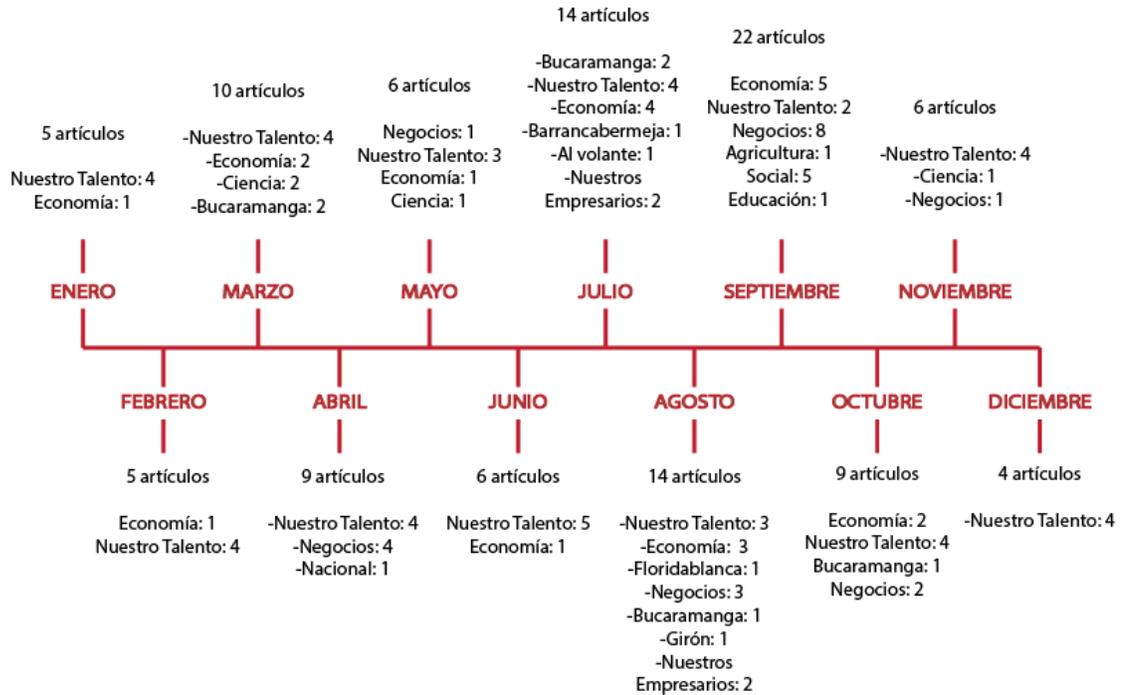
Y el 11% hace parte de las otras secciones

## Resultados análisis de medios

### Año 2012



## Año 2013



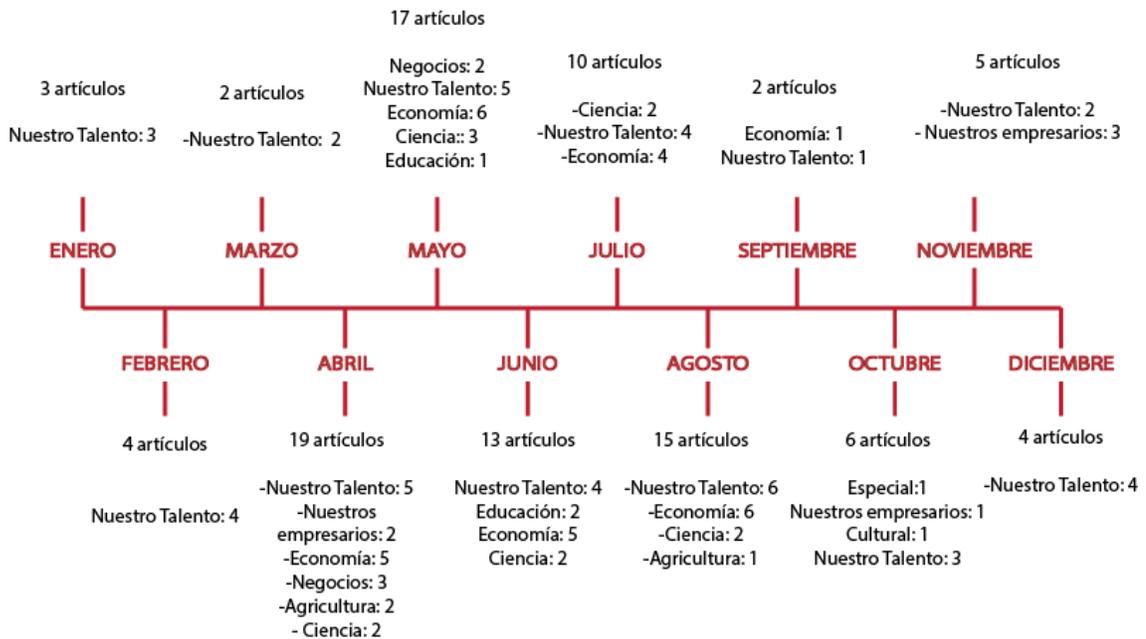
2013

## Año 2014



2014

## Año 2015



## Año 2016



# Año 2017

29 artículos



2017

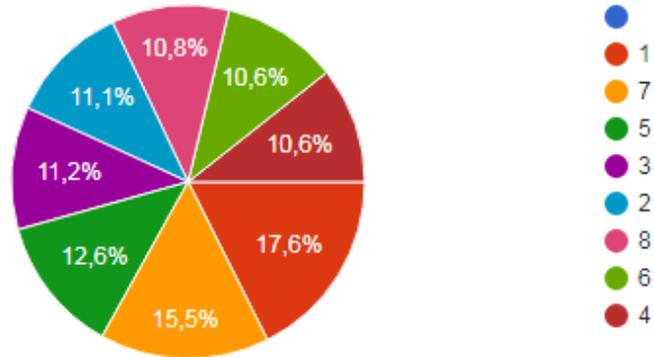
## 9.2 ENCUESTAS

### Balance general:



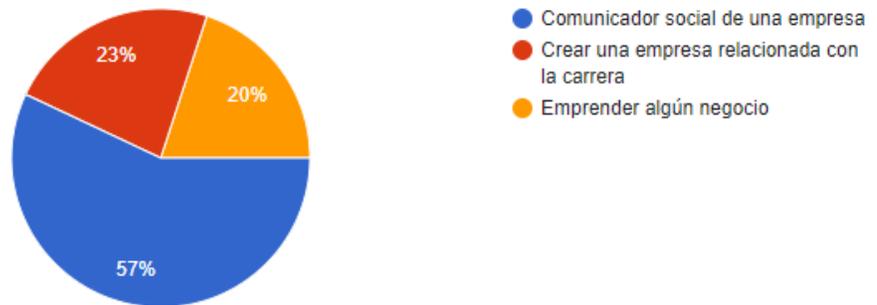
## Semestre actual del entrevistado

421 respuestas



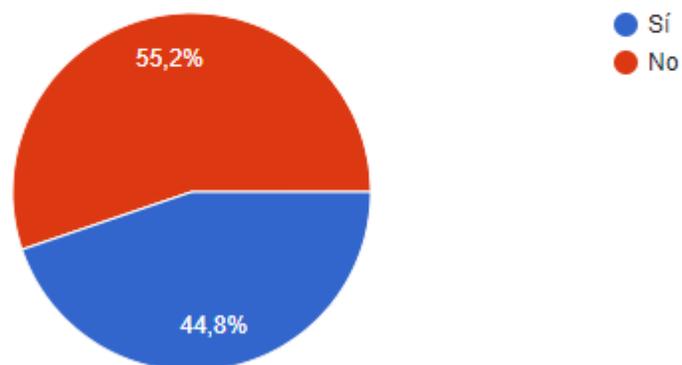
## 1. ¿En qué quisiera desempeñarse laboralmente una vez obtenga su título profesional?

400 respuestas



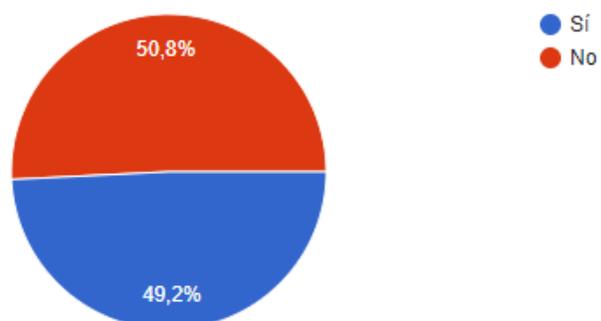
## 2. ¿Posee alguna idea de negocio propio?

393 respuestas



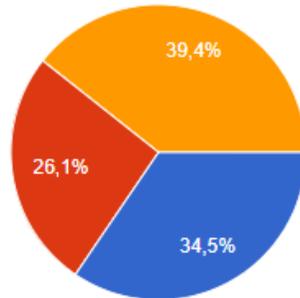
## 3. ¿Tuvieron la oportunidad de cursar una cátedra de Emprendimiento y Empresarismo?

386 respuestas



Si su respuesta fue sí, responda lo siguiente: Considera que:

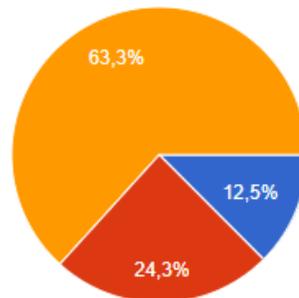
310 respuestas



- A: Es un comunicador creativo y proactivo
- B: Tiene los conocimientos necesarios para crear empresa si así lo desea
- C: Posee habilidades de negociación y dirección de negocios

¿Conoce usted qué es Emprendimiento?

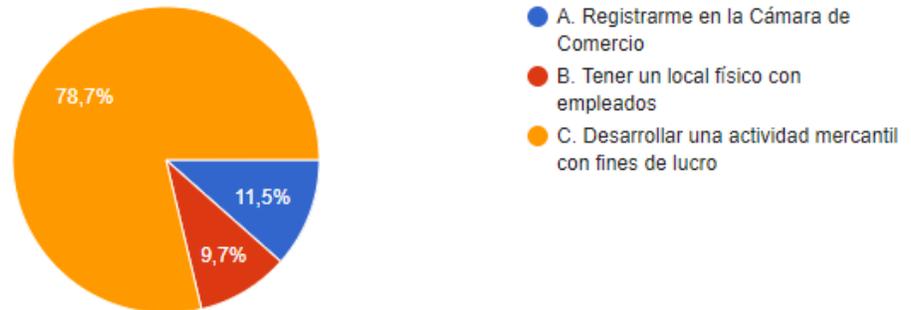
400 respuestas



- A: Es crear empresas que ayuden al crecimiento del país
- B: Es tener una idea de negocio en mente que sea válida ante el mercado
- C: Es la capacidad de iniciar nuevos proyectos y avanzar en una idea de negocios o empresas ya constituidas

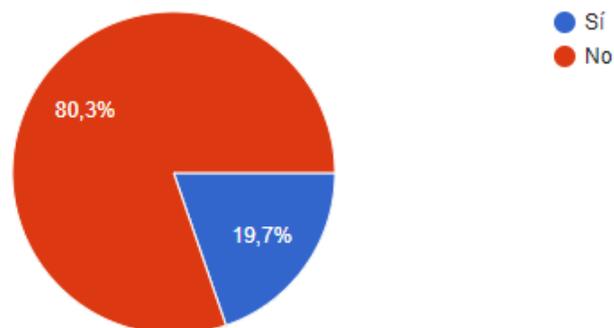
## ¿Qué es hacer empresa?

390 respuestas



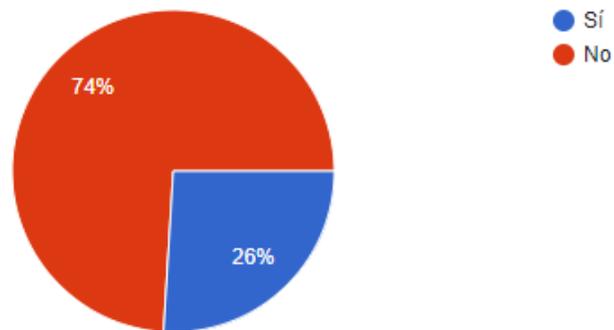
## 4. Conoce las leyes nacionales relacionadas con el Emprendimiento

385 respuestas



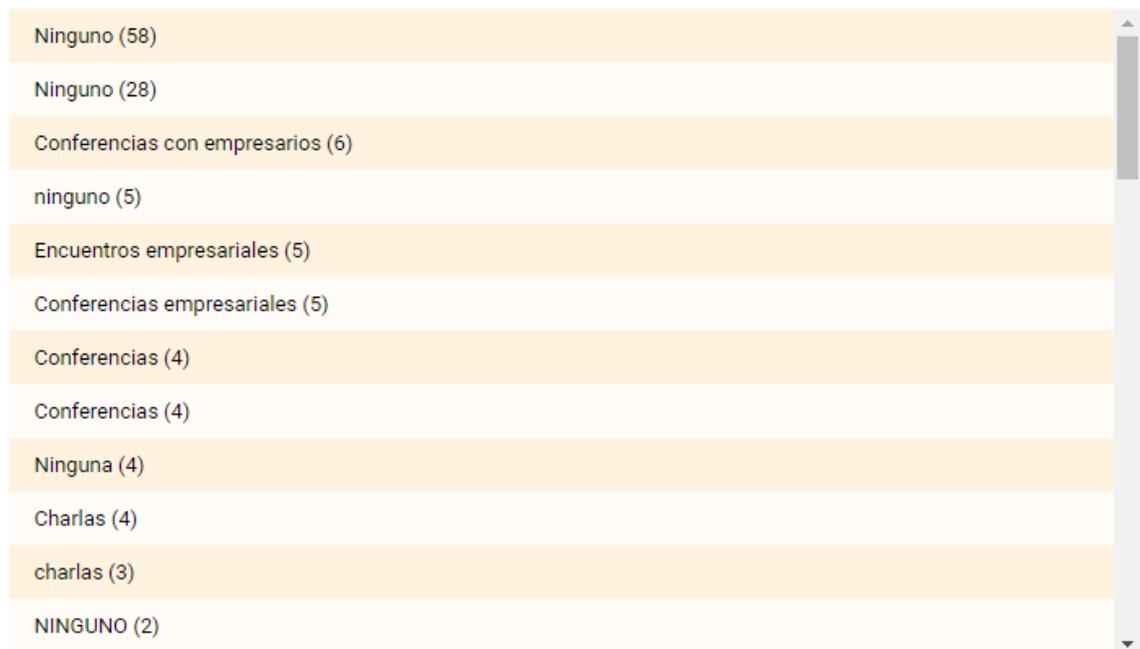
5. ¿Conoce los espacios que brindan las entidades como la Cámara de Comercio, La Alcaldía, Gobernación o dependencia de Emprendimiento de su universidad?

393 respuestas



6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

169 respuestas



## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

169 respuestas

Yambal (2)
Charlas con empresarios de la ciudad (2)
Charlas empresariales (2)
Tengo una película de Proimágenes
Charlas, conferencias y catedrad
A ningún evento relacionado con esto
expotécnicos del dámaso zapata
Varios, alrededor de 10.
eventos por parte del laboratorio UNABcreative
Eventos de Unab Creative y de Fenalco.
Departamentos clase con la profesora Norleybi
Charlas y demás
.....

## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

169 respuestas

UNAB creative
Ninguno pero me interesa asistir
APPS.CO
Pocos
Ninguno.
Ninguno relacionado con el tema.
conferencia
ninguno
Amway
Conferencia del día de periodista.
No he tenida la oportunidad de asistir a alguno sobre emprendimiento
congreso internacional de negocios internacionales realizado el pasado año en la UPB
proyecto de grado empresarial

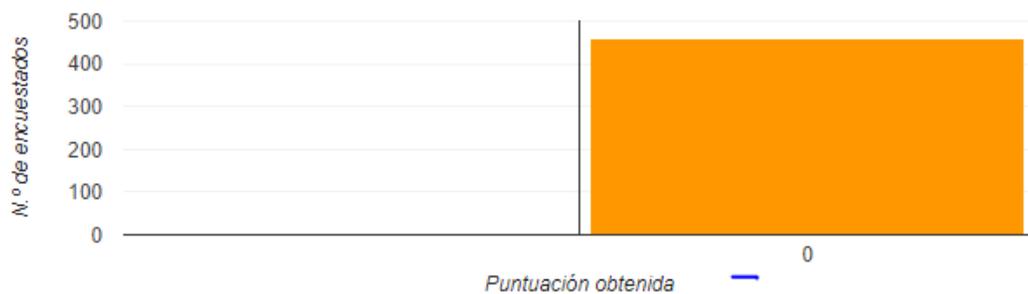
## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

169 respuestas

Camara se comercio
Conferencias en la uts
Conferencias en la alcaldía
En la alcaldía
Visito a empresas de la región
conferencias de la camara de comercio de bga, el ministerio de tics
Charlas de yambal
Emprendimiento socialmente responsable
fuck up
Ninguno
Charla
Ninguno

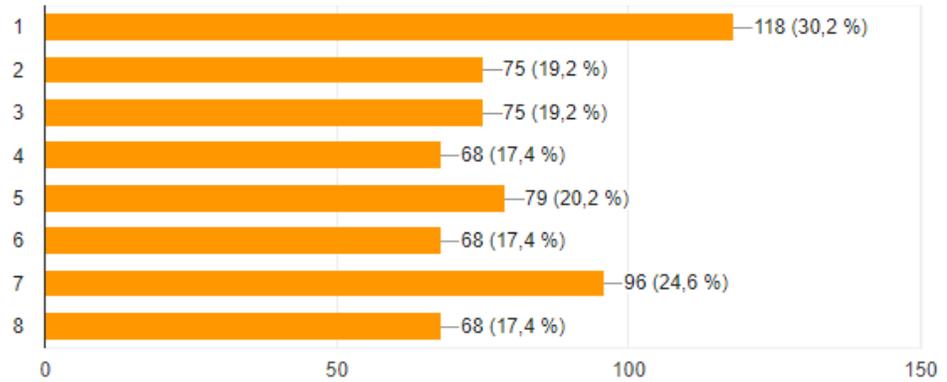
## Tabulación UNAB

Distribución de las puntuaciones totales



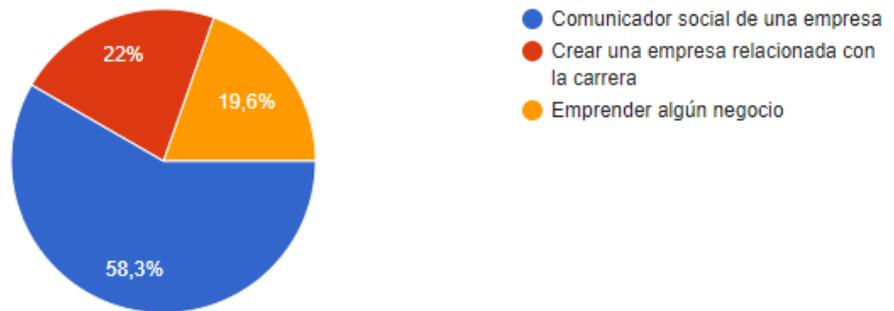
## Semestre actual del entrevistado

391 respuestas



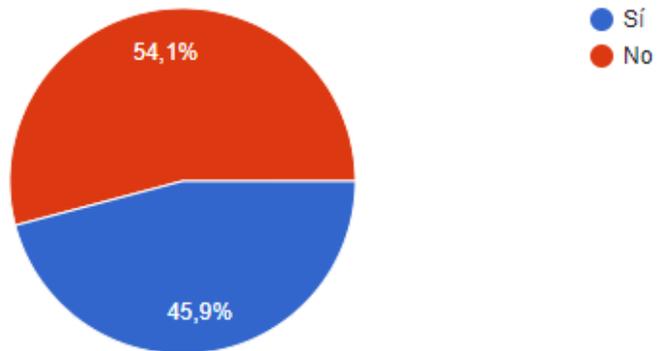
## 1. ¿En qué quisiera desempeñarse laboralmente una vez obtenga su título profesional?

372 respuestas



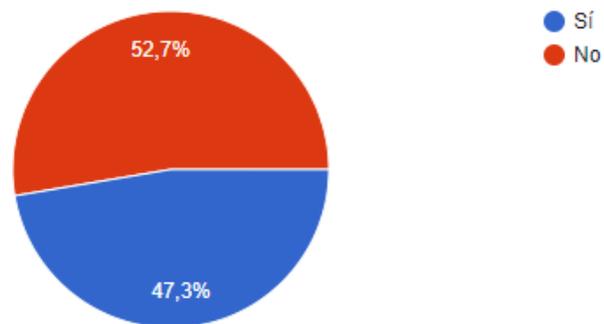
## 2. ¿Posee alguna idea de negocio propio?

364 respuestas



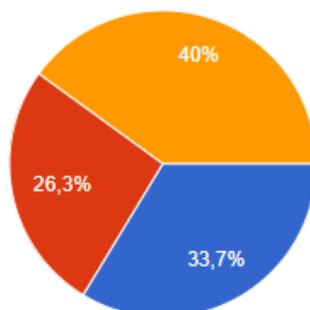
## 3. ¿Tuvieron la oportunidad de cursar una cátedra de Emprendimiento y Empresarismo?

357 respuestas



Si su respuesta fue sí, responda lo siguiente: Considera que:

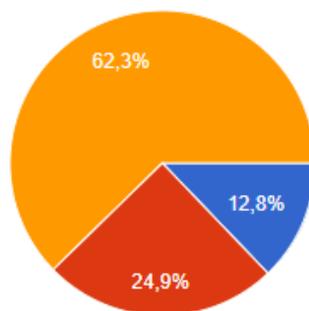
285 respuestas



- A: Es un comunicador creativo y proactivo
- B: Tiene los conocimientos necesarios para crear empresa si así lo desea
- C: Posee habilidades de negociación y dirección de negocios

¿Conoce usted qué es Emprendimiento?

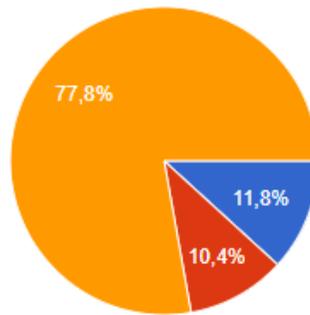
374 respuestas



- A. Es crear empresas que ayuden al crecimiento del país
- B. Es tener una idea de negocio en mente que sea válida ante el mercado
- C. Es la capacidad de iniciar nuevos proyectos y avanzar en una idea de negocios o empresas ya constituidas

## ¿Qué es hacer empresa?

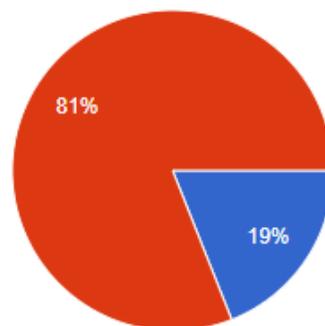
365 respuestas



- A. Registrarme en la Cámara de Comercio
- B. Tener un local físico con empleados
- C. Desarrollar una actividad mercantil con fines de lucro

## 4. Conoce las leyes nacionales relacionadas con el Emprendimiento

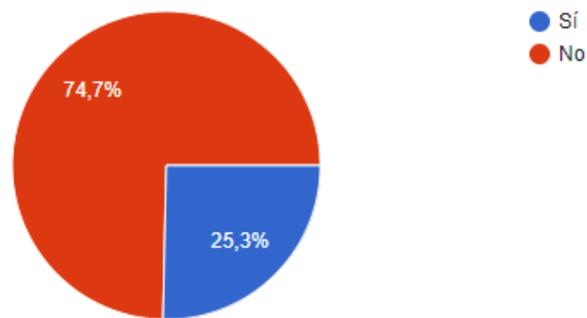
358 respuestas



- Sí
- No

5. ¿Conoce los espacios que brindan las entidades como la Cámara de Comercio, La Alcaldía, Gobernación o dependencia de Emprendimiento de su universidad?

367 respuestas



6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

148 respuestas

Ninguno (58)
Ninguno (19)
Conferencias con empresarios (6)
ninguno (5)
Encuentros empresariales (5)
Conferencias empresariales (5)
Conferencias (4)
Conferencias (4)
charlas (3)
NINGUNO (2)
Yambal (2)
Charlas con empresarios de la ciudad (2)

## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

148 respuestas

Ninguna (2)
Charlas empresariales (2)
Tengo una película de Proimágenes
Charlas, conferencias y catedrad
A ningún evento relacionado con esto
expotécnicos del dámaso zapata
Varios, alrededor de 10.
eventos por parte del laboratorio UNABcreative
Eventos de Unab Creative y de Fenalco.
Departamentos clase con la profesora Norleybi
Charlas y demás
UNAB creative

## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

148 respuestas

Ninguno pero me interesa asistir
APPS.CO
Pocos
Ninguno.
Ninguno relacionado con el tema.
conferencia
ninguno
Amway
Conferencia del día de periodista.
No he tenida la oportunidad de asistir a alguno sobre emprendimiento
congreso internacional de negocios internacionales realizado el pasado año en la UPB
proyecto de grado empresarial

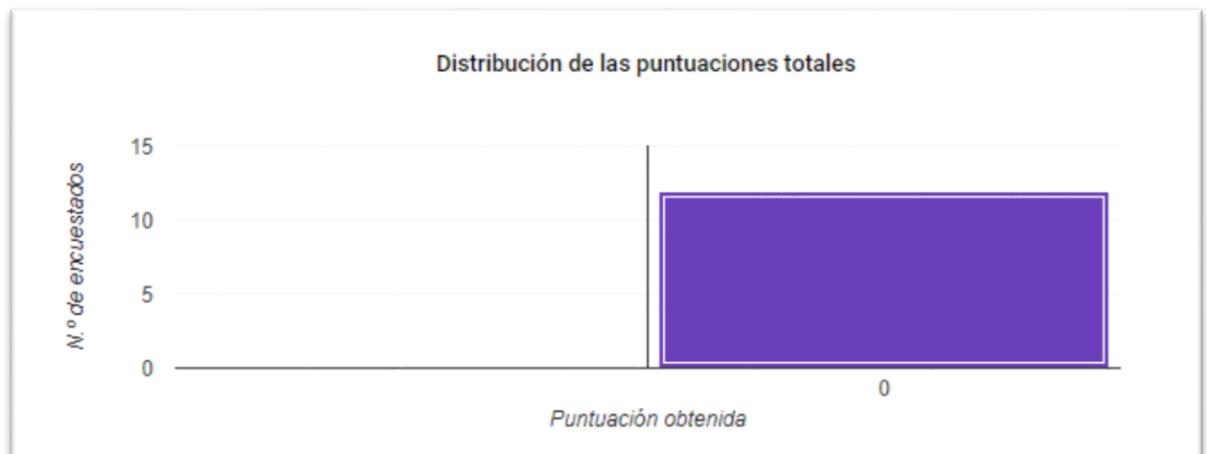
## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

148 respuestas

Amway
Conferencia del día de periodista.
No he tenido la oportunidad de asistir a alguno sobre emprendimiento
congreso internacional de negocios internacionales realizado el pasado año en la UPB
proyecto de grado empresarial
Unab Creative
Cámara se comercio
Conferencias en la uts
Conferencias en la alcaldía
En la alcaldía
Visito a empresas de la región
conferencias de la camara de comercio de bga, el ministerio de tics

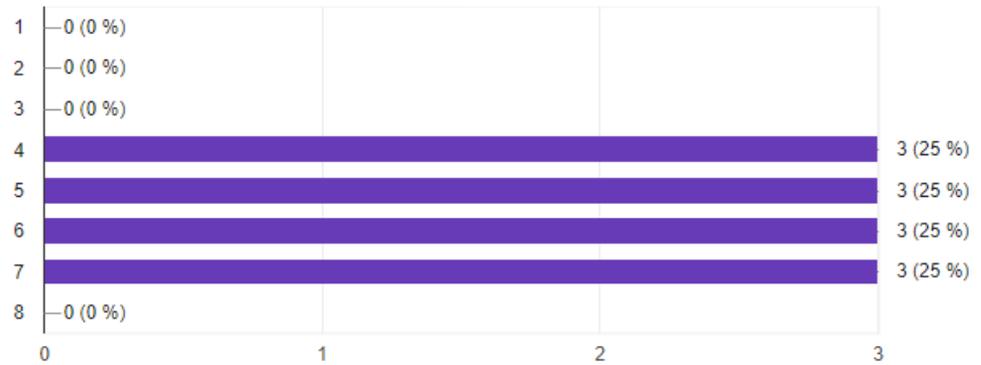
## Tabulación UDI

Número de estudiantes encuestados: 12



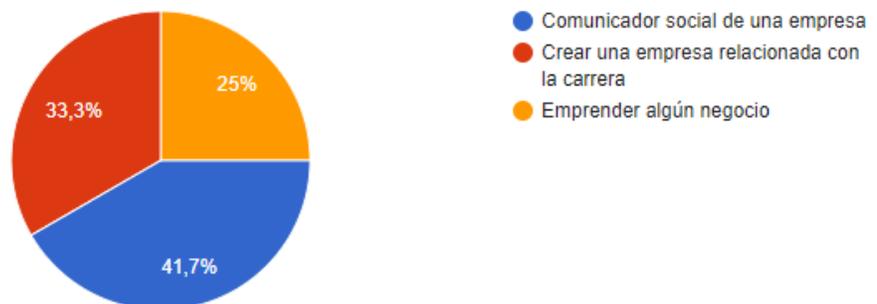
## Semestre actual del entrevistado

12 respuestas



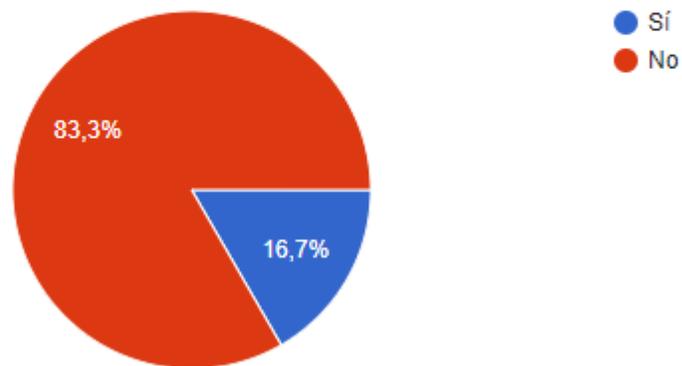
## 1. ¿En qué quisiera desempeñarse laboralmente una vez obtenga su título profesional?

12 respuestas



## 2. ¿Posee alguna idea de negocio propio?

12 respuestas



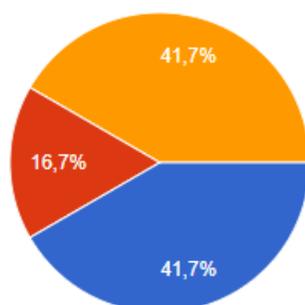
## 3. ¿Tuvieron la oportunidad de cursar una cátedra de Emprendimiento y Empresarismo?

12 respuestas



Si su respuesta fue sí, responda lo siguiente: Considera que:

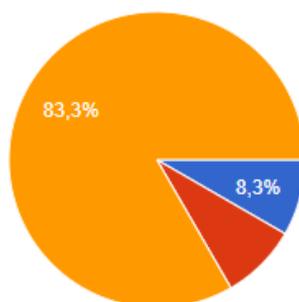
12 respuestas



- A: Es un comunicador creativo y proactivo
- B: Tiene los conocimientos necesarios para crear empresa si así lo desea
- C: Posee habilidades de negociación y dirección de negocios

¿Conoce usted qué es Emprendimiento?

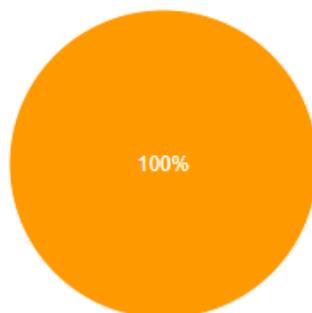
12 respuestas



- A. Es crear empresas que ayuden al crecimiento del país
- B. Es tener una idea de negocio en mente que sea válida ante el mercado
- C. Es la capacidad de iniciar nuevos proyectos y avanzar en una idea de negocios o empresas ya constituidas

## ¿Qué es hacer empresa?

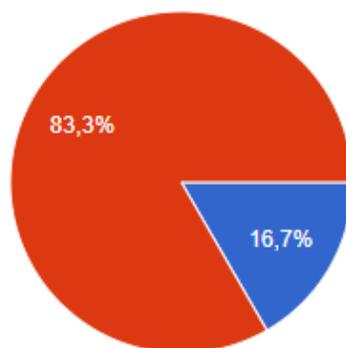
12 respuestas



- A. Registrarme en la Cámara de Comercio
- B. Tener un local físico con empleados
- C. Desarrollar una actividad mercantil con fines de lucro

## 4. Conoce las leyes nacionales relacionadas con el Emprendimiento

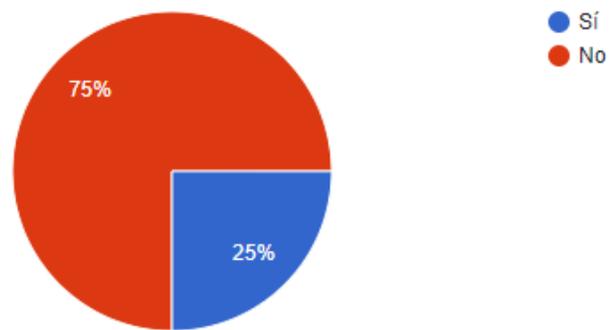
12 respuestas



- Sí
- No

5. ¿Conoce los espacios que brindan las entidades como la Cámara de Comercio, La Alcaldía, Gobernación o dependencia de Emprendimiento de su universidad?

12 respuestas



## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

12 respuestas

Ninguno (6)
ninguno
charlas
charlas y catedras
Ningno
charlas
charlas, catedras y ferias empresariales

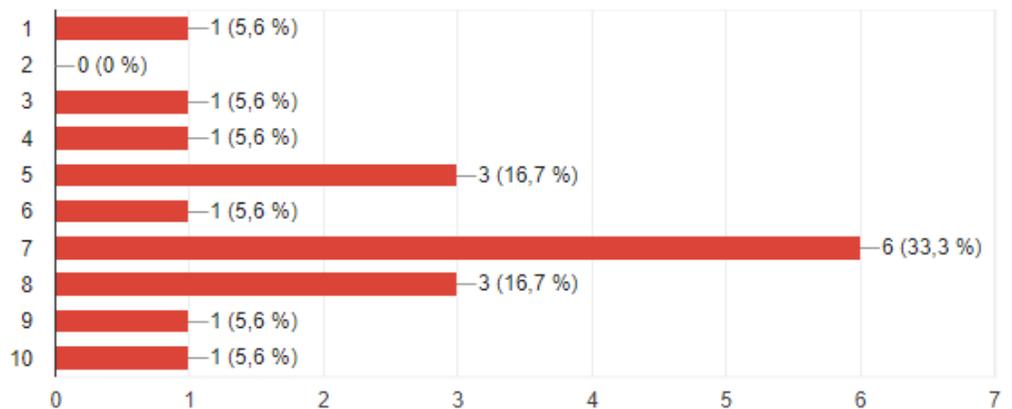
- El 50% de los encuestados que equivalen a 6 estudiantes respondieron

## Tabulación UPB

Numero de estudiantes encuestados: 18

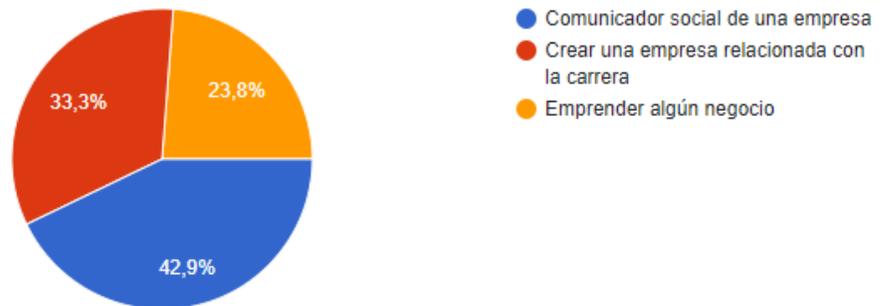
### Semestre actual del entrevistado

18 respuestas



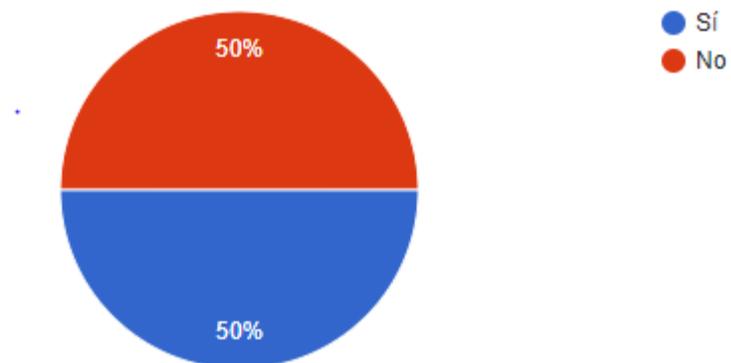
## 1. ¿En qué quisiera desempeñarse laboralmente una vez obtenga su título profesional?

18 respuestas



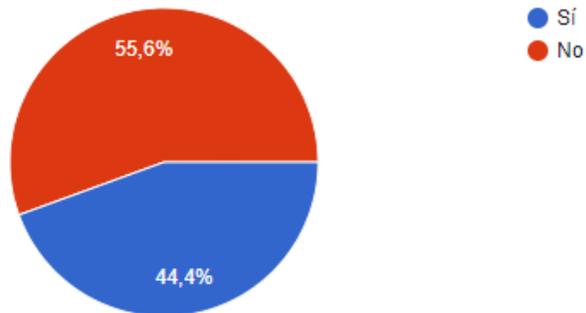
## 2. ¿Posee alguna idea de negocio propio?

18 respuestas



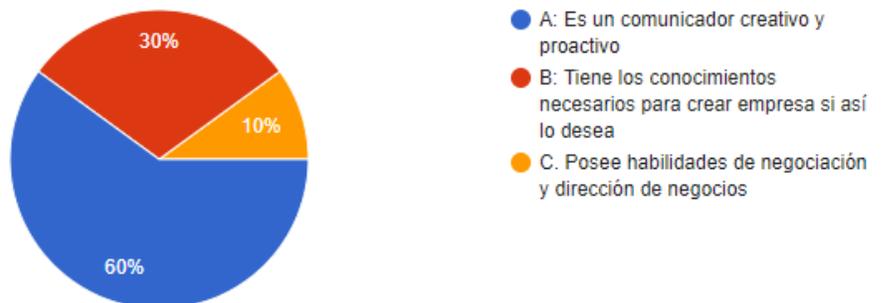
### 3. ¿Tuvieron la oportunidad de cursar una cátedra de emprendimiento y empresarismo?

18 respuestas



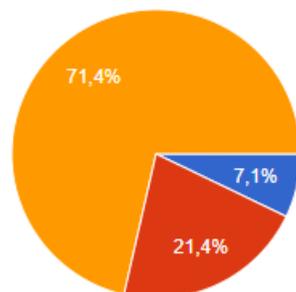
### Si su respuesta fue sí, responda lo siguiente: Considera que:

10 respuestas



## ¿Conoce usted qué es emprendimiento?

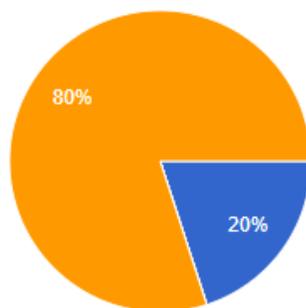
14 respuestas



- A. Es crear empresas que ayuden al crecimiento del país
- B. Es tener una idea de negocio en mente que sea válida ante el mercado
- C. Es la capacidad de iniciar nuevos proyectos y avanzar en una idea de negocios o empresas ya constituidas

## ¿Qué es hacer empresa?

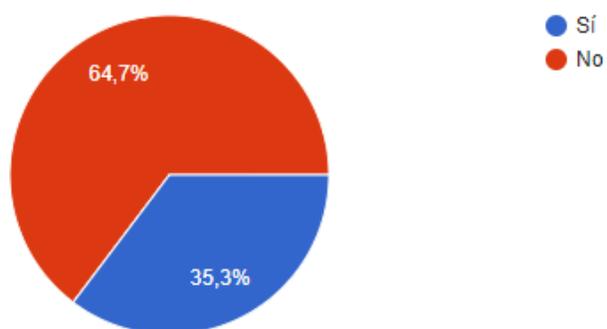
15 respuestas



- A. Registrarme en la Cámara de Comercio
- B. Tener un local físico con empleados
- C. Desarrollar una actividad mercantil con fines de lucro

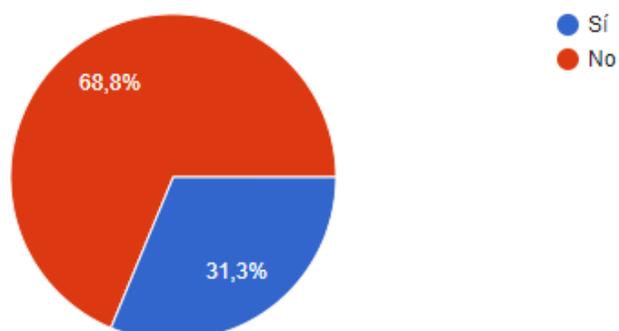
5. ¿Conoce los espacios que brindan las entidades como la Cámara de Comercio, La Alcaldía, Gobernación o dependencia de emprendimiento de su universidad?

17 respuestas



4. Conoce las leyes nacionales relacionadas con el emprendimiento

16 respuestas



## 6. ¿A qué evento(s) ha asistido?

10 respuestas

Ninguno (4)
Fuck up (2)
Charlas de yambal
Emprendimiento socialmente responsable , CONFERENCIA
Charla de emprendimiento, en el cole
Ninguno sobre crear empresa.

### 9.3 ENTREVISTAS

#### Entrevista: Esperanza Díaz de Herrera

Área Calidad Educativa SED, Gobernación de Santander



Los colegios manejan el emprendimiento como proyectos transversales, cada colegio mira cómo lo incluye, hubo uno que lo tuvo como cátedra y se les dijo que ya no porque el emprendimiento no era una cátedra, dictarlo como si fuera otra área más, sino que lo tenían que trabajar desde los proyectos pedagógicos transversales, entonces ahora lo trabajan, así como comunicación vial, derechos sexuales reproductivos, derechos humanos, y todos los demás.

Hay unos colegios que lo tienen más afianzados que otros, unos lo están mirando desde la parte financiera y otros el emprendimiento como crecimiento personal eso

es lo que ellos lo están llevando, colegios que lo ven desde la ética y valores, derechos humanos

El ministerio dio unos kits de emprendimiento para grados desde grado cero a once donde les decía cómo el emprendimiento en el ser humano lo pudieran visualizar, y también desde el quehacer, cómo vamos ahorrar, cómo vamos a manejar el dinero, entonces eso lo está manejando así los colegios, con esas orientaciones del ministerio ya empezaron a manejar las dos partes, ¿cómo emprendo mi transcurso de vida? y ¿cómo fortalezco mis metas? Desde ahí mismo mirar cómo hago mi plan de ahorro, desde el momento del que salga de estudiar para obtener la propia empresa.

Lo que hoy en día se está haciendo, viendo los establecimientos que tenemos y enfocando bien el emprendimiento es apoyar a esos estudiantes a hacer microempresarios. Por ejemplo, Colegio las Mercedes de Lebrija, Colegio Nuestra Señora de la Paz en Matanza, Colegio de San Gil, Luis Camacho Rueda, entre otros. Ellos tienen ese programa de emprendimiento los focalizan tanto en cómo realizar metas y aprender planes para crear empresa.

El banco nos dejó una capacidad instalada del BBVA como 28 instituciones educativas.

Moderadora: ¿Desde cuándo manejan este proyecto?

Desde el 2014 se está manejando y se termina este año, nosotros tenemos colegios de San Vicente de Chucurí, San Gil, Socorro, Lebrija, Playón, Matanza, California, nosotros manejamos municipios no certificados, entonces de los 87 municipios, 5

son certificados y esos no nos pertenecen los otros 82 sí los maneja la Secretaría de Educación Departamental, no tenemos ni en Bucaramanga, ni Girón, ni Florida, ni Barranca.

Llegamos a un promedio de 28 instituciones como de 14 municipios y actualmente tenemos siete mil y pico de niños porque este trabajo inició desde el grado noveno y culmina en grado once, quedó la capacidad instalada en esos docentes que se fortalecieron durante los cuatro años en emprendimiento, les dieron prácticamente un diplomado, se reunían cuatro veces al año, BBVA les daba el almuerzo, la secretaria de Educación le pagaba viáticos y el banco les daba todo el material. A cada estudiante le daban un libro para que trabajara según la guía del docente entonces ellos tenían para cada grado.

Moderadora: ¿En qué consistía todo el proyecto como tal? ¿Generaban empresa?

A los chicos les enseñaron qué era el emprendimiento, cuando el ministerio en el año 2014 se dio cuenta que inició el programa, entonces nos tocó reunirnos con ellos, fui con Cecilia Olivero a Bogotá como funcionarias de la secretaria de Educación. Primero focalizando unos colegios de cada una de las provincias, ellos vinieron e hicieron unas carteleras para ellos qué era el emprendimiento, entonces eso fue como una inducción, seleccionaron las mejores carteleras y pues a esos colegios se les dejó, prácticamente digamos que casi todos los colegios que nos convocamos, aquí las carteleras se pasaron por los pasillos y ahí quedaron y a esos fue a quienes se les dio el programa.

Empezaron haciendo la inducción de qué era el emprendimiento y a decirles como ellos durante los cuatro años iban a generar una cantidad de aspectos de programas pedagógicos y de la forma práctica y cómo enseñar a los muchachos a tener el emprendimiento y como era banco lo focalizó desde cómo el ahorro, entonces el

ministerio cuando vio eso y miró las temáticas de ellos, dijo no, ustedes el emprendimiento adiciónenlo con el emprendimiento como persona, no hay que empezar a materializar al ser humano. Si nosotros como seres humanos aprendemos a manejar la vida a nuestro rumbo automáticamente también vamos a saber direccionar nuestro dinero.

Ellos cada año hacen un emprendimiento como un... la feria del emprendimiento, donde los estudiantes muestran qué es lo que harán, algunos hacen manillas, otros...

depende, por ejemplo, el de California que fue uno de los buenos proyectos y que el banco lo tomó y les ayudó, porque de eso se trataba, de hacer buenos emprendimientos, buenos procesos que llevaran y el proceso crear una microempresa como estudiantes, entonces ellos les colaboraban les hacía préstamos o los iba ayudando sin intereses, entonces en California, por ejemplo, los chicos allá como se hace tanto la cebolla, se siembra mucho la cebolla, entonces los chicos empezaron a sembrarla y a empacarla muy bien, toda limpia, ordenada y ellos la trabajaron por series, el uno era el que iba y vendía y entonces ellos les decían, el que más venda esta que está más limpia, así como la venden en los supermercados, entonces eso les generó muy buenos dividendos.

La plata que ellos vendían de las mismas fincas entonces uno se encargaba de ir a promocionar la cebolla, el otro se encargaba del empaque, otro de la limpieza, entonces por eso trabajaban así en serio y el otro llevaba todo lo que tenía que ver con la contabilidad, ellos se dieron cuenta de lo que generaban y eso fue una buena línea para empresa, iniciando desde la producción, tiempo, en cuánto salía, entonces empezaron a mirar que se necesitaba para la siembra, cuándo se iba a pagar, cuando tiempo se demoraban, entonces en todo esto el banco les estuvo colaborando y en este momento el banco les ayuda todavía allá en California a esos muchachos que se graduaron y siguieron con su propia empresa.

Moderadora: ¿Hubo alguna dificultad en este proyecto?

Dificultades sería los docentes que llegaban y chocaban con los rectores de la institución porque no les permitía tiempo e inicialmente pensaron que era otra cátedra más, entonces no los dejaban, docentes que tocó a los rectores estarles hablando sobre que eso no era una cátedra más, no era una obra más que la tenían que hacer, que tenían que tomar como un área más sino la tenían que transversalizar,

El inconveniente que más hubo fue la reacción que tenían cuando ellos llegaban a la institución a contarle a sus compañeros de qué se trataba el proyecto y los docentes no yo no quiero trabajar eso, a mí no me vaya a poner ahorita, entonces ella decía como nosotros podemos transversalizarlo desde ciencias, matemáticas, desde la ética, entonces la dificultad fue los docentes con sus pares para trabajar que no les colaboraban, eso terminó en cansancio del mismo docente para poder ellos entregar unas tareas porque el BBVA dejaba unas tareas, entonces nosotros acá nos tocaba estar llamando y diciéndole a los rectores que por favor colaboran.

Cuando tenían que hacer la feria el banco les mandaba el stand, claro, todo con el logotipo de ellos, entonces cada uno ordenaba ahí, sus manillas, sus empandas, limonadas, entre otros, hubo bastantes empresas de emprendimiento.

La de Lebrija también fue impactante que se llamaba “helados calientes” eso fue un proyecto que de hecho todavía lo están haciendo de helado caliente, entonces como los chicos empezaron a hacer su helado y luego lo metían, lo calentaban allá y el helado quedaba caliente pero no se derretía rápidamente, este todavía lo están

utilizando allá, entonces han quedado varios. Estas que les estoy comentando ya salieron, pero al igual continuaron.

Esto sirvió para que aprendieran a trabajar en grupo, a manejar la plata, otros hicieron el de cómo economizar en su casa los servicios, el agua, la luz, el gas, entre otros. Fueron diferentes modos de empresa que ellos fueron creando,

No hubo mayor dificultad, fue un contrato de verdad, fue apoyo y a nosotros nos sirvió porque nos dejaron una capacidad instalada y ahorita se está pensando en cómo ellos vuelvan otra vez para que nos tomen otros colegios, hay que volverle a mandar la carta al banco para que nos retomen ya que fue muy bueno.

**Entrevista: Alfredo Álvarez Orozco**

Director de Comunicación Social, Universidad Pontificia Bolivariana

## Emprendimiento desde la carrera de Comunicación Social



Moderadora: En la pontificia, ¿Cuánto dura la carrera? ¿Conoces algún caso de un estudiante que se haya graduado y haya emprendido una empresa ya sea de comunicación u otra cosa?

Buenos nuestra carrera tiene 10 semestres, ehh, tiene tres áreas de formación que son: el periodismo, la comunicación organizacional y la comunicación para el desarrollo y cambio social.

Nosotros no solamente buscamos formar empleados de la comunicación sino también empresarios de la comunicación, emprendedores. Eso hace parte del modelo pedagógico de nuestra Universidad a nivel Nacional, ehhh, no solamente crear nuevos profesionales que aporten al sistema productivo en calidad de empleados, sino que también generen nuevos espacios laborales

En ese sentido dentro de nuestro plan de estudios hay asignaturas específicas que buscan promover el emprendimiento asignaturas específicas de la comunicación y otras que son genéricas que hacen parte de esa política institucional.

En el caso de la carrera de comunicación hay una asignatura particular que se llama gestión y administración de empresas de comunicación, esta asignatura los estudiantes la toman en octavo semestre, aquí la carrera tiene 10 semestres entonces la asignatura ya es la etapa final de la carrera antes de su etapa profesional.

En octavo semestre lo que se busca es trabajar en el tema de emprendimiento de manera específica con empresas de comunicación, pero también tienen asignaturas que tienen que ver con emprendimiento de manera general que las ofrece la unidad de emprendimiento de la Universidad y esas se las ofrecen a todos los estudiantes de todas las carreras, es obligatoria.

En relación con digamos experiencias exitosas de egresados en este campo, hemos tenido varios, de hecho en el encuentro que nosotros sostenemos anualmente con egresados siempre buscamos presentar algunas de esas experiencias exitosas, e incluso desde la misma asignatura de gestión y administración de empresas los profesores a cargo contactan a egresados para que ellos les compartan a los estudiantes, a los futuros comunicadores como ha sido su experiencia como emprendedores, entonces sí tenemos como reportados algunos casos especialmente lo que hemos observado es que la naturaleza de las empresas tiende a ser empresas de consultoría de comunicación y ahora se está dando mucho también el tema de administración de redes sociales como manager en ese ámbito hemos visto bastante iniciativas de emprendimiento, consultorías de comunicación en general también, por ejemplo egresados que montan empresas para desarrollar proyectos de comunicación para empresas privadas, para el Estado o para organizaciones no gubernamentales, ese tipo digamos de experiencias son las que hemos podido identificar, no son tan masivas, todavía siguen siendo una mayoría la

gente que se vincula más en calidad de empleados, pero sí hemos encontrado algunos casos de estudiantes que han incursionado en el tema del emprendimiento.

Moderadora: ¿Aquí en la pontificia no tienen materias relacionadas con la creatividad aplicada?

Ehh no, digamos que ese tema es transversal, nosotros dentro de nuestro modelo pedagógico es un modelo por capacidades humanas y competencias, justamente ese modelo por capacidades humanas, eh, tiene como una característica ese tema el del estímulo de la creatividad, entonces no se concibe como una asignatura específica de creatividad sino que debe atravesar todas las asignaturas de los planes de estudio, entonces nosotros lo que buscamos es que por ejemplo en las asignaturas de tipo taller o las que tienen que ver más con la práctica de la comunicación, los mismo estudiante desarrollen proyecto de aula o estrategias que busquen justamente la generación de acciones de comunicación o de piezas de comunicación que, que estimula la creatividad y que más adelante se pueda convertir en proyectos bien sea de práctica, de pasantía o trabajo de grado.

Moderadora: En esa materia que tú mencionas de gestión de administración de empresas de comunicación ¿es simplemente teórico o lo llevan de unan vez a la práctica y la práctica es que ellos creen su propia empresa o que generen estrategias?

Hay un poco de todo, digamos hay algo de fundamentación teórica en el tema empresarial porque ustedes saben que hacer empresa implica una conceptualización también de lo corporativo etc., entonces hay un primer momento digamos conceptual, hay un segundo momento de estudios de casos, entonces a partir de experiencias exitosas o digamos de encuentros con egresados o con empresarios de la comunicación y hay un momento final en donde sí se busca que ellos generen algo

No necesariamente la creación de una empresa sino alguna idea de negocio o puede ser una estrategia de comunicación e incluso de algunas de esas ideas al

finalizar el semestre se socializan para que le resto de la comunidad académica las conozca.

Moderadora: ¿Generalmente siempre tienden a emprender con algo de la comunicación o también generan otro tipo de negocios?

Sí, digamos en el pregrado como tal lo que buscamos es orientar es hacia la generación de empresas de comunicación y por esto no nos estamos refiriendo únicamente a medios de comunicación, pueden ser en empresas de asesorías de comunicación, de marketing, estamos concibiendo como de manera mucho más amplia el tema de la comunicación. De hecho la apuesta no es tanto digamos hacia la creación de medios de comunicación porque el mercado está saturado, porque la realidad del mercado para comercializarlo es muy fuerte, entonces buscamos orientarlos más bien a otro tipo de espacios que tengan que ver más con consultoría, aquellos que encontramos que tienen mayor desarrollo, pero, desde emprendimiento, desde la unidad de emprendimiento, sí se permite que se genere todo tipo de iniciativa de emprendimiento, entonces tú puedes encontrar gente que por ejemplo se inventa un producto aplicativo, una aplicación móvil, una aplicación web, proyectos que tienen que ver con un negocio que ofrezca algo de consumo masivo como por ejemplo.

Entonces si es probable que encontremos estrategias, ideas de negocio que no necesariamente tengan que ver con la disciplina de la comunicación, pero eso ocurre más en otras carreras de acá de la Universidad que en nuestra propia carrera, por ejemplo podemos encontrar que... por ejemplo acá hay una experiencia exitosa y es que uno de los café que operan acá dentro de la Universidad fue una idea de negocio de un estudiante de ingeniería industrial, el café existe y factura muy bien, de hecho es como un contratista de la cooperativa de la Universidad, y eso nació como una idea de negocio de dos estudiantes en su momento de estudiar y ya ellos son ingenieros y ya llevan muchos años con ese negocio, pero ahí es interesante porque ellos han vinculado también el tema de comunicación porque manejan mucho marketing, redes sociales, crean estrategias por redes sociales etc.

Entonces yo creo que el hecho de que sean una generación similar también les permite a ellos entender que hoy en día montar un negocio, no solamente tiene que ver con ir a la cámara de comercio a registrar la empresa, sino que implica muchas otras cosas que tienen que ver con la planeación, con el mercadeo, con el relacionamiento con públicos y eso tiene que ver mucho con nuestra disciplina, entonces muchas veces se hacen trabajos colaborativos o se asesoran comunicadores que de repente vinculan para que les manejen redes sociales etc... digamos hay gente que está de pronto trabajando en esa área apoyando otras ideas de emprendimiento.

Moderadora: a ustedes los profesores y administrativos de la Universidad ¿tienen capacitaciones relacionadas con el tema del emprendimiento, la aplicación de teoría para los estudiantes y como para intentar radicar el pensamiento de que salen a ser empleados y no emprender?

Pues nosotros en este momento, justamente estamos haciendo un proceso que se llama autoevaluación multicampus, porque la Universidad tiene presencia a nivel Nacional, entonces nuestra apuesta es no solamente desde lo local sino a nivel Nacional y uno de los temas en los que se está trabajando justamente en autoevaluación multicampus con vía a una acreditación institucional es ese, el tema del emprendimiento y de la innovación

Entonces como parte de ese proceso, nosotros no solamente nos autoevaluamos, sino que también estamos proponiendo acciones desde las diferentes carreras, el espacio en el cual nosotros proponemos esas acciones digamos de transformación curricular o de implementación de estrategias que lleven a los estudiantes a que desde sus ejercicios de aulas también adquieran una mentalidad empresarial y no solamente empleados, es el comité de currículos donde nosotros hacemos reflexiones, proponemos ideas, acciones etc... que atraviesa la formación de los estudiantes que impactan en la formación de los estudiantes y que luego se reflejan en acciones concretas como estas que les mencioné, ideas de negocio, ferias empresariales etc... entonces sí por supuesto es una política de la Universidad

autoevaluarnos y proponer ideas que fortalezcan curricularmente los programas de pregrado y postgrado para orientar a los profesionales hacia este perfil.

### Entrevista: Carlos Avellana

Docente de emprendimiento UDI



¿Cuáles son los conocimientos que brindan a los estudiantes en cuanto a emprendimiento?

Tenemos dos cursos de emprendimiento que son las herramientas básicas y el otro proyecto emprendedor, el primero tratamos todo lo que es historia, casos de éxito, todo el contexto que hay con respecto a emprendimiento y metodologías, el objetivo es que los estudiantes logren formular una idea. En proyecto emprendedor,

retomamos esa idea que traen los estudiantes y ya formulamos y llevamos al producto que puede ser un producto tangible físico, o puede ser un servicio, eso es lo que hacemos en los dos cursos, terminado el segundo curso, entramos a lo que es el encuentro de emprendimiento que es donde mostramos las ideas en stand, participamos en un evento y elegimos las mejores ideas, en general estamos sacando por semestre como 60 ideas, de esas 60 ideas sacamos las 10 mejores que son con las que continuamos después en un proceso que llamamos consolidación de proyectos, ya eso es por fuera de aula. De ahí por lo general vienen estudiantes de sistemas, Comunicación Social, Diseño Gráfico, pero en grupos. Por ejemplo, tenemos un grupo de Administración de empresas, pero la idea es una aplicación móvil y ellos no tienen ese conocimiento por completo entonces, les buscamos estudiantes de sistemas del semillero para que ayuden a desarrollar el proyecto, entonces incorporamos al equipo. Así trabajamos con ese tipo de cosas, esos 10 equipos que continúan los articulamos con todo el conocimiento que podamos darle de otro semillero para que la idea se fortalezca y salga al mercado. Eso es lo que hacemos como acompañamiento en emprendimiento.

¿Estas materias funcionan como cátedra para todos o es electiva?

Creo que hay dos programas que son electivas, pero en todos los otros programas están obligatorias, en este momento lo tenemos transversal en todas las carreras, en algunas los tenemos en cuarto en otras en quinto, por ejemplo, Diseño Gráfico en sexto, pero los dos cursos son obligatorios, los que la tienen como electiva si la toma, es obligatorio que tome la dos.

¿Los estudiantes generalmente muestran algún tipo de interés especial en qué tipo de temas?

Primero el reconocimiento cada uno buscando en su área, aunque tenemos dos líneas, emprendimiento e innovación, lo que recalco de los cursos es que usted puede tener el emprendimiento y el emprendimiento es cualquier cosa con tal de que genere un modelo de negocio, puede tener una fábrica arepas, de postres, puede ser un diseñador gráfico, pero resulta haciendo cosas de ese tipo, ya

entonces lo que rescatamos nosotros es agregar la innovación que es lo que hará usted con esas arepas para que en realidad marque la diferencia en el mercado, entonces vamos a diseñar en qué, producto, marketing, organización, producción, todas pueden tener alguna cosa diferente y ahí hay innovación y podemos marcar diferencia, si a una arepa le agregamos innovación en procesos y la podemos sacar más barata ahí tenemos innovación y ya nos volvemos competitivos, porque la línea que manejamos nosotros desde el semillero es desarrollo emprendedor que sea competitivo, que mezclamos esa línea de investigación de Administración de Empresas, pero esta carrera es la que está generando el emprendimiento para toda la Universidad, por eso nosotros estamos fortaleciendo la línea desde Administración de Empresas, porque a últimas el emprendimiento que es una falencia que tienen todos los programas es que no saben de administración, entonces por eso es que los traemos porque necesitamos.

En este momento el enfoque que estamos dando es tecnológico, cualquier negocio que se tenga necesita de un modelo tecnológico en cualquiera de las líneas, si es un producto físico entonces es una línea desde marketing digital que lo apoye, entonces tenemos que enfocarnos en eso, cada uno tiene su línea desde su óptica y especialmente prácticamente en marketing digital.

Lo que ahorita se está abarcando fuertemente es derecho, en ellos es lo digital apoyado con estructura jurídica eso es una fortaleza, todos los proyectos necesitan de acompañamiento jurídico porque en estos momentos lo que ellos hacen es en base de datos, manejo de información, todo eso tiene que estar reglamentado, si las personas no saben empiecen a recibir información en un determinado momento puede volverse en una bomba de tiempo dentro de la organización.

¿En los grupos que se hacen conformados de comunicadores qué tipos de ideas son las que surgen?

En comunicación es apoyo a generación de contenidos, el fuerte en emprendimiento de Comunicación Social es que se vayan por la línea de cómo podemos tener

Community Managers, o sea cómo podemos empezar a que se metan ellos en redes sociales y todo.

Ahí hay un negocio, ellos desde ahí pueden generar estructuras de emprendimiento que apoyen a los otros emprendimientos, pero con valor que es que ellos pueden vender eso y hemos hecho eso, a los comunicadores que puedan generar una empresa, lo que pasa es que no se siente la necesidad todavía, pero nosotros desde acá los estamos preparando para eso. Por ejemplo, les dije que generaran contenido de una alarma, entonces hicimos toda una campaña apartir de eso, de los problemas de los robos, y empezar atraer otro tipo de cosas para que se fortalezca la página web, tenga usuarios y ventas.

Ahora, aplicaría más a productos de base tecnológica que cómo atraer clientes hacia una página, pero todo eso es un engranaje, el diseñador hace las imágenes, el jurídico hace la parte jurídica, y el comunicador social que es el de generar el contenido. Hay que generar artículos con criterios y contextura. Eso hasta lo estamos haciendo y tratando de mirar qué está mal, si está atrayendo tráfico o no y si no cambiémoslo.

¿Sabe de alguna empresa que ya esté constituida de egresados de la Universidad?

De egresados de la Universidad estamos en estos momentos haciendo un reconocimiento de eso, porque para el evento nosotros estamos en un re acreditación entonces apenas lo estamos reconociendo porque no lo tenemos claro. Algo que sí me preocupa es que este tipo de emprendimiento, este apoyo de redes sociales, todo este tipo de cosas está generando que se crezcan las empresas, pero sin legalización, sin reconocimiento del Estado, sin Cámara de Comercio, eso nos está pasando, porque como nosotros estamos trabajando fuertemente, llevamos año y medio empezando esta estrategia desde el semillero que es consolidación de proyectos a partir de la articulación con los demás semilleros, entonces yo puedo llegar y soltar las ideas y se van, venden sus postres, arepas, varias cosas, pero no se formalizan las empresas.

Tenemos que llegar a legalizarlas ¿Cómo se legalizan? Que se empiecen a facturar, Cámara de Comercio, hay una empresa que tiene manejo de actividades para personas de la tercera edad físicas en los conjuntos, entonces ya tienen la estructura, cómo llegan a un conjunto residencial y les dicen: “bueno, nosotros hacemos toda la jornada de 7 a 8 de la mañana a todos los adultos mayores del conjunto”, ellos están manejando más de 1.000 personas en toda la ciudad, y ellos todos nacieron acá con el proyecto con estrategias de marketing, de contenido y ya tienen página web y todo. Pero ellos ya se deben formalizar, voy y les pregunto y no tienen una Cámara de Comercio.

Ahora, y ya los que tienen algo lo tienen es a nivel personal, tienen un logo, un nombre, pero si hay algo de facturación lo hacen es a nivel de persona, Nit como persona natural, no jurídica. Algunos les da miedo dar el paso por falta de capital.

El Estado tienen que preocuparse por eso, nosotros desde la Universidad tenemos que procurar a que las personas generen empresa de la manera más sencilla. Se tienen que dar cuenta de formalizarse al momento que uno grande le empieza a comprar, por ejemplo, que la Alcaldía le diga a Raúl que es el de los eventos: “me gusta su programa de radio vamos a montarlo en la Alcaldía” tiene que tener empresa para respaldarse, entonces se tienen que legalizar para que no pierdan esas oportunidades.

¿Qué tipo de emprendimiento le hace falta a Santander?

Para mi hay una línea muy fuerte que es la de productos agrícolas, yo estoy trabajando también esa parte, tenemos que darle fortaleza a toda la parte agrícola del sector, necesitamos mirar cómo aprovechar toda esa cantidad de materia prima que tenemos, cómo la transformamos, por eso es que la informalidad continua, porque no tenemos un apoyo del Estado, ese es un problema. ¿Cómo podemos apoyar nosotros a los estudiantes desde las universidades? Podemos decirles cómo sacar una licencia, pero una licencia vale 3 o 4 millones de pesos en papeleo, aparte infraestructura. La línea tecnológica está fortalecida, con programas que tienen

apps.co de alguna manera estamos fortalecidos, pero, ¿qué pasa? Esa misma estructura me está llevando a una informalidad, emprendimiento es mucho, Bucaramanga es emprendedora, pero lo que digo no se están formalizando las empresas, usted ve negocios que empiezan a crecer, pero no se han formalizado.

Falta emprendimiento en la parte agrícola, podemos apoyarla. Tenemos que buscar una línea intermedia en la que la gente entienda que el situsi funciona pero que lleguemos de productor a consumidor, yo diría que toca apoyar más eso y en la parte tecnológica, tenemos que aprovechar toda esa materia prima que tenemos, aprovecharla de alguna forma para poder generar negocios, pero directamente de situsi.

### Entrevistado: Javier Mantilla

Docente de emprendimiento en la UNAB



El emprendimiento a nivel nacional empieza a ser oficialmente una ley, es la ley 1014 del año 2006.

A partir de ese momento se legisla que todas las instituciones educativas en el campo de la secundaria y las universidades deben tener esta asignatura dentro sus diferentes propuestas académicas.

Los colegios vienen desarrollando una experiencia de sensibilización, viene desarrollando una experiencia de acercamiento al área de emprendimiento y en las universidades pues tenemos otra tarea. En las universidades pues... Nos queda el compromiso de formalizar las ideas de negocio que se conviertan en planes de negocios y que se conviertan en ideas productivas.

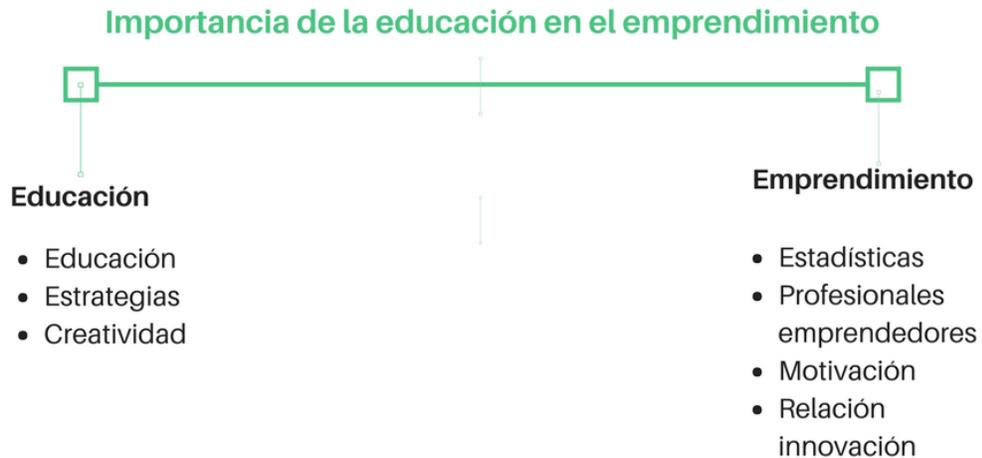
#### Emprendimiento en la UNAB

Moderadora: ¿En la Unab que está pasando? Eh, en la Unab se viene desarrollando una asignatura institucional que se denomina identidad y emprendimiento.

Esta asignatura es del departamento Socio- humanístico por lo tanto él tiene un componente personal y humanístico. Luego entonces no es lo que quizá pretende la universidad que de allí se desarrollen ideas y planes de negocio. Para eso, hoy en día la universidad cuenta con unas unidades y dependencias que están a cargos de estos proyectos y muy seguramente ellas podrán profundizar las estrategias. Y las pruebas actividades que van a desarrollar a partir de estas intenciones que tiene la institución. Y este concepto viene desde la era de la revolución industrial donde todos le apuntábamos a eso. De hecho, hoy en día las universidades tienen que cambiar esta estrategia porque estamos en la era de la información, la era de la comunicación y las cosas siguen cambiando a pesar de que hay mucha información respecto a que informarnos para ir a las empresas, las empresas cada vez están reduciendo y el nuevo concepto es empezar a emprender empezar a desarrollar ideas de negocio que formalicen en un negocio y qué mejor forma de hacerlo mientras están en la universidad. Para que una vez terminen la universidad, pues ya tengan desarrollada su idea de negocio.

## Entrevista: Elkin Alfredo Albarracín Navas

Director creativo Apps.co y Suricata LABS



### Emprendimiento desde las aplicaciones digitales

Desde el punto de las App, las aplicaciones digitales, todo el mundo quiere emprender. Se ha convertido en una moda, pero muy pocos se mantienen en ella.

Por Suricata LABS en lo recorrido del año han pasado, 20 de descubrimiento y 12 de crecimiento y otras 33 hasta ahora, faltando el resto del año... y que sigan activas 20. Categoría: Estadísticos

¿Qué Tipo De Emprendedores Se Destacan más?

El universitario es lo menos, muy pocos. Los que han logrado emprender y que se mantienen, son los egresados porque tienen otra mentalidad, el universitario no tiene constancia, viene hace las 11 semanas y ya, se dispersa en que sale a vacaciones y me voy a rumbear.

El que se destaca es el emprendedor profesional, que tiene una necesidad, porque cuando tú no tienes una necesidad no le pones ni el más mínimo interés.

¿Cuáles son los profesionales más propensos a emprender?

Aquí hemos tenido de todo, nutricionistas, psicólogos, administradores, abogados, ingenieros industriales, civiles, pero los que más se inscriben son los administradores de empresas. Categoría: Profesionales Emprendedores

¿Qué les hace falta a los universitarios o a las universidades para que generen un espíritu emprendedor?

Yo creo que el problema es ese, que las universidades quieren generar emprendimiento en los estudiantes y no en la comunidad, se debería de abrir un centro de innovación.

El 90% del emprendimiento en las universidades son para los estudiantes, pero solo el 10% asiste. Categoría: Estadísticas

Los universitarios no asisten a las unidades de emprendimiento porque les nace si no porque les toca, por algún trabajo académico, e igual, las unidades de emprendimiento cuando alguien se les acerca para un trabajo, ellas tienden a cerrar las puertas porque requieren de alguien profesional y no universitario.

Pienso que las universidades deberían tener políticas, traer estudiantes y juntarlos con personas de afuera, de la comunidad.

Los comunicadores deberían ser los más destacados en estas herramientas, ya que en la actualidad se está destacando lo que son redes sociales, publicidad, marketing, pero no. No son muy propensos a emprender, salen con un pensamiento a ser empleados, tener los ochos trabajos y ya, pero no son creativos al construir su propia empresa y ser su mismo jefe.

Acá en nuestros grupos de emprendedores se necesita uno, para que le dé la parte de la imagen en la empresa. Pero son muy pocos, la mayoría son diseñadores gráficos.

## Entrevista: Carlos Quintero Duque

Empresario y dueño de Dinámica Consultores



Entrevistador: Además de ser comunicador social de la Unab, ¿Qué otra carrera tiene?

Entrevistado: yo soy relacionista público de Computencia en Madrid, tengo un par de especialidades, una en mercado y la otra en relaciones laborales. Tengo una maestría en desarrollo económico. Tengo un Abe

Entrevistador: ¿Y actualmente que empresas tiene?

Entrevistado: Estoy con BTG, Eventsite, Apptracing recién montada, tengo una banca de inversión que se llama QD investment, que está desde octubre del año pasado, y hago parte de un fondo de inversión que se llama SNT Capital Invest, que queda en Panamá

Entrevistador: ¿Y Dinámica y consultores?

Entrevistado: Es una firma de consultoría que está atada a la banca de inversión mía

Entrevistador: En cuanto a la formación académica, ¿qué bases recibió en la universidad para empezar a emprender?

Entrevistado: Competencias de desarrollo de negocios y competencias en estrategia de negociación, a nivel teórico todo el tema de dialéctica y de autística fueron fundamentales para hacer todos los procesos de negociación que hoy hago, porque son competencias iniciales para entender cómo es que el otro domina la negociación. Ya luego más enfocando hacia el tema de la comunicación social organizacional, todo el tema de desarrollo corporativo y relaciones públicas, que fue lo que me llevo a estudiar en la Competencia

Entrevistador: Y en cuanto a la experiencia de empleado a empleador, ¿Cómo fue ese proceso?

Entrevistado: Yo trabajé con la Unab un tiempo, luego trabajé con el Ministerio de Educación, y luego pues ya armé las empresas. Yo creo que... si bien uno puede hacer intraemprendimiento, o sea hacer emprendimiento dentro de las empresas, ehh el nivel de riesgo que uno maneja es completamente distinto. Ser empleador no solamente lo pone a uno a prueba con respecto a otros competidores del mercado sino que lo pone a uno a prueba en la administración de recursos y en el desarrollo de la estrategia de negocios, algo que uno no puede maniobrar cuando uno es empleado, así sea emprendedor dentro de la misma empresa, ehh pienso que las competencias técnicas para el ser emprendedor, ehh dentro de una empresa se validan en cosas muy puntuales como productos y servicios, mientras que cuando uno es empleador, cuando uno tiene su propia empresa son competencias técnicas que el día a día le va poniendo de prueba a uno, ya. Los ciclos de desarrollo para alguien que es empresario de desarrollo de competencias son mucho más exigentes que cuando uno es empleado. Cuando uno es empleado está supeditado a lo que

la organización lo deje a uno ser, mientras que uno es empresario uno es el que está haciendo que las cosas pasen

Entrevistador: ¿Cómo nació esa primera idea y como fue el proceso de creación?

Entrevistado: La primera idea fue desarrollar inteligencia de mercados para empresas de construcción vía consultoría, que fue la hizo que se creará Dinámica Consultores. Hoy ya una firma especializada en fondos de inversión y finanzas corporativas, o sea ya estamos en una cosa completamente distinta, pero la primera idea nació |de la necesidad de pequeñas y medianas empresas de Bucaramanga y del área Metropolitana de que les dijeran que unidades residenciales debían desarrollar en sus productos de construcción vía estudio de la tendencia de mercado, no vía estudio de la infraestructura, o el cálculo operacional o el cálculo estructural, sino vía que es lo que está pasando en el mercado, y el primer trabajo lo regalamos.

Entrevistador: ¿Hace cuánto empezó?

Entrevistado: uhh, esto fue en el 2006, pues, hace ya 11 años, fue el primer trabajo que regalamos nosotros, para que una constructora tomara la decisión de no construir más apartamentos de 3 y 4 habitaciones sino que pasará a apartamentos de 1 y 2 por la explosión geográfica que estaba llegando a Bucaramanga de estudiantes universitarios, entonces toda la idea de inteligencia de mercados se hizo partiendo de la necesidad de entender cómo se estaba comportando el mercado, más padres querían comprar o alquilar apartamentos de una sola habitación para sus hijos universitarios. En 2006 era técnicamente que alguien le dijera a un constructor no construyas esto construye esto, y le apostaron y le pegamos a dos proyectos disparados en ventas y así fu que comenzaron a crear.

Entrevistador: ¿Cómo considera que se mueve la actividad de las empresas que se dedican a la Comunicación Social desde lo periodístico y lo organizacional?

Entrevistado: pues yo creo que mientras uno logre especializarse en un área del conocimiento para volverlo negocio, cualquier empresa va a dar. La comunicación social en la línea organizacional es una comunicación que tiene que ser vista como corporativa, tiene que hacer parte de una decisión gerencial, el comunicador social no es un operario, cuando él se entiende como parte de la junta que toma las decisiones para mover el nivel reputacional de una empresa o para poder mover muchas más masas alrededor de una marca. Cuando él se entienda dentro de ese rol, va a ser mucho más sencillo que el manejo de las redes sociales, el social media, todas las actividades de diálogo, las relaciones públicas. Lo mismo que cuando uno se vuelve un comunicador social en periodismo, ya. Un comunicador social en periodismo que no investigue, que no sea un investigador innato, pues técnicamente no va a poder generar ningún tipo de contenido que valga la pena, ya sea una noticia, un publinreportaje, un reportaje o una crónica, va a ser obligación de que eso pase. Entonces al final no importa en cuál de las líneas te vayas, si no logras desarrollar, volverte bueno, experto en competencias específicas de acuerdo con cada una de las líneas tú estás fuera del mercado, vas a ser lo mismo, vas a estar en la cola de personas que hacen lo mismo.

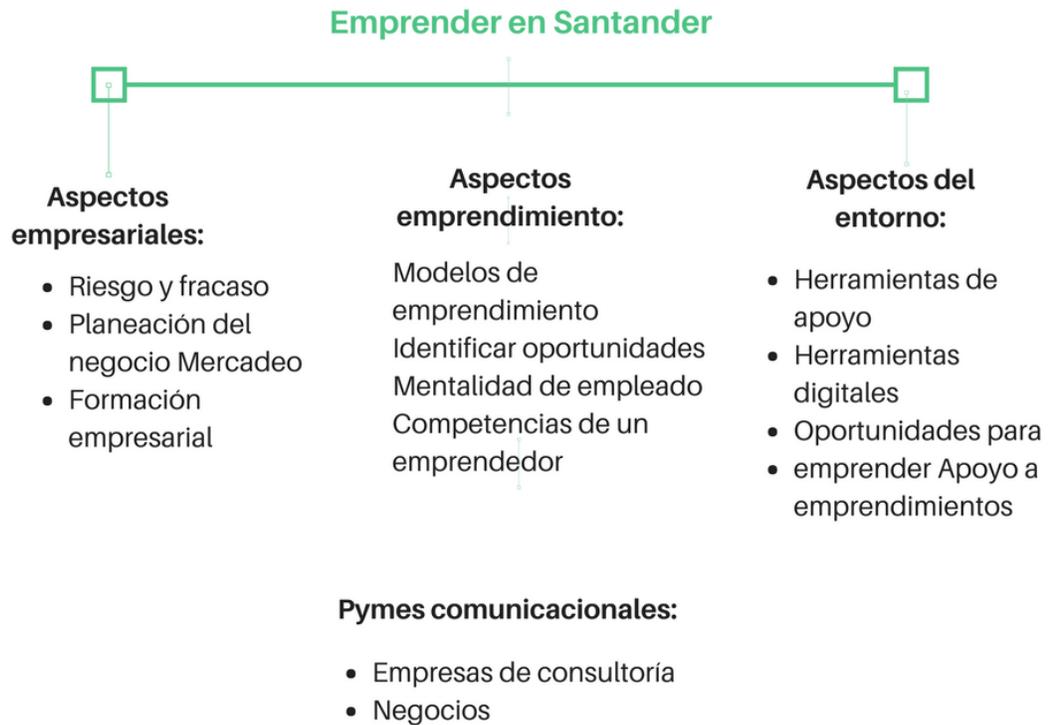
Entrevistador: ¿Cuál es el papel que juegan la creatividad y la innovación en su carrera y en una empresa?

Entrevistado: La creatividad es hoy por hoy para mí el producto de un trabajo conjunto entre distintas disciplinas, no es un trabajo que desempeñe un Einstein, sino que tenemos distintos equipos de brain trust trabajando para cualquiera de las empresas de las que yo soy socio, porque los que están adentro a veces no se pueden pensar creativamente para resolver problemas, entonces tiene que haber gente afuera dándole pistas de cómo mejorar considerablemente en su propuesta de negocio. Y el tema de la innovación es para nosotros, hombre, es la única manera, no es ni siquiera que un requisito, no, es simplemente un ADN dentro de las empresas en donde yo estoy metido, y eso cuesta mucho, porque puedes ser muy creativo, pero si dentro del proceso de innovación no te valida el mercado, estás muerto. Y tienes que buscar el mercado que está dispuesto a comprar esa

innovación. Entonces por un lado el brain trust, el equipo de personas que está pensando creativamente en mejorar de manera básica, incrementando destructivo a un producto o servicio, está atado obligatoriamente a quienes controlan la parte comercial y de mercado, para que eso creativo se transforma rápidamente en la innovación y que lo compren, lo adopten, los usuarios o consumidores finales. Y cuando te digo rápidamente es que, entre la idea, el prototipo y la prueba de mercado, tú hoy en tecnología no te puedes estar demorando para mercados que ya has logrado captar, más de dos o tres meses respondiendo a sus necesidades, porque tu competencia está aquí, está en Suecia, está en Cafarnaúm, está en Medellín. Tú competencia hoy a nivel de tecnología está 800 lados y tú no puedes darte el lujo de estar copiando lo que hacen los otros. Entonces así vemos la innovación y la creatividad, como dos hermanitos pegados por la espalda, pe que en definitiva el uno no camina sin el otro.

## Entrevista: Empresario Normal Pineda

Co- fundador y CEO: Axelera - Aceleradora de empresas basada en las neurociencias. Administrador de empresas, MBA, Advanced marketing program



Entrevistador: Comenzando por la relación que tiene el emprendimiento con el marketing y ¿Cuál es la importancia para los nuevos emprendedores?

Entrevistado: si un emprendedor no sabe vender está condenado al fracaso, básicamente una de la competencia fundamental del emprendimiento es poder entender he interpretar lo que quiere darle a su cliente y lo que quiere el cliente, sino para él va a ser muy difícil poder concretar ese emprendimiento, dentro de las estadísticas de Confecámaras en los estudios de emprendimiento el fracaso principal es que no saben vender, y pueden tener un producto fantástico bien organizado bien estructurado, pero si no saben transmitir la propuesta de valor al cliente fracasan, arriesgando capital y esfuerzo en un proyecto fallido, por eso es

muy importante que los emprendedores no solo tengan ganas sino también técnica donde desarrollen competencias de administración, de liderazgo, de ventas sobre todo de ventas porque en la vida vendemos todo el tiempo, puede que no vendamos productos pero vendemos ideas, por ejemplo; vamos a almorzar, vamos al seminario, te invito un café, eso es venta o vender ideas porque detrás de eso hay una intención, si el emprendedor logra interpretar los deseos y carencias del cliente puede tener más probabilidades de éxito que el que no lo entienda así, por que el problema del emprendedor es que se enamora de su producto y lo idealiza y no lo prueba en el mercado, siempre todo emprendedor tiene que hacer unas pruebas en el mercado para garantizar si funciona o no, si esas pruebas fracasan y el mercado le dice no lo quiero así deberá interpretar y adaptarse, pero si no lo entiende de esa manera lo llevara a un certero fracaso.

Entrevistador: ¿en el caso de los estudiantes recién egresados que quieren emprender, la academia que bases les puede brindar a ellos en cuanto a conocimientos?

Entrevistado: ahorita ninguno, la academia está hecha para fábricas de empleados, a ti no te enseñan emprendimiento, cuando tuve la oportunidad de ir al país vasco y a Barcelona a conocer los lugares de emprendimiento de ellos, en el siglo 21 y en el país vasco, desde el colegio te están enseñando para que seas empresario, en la universidad te dan cátedra para emprender, al egresar de la universidad te proponen entre hacer tesis o un plan de negocios, si haces el plan de negocios te dan posibilidades de financiamiento, te arriendan los espacios, te dan consultorías y mentorías, de acuerdo a tu preparación te presentan a la banca de inversiones en conclusión el que allá no emprende es porque realmente no quiere, en cambio aquí no, aquí emprender es ser independiente de una manera informal sin ningún tipo de estructura, salvo ahorita y en pocas universidades, en la universidad del rosario se alió con impulsa para hacer elevetor-pich, los elevetor-pich es presentar tu idea de negocios a un inversionista en 35 segundos, que es lo que se demora un ascensor del piso 1 al piso 10, si eres capaz de vender tu idea de negocios de esa forma

puedes tener probabilidades de invertir en tu negocio, desafortunadamente en la provincia todavía están muy embrionarios, la cámara ha hecho esfuerzos y por eso es que estoy acá porque yo no soy de Bucaramanga yo vengo de Bogotá, y si yo comparo también con Medellín, le lleva a Bogotá y Bucaramanga años, porque ellos si tienen un modelo de emprendimiento y se llama RUTA M, donde privilegian las empresas innovadoras y donde hay un ecosistema de emprendimiento, y aquí los ecosistemas de emprendimientos son absolutamente frágiles,

¿Cuántas universidades tienen programas de emprendimiento y de ferias empresariales y de banca de inversión y de capital semilla?, el tema es que ustedes como estudiantes comenzarle a exigir a la academia que no los formen para ser gerentes y empleados, sino que los forme para ser empresarios y eso si demanda unas competencias grandes y liderazgo residencia, porque es que el empresario y el emprendedor está acostumbrado todo el tiempo al no.

Entrevistador: ¿en términos de comunicación a que le deben apuntar esos nuevos comunicadores de pines, en cuanto a empresas que se dedican a la actividad económica de la comunicación social egresados de la comunicación social que crean su empresa?

Entrevistado: yo no soy comunicador social, pero se me ocurre que ellos podrían corregir el problema de las imágenes y nombres de las empresas que le colocan el nombre de los hijos o las siglas de los fundadores y eso no tiene sentido, los nuevos comunicadores sociales deberían ofrecer un nuevo tipo de publicidad o nombre para las empresas más atractivo o asesorarlos en imagen corporativa o protocolo empresarial.

Entrevistador: ¿cuál es el proceso de mercadeo para crear un negocio solido?

Entrevistado: investigar el mercado, investigar la competencia, hacer un plan de negocios, luego que tenga eso hacer un plan de mercadeo.

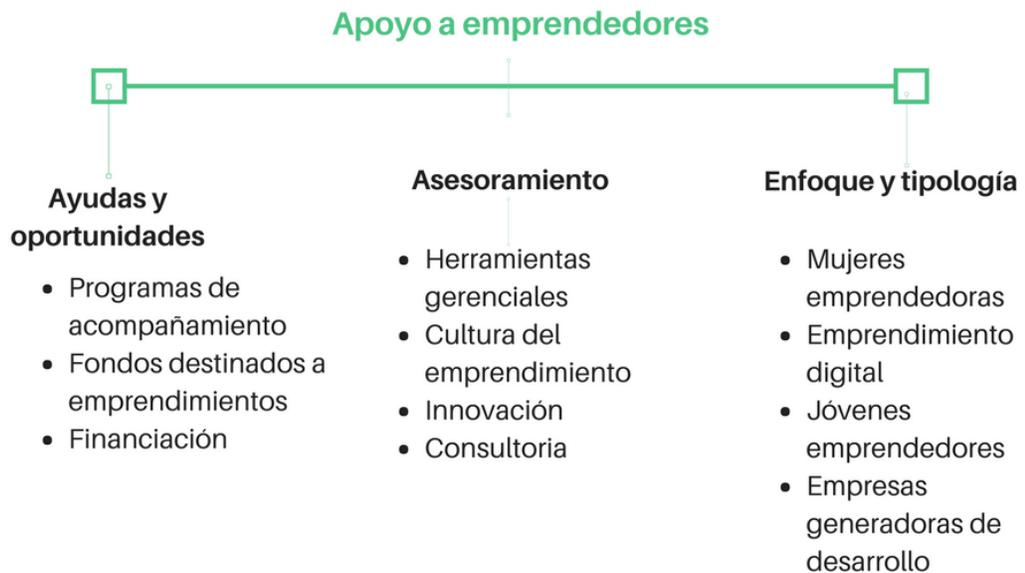
Entrevistador: ¿y estrategias de posicionamiento?

Entrevistado: ese es el marketing mix, que es entender cuál es su producto, a qué precio lo va a vender, en donde va a llegarle a sus clientes, como lo va a promocionar, mezclando esas son cuatro las cuatro p's, y mezclando esas cuatro encuentra uno la estrategia, analizando sus fortalezas, sus debilidades, sus oportunidades y sus amenazas, haciendo un Dofa bien hecho sin entrar en tecnologías más complicadas, arranquen con un Dofa, pero entiendan cual es la propuesta de valor al mercado, armen un canvas, bien organizado y bien asesorado que un experto los oriente la cámara tiene gente así que los puede asesorar en eso y es gratis, hay muchas herramientas y muchas fuentes de información que pueden utilizar para poder llegar a lo que quieren llegar.

Entrevistador: ¿cuál es la importancia y el riesgo que corren las empresas que no manejan redes sociales?

Entrevistado: uno puede no manejar redes sociales y ser muy exitoso, pero las redes sociales para los emprendedores con poco capital son una herramienta muy importante que deben saber usar, porque tú puedes invertir en millones en Facebook y no lograr nada, pero si tú eres inteligente en como manejas tus anuncios como haces tus blogs y cuáles son los post que debes colocar puedes tener un probabilidad de aumentar el tráfico en tu página general oportunidades y listo, y tener un discurso comercial muy fuerte, las redes sociales no sirven para todos, tienes que analizar si tu mercado es de redes sociales, y depende del mercado de tu propuesta de valor y si eres inteligente sabrás interpretar que es lo que quiere tu cliente.

**Entrevista con: Liceth Dayana Carballido**



¿Con que programas cuenta la cámara de comercio para apoyar el emprendimiento en Santander?

La línea de emprendimiento de la cámara tiene actualmente 4 programas, el base es este (más ideas más emprendimiento) para los emprendedores nuevos que tienen digamos registro mercantil máximo de 3-5 años este busca generarles herramientas gerenciales a los emprendedores.

Hay otro programa que se llama empréndelo, es un programa para empresas que estén vendiendo más de 1 año, y que sean jóvenes los que estén liderando el proyecto entre 18-35 años, se llama empréndelo financiado por el banco interamericano desarrollo.

Hay otro programa que se llama emprende país, que es un programa para empresas que estén facturando más de mil millones de pesos, que hayan crecido cada año de manera exponencial y es apoyada por la fundación bolívar Davivienda, ahí se les da mentoría más a nivel estratégico y además los preparan para recibir inversión digamos a nivel internacional o nacional.

Hay otro programa que se llama mujeres ECCO que es un programa como lo dice, para mujeres, no necesariamente tiene que ver con cosas de ECCO de medio ambiente, sino ECCO es competitivas a nivel de Colombia, y ellas deben ehh, básicamente ehh, generar un factor de innovación en sus negocios, es decir, yo tengo una línea tradicional y como a partir de un proceso de investigación y un proceso de consultoría se genera una nueva línea de negocio hay consultorías personalizadas y les apoya en el tema comercial, es decir, si quieren generar página web o marca les apoyan con eso y la empresaria debe poner un millón más IVA ese es el precio.

Y el otro programa es un programa digamos digital ehh se llama coworking y la idea es que todos los proyectos que tienen que ver con plataforma web, que tengan que ver con generar aplicaciones, libros digitales y videojuegos vayan a coworking, que es un espacio que queda en Sotomayor y que pueden usar los emprendedores digitales para hacer sus proyectos y allá reciben mentoría, reciben asesoría de esos temas.

Este programa de más ideas más emprendimiento es digamos de los pioneros y nace desde 2012 apoyado por el SENA y por la gobernación, actualmente es un programa netamente de cámara de comercio apoyado y financiado por la cámara y busca generar de manera masiva capacidades en los empresarios, si eso es básicamente el tema.

¿Existen capacitaciones para jóvenes en temas tributarios y legales de cómo crear una empresa?

Si, digamos que aquí en la cámara hay una asesoría personalizada para que puedas definir como con que ehh, estructuración legal te vas, ¿sí?

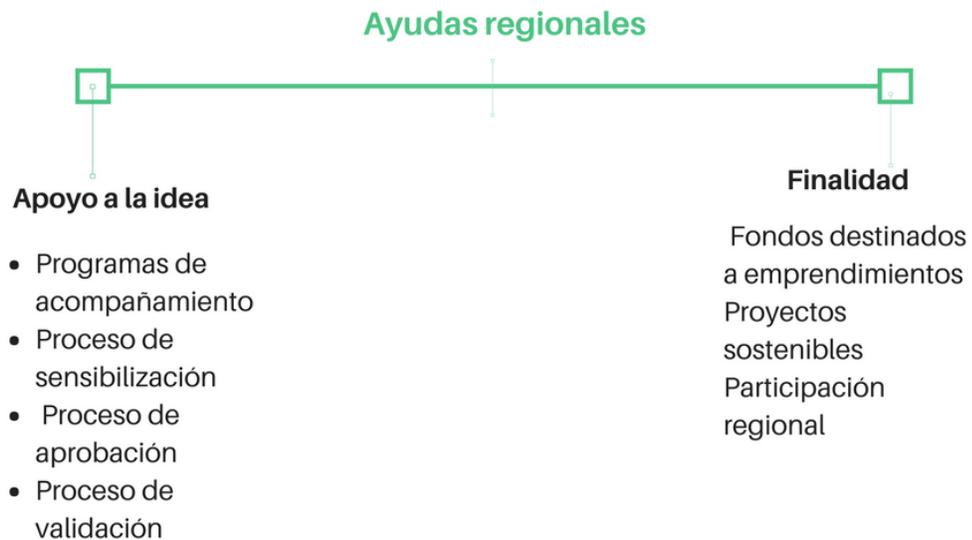
Pero también de demás ideas no la hemos implementado pero lo más posible es que el otro año generemos también un taller o un espacio para que ustedes tengan todas las dudas a nivel tributario, que tipo de persona jurídica debo crear o lo podamos hacer por medio de un asesor que los pueda orientar en su parte legal como tal, igual también la ley joven es como una ley que les descuento un poquito en el tema de registro mercantil, entonces hay que pagar por dos cosas: por el registro mercantil y por establecimiento de comercio, entonces por esa ley tienes entre 18 y 35 años solamente vas a pagar por el registro, entonces ahí te descuentan un poquito para que puedas ehh generar empresa ehh eso es básicamente.

¿Ofrecen algún tipo de financiación que apoye a las nuevas ideas de negocio?

Actualmente la cámara no ofrece capital como tal semilla, la idea es que los preparemos para que los reciban de otras entidades, pero no se tiene como una bolsa de dinero para poder apoyar a los emprendedores a nivel monetario, porque hemos descubierto que ehh digamos para otras entidades como el SENA, por ejemplo, el fondo emprender que tiene mucha experiencia en ese tema y además es que nuestra idea es que las personas validen sus ideas de negocio y que muchas veces todos creen necesitar solo dinero, pero no necesariamente es lo que necesitan, porque a veces no saben qué hacer con ese dinero, necesitan hacer un plan, necesitan organizarse, necesitan tener muy bien estructurados sus ideas y sus negocios para poder recibir dinero de otro, o muchos no quieren recibir dinero por ejemplo si yo soy un inversionista y te digo bueno yo te voy a poner dinero en tu empresa, pero me tienes que dar un porcentaje de tu empresa, muchas veces no quieren hacerlo porque no tienen esa sensibilización a que eso es posible generar capital, entonces es un tema de cómo hacemos ahora generar cultura de emprendimiento de inversión también y que, pues en Santander los inversionistas son un poco re ácidos, porque solamente invierten en cosas seguras como la infraestructura, ¿sí? No en cosas de emprendimiento que son de riesgos, pero se ha venido trabajando, pero pues por eso la cámara actualmente no lo tiene, pero pues a largo plazo es lo que se debe buscar, poder financiar proyectos que sean de

alto impacto no a todos sino a emprendimiento que sean ehh organizados que tengan un producto diferenciador. Actualmente no se tienen, pero ese es el objetivo.

### Entrevista: Natalia Solano Acevedo



Monitora de emprendimiento en el SENA, fondo emprender

Entrevistadora: ¿Qué herramientas brinda el SENA a los emprendedores?

Entrevistada: Brindan asesorías de cómo vas con la idea de negocio, y también hacen conferencias de sensibilización donde te muestran los parámetros que tiene el fondo emprender para venir a las asesorías, por ejemplo, si necesitas un capital, ellos te van explicando paso a paso para que la idea de negocio sea factible, ¿sí? Bueno entonces charlas motivadoras, te brindan conferencias, talleres, que es donde tienes que asistir y eso se hace por medio de filtros, por ejemplo, tú ya ahorita te incluyo acá en la lista de contactos, ese es el primer paso, y el segundo ya vienes

a una sensibilización, a una conferencia, ¿sí? Donde te brindan toda la asesoría, te citan, tienes que traer el proyecto, tienes que decir por qué, después se postula para un evento donde tienes que contar la idea de negocio, si sale factible pues ellos te brindan un apoyo ¿sí? O sea, son por niveles. Bueno y después de eso viene la ideación de negocios, ¿sí? La aplicación del modelo canvas, la validación temprana donde a ti te van a evaluar y a aprobar el proyecto. Te hacen un acompañamiento, si necesitas la asignación del capital te la hacen.

Entrevistadora: Es decir, ¿brindan una ayuda financiera? ¿Hay convocatorias o cómo son los requisitos?

Entrevistada: Si, te brindan ayuda financiera, y los requisitos son que vengas, te registres acá, que estés muy atenta a las sensibilizaciones y ya ellos te van adecuando, necesito que vengas tal día, todo. Y todo te lo están pasando por correo o yo te llamo, los monitores somos los que hacemos esa gestión, y ellos como asesores ya se encargan de brindarte el apoyo.

Entrevistadora: ¿Y cuál es el rango de edad para aplicar?

Entrevistada: No, no exigen requisitos de edad. Ellos acá lo que te van a mirar es ¿sí? ¿Por qué la formación del acompañamiento de una idea de negocio?, ¿sí? ¿Por qué la hacen? ¿Con que fin?

Entrevistadora: Y, por ejemplo, ¿Se puede crear cualquier tipo de empresa?

Entrevistada: Si, siempre y cuando esa empresa posea productos beneficiosos para el sector productivo, ¿sí? pero cualquier idea de negocio te sirve, desde que ellos la vean factible.

Entrevistadora: ¿Y cuanta es la participación en Santander ahora?

Entrevistada: Están en un rango de 40 a 60 personas, así siempre se ha mantenido

Entrevistadora: ¿Y cada cuanto sacan las sensibilizaciones?

Entrevistada: Por ejemplo, el 5 de octubre va haber una conferencia, y siempre la hacen es en la mañana, de 9 de la mañana a 11 de la mañana acá en el SENA, pero entonces tienes que venir, hacer partícipe de la charla, eso es prácticamente

### Entrevista: Nydia Marcela Reyes



Docente de contaduría pública y creatividad aplicada

Se debe generar un clima y un ambiente dentro de la institución ya sea un colegio o ya sea una universidad donde realmente se respire el emprendimiento y eso solo se hace con estrategias comunicativas por ejemplo si nosotras queremos llevar a cabo el proyecto de Unab creative al nivel cual lo que queremos llevar que es volverlo un sello donde los estudiantes de la Unab sean personas creativas, innovadoras y emprendedoras, esto se debe regar como pólvora, esta nueva

filosofía con lo que se pretende formar a las personas y ¿cómo se riega algo como pólvora? Con una estrategia de comunicación bien diseñada, bien montada, que capte, que logre llegarle a la gente que se involucre, que quiera participar, que se motive, sin eso se quedaría todo en letra muerta.

Cualquier emprendimiento también debe ser enfocado a eso ¿no?, a que realmente satisfaga necesidades de las personas y ojalá frente algunos de los problemas, hay muchos problemas que todavía no tenemos una solución, por ejemplo, tenemos mucha pobreza todavía, mucha desigualdad, el problema climático, todo eso podría dar en un momento dado a soluciones que involucren empresas, y ¿Quiénes van a ser las personas que el día de mañana tienen esa responsabilidad? Pues las personas que se están formando en este momento.

Eso depende muchísimo de la formación que se les dé, de las herramientas, de la cultura, no es lo mismo que usted esté en una universidad que le apoye por ejemplo sus ideas de empresa, una universidad que tenga la visión de ayudar a sus estudiantes no solamente con la idea sino con el desarrollo e inclusive con la consolidación entonces si tú notas un común denominador de aquellas universidades donde han salido los emprendedores más importantes del mundo, es que existen esos espacios donde no solo en el aula de clase sino fuera del aula de clase el estudiante puede ir, puede validar su idea, puede recibir retroalimentación, puede someterla a observación de otras personas para que te den más consejos, te apoyen, e inclusive universidades, las más grandes, que tienen hasta inversores, personas que están dispuestas a invertirle capital a las ideas.

Si tú miras y analizas esa es la diferencia entre aquellas instituciones donde sus egresados son destacados empresarios a aquellas donde solamente son empleados, entonces esa cultura ¿Qué involucra? Una estrategia de comunicación

que permee en todas las personas y que se genere ese ambiente, que sea en esta la universidad donde salen los empresarios

La creatividad es esa capacidad que tiene el ser humano con los conocimientos adquiridos, con su imaginación y sobre todo con la iniciativa, ¿sí? De crear una idea que sea innovadora, que solucione algún problema y que a su vez se pueda convertir en un emprendimiento, de tal manera que la sociedad se vea afectada de manera positiva sea, el emprendimiento no se daría si no existiese detrás un proceso creativo, unas personas, un producto innovador, un ambiente donde eso se desarrolle y que finalmente termine eso convirtiéndose en una empresa, si usted mira cualquier empresa, la que sea surgió de un proceso creativo, a alguien se le ocurrió algo que la gente necesita, una solución a algo que la gente necesita, entonces sin creatividad sencillamente no habría emprendimiento.

El emprendimiento es fundamental para el desarrollo de cualquier sociedad, independientemente si es santandereana o si es colombiana Porque a medida que las personas están empleadas tienen cómo satisfacer sus necesidades básicas, eso implica mayor desarrollo, menos pobreza, menos delincuencia, menos problemas sociales Nuestra sociedad está estructurada en el sistema empresarial, fue la forma en que los seres humanos concebimos para unirnos y entre todos satisfacer nuestras necesidades por medio del intercambio de bienes y de servicios, entonces, y si usted ven los países desarrollados fue la forma en que los seres humanos concebimos para unirnos y entre todos satisfacer nuestras necesidades por medio del intercambio de bienes y de servicios, entonces, y si usted ven los países desarrollados.

¿En qué se diferencian de los subdesarrollados? En la capacidad, el poder y el tamaño de sus empresas, entonces de ahí la necesidad de que ciudadanos, apoyemos, y ojalá logremos que se consolide un sistema empresarial fuerte, creativo e innovador, porque hoy en día lo que está marcando tendencia en el

mundo son las empresas que manejan conocimiento, que manejan la economía colaborativa, que son innovadoras y que son creativas.

Precisamente la clase de creatividad aplicada es el primer paso para poder empezar a consolidar este ecosistema que estamos buscando crear esa curiosidad, crear esa necesidad en el estudiante de empezar a pensar como tú decías, en salir y generar empleo en vez de ser un empleado más.

Entonces, lo primero es enseñar la creatividad, porque las ideas no salen espontáneamente sino que no todos tenemos la habilidad de ser creativos, puede ser que haya gente muy creativa pero hay otras que no lo somos y somos de la corriente de pensamiento que la creatividad se puede aprender, como cualquier habilidad en la vida se puede aprender, todos independientemente del nivel de creatividad si utilizamos las estrategias adecuadas, si entendemos los procesos que van acompañados a la creatividad, perfectamente podemos ser personas que el día de mañana generemos un cambio en la sociedad.

## Entrevista: Iván Arango



### Empresario – Gelatino

Mi nombre es Iván Arango, fui publicista muchos años, Director de arte, Director creativo y ahorita estoy recuperando un negocio familiar que lleva casi 27 años, la ciudad que se llama “gelatino” o “gelatino” como se conoce generalmente y ahorita después de hacer todo un rebranding de la marca acabamos de abrir un nuevo punto en Cañaveral, que es donde estamos en este momento.

Porque quería también tener esa experiencia de emprendimiento, ya había tenido una experiencia muchos años de trabajar para otras personas con otras empresas, ayudando a otras empresas como a crecer a que les fuera bien con un poco de lo

que yo hacía en términos de publicidad y mercadeo y sentía que el negocio familiar tenía mucho potencial y como marca gelatino, es una marca muy linda, muy querida, pero sí le hacía falta como ese “fa ...” Como le digo yo a la marca para que realmente pudiera crecer sobre todo en Bucaramanga que es una ciudad como tan linda que yo quiero tanto, y quería un estilo de vida donde yo pudiera como llevar un poco más las riendas de mi vida, de mi vida profesional, de mi vida económica, de mi tiempo, de cómo lo manejo y que me permitiera también meterme en otros proyectos que estoy tratando de hacer, aparte de gelatino.

Pues... sinceramente los contactos, creo que en la Universidad es muy importante ser muy inteligente en términos de entender que toda esa gente que uno está conociendo en ese momento que es un momento súper “bacano” y donde hay muchos temas lúdicos esas personas el día de mañana van a ser los compañeros de trabajo de uno, van a ser los contactos que te van a conseguir un trabajo, puede que se convierta en tu cliente, uno que otro profesor obviamente que me enseñó cosas muy interesantes, desafortunadamente pues en términos de educación o al menos en mi experiencia no hubo demasiados profesores que me impactaron, tal vez porque soy un niño así como medio mala clase o tuve problemas con los profesores, ehh perdón a todos si me ven por ahí, pero sí tuve algunos profesores que me dijeron frases o que se tomaron el tiempo un poquito más allá de lo que les tocaba, que me formaron hoy en día como profesional, incluso uno de mis jefes, Javier Serrano, un gran líder, un gran amigo, me enseñó muchas cosas y él es profesor, yo he dictado un par de clases también en dos universidades y me parece que la academia es muy chévere si el profesor está realmente conectado con que sí pueda generar un cambio, entonces la Universidad por muchas cosas pero sinceramente sí los contactos.

Moderadora: ¿Qué opinas de la creatividad, la innovación y la disciplina como herramientas que se instalen como obligación dentro de los pensum en las universidades para crear estudiantes que prefieran emprender en vez de emplearse?

Pues para mí la creatividad es todo, yo mi vida la he vivido y la rige la creatividad en todo lo que intento hacer, me he metido en un montón de proyectos de creatividad, fui Director creativo, fui Director de arte, mi papá era un artista plástico, entonces yo crecí en medio de arcillas, pinturas, dibujos, un montón de cosas y creo que todo el mundo es creativo y que digamos la filosofía que yo regí siempre en mis agencias, pues en las agencias que trabajé era esa, todo el mundo es creativo, la señora que nos ayuda con los tintos probablemente nos puede dar una gran idea para una gran campaña y como una de las frases que sí me dijo un profesor que me caló “ si usted hermano sabe que la champaña se toma el 31 y el 24 y tiene que dar una champaña de un pérignon se jodió, si usted sabe que de pronto la champaña la hicieron en mil cuatrocientos... y cayó una reacción química y salieron burbujas y los manes dijeron miren lo que nos inventamos” te da muchos más argumentos para aplicar yo creo que la creatividad se puede aplicar en todo, yo generalmente la intento aplicar en todo lo que haga así sea en la matera que pongo aquí afuera de mi casa o en los lazos que le pongo al poste o la flor que pongo, soy un tipo muy detallista en ese sentido, y creo que la creatividad es algo que se debería explorar mucho más, incluso hay casos muy interesante como el de lego, lego hace unos talleres creativos en empresas y eso ayuda que la gente como que se suelte un poquito y deje de pensar que todo es... pero incluso un matemático, un financiero tiene que ser muy creativo para entender cómo solucionar temas de su empresa y demás.

Entonces creo que mover ese otro lado del cerebro, el lado derecho pues que es el que mueve la creatividad, si le hace falta a mucha gente para que abra más la cabeza a solución de problemas y un montón de cosas.

Moderadora: ¿La innovación?

No pues la innovación ay sí todo, yo creo que igual como dicen por ahí “todo está inventado” pero los grandes artistas roban y no copian, pero creo que es un tema de reinención y es un tema de encontrar soluciones creativas a problemas y es encontrar oportunidades, ya eso depende de cada tipo de negocio, de qué tipo de

problemas tú tienes que solucionar y cómo creativamente los solucionas, creo que uno podría decir que es lo más innovador que hay en este momento pero creo que no se trata de hablar del último grito de la moda e innovación sino, uno puede innovar hasta cómo cortar un árbol, lo que sea puede ser innovador, creo que el tema es más en términos de empresas, es cómo ¿cómo encuentro huecos, oportunidades? ¿Cómo soluciono problemas que otros no han solucionado? De distribución, de atención al cliente, de producto, de servicio, de un montón de cosas pues en este caso pues lo que yo estoy haciendo, pero cada uno, cada empresa pues obviamente necesitará unas soluciones diferentes.

Moderadora: ¿Santander está preparado para que los jóvenes emprendan o para emplearse?

“Santandereanos siempre adelante...” yo creo que es muy difícil hablar de región, yo creo que Santander está caracterizada por no obtener mucho empuje tristemente, a mí me ha dado mucha tristeza no solo en Santander, sino en Colombia ver como pocas empresas pues se vendieron como el éxito, ya no tenemos nada básicamente y ve uno que por tres pesos mucha gente prefiere decir, deme esa plata, yo con esto me invento otra cosa y no seguir adelante.

Creo que Santander al igual que cualquier departamento está con lo mismo que nos toca a todos, los mismos 19% nos cobran a todos que es muy duro. Realmente el país no te la pone fácil, en otros países si tú eres un nuevo empresario no te cobran impuestos durante tres años para que tú puedas arrancar con tu empresa, más allá de eso creo que es un tema de empuje, creo que el santandereano tiene un tema que yo lo tuve que es irse a estudiar a otro lado, pero realmente mucha gente de mi generación se ha devuelto y hoy en día es dueña de cabrón, de los restaurantes nuevos que hay, de los nuevos bares, nuevas empresas, hay gente que se está yendo a cultivar un montón de vainas súper chéveres y creo que es un tema de tener una buena idea, darle a esa idea e irse en contra de mucha gente que te va a decir “sigue Director creativo en agencias, que se va a ir de heladero” es un tema de saber lo que quiere y en contra de lo que sea más allá de qué departamento

estás, el santandereano tiene mucho empuje, somos una región muy querida, todo el país, a la gente le encanta conocer a alguien de Bucaramanga y creo que esto es una ventaja que hay, es una tierra que te da de todo.

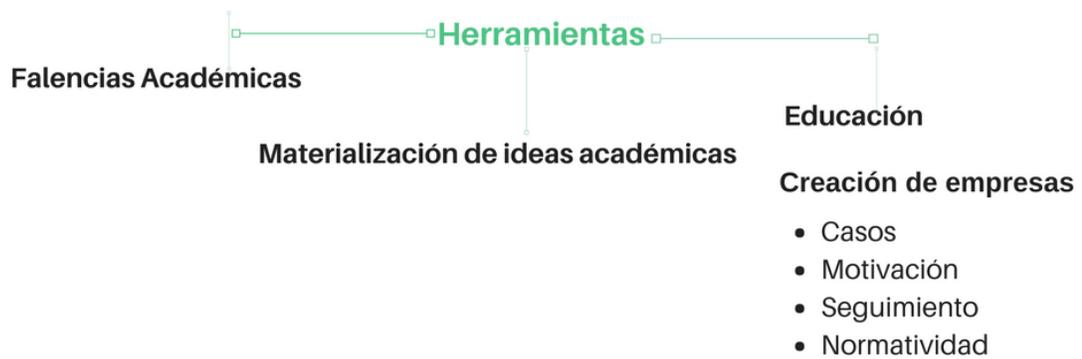
Lo que le falta al bumangués es más networking, le falta ayudarse más, tener miedo de contarle a otros sus ideas y trabajar en equipo, creo que eso hace que como otras regiones puedan surgir más.

Moderadora: ¿Conoces alguna idea de emprendimiento relacionada con Comunicación Social?

Actualmente no, sinceramente no conozco en emprendimiento, pues lo que está haciendo Pilonieta con Fuckup me parece que tiene que ver con expandir un mensaje interesante de la región, conozco personas que están vinculadas con proyectos, pero no necesariamente en temas... lo que pasa es que la Comunicación Social ya dejó de ser algo encasillado, entonces cuando dices que comunicación Social tantas cosas, tantos medios, tantas vainas que...creo que hoy en día la comunicación al igual que la publicidad se ha desviado demasiado a lo digital y en términos digitales sí hay muchas cosas que están pasando y muchas iniciativas que realmente reúnen ideas, personas, tertulias, un montón de cosas que pueden pasar y que hoy en día mucha gente que puede expandir un mensaje, que era lo que antes no pasaba con la Comunicación Social era lo específico del periodista y ese tipo de cosas y hoy en día cualquier también puede contar una historia, el tema es cuéntame una historia, cuéntame cosas, pero no sé así que yo diga que aquí tengo la lista de proyectos de Comunicación Social de innovación no, desafortunadamente no.

## Entrevista: Juan Felipe Reyes Rodríguez

Coordinador de emprendimiento UPB



La Unidad de Emprendimiento busca incentivar primeramente el espíritu emprendedor entre la comunidad universitaria.

Tenemos una línea de formación compuesta principalmente por el curso de Emprendimiento y Responsabilidad Social, en el que buscamos mostrar a los estudiantes el emprendimiento como una alternativa de vida. Se trabaja en el desarrollo de una idea innovadora que posteriormente se convierta en un modelo de negocio.

Por otra parte, la Unidad de Emprendimiento está al servicio de la comunidad universitaria (profesores, estudiantes, alumnos) para acompañarlos y guiarlos en la estructuración de sus ideas de negocio bien sea para ser ejecutadas con recursos propios o por convocatorias. Este acompañamiento implica asesorías personalizadas y charlas conjuntas.

Parte de la respuesta la he dado en la pregunta anterior. Estamos ofreciendo el acompañamiento a los estudiantes primeramente en el curso, porque tenemos la expectativa que lo que se trabaje en el curso se pueda convertir en una idea de negocio real para los estudiantes y no un mero requisito académico para aprobar un curso.

Sin embargo, lo que se trabaja en el curso no es suficiente dadas las limitaciones de tiempo. Es ahí donde también acompañamos a los emprendedores (incluidos estudiantes que se acerquen a nosotros) en la estructuración de sus negocios.

¿Qué incluye esta estructuración de negocios? Incluye la exploración de las necesidades del mercado, a partir de allí el desarrollo de la solución/idea innovadora (producto y/o servicio), el modelo de negocio a adoptar (cómo se generarían ingresos, cómo se llegaría a los clientes), el análisis de la competencia, y la planeación financiera.

Hay otros temas que dadas las particularidades de cada caso se tienen en cuenta como lo son régimen legal a la hora de constituir una empresa y aspectos relacionados con propiedad intelectual.

En este momento tenemos registrados en nuestra base de datos tenemos registrado solo un proyecto a cargo de dos comunicadores sociales (egresados). Su proyecto está centrado a nivel empresarial. Sin embargo, han manifestado que han tenido dificultades por tiempo para continuar con el proyecto a pesar de mostrarse motivados incluso al punto de querer aplicar a convocatoria de recursos como Fondo Emprender del SENA.

Nosotros también tenemos la tarea de difundir los diferentes mecanismos de financiación para emprendimientos. En estamos trabajando con difundir lo que son las plataformas de Crowdfunding para levantar recursos por contribución masiva del público. Curiosamente existe una plataforma que queremos dar a conocer a comunicadores sociales ya que está enfocada en lo que tiene que ver con proyectos cinematográficos. Adicionalmente, con Comunicación Social queremos tener el lazo de dar a conocer lo básico del emprendimiento mediante charlas orientadas a estos estudiantes en particular.

Mi percepción es que, dado el bajo número de comunicadores sociales trabajando con nosotros, muy probablemente ellos no consideran el emprendimiento como una opción de vida. Por lo que es necesario que consideren cómo sus ideas se pueden tornar en posibles negocios.

**Entrevista: María Carolina Jáuregui Paz**

Decana de la Facultad de Comunicación Social, Universidad de Investigación y Desarrollo



En la UDI desde el dos mil... yo inicié como docente hora cátedra en el 2013, después en El Tiempo, después me retiré, después regresé tiempo completo, este año me dieron la oportunidad para ingresar al programa porque yo venía trabajando en otra Universidad con las Unidades, ahí tuve experiencia como Jefe de comunicaciones, Jefe del Hospital Universitario, en el Departamento de humanidades, en docencia, mi línea es más la línea de la educación De la Universidad Autónoma de Bucaramanga, yo soy promoción 99, me gradué el 9 de Julio de 1999 Siempre me ha perseguido la educación, la educación siempre me ha perseguido, yo creo que... no es que me persiga es que esa es la vocación, ehhh ¿Por qué digo que la vocación? Porque yo vengo de formación netamente pedagógica académica por parte de familia.

En el tema de la línea del perfil de un comunicador social, a criterio personal, considero que hoy en día las empresas buscan un comunicador social integral, un comunicador que tenga la capacidad de desenvolverse en varios escenarios o campos de estudio de la comunicación. Hay unas tendencias muy marcadas hoy en día que es la parte de la comunicación digital. Podríamos decir que hay un proceso que está en un proceso de aflorar o de incursión o dando como los espacios que es la línea de la comunicación en el corte científico, del orden investigativo por decirlo en ese, en ese, esos términos, entonces es el comunicador en la línea de la ciencia, de la tecnología, la parte científica. Pero eso no quiere decir que estemos formando solamente para esa línea, o sea el comunicador social tiene que ser un conocedor de todo el proceso propio de un proceso comunicativo, es decir, de donde proviene la información que es de desde la fuente hasta el proceso de retroalimentación de quien recibe, y nuevamente retorna para ver si realmente el mensaje llegó como tal.

Entonces considero que, que el comunicador hoy tiene que ser una persona con calidad humana, con el don de gente, una persona de dominio del lenguaje, que tenga la capacidad de transmitir diversos saberes en otras formas del lenguaje, por ejemplo que llegue a otros públicos, que el conocimiento no se quede para una sola, un solo estamento, o una sola colectividad, sino que se haga universal, para que todos puedan hacer el ejercicio de alfabetizar, porque en últimas la comunicación va con fines de educar y los medios van con fines de educar, entonces considero que las instituciones de comunicación social tienen que buscar o propender con un comunicador social muy integral conocedor de los diversos lenguajes, dominio disciplinar, que domine sus teorías, sus fundamentos conceptuales, teóricos, que tenga la capacidad de ponerlos en práctica, porque pienso que la academia tiene que teorizar, conceptualizar y hacer lo procedimental e instrumental, porque si dejamos solamente los dos primeros niveles, teorizar y conceptualizar, y dejamos para lo último la parte teórica, el estudiante va a tener dificultad en el proceso de empalme y de encontrarle razón o ser al dominio, entonces no se puede tan solo esperar que llegue al escenario de la práctica para que el estudiante diga, “uy esto

si vale la pena” o “será que estudié lo que no debí haber estudiado”, entonces por ejemplo, en el caso de nosotros, el trabajo de la institución tiene esa, esa metodología, teoría-práctica, teoría-práctica, y a pesar de que en el plan hayan unas materias que sean de la línea teórica o conceptual, siempre el docente va a llevar al estudiante al escenario, para que tenga la capacidad de observar, de ver su proceso de la dinámica y que también tenga la capacidad de proponerlo y analizarlo y generar piezas comunicacionales.

Otra tendencia que yo considero hoy en día, y que podría dar cabida es la parte de la gestión de la comunicación, en el rango organizacional, yo me formé en la Universidad para el periodismo y para organizacional, pero me parece que la integralidad la da la comunicación organizacional, he llegado a esa conclusión.

Porque un comunicador social es conocedor de todos los procesos, de todos los procesos de una organización, porque es que en últimas el comunicador social tiene que dinamizarlos tanto al público interno como al público externo, y al público interno ¿por qué? Porque él se tiene que apropiarse de la filosofía institucional para poder tener un sentido de pertenencia y para que sus prácticas a nivel organizacional sean acordes y vayan a la par de la filosofía, y que todo tenga su curso y su línea o su razón de ser dentro de esa responsabilidad social y compromiso social que tienen las empresas.

Las empresas hoy en día manejan también medios internos y tiene que visibilizar su marca a través de medios o canales a nivel de empresas periodísticas o de empresas a nivel de publicidad. Cuando son a nivel de interno entonces tiene que trabajar todo lo que es la parte estratégica con los procesos determinados dentro de la gestión.

La parte digital también es un escenario de esa comunicación, tanto interno como

externo, como es la visibilidad e impacto de la marca. Y la parte de desarrollo y cambio social es todo lo relacionado con el trabajo y la responsabilidad social y el tema de sostenibilidad de las organizaciones, van de la línea de lo que llamamos hoy en día la parte de propender por un ambiente sano y por cuidarlo y mantenerlo.

Enseñarles a los chicos hoy en día la responsabilidad que tienen en el ejercicio de la labor, no es comunicar por comunicar o plasmar un texto por informar, no, eso va más allá de informar, es cambiar el pensamiento y transformar a favor de, no en contra de, entonces, pero es un perfil que requiere de mucho y que también requiere de formación, de conocer sus raíces, las costumbres, las tradiciones, su cultura y apropiarse de todo lo que es del sentir de un colombiano para poderlo transmitir a otros escenarios.

Bueno nosotros somos un programa reciente, nosotros tenemos apenas, cumplimos 7 años, apenas llevamos siete promociones. Que tenga conocimiento, que esté generando empresa, no.

## Entrevista: Fernando Velasco Rueda

### Docente de la cátedra de emprendimiento UTS



Entrevistado: Mi nombre completo es Fernando Velasco Rueda, soy docente de cátedra adscrito al Departamento de Humanidades, un departamento que ha sido últimamente muy golpeado en el sentido de que las iniciativas que se dan en dicho departamento se divagan, no se les da la atención ni el apoyo necesario, el personal docente está desanimado.

Entrevistador: Coméntenos sobre la cátedra de emprendimiento que da la Universidad

Entrevistado: Es una cátedra muy interesante y muy importante dado que el objetivo es motivar a los alumnos a crear ese espíritu emprendedor a que nazca ese emprendedor que cada uno lleva por dentro, algunos con mayor intensidad que otros, pero todos tenemos un emprendedor por dentro que se debe atender y motivar para surja y comience a generar cosas.

Entrevistador: ¿Por qué se generó esta cátedra en la Universidad?

Entrevistado: La cátedra de emprendimiento en la mayoría de las universidades y en la educación básica es una política nacional en el sentido de cambiar esa estructura de la formación para el empleo o la formación para generar empleo, porque antes nosotros nos educamos fue pensando que después que nos graduáramos ya tendríamos un empleo listo, entonces hay que cambiar eso y es una política que viene desde el gobierno del doctor Virgilio que comenzó a manejar lo que es la creación de la micro empresa y de ahí surgió el programa mitimes y luego se dio cuenta que ya era necesario alimentar en el estudiantado el espíritu y la construcción de la cultura empresarial.

Entrevistador: ¿Qué aspectos creen que influyen en un estudiante para que prefieran emplearse y no emprender?

Entrevistado: Primero que atiendan al llamado que se le hacen a la motivación que uno les dé para despertar ese emprendedor y ya con base en eso ya ellos toman la decisión de si prefieren salir a tocar puertas buscando empleo o ellos mismos emprender para así generar sus propios ingresos.

Entrevistador: ¿Qué otras herramientas le brindan la Universidad?

Entrevistado: Aquí hay una unidad de emprendimiento donde la Universidad aportaba ciertos recursos económicos y el Ministerio de Educación también y con esos recursos se les ayudaba a los alumnos que presentaban proyectos de emprendimiento con la capital semilla, de igual forma nosotros le damos asesoría a los que quieran.

Entrevistador: ¿Qué herramientas considera que hacen falta?

Entrevistado: La voluntad más que todo, y que se tenga fe y confianza en el proyecto de emprendimiento.

Entrevistador: ¿Cree que los estudiantes se incentivan a emprender?

Entrevistado: Sí, porque aquí tenemos muchos casos de emprendimientos interesantes donde los chicos y chicas han creado.

Entrevistador: ¿Ha conocido alumnos los cuales hayan emprendido? ¿Cuáles son las empresas?

Entrevistado: Sí, personalmente tengo 5 casos que han sido alumnos míos y que ya tienen sus empresas y les está yendo muy bien.

Hay dos chicas en ventas de accesorios, sé que han asistido a ferias internacionales, hay dos chicos que montaron una empresa procesadora de pulpa, les ha ido bien en el mercado y otro que se dedicó a la parte del diseño textil.

Entrevistador: ¿De qué carrera son graduados?

Entrevistado: Hay de todo, y yo considero que el emprendimiento tiene espacio para cualquier carrera, cualquier ocupación, simplemente es que tengan visión de oportunidades que se les presenten y sepan aprovecharlas.

Entrevistador: ¿Por qué cree que lo estudiantes tienden a emplear y no a emprender?

Entrevistado: Esa es la cultura que hemos venido manejando y que a pesar de que Llevamos 6 periodos presidenciales todavía no se ha arreglado en generar esa cultura, pero poco a poco ya se está construyendo y en la misma realidad económica y política ya se les ha dicho a las personas que hay que generar

procesos productivos no ser una persona dependiente, sino que ella misma se auto genere sus ingresos a través de una actividad productiva.

Entrevistador: ¿Qué tipo de apoyo cree que hace falta por medio de la alcaldía, la gobernación para apoyar este tipo de emprendimiento?

Entrevistado: Para mí que eso sea cierto y se cumpla, no que se quede en el papel ni se quede en influencia política, de resto yo creo que hay bases para eso y las mismas administraciones han creado proyectos para ayudar a construir emprendimientos, pero la mayoría de esos no se hacen.

Entrevistador: ¿Considera que la Universidad debe brindar algún apoyo económico?

Entrevistado: El objetivo de la Universidad no es generar proyectos financieros, pero si es necesario que se piense en ubicar ciertos recursos que sean bases para la generación de micro empresas, yo estuve trabajando en el SENA como 10 o 12 años y les quitaron parte de su presupuesto para crear lo que hoy se llama el fondo emprender, son unos recursos que se destinaron para atender los proyectos de emprendimiento que presentan alumnos del SENA, alumnos de las universidades, de colegios, pero como todo, también hay intervención política entonces eso se ha venido vinculando.

Entrevistador: ¿Cuál cree que es el tipo de emprendimiento que le hace falta a Bucaramanga?

Entrevistado: Hoy en día, la oportunidad con más opción de obtener éxito, hay cuatro industrias que son las bases de la economía santandereana, que es la confección, marroquinería, joyería y servicio. Creo que hay que fomentar más o fortalecer los emprendimientos de servicios, hay que ser realistas, con estos

proyectos de los tratados de libre comercio, se han venido metiendo muchas empresas que están acabando con los emprendimientos y micro empresas que existían, porque no se prepararon para hacerle frente. Un caso de las empresas que se dedicaban a prestar el servicio de los condominios ya casi todos está desplazadas porque vinieron empresas internacionales a prestar el servicio y las de acá no se prepararon y cuando menos se dieron cuenta ya estaban las otras encima.

## Entrevista: Grupo focal – UNAB



## Participantes:

NOMBRE	CARRERA	SEMESTRE
Jhoan Sebastián Trujillo	Comunicación Social (UNAB)	6
Ximena Caselles	Comunicación Social (UNAB)	7
Paula Andrea Sanabria	Comunicación Social (UNAB)	5
Geraldine León	Comunicación Social (UNAB)	5
Andrés Felipe Acosta	Comunicación Social (UNAB)	4

ST1: Mi nombre es Johan Sebastián Trujillo Muñoz, voy de sexto semestre de Comunicación Social con énfasis en Periodismo.

XC2: Mi nombre es Ximena Caselles, tengo 20 años y estudio Comunicación Social Organizacional en séptimo semestre.

PS3: Mi nombre es Paula Andrea Sanabria Palomino, voy en quinto semestre, estudio Comunicación Social con énfasis en Periodismo.

GL4: Mi nombre es Geraldine León, estudio Comunicación Social con énfasis en Periodismo y voy en quinto semestre.

AA5: Mi nombre es Andrés Felipe Acosta, estoy en cuarto semestre de Comunicación Social.

Moderadora: ¿Alguna vez han tenido una idea de negocio?

XC2: Bueno, yo personalmente sí, tuve una idea que inició como en cuarto semestre sobre una empresa, pues se creó y todo, sobre community managers que ofrecía tres servicios a freelancers, a empresas y a personas naturales que quisieran ejercer como temas de eso, fue como una idea de negocios que se creó con visión, misión, nombre, todo, pero pues se ejerció durante un tiempo pero como con mis compañeros con los que creamos la empresa se graduaron entonces pues no seguimos porque yo fui la única que quedé, pero pues sí tengo planes de retomarla, es sobre community managers.

PS3: Pues yo tengo una empresa, pero es de repostería de dulces, tortas, cupcakes, decoración de fiestas, todo eso referente y pues ya llevo tres años como mi empresa.

ST1: Pues yo tuve una, pero fue algo equis, algo relajado que fue crear manillas para hombres, pero eso fue como 3 meses y no lo hice más porque no me siguió interesando.

Moderadora: Si tuvieran que emplearse en el día de mañana, ¿en qué lo harían? ¿En qué les gustaría?

ST1: Yo creo que, en prensa, a mí lo que más me gusta es escribir, entonces iría como a un periódico, a una revista a pedir trabajo.

XC2: Yo llevaría mi hoja de vida a la parte de relaciones públicas del Senado de la República, ahí quiero hacer mi práctica y me gustaría si soy empleada ser empleada por el Estado y por algo política o en el Senado

PS3: A mí me gusta también mucho la prensa, yo creo que si me tocara trabajar mañana en algo trabajaría en prensa, preferencial en El Espectador.

GL4: Yo creo que me inclino más en la parte audiovisual, si tuviese que trabajar en algo me desarrollaría en la reportería gráfica y ya.

AA5: A mí me gustaría desempeñarme en prensa escrita también, si fuera mañana mismo me gustaría que me contrataran en un periódico y escribir para él.

Moderadora: Alguno de ustedes aparte de Ximena, ¿Ha pensado en trabajar de manera independiente?

AA5: Pues digamos, yo ayudo a Paula en su empresa, es de los dos se podría decir, en repostería, pero pensamos cosas a futuro, si se puede llegar a construir algo o forjar una empresa a eso, pero de comunicación la verdad no pensaría porque digamos, uno piensa que puede formar una revista, algún periódico, un periódico es muy difícil, tendría que tener mucho dinero para formarlo igual que una revista, cualquier medio, entonces si uno quiere formar algo de comunicación pienso que es

más complicado, algo como community manager que no tenga que influir tanto el dinero como para montar tu empresa o lo que quieras hacer.

PS3: O pues digamos lo que otro que también lo habíamos pensado con un grupo de compañeros de otros semestres era en empezar a publicar todas nuestras cosas, como crear un blog entre todos y pues meterle publicidad, meterle cosas, y pues uno nunca sabe en que pueda terminar y nada es fijo, entonces nosotros pues hacemos productos de radio, televisión, todos los textos que tenemos que son buenos, entonces yo esa idea sí la tengo como en mente, empezar con todos a hacer algo diferente

XC2: Bueno pues yo tengo claro y sé que yo no voy a ser empleada, yo voy a ser empleadora, y pues en mi caso después de terminar mi práctica y obtener el título, es seguir con la propuesta que tengo de los community managers, y aparte de eso como hacer postgrado o algo así de marketing, marketing estratégico digital y eso fusionarlo a la empresa de community managers. También aparte tengo proyectos en la parte gastronómica porque pues creería que eso es lo que va a dar en un futuro, no solo yo, pero creo que todos deberíamos apostarle siempre a hacer algo propio así sea muy complicado, pero igual siempre va a ver necesidad, siempre va a ver público para todo tipo de cosas, de consumo, entonces uno tiene que es empezar por cualquier cosa.

Moderadora: ¿Cuáles son las proyecciones a futuro?

ST1: Yo creo que crear mi propia página web en donde pueda como publicar, digamos aparte de trabajar en una prensa o algo diferente que tenga que ver con la comunicación, sería crear mi propia página web y generar mi propio contenido que le guste a las demás personas y que tenga mi propio público.

XC2: Lo que pasa es que ahora es complicado esa parte como de ver que le gusta a las personas porque según lo que los youtubers le están trayendo ahora a los jóvenes... a partir de ahí están consumiendo y pues personalmente es difícil para mí crear un contenido que le guste a ese público porque me parece algo muy insípido.

ST1: Pero es que igual hay público para todo.

XC2: Sí, como estoy diciendo es complicado sin hacer un estudio, sin hacer nada, así sea que tu contenido sea muy bueno, porque puedes ser excelente, pero creo que como ahorita a la gente le gusta cosas como tan etiquetémoslo en “estúpidas” en banales, entonces es difícil pero igual no es imposible.

PS3: No es imposible, pero en el momento sí es complejo, precisamente por eso, porque cualquier persona y no cualquier persona, sino, por ejemplo, una muchacha bonita o un hombre pinta logran atraer cierto tipo de público y si uno se pone a mirar son cosas muy bobas, a uno lo entretienen y todo, a mí me encantan los videos de maquillaje, los de cualquier cosa pero son cosas muy simples, cosas que a ti no te dejan absolutamente nada y eso acapara más la atención que cualquier persona que ahorita quiera crear un periódico joven y todos van a decir: “bueno pero ponga algo de tal persona, algo interesante, a nosotros no nos importa ni la política, no nos importa qué va a pasar con Santurbán, no nos importa eso, la gente tiene la mentalidad en otra parte, entonces eso es difícil.

GL4: Yo pienso más que todo que son como intereses personales, digamos yo estoy un poquito no en desacuerdo, pero sí choco un poco con eso de que son banales porque puede que no nos sirva para “nada” pero a nosotros nos interesan y si nos interesa es porque hay algo. Por ejemplo, de maquillaje, tutoriales para hacer ponquesitos o para la ropa, para hacer ejercicio, todo eso, puede que sean muy banales, que no sea política, que no sea ecología, economía, ni nada de eso, pero son intereses propios, intereses que las personas de nuestra edad son lo que ven, lo que nosotros consumimos, entonces sí es un poco complicado desbancarlo, pero

no es imposible, de pronto hay que saber llevarlo como de otra forma, de otra manera, saber cómo esas personas que llevan sus ideales por medio de videos, por medio de tuits a por medio de lo que sea, con esos temas tan básicos con los que les llegan a las personas, cómo podemos meter otros temas de más importancia o de otros aspectos, cómo podemos hacerlos llegar también pues al público, que no son solo jóvenes, sino jóvenes, adultos, mayores.

PS3: Fue lo que hizo Daniel Samper, el público de él no éramos nosotros, nunca en la vida, era un público mayor, pero si uno lo analiza él nos llega es a nosotros, mi mamá de pronto o mi papá, lo ven porque uno los comparte en Facebook entonces dicen: “ay miren, tan chévere” pero entonces uno sí se enteró como él lo quería, como él lo craneó, pero no era para nosotros.

AA5: Yo pienso que ellos la tienen clara, las personas de youtubers y todo, que es vender, ¿qué hacen? Comedia que a todo el mundo le gusta reírse y venden cosas, yo creo que más que cualquier cosa banal y eso creo que es vender. Si tú tienes cierta cantidad de seguidores te van a regalar cosas para que las personas compren y las personas te van a seguir, es simple compro-vendo, compro-vendo.

Moderadora: Existe lo del marketing digital ¿Qué oportunidades ven en ese mercado o cuál otro?

AA5: Yo pienso que el marketing digital más que todo, uno se sienta a hablar con alguna persona que tiene una empresa o algo y quieren es utilizar las redes sociales para vender, las redes sociales no se hicieron para compartir con los amigos, para etiquetarlos en memes sino para vender, yo como joven sí pienso que una red social se hizo también para eso, para etiquetar a las personas, para matar el tiempo, pero pues ya esas personas que tienen un pensamiento diferente y una visión diferente es totalmente vender, vender, vender.

PS3: Todos quieren community manager y digamos hay muchas empresas que dicen que quieren es estudiantes porque a un community manager se le tiene que

pagar mucho y es muy bobo, pero no, no es cierto el trabajo es difícil y uno de estudiante no sabe todo lo que saben ellos, pero entonces las empresas sí entienden que lo necesitan, pero entonces todavía no tienen la mentalidad de pagar lo que se merecen, esas personas que trabajan de community manager muchas veces no les va tan bien porque las empresas, lo digo porque ya me ha pasado...” ¿y tú no conoces un estudiantes de tal cosa? Tiene que ser estudiante porque ellos no cobran caro” pero yo digo que eso de marketing digital es lo que ahorita todos lo tienen en la mente, todas las empresas empiezan a buscar eso.

XC2: Porque es una herramienta asequible a todo tipo de público y marketing digital es tener la estrategia de irse por la línea y con eso ellos saben que le van a llegar a todos los públicos, si voy a emprender, si voy a tener mi negocio obviamente lo primero que hago es estudiar la parte de marketing digital y meterme por ese lado ya que le va a llegar a todo el mundo, la ventaja que también tiene es que tú puedes seleccionar el tipo de público muy reducido, segmentar, eso es una ventaja para las empresas porque no están gastando publicidad en una valla que está en la autopista no sé qué, es importante y los que lo hacen le verán el resultado a eso, pero es mucho más fácil que si BMW quiere hacer una campaña publicitaria segmenten su equipo y por el correo le llegue la información a las personas que saben que van a comprar, que están en la edad, en la cultura.

AA5: Precisamente eso, no hay que ser un genio para hacer publicidad, sí las personas que estudian eso crean publicidad muy ingeniosa, que impacta, pero Facebook, Instagram, por cualquier cosa que quieras hacer tu publicidad, Facebook ya te hizo el video para que lo subas, tú solo tienes que pagar para y listo. No hay que ser un genio de marketing digital, sí hay que estudiar para hacer buena publicidad, pero si tú no le quieres pagar a una persona, tú mismo lo puedes hacer.

Moderadora: ¿Conocen amigos que tengan pequeñas empresas o emprendimientos exitosos en Santander?

GL4: En mi caso, tengo un amigo que creó una academia justamente de influencers por decirlo así o de manejo de redes sociales y es avalada por el Ministerio de Educación y por las Tics. Él nos enseña a nosotros los jóvenes, hizo un filtro primero como de las personas que tienen proyectos a futuro, digamos modelos, en la parte de producción fotógrafos o youtubers, toda como esa parte de las redes sociales, hizo un filtro y hubo unas personas que pasaron cantantes también, lo que hace es formar por medio de su conocimiento a nosotros los estudiantes, los jóvenes y detrás de eso viene también un proyecto que se llama el escape y es un programa de YouTube donde van a participar los influencers y lo que se quiere es mostrar a Santander, entonces él lo que hizo fue que unió su empresa de las redes sociales con su otro proyecto y afortunadamente ha tenido el aval, el patrocinio, el apoyo, está avalado por Financiera Comultrasan, ustedes saben que hoy en día lo que se necesita es sustento económico para mantener proyectos tan grandes, uno puede tener una idea fantástica pero si no hay sustento económico no hay nada.

Moderadora: ¿ÉL qué estudia?

GL4: Ahorita no está estudiante, él solamente trabaja, da conferencias, él hizo muchísimos cursos en marketing digital, en publicidad.

ST1: Yo no tengo ningún amigo exitoso.

XC2: Yo sí, pues tengo dos pero uno no es de comunicaciones, uno creó su restaurante que es “11’s”, él empezó con un proyecto aprobado por AppsCo en convenio con la Unab y él lo que hace es como un tour gastronómico, que escoge uno tres restaurantes, paga 22.000 es súper barato y los llevan a tres restaurantes diferentes y les dan tres comidas diferentes y tres bebidas diferentes, entonces él empezó con la zona k que es la del Prado, que está La Casita, La Estación, todos los restaurantes que hay por ahí cerca y se le ha ido sumando, sumando que ha cogido bastante potencia que ya empezó en Bogotá a hacer lo de los tours gastronómicos. Hay muchos restaurantes que se han vinculado, obviamente no te dan ni la que comida porque te vas a llenar, digamos en 11’s son 3 hamburguesas

chiquitas, las mosqueteras y bueno una bebida, vas a La Casita y te dan los más guau del sitio entonces te dan una ensalada de frutas, no sé, después vas a otro lado y te dan lo principal de ahí y una bebida también y solo pagas como 22.000.

GL4: ¿pero... y el fin?

XC2: Un tour, gastronómico

GL4: ¿Me imagino que los restaurantes se vinculan y las personas que participan deben decir cuál es el mejor lugar o qué?

XC2: Conocer la gastronomía santandereana

AA5: ¿Y como ganan ellos?

XC2: pues no lo sé... pero obvio tiene que ganar.

XC2: Otro amigo, pues él ya es de Bogotá, y tiene una empresa de marketing digital y diseño web, y lo han llamado de empresas reconocidas, microempresas de Bogotá, entonces, mi amigo es una persona exitosa.

Moderadora: ¿entonces, para ustedes cuales son las herramientas, los apoyos para empezar a emprender?

XC2: yo creo que el Gobierno, en esa parte, la parte tics, ósea me parece interesante, porque está abriendo espacios para abrir propuestas de personas y se cuenta con el apoyo no sé exactamente que es, pero hay un programa pero si les gustan la propuesta y les parece rentable tu idea te pagan por eso. Y te dan un capital para que tu emprendas tu idea, obviamente te hacen un seguimiento de cómo va la empresa. Pero si hay planes y proyectos sobre eso, me parece súper chévere lo de App co y estos tienen una unión con la unab, creo, porque mi amigo lo hizo así, presentó el trabajo con ellos y lo realizó así.

PS3: Por ejemplo nosotros tenemos algo de emprendimiento, qué es unab creative, eso es súper bueno también, parte porque nosotros estamos en dos talleres también se llama validación y aprende y aprende y las personas que hemos conocido, claramente son muy grandes en Colombia y que tienen unos emprendimientos muy

bobos pero son personas muy buenas, entonces la unab está brindando eso si tu propuesta es buena y la ven súper sólida, también te apoyan, esos cursos tienen un valor de 2 millones cada uno y a nosotros nos lo regalan por apoyar nuestro proyecto. Esas herramientas son súper buenas que nos brindan la universidad varios muchachos han presentado proyectos de community manager y son buenos.

XC2: Nosotros tenemos una ventaja y es la parte digital, internet, pero si tenemos una forma de fácil acceso y manejo para nosotros que somos jóvenes, yo creo que obvio es indispensable tener capital. Hay que echarle mente, y estrategia a los contactos y redes que tenemos para desarrollar nuestra idea, aprovechar eso y abrir puertas, y podemos desarrollarla por medio del internet.

AA5: yo creo que también es importante en pensar quién me va ayudar a centrar la idea, porque en un emprendimiento yo puedo hacer mesas, pero necesito una persona que me centre en que voy hacer. Aquí en la unab, lo que hacen por nosotros es muy bueno porque es eso, nos trae gente, que sabe del tema y nos ayuda con eso, por ejemplo me preguntan, que quiere hacer? no yo quiero hacer termos? y contestan como que tienen de diferentes?, son personas que te dan duro porque en un emprendimiento cualquiera tiene una idea. Yo creo que lo importante primero es tener muy claro cómo financiar mi emprendimiento.

Moderadora: Qué utilidad le ven a la creatividad y a la innovación

AA5: Es lo primordial, es indispensable, yo creo que lo que decía anteriormente, estos muchachos tienen ideas simples pero súper buenas, resulta que ya hay termos, y yo digo quiero hacer termos y esta persona me asesora para que mi producto sea diferente e innovador a los demás

PS3: pues les pongo el ejemplo de Negrón, no sé si lo conocen, que tan difícil es echarle chocolate a una fresa, y ustedes miran a Laura como está ahorita, tienen mucha plata porque fue inteligente, decidió hacer fresas decoradas y son divinas y es carísimo, pero es su creatividad, cualquier empresa ahorita puede poner sus

fresas con chocolate las más lindas del mundo pero ninguna como negro porque fue el primero, el sello de Negrón es otro nivel y es innovación.

AA5: y eso es lo que están haciendo ahora, cogiendo una idea y poniendo más ideas aun

Yo digo, no se me ocurrió esto pero si lo abordó de esta forma también puede resultar.

ST1: yo digo que aparte de la creatividad se debe ver la necesidad del público, que no sea un producto que dure un periodo y él tenga que volverlo a comprar nuevamente

Moderadora: ¿Qué herramientas le han brindado la universidad?

XC2: Si hacen falta yo que estudio organizacional y ellos periodismo creo que no ven nada de eso, sin embargo entrar a organizacional me hizo abrir la mente y cómo centrarme en ser empleadora y no empleada. La universidad si le brindan a uno materias.

PS3: en eso veo que la universidad está mal. Nosotros en periodismo tenemos unas amigas que están estudiando organizacional y ellas ven unas materias que serían fabulosas para nosotros los periodistas.

GL4: No nos permiten verlas por x o y motivo.

PS3: Los horarios no coinciden ni siquiera

AA5: Yo pienso que no tanto las materias que manda la universidad en nuestro pensum del Comunicación Social, porque hoy vi allá en el pasillo del D, afuera a los de administradores con sus empresas, entonces digamos, los profesores si hacen esa labor en las materias, y los profesores si hacen esa labor fuera de lo que dicen las materias. Busquemos otra forma de crecer. En tics, nos pasaba mucho eso, el profesor miguel nos decía eso. "No se queden con esto, si ustedes quieren tener su

propia empresa, salgan pero también trabajen, siempre tengan otra idea de respaldo”. Y varios profesores siempre nos dicen eso, no se dediquen solamente a esto, busquen que más hacer, pero pienso que la universidad como tal no está bien, no hay algo fuerte en eso.

GL4: Pienso, que por ejemplo Ximena, pues porque obviamente ella escogió un énfasis en el que está focalizado a eso, si me entienden, a que creen sus propias empresas y de que tú seas tu propio jefe, pero fuera de la carrera por ejemplo un ingeniero, tu no ves un ingeniero buscando como crear su propia empresa, ellos piensan en salir y en emplearse en cualquier empresa que les de trabajo y ya y eso es lo que le falta a la universidad, meterle la ficha a todas las carreras, como, negocio, administradores de empresa y organizacional, a todas las carreras, porque el emprendimiento no es solo para ellos.

AA5: yo pienso que eso lo mejoró la universidad este año con lo de ese proyecto unab creative, dijeron como que bueno, tenemos todo pero no apoyamos el emprendimiento.

PS3: Eso nos los explican a nosotros en clase, que nos sentamos ahí hablar con el director y nos dijo que la universidad se dio cuenta que tiene pregrado y colegio y que no apoyaba en nada fuera de lo reglamentario. Entonces de eso nació la idea, de que por ejemplo una señora de música que quiere montar un negocio de perros calientes, apoyarla.

AA5: También algo de ulibro, donde hablaron los egresados que a la universidad le faltaban herramientas de emprendimiento.

GL4: De hecho, hablando de empresas como tal es un factor diferenciador en la universidad, porque metieron la parte de la creatividad que no lo tiene otras universidades, entonces un estudiante dice, a mí me gusta la parte del emprendimiento y la unab me puede servir porque está abriendo espacios, pues

que esté estudiando acá en la universidad, también se ve como una jugada estratégica para traer más gente, y que ellos miren y digan, me sirve.

XC3: Es más en ulibro también es un espacio chévere para el emprendimiento por los mercados que hacen, ellos tienen espacio por si yo tengo mi idea o empresa, entonces yo les paso la solicitud a ellos y ellos miran si es viable y esta chévere y le dejan a uno poner su empresa y me dan un stand.

AA5: ¿Regalado?

XC3: Pues yo una vez intenté hacerlo con una amiga y ellos lo aceptaron, y a mí me tocaba conseguir todo, pero cancelamos, entonces si dan los espacios para que tú hagas eso...

ST1: Pero digamos la universidad no pública tanto eso, no da la publicidad a los talleres de emprendimiento porque digamos yo nunca me he enterado de todo eso, no sé si el estudiante tendrá que acercarse a las facultades y comentarles muy bien y ahí si se entera porque de otra manera no, los profesores no informan o los profesores se enfocan simplemente en dar las clases y ya, algunos eventos si los informan pero muy pocos.

XC3: Y no tenía ni idea que vino el creador del café tostado y pues no sé, me imagino que todos los de administración sabían y a nosotros de comunicación nos falta publicidad, aunque también en las ferias esas de administración también abren espacios, no solo limitado para la gente de administración, porque un amigo hace un año llevó su empresa a esa feria. Pero es falta de información para uno enterarse.

AA5: Nosotros de unab creative nos enteramos una noche antes de que se cerraran las convocatorias, por un profesor que le puso un trabajo a un amigo relacionado a eso, y nos dijo como oigan mire eso, pero de resto nada.

PS3: Ósea nos enteramos la noche en la que se cerraba las convocatorias, y pues muy mal porque tenías que enviar una presentación creativa, y ya eran las diez de la noche, yo la hice, pero la mandamos por mandarla; me salió y todo pero que feo que uno se tenga que enterar por una tarea... es raro y más porque era para toda la universidad, empleados y estudiantes.

GL4: Y más de una persona yo creo que pasa por ahí y dice: - ay mire vea eso tan bonito que pusieron ahí- y no tienen ni idea de eso que es, para que sirve o que hacen. Yo creo que muchísima gente, la mayoría de las personas no tienen idea de que es eso.

Moderadora: ¿cuáles son los factores necesarios para dar el primer paso a emprender?

AA5: Yo creo que una idea.

PS3: La motivación, tener algo en mente.

ST1: Yo creo que... como tener lo propio de uno, no estar al mando de alguien; no ser un asalariado que este todos los días trabajando en algo que no le gusta, digamos... que esté perdiendo la oportunidad de hacer lo que sí le gusta y no pueda aprovechar eso.

XC2: Herramientas si hay, pero yo creo que la gente no se arriesga por la falta de compromiso y son inconstantes. Uno puede tener una idea maravillosa y creativa, pero si uno no es constante con sus trabajos o sus objetivos.

PS3: precisamente lo que tú dices, que aman lo que hacen, a mí me pasa... yo la plata que gano es para si yo me la quiero gastar ore mis papas me dan todo; pero cuando lo haces porque te gusta se te hace mucho más fácil, es eso de hacer lo

que a uno le gusta y que le paguen ¡pues que chévere! esa idea es la que lo motiva a uno más, hay que ser siempre constante y meterle ganas.

GL4: En mi caso, como yo estoy estudiando con énfasis en periodismo, nuestros profesores la mayoría son como: no... ustedes van a tener que trabajar en un medio, no van a poder hacer nada de lo que ustedes quieren, les toca someterse a todo y eso lo desanima a uno; pero también es algo que lo anima a uno a decir ¡no quiero vivir así, no quiero eso para mi vida! trabajar bajo el mando de alguien. Eso lo motiva a no para decir ¡yo quiero hacer mis propias cosas!

AA5: De pronto también puede ser la motivación y la necesidad, el emprendimiento viene de la necesidad; de una necesidad que yo tenga me puede surgir una idea... tampoco es que llevo 5 años pensando una idea de emprendimiento y voy a hacer una empresa, sino puede salir así espontáneamente de una necesidad y motivación.

Moderadora: ¿Qué tan fuerte esta la actividad económica en el tipo de empresa e quieren realizar?

AA5: Por el lado de la comida uno siempre vende la idea, todo mundo cumple años, todos comen, ósea son cosas necesarias.

XC2: Pero igual hay un millón de empresas iguales.

AA5: sí, pero ahí lo que genera es el factor diferenciador. El problema es que es un mercado que está en todos lados y la economía actualmente es muy cerrada, igual en un emprendimiento uno empieza desde cero, nadie le asegura a uno que vaya a triunfar.

PS3: Por el lado de la comunicación no pagan muy bien, el periodismo en Bucaramanga no es bueno, la paga no es buena, que uno lo hace porque bueno

ya se grado de comunicación y a muchos les gusta hacerlo y quieren seguir escalando, pero no es que a uno le paguen excelente.

AA5: Hasta los mismos profesores a uno le dicen, le matan la ilusión.

PS3: ¡Exacto! Yo tengo una conocida e ya se grado de comunicación y ahora esta es vendiendo seguros en la empresa donde trabaja mi mamá y es comunicadora social. Mi mamá dice ¡no! usted tiene e buscar otra manera y si en el momento no se le da pues tenga otra opción, porque yo no me veo pagándole 5 años de carrera como para que salga a vender seguros.

XC2: Pues bueno, lo que yo quise hacer cuando estuve haciendo el estudio de demanda, en ese entonces no había ninguna empresa que ofreciera los servicios de community managers que yo iba a ofrecer, y hasta el momento la demanda era mía porque no había una empresa que se especializa en lo mío, si en ese entonces tenía auge no me imagino ahora, pero yo diría que la demanda siempre va a ser muy buena es porque es comunicación, es marketing digital y es lo que ahora una empresa está viendo la necesidad por medio de publicidad digital.

ST1: ¡pero es que ya todo existe! Hay restaurantes, hay hoteles, hay de todo lo que pasa es que todo apuntaba al público, a la publicidad que se le da, a las pequeñas cosas, depende es de los pequeños detalles y como se hace la diferencia.

Moderadora: ¿conocen los proyectos de emprendimiento que tiene la Cámara de comercio y la Alcaldía?

PS3: yo sí, un amiga mía tiene una empresa de emprendimiento de zapatos y ella me contó que cuando fue a registrar el nombre le dieron un descuento porque estaban haciendo un programa donde casi no te cuesta nada registrar tu empresa si estas en un promedio de edad o en algún sector, de alguna manera te ayudan. También me han dicho del SENA, si pasabas tu propuesta y tu empresa daba lo

posibilidad de otorgar empleo podían aprobar y te daban la posibilidad de un préstamo y si te iba bien eso te lo regalaban.

ST1: yo no.

XC2: yo tampoco.

AA5: no, para nada

GL4: no.

Moderadora: ¿cuáles son los requisitos legales para crear empresa?

XC2: pues depende, porque aquí yo intente entrar y para lo que yo quería aplicar ya debía tener mi empresa y debía estar funcionando hace un año, pero había otros que apenas era ideación o una idea para ir la construyendo. Entonces eso es como depende, pero lo básico yo creería es como tener la idea y qué lo hace diferente al resto; tener el factor diferenciador.

ST1: yo creo que lo primero es registrar el nombre en la Cámara de Comercio, luego tener una buena base de datos con un público objetivo e irse a registrar a la DIAN.

AA5: eso legal es ir primero a la Cámara de Comercio, pagar y así. Es que lo básico es como registrarse y que el nombre no esté en otro lado.

Moderadora: ¿conocen emprendimientos en cuanto a comunicación?

XC2: es que todo es como en cuanto a administración y gastronomía.

ST1: de negocios y administración

Moderadora: ¿qué empresas conocen que sus fundadores sean comunicadores?

PS3: yo conozco una señora que es comunicadora y tiene una empresa de ropa y otra que tiene una empresa gastronómica y es egresada de la UNAB.

AA5: Miguel, él es comunicador de aquí y tiene un negocio de venta de dominios de páginas.

ST1: la mayoría de egresados de comunicación terminan trabajando e Vanguardia o en otro o en política, mas no tienden a emprender.

## Entrevista: Grupo focal de las Unidades Tecnológicas De Santander (UTS)



1: Mi nombre es Silvia Juliana Esparza, estudio Tecnología en recursos ambientales y voy en sexto semestre.

4: Mi nombre es Laura Lorena Dávila y estudio Tecnología en Operación y Mantenimiento Electromecánico y voy en sexto semestre.

3: Mi nombre es Joan Sebastián Casanova y estudio Contabilidad Financiera y voy de sexto semestre.

4: Mi nombre es Fernando Gordon Mantilla, estudio Deportiva y voy de tercer semestre.

5: Yo me llamo Carlos Eduardo Serrano, Ambiental quinto semestre.

6: Yo me llamo Jessica Alexandra Pimiento, estudio Tecnología en Gestión Empresarial y voy en sexto semestre.

7: Mi nombre es Katherine Aguilar estudio Tecnología Ambiental y quinto semestre.

8: Jeison Pineda quinto semestre de Ambiental.

Entrevistadora: ¿En qué quisieran desempeñarse una vez se gradúan? ¿Por qué?

- Eh bueno, a mí me gustaría conseguir trabajo apenas saliera, ¿sí? Pues que tenga que ver con mi carrera, ¿sí? Aunque mi papá, él es comerciante, él siempre ha tenido su micro empresa, entonces me gustaría también buscar como por ese lado, de tener mi propia empresa, de tener mi propio negocio.

- A mí me gustaría desempeñarme en la parte de diseño eléctrico, diseño mecánico. Es la parte más amplia en la que de pronto la carrera de Tecnología en Operación y Mantenimiento, por el hecho de ser mujeres, hay áreas que necesitan mayor habilidad de hombres por la situación de fuerza y eso. Entonces es un área en la que las mujeres podemos destacar mucho en cosas muy trabajables y que son muy necesarias en la parte de obras, mantenimiento, industriales y todas las variables normalmente empresariales.

- Bueno, a mí me gustaría desempeñarme en el área tributaria, pues me gusta mucho todo lo que tiene que ver con las normas y leyes que gesticulan acá en Colombia.

- A mí me gustaría desempeñarme en ser entrenador de baloncesto, de hecho, yo ahora tengo una escuela de baloncesto de niños, entonces a mí me gustaría hacer ese papel porque acá en Colombia no se ve mucho baloncesto y yo quisiera subir más al nivel baloncesto ya que es un deporte muy bonito.

- A mí me gustaría desempeñarme más en el tratamiento de las aguas residuales y colaborar pues, con el acueducto principal de Bucaramanga.

- Bueno, pues, yo ya tengo empresa. Yo tengo una panadería y la idea es aplicar todo lo que (...)

- Bueno, yo quisiera montar una empresa, ehh, pues. No quiero centrarme en lo que estudié. Quiero pues, primero crear la empresa.

- A mí me gustaría la parte de restauración de ecosistemas o la preservación de animales en vías de extinción.

.

Entrevistadora: ¿Qué aspectos creen que influyen en un estudiante para que prefiera emplearse y no emprender?

- Pues ahora, es un poco difícil montar empresa debido a las leyes, a todos los impuestos que hay que pagar, a muchas cosas que hay que tener para poderla crear legalmente. Entonces eso requiere de mucho capital y pues, los impuestos y pues todo lo que cada vez va creando más para que una empresa pueda (...)

- Yo diría que uno de estudiante tendría su miedo al fracaso. Cuando él va a emprender, fracasa y luego él quiere irse, emplearse. Ese aspecto es muy desfavorable para él.

Entrevistadora: ¿Qué lo detiene a crear una empresa o un negocio?

-La parte económica, sí.

-Está la parte de las leyes y todo eso. Del papeleo, le dicen que tiene que traer un papel y luego no saben qué hacer.

Entrevistadora: ¿Qué herramientas les ha brindado la materia para su formación como emprendedores?

- Yo creo que tener una visión de lo que a partir de lo que cada uno estudia o de las habilidades que cada uno tenga, es como proyectarse y hacer como un balance de lo que podría llegar a ser y de dónde quiero llegar a hacer. Porque la misma materia lo dice, "emprenderismo" la idea es como inculcar eso, mostrarnos una forma de no solo quedarnos en lo que estudiamos, en lo que miramos y lo que tenemos sino aspirar a algo mejor y a partir de la materia ir mirando qué procesos podemos llevar a cabo para lograrlo.

-Asumir riesgos, asumir el riesgo de tener su propia empresa, de no ser un empleado más, asumir ese riesgo.

- Ahora nos están explicando cómo llevar la idea de negocio, cómo plasmarla para llegar allí. Es muy importante los pasos que uno debe seguir para tener todo en orden y poderla materializar.

- Yo creo que esta materia es muy importante ya que pues, por mi parte no traía tantas bases de cómo se debía hacer el procedimiento para poder ir creando una empresa. Entonces aquí he ido adquiriendo muchos conocimientos los cuales me organizan todas mis ideas y las puedo fortalecer para luego tener unas buenas bases para poder emprender.

- Esta materia es muy importante porque le entra a uno como la iniciativa. Le incita a uno como a buscar qué es lo que le gusta, cuál es la idea que puede tener más adelante para patentarla o algo, y partir de eso más herramientas de cómo es cuándo es y cómo se va a hacer, para que uno sepa exactamente por dónde irse.

- La materia nos ayuda como a impulsarnos a crear una empresa y sacar como nuevas propuestas de mercado.

- A parte de emprender, hay que innovar. Pero hay que mirar pues, las otras empresas que tienen para, pues, para que el producto que uno va a ofrecer sea el fuerte para la sociedad, algo nuevo, que empresas no lo tengan y así, sea un buen producto en el mercado.

Entrevistador: ¿Qué tipos de empresas hacen falta en el mercado santandereano? y ¿por qué?

- La que yo tengo es una escuela de baloncesto, primero que todo se necesita a un profesional, me parece importante ayudar a subir al baloncesto a un nivel, porque baloncesto está muy debajo del fútbol, el fútbol está a un nivel muy alto entonces bueno sería llevar niños, que jueguen y que ellos también aprendan.

-...Acá hacen falta muchas escuelas de deportes, voleibol, de natación. Todo eso hace falta acá porque acá hay mucho talento y mucho joven con talento para adquirir cualquier deporte y Colombia tiene una potencia en esto y no la estamos aprovechando. Se inculcan más por la política, en vez de inculcarse más por la cultura y el deporte.

- Hacen falta más campañas de concientización ambiental. No solo aquí en la Universidad sino es posible en los colegios, en los organismos departamentales y en la ciudad, implementar medidas ambientales para que todos tengamos en cuenta esta parte tan importante.

Entrevistadora: Si tuvieran los medios económicos, ¿qué empresa crearían en Santander?

- Una de reutilización de residuos, me llama la atención. Ya hay partes donde utilizan el reciclaje para hacer nuevas cosas...

-Yo creo que una empresa donde se explote e incentive más a la parte cultural y artística y es una empresa que puede cubrir muchas áreas e involucrar muchas cosas. Tanto digamos, obras en las que se tenga en cuenta la parte de residuos, en la que los niños o los jóvenes y las personas adultas puedan participar y explorar, digamos, esas artes o habilidades que tienen. Porque digamos, normalmente uno ve que las empresas aquí en Santander es más hacia el área industrial pero también yo creo que fomentar cultura y hacer cultura permite que se abran y se amplíen las formas de pensar y ver el mundo y uno así no está aportando al conocimiento de algo sino también está ampliando esa formación y esa educación de las personas.

-Para mí desarrollo económico a mí me gustaría algo de gastronomía, es algo que se necesita diario y pues ya después de estar afirmado en eso me gustaría abrir una formación o algo así.

-Creo que invertiría en una empresa de disposición de los residuos peligrosos porque de vez en cuando uno ve por las calles residuos que pueden llegar a ser muy "vertenciales".

-En mi empresa tenemos ahorita un proyecto de lo que es la panadería saludable. Eso es un negocio que estamos explotando para que personas que en estos momentos les gusta cuidarse, no comer grasas, azúcar o por una enfermedad puedan seguir consumiendo este tipo de productos.

-Yo creo que como mis compañeros sería una empresa de residuos sólidos. Es como lo que más hace falta aquí en Santander. El manejo correcto de todos los residuos sólidos.

Entrevistadora: ¿Conocen los tipos de requerimientos necesarios para crear una empresa en Colombia?

-Hay que ir a la Cámara de Comercio, mirar que el nombre de la empresa que no esté, como primera medida para saber si le sirve y todo, después ir a sacar el RUT, dependiendo de la actividad que vaya a realizar Saico y Acimpro, dependiendo de lo que vayan a hacer el INVIMA. El permiso de trabajo básicamente, que le aprueben el uso del suelo que sí pueden crear la empresa donde la piensan poner.

- Pues yo, personalmente no tengo así mucho conocimiento, pero hemos ido aprendiendo en la clase de Emprenderismo, hemos ido teniendo claro más o menos qué debemos hacer, cuáles son los pasos a seguir.

Entrevistadora: ¿Conocen la normatividad que existe en Colombia que regula y cobija la creación de empresa?

-Pues no, hasta ahora no

Entrevistadora: ¿Qué tipo de herramientas cree que le brinda la Universidad frente al tema de emprendimiento y empernderismo?

-La materia

-La materia

-Sí, la materia como tal.

Entrevistadora: A parte de la materia, ¿La Universidad les genera algún tipo de apoyo, incentivo?

- Pues si lo tuviera, no lo sabemos. Sería bueno que lo pusieran en la cartelera

-Si tenían algún tipo de idea sobre empresa, se pueden acercar a las oficinas de emprendimiento. Eso es lo que hemos escuchado.

Entrevistadora: ¿Qué herramientas consideran que hacen falta y ayudarían a la formación de estudiantes con sentido de emprendimiento?

- Que les ayuden en cuanto a capital a llevar la idea a cabo. Si uno tiene la idea que le ayuden con el capital.

-Sería un préstamo estudiantil.

-O de pronto alguien, alguna persona que tenga contacto de personas que quieran invertir, tienen dinero y apoyan ideas.

- Eso sería un apoyo para personas que quieran implementarlo.

-Eso sería lo ideal, patrocinios de personas que quieran...

- La Universidad debería incentivar más a los estudiantes en las áreas de investigación. Digamos, mi carrera tiene muchas áreas de investigación, pero esas áreas Incluso muchas veces nosotros los mismos estudiantes no tenemos conocimiento de ellos porque se quedan muy cerrados ahí y no dan a conocer esa información a los estudiantes. Darlo a conocer y tanto que el estudiante se pueda

mostrar, acá mismo en la Universidad se podrían hacer ferias donde los estudiantes participen no solo de las áreas administrativas sino de las demás áreas y muestren las cosas y las ideas que tiene por mostrar. A partir de eso ya usted empieza a emprender como estudiante y usted empieza a tener una visión de aspirar a hacer cosas diferentes a limitarse a venir a la universidad sentarse en un salón de clase venir y presentar un parcial, entonces yo creo que la universidad debería invertir en ese aspecto, para desde algo pequeño ir cultivando en cada estudiante esa opción de emplear y de mostrar no solo que yo hice para mi materia, para mi carrera un proyecto lo presenté en mi hora de clase y listo ya, terminó, como ha pasado muchas veces con muchas carreras con muchos estudiantes. Sino que tengan la oportunidad digamos durante el semestre demostrarle eso a los demás estudiantes a los mismos profesores de la institución y a partir de eso uno va emprendiendo como persona, como ser humano y como profesional.

Entrevistadora: Para ustedes, ¿Qué relación existe entre creatividad, innovación y emprendimiento?

- Creatividad de crear, innovar es impulsar algo diferente. Y emprender es como tomar esa decisión de empezar a hacerlo.

Entrevistadora: ¿Qué ejemplos de ideas de emprendimiento exitoso conocen en la región?

- Ahorita en Bucaramanga se está viendo mucho el tema de la gastronomía, el tema de innovar con todo lo que es de comer. Ahorita hay una chica que está innovando de las donas, no sé si de pronto lo han visto y queda en el Cacique que es un lugar muy bonito, que es especial de donas, que están enfocados en eso y pues la gente está como muy metida en el cuento de los alimentos, si uno se da

cuenta uno sale y encuentra cantidad de restaurantes con propuestas muy buenas. Yo pienso que el emprendimiento ahorita está muy enfocado en la gastronomía.

- Pues yo he escuchado sobre un señor que ellos manejaban haciendo yogur casero ellos mismo lo preparaban, preparaban cosas con lácteos: queso, hacen arepas de queso. ariquepe, hacen yogures y pues generas bastante empleo eso queda en la Cumbre, el señor maneja la Cumbre y ellos le dan empleo ahorita en este momento a los muchachos venezolanos que están acá sin trabajo y ellos le dan sus carritos con los yogures y ellos van casa por casa ofreciendo los yogures y los dejan como a crédito, los pueden pagar dentro de 8 días a largo plazo para que queden para mayor comodidad y que la gente se haga al producto, entonces me parece muy interesante esa idea la escuche, escuche sobre ese señor que está trabajando en eso y está generando empleo a los jóvenes venezolanos que están acá sin trabajo.

- Pues una idea que he visto de vez en cuando por ahí que pues es chistosa la verdad que es la michelada de mango uno nunca la veía como que la vi por primera vez y dije "uy qué raro", es una buena idea.

Entrevistadora: ¿Conocen alguna idea de emprendimiento en la que su propietario sea comunicador social?

- Jajaja, no

-No, no conozca ninguna

Entrevistadora: ¿Qué idea de negocio conocen de los egresados de las Unidades que hayan cursado esta materia?

- jajaja no que me acuerde

-Sí, yo tengo un amigo que emprendió empresa y vio esta asignatura

Entrevistadora: ¿Conocen algún tipo de emprendimiento que haya salido de aquí de la universidad?

-Sí, un compañero que tiene ahorita una empresa que es de lociones. Él cursó esta materia entonces pues en base de eso (...) como varios, como unos procesos de seguir para realizar su propia empresa y de hecho ahora le va muy bien, ha aplicado los requisitos y conceptos que les dio la materia.

- En la clase, los amigos que crearon un combustible especial y se los llevaron para México, están trabajando en México. Una empresa vino, se los llevó, se hicieron socios y están allá egresados de acá. Sacaron aceite de una mata que se da en el pescadero.

Entrevistador: ¿Cuáles son las carreras que más tienden a emprender?

- Pienso yo que Finanzas, Gestión Empresarial, ¿no? Están más enfocados como en eso.

-Las carreras administrativas.

-Las que tienen más conocimiento como en esas áreas.

Entrevistadora: ¿Qué empresa creen que hace falta?

-Pues yo sí considero que hace falta un enfoque más hacia lo ambiental. Mucha gente habla sobre lo ambiental, pero es solamente hablar. Es más incentivar a la gente, dar a conocer que es una realidad, que hay un cambio, que se debe

cuidar el ambiente, que se debe tener un sentido de pertenencia por los recursos. Que la gente pueda conocer más sobre el tema, sí sólo conocen que hay un cambio climático y ya. Pero el cambio climático se genera por muchas cosas, hay mucha gente que es ajena a eso, que no conoce qué se puede hacer.

Entrevistadora: ¿Alguno conoce los proyectos que presenta la Alcaldía para chicos emprendedores?

- Pues, el año pasado hubo uno de la Cámara de Comercio, pero, no sé. Ellos estudiaban el proyecto y sí si ellos le daban cierto capital para el proyecto.

Entrevistadora: ¿Ustedes por fuera de la Universidad asisten a charlas de emprendimiento o a algún taller?

-No, la clase de emprendimiento.

Entrevistadora: ¿Les gustaría que se impulsara más en la Universidad la parte de emprendimiento? ¿O sienten que con esta es suficiente?

- Lo que decía la compañera es una idea muy buena. Tener en cuenta las ideas que tienen los alumnos. Por ejemplo, los muchachos que realizan tesis, lo que hemos visto acá, que realizan cosas con paneles y nos limitamos a observarlo y ya, pero no conocemos cuál fue la idea, qué lo motivó a hacer eso, cómo se podría llevar cabo, en nuestros hogares se podría hacer.

Entrevistadora: ¿Ustedes escogieron esta materia por gusto o porque estaba en el pensum?

- Jajajaja ¿Es necesario responder con sinceridad?

-Sí, si por gusto

-Es una electiva, cualquiera puede escogerla

Entrevistadora: ¿Qué tipo de apoyo les gustaría que les brindaran a parte del económico?

-La educación debería ser gratuita

-Por parte de la Gobernación, el tema de los pasos que deben seguir para crear, la documentación que deben tener para eso, si van a crear algo de alimentos que debe tener, la seguridad para estas empresas que se van a crear.

-Capacitaciones, conferencias donde se esté actualizando sobre los recursos o lo que ella dice es cierto, las sanciones, qué deben hacer, qué no deben hacer.

## Entrevista: Grupo focal Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)



1: Mi nombre es Andrés Sebastián Flórez comunicador social y voy en sexto semestre.

2: Mi nombre es Dayana Quintero de comunicación social de sexto semestre.

3: Mi nombre es Laura Peña, Comunicación Social y quinto semestre.

4: Mi nombre es Gerardo Chinchilla, Comunicación Social y séptimo semestre.

5: Mi nombre es Gerson Fabián Pinzón y voy de octavo semestre

Entrevistadora: ¿En que quisiera desempeñarse una vez se gradué? ¿Por qué?

- En mi caso, pues cuando me gradúe me gustaría como trabajar con periodistas. Me gusta mucho el periodismo entonces me gustaría desempeñarme más que todo en prensa, entonces espero hacer

- Pues a mí me gusta más que toda la rama del periodismo también, pero, también me gustaría trabajar en una empresa como comunicadora organizacional.

- Yo también me inclino por lo mismo de ellos periodismo, pero no trabajar como tal para un medio si no que el medio trabaje para mí, entonces tener mi propia empresa porque uno me ayuda en cuanto a lo de económico y segundo es un sueño que siempre he tenido.

-Pues yo pienso irme más por el área de periodismo sea de investigación, escrito o cualquier cosa que tenga que ver con el periodismo.

- Yo pienso que el periodista es aquella persona que debe que desenvolverse en cualquier campo gústele o no le guste uno debe que aceptar las oportunidades sea como sea. En mi cargo yo ya he trabajado he trabajo para la vicepresidencia de Colombia, he trabajado para la Cámara de Comercio, he trabajado en diferentes entidades del estado y pues interactúo demasiado porque esto me llena de satisfacción, porque ahí es donde usted se mide como persona para desenvolverse el día de mañana y si usted no asume todo lo que ha estudiado en la universidad y todo lo que usted ha experimentado afuera la misma vida lo va golpeando

Entrevistadora: ¿Qué aspectos ve que influye en un comunicador para que prefiera emplearse y no emprender?

- Yo creo que eso va principalmente en el gobierno porque, así como a nosotros nos inculcan la educación deberían inculcarnos como tal el emprendimiento eso va más que todo.

- Yo una de las cosas que pienso es pues que tenemos muchísima competencia por así decirlo entonces digamos yo saco mi título, saco mi grado, pero a la vez sé que van a ver muchísimas personas en mi estado entonces yo creo que más que todo deben ser como pues estoy de acuerdo en lo que dice Laura con lo del emprendimiento, pero también como en las oportunidades que las personas o las empresas en este caso también el gobierno les pueda brindar.

- Mientras que yo creo que también es la carencia del gobierno debido a que siempre hacen recortes en los de tantos niveles o sea tanto estudiantes como cualquier persona que se quiera preparar, pero yo creo que las mismas empresas cuando

usted termina la carrera ellos deben que formarlo también para que usted pueda desenvolverse y salir a abrir nuevas oportunidades en cual usted debe que aprender algo no quedarse solo en lo que vio en la universidad en teoría si no comenzar otras expectativas.

- Yo pienso también que es la creencia de oportunidades uno como persona tiene, pero también la carencia de pronto de capacidad porque a veces uno como periodista puede salir solo sin la necesidad de otras como empresas.

Entrevistadora: ¿Qué tipos de empresa hacen falta en el mercado santandereano?  
¿Por qué?

- Ush, el Agrario yo creo que es muy necesario porque en la parte agraria es donde uno debe contribuir que es para defender más el campesino y hay muchas falencias en el cual ellos no tienen oportunidades no hay mercado ni nada si no que todo ya lo hacen a través de semillas entonces esas semillas nos van a perjudicar el día de mañana porque ya eso sería pero si el producto sale desde que el mismo estudiante o el mismo profesional busca como esa expectativa de saber que el campo le puede producir diferentes cosas ahí es donde uno puede comenzar a emprender y hacer que otras personas también se unan.

Entrevistadora: Bueno y ¿en base a la comunicación?

-En la comunicación lo que pasa es que se divide en dos cosas la comunicación le falta es como más de innovación en la parte de la tecnología porque es que a veces nos confunden que nosotros somos los que manejamos la parte de las tics entonces esa parte la manejan lo que son ingenieros de sistemas entonces nos hace falta como desarrollar esas habilidades tanto con los ingenieros como los comunicadores para poder interactuar con el público porque de lo contrario se quedaría solo como una aplicación o solo un mecanismo pero si se contribuye a que esa aplicación pueda ayudar a solucionar varias facetas o dar una expectativa en el público ahí

aportaría mayor reconocimiento para que el comunicador se distinguiera de que qué propuestas qué anhelos qué deseo y que puede contribuir para que pueda desarrollar eso y así ver y así entender las necesidades o las carencias de las personas.

- Bueno, yo pensaría que empresas en general como había mencionado primero Gerson pues yo creo que hay las empresas las hay porque en cualquier lugar que hay una empresa de emprendimiento de alguna persona que monta su heladería que monta su algo en la casa pero el problema es que de un momento a otro se acaba y entonces yo creo que las empresas están el problema es que no tiene como esa capacidad de seguir adelante poder seguir con su empresa o sea se quedan como en stand by y pues se quedan en la empresa que ya existe pero no se esmeran o no se esfuerzan por salir adelante y en la parte de comunicación pues en mi caso pensaría que más medios de comunicación porque a pesar de que tenemos medios de comunicación muy limitados pues si hay más variedad sería como muchísimo mejor para las personas que tengan de donde escoger que tengan bueno yo me quiero leer este diario a pesar de que hay bastantes yo creo que siempre las personas se van a centrar en los mismos entonces yo creo que entre más variedad placer.

- Bueno pero por eso mismo es decir nosotros estamos en un auge de comunicación o sea estamos hasta apenas iniciando como ese siglo XXI y es ahí donde nosotros debemos que capacitarnos porque eso va en la inspiración de cada uno a uno mis padres mi familia me han enseñado mucho a que yo tengo que salir a defenderme en la vida y tengo que buscar esas oportunidades pero qué pasa acá en el juego de la universidad la universidad solo viene el estudiante y le enseñan la parte de la teoría pero cuando usted sale afuera usted recibe como ese golpe porque a usted le dicen bueno y usted que nos propone a nosotros entonces ese es el momento en que la mayoría de personas quedan como pensativas al decir bueno yo que les puedo aportar sería interesante que a través de varias aplicaciones pero que no sea lo mismo si no que actualicen algo o que comiencen desde las redes sociales para que la persona se vaya acostumbrando porque si a veces publican contenidos una

vez al mes la gente dice para que continuo con ellos si no me están ofreciendo nada porque siempre se están quedando los mismos medios tradicionales pero con esos mismos medios tradicionales se puede aportar con tal de (...) secciones como decía Sebastián en el cual la persona la persona dice yo quisiera leerme un libro pero a veces no sé cómo desglosarlos no sé cómo interactuar que sea como dinámico igual pasa con el periodismo de datos que usted vaya y abre una infografía pero usted no se quede solo con la imagen que usted pueda ver en la imagen que más le puede mostrar a usted para poder usted entender las cifras los datos ya la información que quiera sin que sea demasiado texto para que no aburra al lector.

- Pero entonces no sería un auge como tal porque es que auge usted dice que apenas está iniciando el auge de la globalización inicio hace rato es más bien que los medios tengan más democracia más libertad de ellos mismos y nosotros poder expresar lo que queremos porque muchas veces estamos ligados a ciertas... Son monopolizadas y entonces no podemos hacer lo que realmente debería decir por decir así porque la verdad es absoluta pero siempre va haber algo que beneficia las personas y eso es lo que nosotros tenemos que hacer o sea muchas veces la democracia como tal en los medios está limitada y eso se debe también a la falta de oportunidades que no está dando el gobierno pero es eso mismo porque como ellos lo creen en beneficio de ellos entonces nunca nos van a dar esa oportunidad pero el auge no es como tal porque hace rato existe la globalización.

- O sea la globalización existe es para los mercados, pero es el mismo lo que pasa es que otros países están más desarrollados nosotros somos un país subdesarrollado... Pero por que nos tienen limitados a veces. A veces nos tienen limitados por la misma el mismo colombiano está acostumbrado a hacer lo mismo de siempre. No mire cuando yo trabaje para el gobierno me pareció interesante por qué, porque yo proponía muchas cosas o estuve con la parte de la conversación más grande del mundo y ellos me ofrecieron a mi varias fases para que yo pudiera desarrollar ese conocimiento y no me limitaban a la hora de yo escribir a la hora del este hay si hay unos intereses económicos en los medios tradicionales porque usted sabe que todo eso se va a veces por política pero de todas maneras es como usted

yo no estoy criticando eso porque siempre va haber manipulación siempre va a ser algo que lo va a ver un monopolio siempre en toda la vida así pasen los años pero que nos sirve de eso que al menos nosotros le podamos presentar a ese monopolio iniciativas que puedan transformar el sentido social. Acá en condominio nosotros hicimos un proyecto lo que pasa es que la censura pasa por lo mismo o sea lo que pasa es que la censura es algo que usted por eso es que le digo es que hay intereses económicos y en es intereses económicos hay alguna sección que controlan para que la información no salga yo no estoy diciendo. El mismo medio lo hace porque es algo normal que lo tienen que hacer porque es así yo que me voy a decir el director del medio no es comunicador social él es empresario o sea tiene otro otra formación que no tiene lo de nosotros a veces es muy difícil que ellos no crean porque lo único que quieren es hacer dinero pero nosotros le podemos ofrecer iniciativa he visto la mayoría de mis compañeros que están trabajando en el tiempo y están con los gerentes lo subgerentes no es fácil a veces de trabajar porque ellos se quedan en lo mismo son ingenieros a veces y ellos dicen no esto hagámoslo de esta manera el nuevo comunicador le ofrece oiga yo puedo realizar este reportaje de tal manera si usted me da la oportunidad interactúa vera que se puede llegar a cumplir ese propósito quizá de lo contrario no si hay censura si porque usted sabe que vivimos en un mundo donde siempre amenazan a periodistas por decir la verdad porque a quien si a mí me pasara en mi caso de que yo tengo una empresa que la estén investigando que le estén haciendo algo a quien le va a gustar a nadie por eso mismo por eso mismo existen los periodistas el que le gusta bien o búsquese como sea para poder evitar eso así es lo medios y es complicado intentarlo.

- La primera es que si usted está acá dentro de Colombia le toca acomodarse a lo que sea el gobierno porque ellos son los que nos mandan y la otra alternativa sería irse al exterior a sacarle por decir así provecho a los conocimientos que tiene allá y venir a inculcarlos en Colombia, pero sería muy complicado son muchas las personas que tienen esa mentalidad como tal entonces sería casi imposible lo único es cambiar el gobierno de Colombia.

- Pero lo que pasa es que el gobierno no va a cambiar de la noche a la mañana sabe quién cambia nosotros mismos haciendo las cosas como haciéndolas cosas mejores formándonos nosotros mismos si yo sé que Colombia es difícil porque es un país en el que paga muy mal a los profesionales como si nosotros fuéramos a mendigar algo también la formación acá es muy escasa siempre es lo mismo o sea de que sirve de que le enseñen a una estudiante tanta teoría que el estudiante dice yo aprendo acá pero en la formación que hago debería ir al contrario debería todas las carreras así sea una materia de teoría enseñarle al estudiante que ponga la practica porque por eso es que salimos afuera y nos quedamos con lo mismo entonces el gobierno dice no es estos pelaos como los hemos concentrado en la teoría ellos cuando salen se joden que hace el gobierno buscan iniciativas es decir yo estoy participado ahorita por una participación ciudadana que eso es la parte como funcionario público y en esa parte uno va conociendo las expectativas no significa de que a usted le dicen el gobierno le dice yo le tengo que dar todo porque sinceramente yo una vez realice un estudio y me entere que mucha gente se queda en lo mismo no sé cómo se llama la palabra es la gente que se queda siempre o sea ve que todo el mundo hace lo mismo y hacen lo mismo yo no yo soy diferente yo prefiero fracasar pero entonces intentar hacer algo que cambie porque de lo contrario mi vida ya seguirá lo mismo y yo no quiero por eso es que ustedes a veces muchas personas me dicen yo no sé usted porque se la pasa metido en muchas cosas porque la universidad no me ha formado tal yo mismo me estoy formando para poder enfrentarme ahora a una institución a una entidad y no me da duro porque de lo contrario yo si salgo acá muy inteligente lo teórico pero en lo practico salgo como muchos que se quedan con las puertas cerradas

- De que le sirve mejorar si su (...) no está limitando

- Porque es que eso va en nosotros mismos o sea yo sé que el gobierno no es 100% bueno, pero por eso mismo.

- Señoritas que pena tener que retirarme, pero yo estoy en un programa de radio y el director está solo y esta que me cuelga.

-Entrevistadora: ¿Si tuviera los medios económicos suficientes que tipo de empresa crearía en Santander?

- Yo personalmente crearía un medio alternativo no se me parece muy interesante lo que hacen en la silla vacía de Santander. Esto yo una vez hice un proyecto sobre eso y me pareció muy interesante por lo menos ver como la dueña la directora eso empezó y como hace para o sea me gustaría ser eso si tuviera los recursos.

- Yo también lo haría si tuviera los recursos y pues ya saliéndonos como del ámbito de la comunicación siempre me ha gustado la parte de finca raíz creo que es un buen activo y pensando pues en otra alternativa parte del periodismo y la comunicación y todo esto creo que me gustaría muchísimo trabajar siendo inversionista en eso.

- Mientras que a mí me pasa lo contrario yo quisiera inventar un restaurante pero que fuera con hamburguesas pero que fueran diferente o sea el diseño de como las hacen o se a algo que sea autentico que no sea lo mismo y también me gusta mucho el finca raíz y me gustaría una empresa que pudiera diseñar muchísimas cosas ecológicas porque a partir de eso nosotros nos concientizamos en que si compramos productos ecológicos nuestro planeta se reduce tanto de otros productos que siguen contaminando entonces haría como mucha gente lo consideraría como a no pero es lo mismo que va afectar y si va afectar un mínimo pero de todas maneras sería un producto rentable para mucha gente puede ser un termo que el mismo después de que se degrade el termo y se pueda crear una planta entonces es como esa iniciativa

Entrevistadora: ¿Y de la comunicación?

- De la comunicación me gustaría yo creo que algo más personal no inventaría un medio si no que yo mismo me daría a conocer por mis habilidades para venderle a las personas y que ellos puedan rendir mejor que poder hacer estrategias que poder ser más independiente en el sentido porque ahí es donde uno mismo también aprende conoce interactúa y se retroalimenta uno para seguir avanzando como persona y como profesional.

-Yo crearía más bien una empresa educativa porque eso lo que más hace falta en Santander tenemos también mucho talento que se está perdiendo muchos niños que de pronto también no tiene como los recursos necesarios para ingresar a ciertos colegios en pro a la comunidad y de Santander a ver si le podemos aportar por lo menos ya que el gobierno no puede hacer.

Entrevistadora: ¿Qué tipo de requerimiento son necesarios para crear una empresa acá en Colombia?

-Primero tener el dinero suficiente yo creo que también tiene muchísimo que ver pues la relación que uno tiene con personas tener digamos palancas tener personas que tengas poder adquisitivo y que tengan digamos algún tipo de como palanca.

- Yo pensaría pues aparte lo del dinero creo que en la parte personal y ética una actitud positiva de querer surgir de querer ser alguien porque si nos quedamos en como yo quiero crear una empresa pero no me esfuerzo por hacerlo que va a ser muy difícil aparte de eso creo que debe haber algo de coherencia a la hora de crear una empresa en el sentido que yo le voy a brindar a la comunidad porque no puedo crear una empresa que no vaya a generar ningún beneficio a ellos sería algo muy absurdo creo yo es.

-Es que a veces es muy complicado porque a nosotros a veces no nos forman o no nos hacen conocer todo el reglamento que debe que ir en leyes decretos que forme como a la persona en la cámara de comercio uno tiene que acercarse para conocer todo detalle pero sería interesante que todo el mundo que está en la universidad supiera cuales son los procedimientos y como que a uno le pusiera como a ensayar porque eso es como la base de lo contrario a veces es muy difícil y hay entidades

que a veces se ponen pues acá en Colombia no lo hay pero en otros países que usted pone el proyecto que quiere hacer y muchas familias comienzan a donarle un dólar hace que se pueda partir el proyecto ya deseos hace que se vaya desarrollando aunque primero usted va como en picada bajando después usted mismo se levanta.

- Yo creo que lo dicho anteriormente, ser emprendedor, tener el capital, registrarlo en la Cámara de Comercio.

Entrevistadora: ¿Conocen la normatividad existente en Colombia que regule o cobije la creación de las PYMES?

- Lo que conozco así, básicamente es como que, si uno quiere, a la hora de crear una empresa es ir a escribir, no sé dónde, no sé cómo.

-Es complicado porque de pronto mi familia tiene empresas, pero nunca les he preguntado qué normativa hay que llevar, entonces ahí sí no puedo responder esa pregunta.

Entrevistadora: ¿Qué tipo de herramientas consideran que le brinda la Universidad frente al tema de emprendimiento?

-La Universidad es un ente que educa, ¿sí? Pero eso va como en cada persona, si tú quieres recibir esa educación o no. Digamos, en nuestro caso, aquí en la Pontificia vemos muchísimas materias que tienen que ver con la parte cultural y humana y pues el lema de la universidad es "formando estudiantes con sentido humano", entonces la educación más que todo va empezando por la parte ética. Una herramienta básica es tener la capacidad moral de poder querer ser alguien, de poder llegar a un punto. Va muchísimo en la carrera que uno estudie y en mí caso yo creo que, si tuviese mi empresa, no sería el que la administrara, así como tal. Yo tengo la idea, pero pongo a otra persona a trabajar, porque de eso de números soy malo. Mi idea está aquí pero no me siento capaz de desarrollar esa idea.

-La Universidad da un punto de partida, pero el estudiante se queda muy limitado porque a veces, ellos se centran más en su negocio y no nos involucran más a nosotros en saber qué se debe hacer, cómo se implementa, qué se hace. Queda uno como una clase normal. Usted viene a estudiar, aprende sobre emprendimiento, pero después se queda en lo mismo. No he visto a varios profesores que sean emprendedores.

- Eso ya es interés del estudiante, si usted no es capaz de preguntarle al profesor sus dudas eso ya es cuestión suya, que no pregunte.

-Creo que eso también depende del profesor. Porque, así como tal que la universidad que tenga una norma o una ley que diga esto, esto y esto sobre emprendimiento, no. Pero yo creo que depende del profesor, por ejemplo, Betty nos mandaba un grupo que se llama Fuck Up y era como que "vayan" aprendan sobre esto. Pero va como en los profesores y los estudiantes.

- La Universidad nos apoya dándonos las materias, ¿no? Las áreas, por ejemplo, en la de mercadeo que estamos viendo ahorita. Ellos lo que hacen es enseñarnos, pero sí, eso va en la iniciativa que cada estudiante tiene para poder emprender.

- Porque, es decir, yo soy muy explorador. A veces mis compañeros me dicen que por qué me meto demasiado en varias cosas, pero, es que, yo siento que si yo. Que si yo sigo como siguen mis compañeros, siguen en el coladero, siguen en la misma fila que todo. Yo debo quedarme por ser alguien diferente y por eso es que yo voy a varias conferencias o a veces me gano demasiadas cosas. Es decir, hay muchísimas cosas de que a veces los docentes (...) donde el estudiante se forme. Hay demasiadas páginas, hasta en el SENA, Anima, las mismas plataformas del gobierno. Todo eso no lo dice el profesor, antes yo he llegado a decirle a los profesores: "profesor mire, le tengo esta propuesta..." Las mismas personas a veces se encargan de mirar todo lo mismo...Yo tengo mis momentos, cuáles son con mis compañeros, cuáles son los del trabajo, cuáles son de mi aprendizaje, cómo me programo y así es como yo he ido aprendiendo. Y así es como yo he ido aprendiendo, porque yo sinceramente he encontrado muchas oportunidades así, yo

he viajado a diferentes partes, pero por lo mismo, porque yo soy el que me meto de acá a allá de esto y aprendo, me caigo y me levanto. Siempre voy a encontrar personas que me van a rechazar o personas que me van a dar la mano (...) Uno a veces debe ser muy fuerte y actuar. Que, si a uno lo tratan mal, no importa, ánimo, levántese que aquí se abre otra puerta.

-Las herramientas, en usted está si las quiere o no las quiere adquirir.

-Pero sí hace falta que brinden algunas herramientas.

Entrevistadora: ¿Por qué medio se enteran de charlas, convocatorias y cosas relacionadas con el emprendimiento? Empresas exitosas...

- El medio como tal, en mi caso, los profesores cuando hablan sobre eso o redes sociales, pero no. Facebook muchísimos eventos, eso que lo invitan a uno.

-Ay, ellos sí informan por correos institucionales. Lo que pasa es que nosotros muchas veces no le damos la importancia que merece y uno no va y pregunta.

-Lo que pasa es que nosotros no entramos a los correos institucionales.

-Ellos publican en la página de la Universidad, en Facebook. Lo que pasa es que nosotros de eso no estamos pendientes, nosotros no vamos a esas conferencias.

Si nos dicen una conferencia y damos punto, vamos. De lo contrario no vamos.

-Pero también hace falta el docente que involucre al estudiante, porque yo he visto varios...

- Eso no es de involucrar, eso es de la iniciativa que uno como persona tenga.

-Pero no,

- Nao, porque es la verdad. Nosotros debemos ser conscientes de que si, a nosotros no nos dan nota, vamos.

Entrevistadora: ¿Qué herramientas creen que hacen falta y que ayudarían en la formación de estudiantes con sentido de emprendimiento?

- ¿Académicamente? un primer punto sería la formación que me inculquen en la casa, la primaria. Desde la primaria, secundaria y todo esto, los mismos colegios, o si son públicos, el gobierno debería tener una iniciativa o un proyecto en el cual los menores deben surgir, salir adelante, pero centrados en lograr los objetivos, en mejorar un objetivo dependiendo del gusto de cada uno. Entonces yo creo que más que todo, incentivar y educar en una manera más ética y moral.

**Entrevista: Grupo focal Universidad de investigación y desarrollo (UDI)**



**Moderadora:** por favor presentarse cada uno, dicen su nombre, la carrera y el semestre.

- Yo soy **Adriana fuentes**, estudiante de comunicación social, octavo semestre.
- Buenas tardes, mi nombre es **Daniel Alarcón** y estoy en octavo.
- Mi nombre es **Julieth Mantilla** y estoy en séptimo semestre.
- Mi nombre es **Sergio Jaimes** y estoy en séptimo semestre.
- Mi nombre es **Angie Navarro** y en quinto semestre.
- Mi nombre es **Juan Manuel** estoy en octavo semestre.
- Mi nombre es **Diana Sánchez** estoy en séptimo semestre de comunicación social.
- Mi nombre es **Eduardo Jaimes** y también estoy en octavo semestre.

**Moderadora:** ¿En que se quisieran desempeñar una vez que se gradúen?

**AF8:** esta universidad nos ha enseñado a que no solamente seamos comunicadores sociales de una empresa, sino que nos desempeñamos en diferentes campos. personalmente me llama mucho la atención la producción de texto el texto literario y el texto científico son de mi mayor interés y considero que tengo habilidades, Sin embargo también me llama mucho la atención la producción de crónicas contar historias más que todo lo que interviene en historias sociales Buscar un método una forma o un estilo en el que se pueda contar creo que lo que más me quiero desempeñar en eso en seguir reforzando la parte escrita generar contenidos para dónde estoy trabajando.

**DA8:** la universidad nos ha enseñado a que seamos muy Versátiles. Creo que me desempeñaría en la parte organizacional a pesar de que me gusta mucho la producción audiovisual pero pues me gusta mucho la parte organizacional y creo que seguiría mis estudios en la parte de organización.

**JM7:** Para mí es importante dedicarme al periodismo deportivo pero me gustaría reforzar la parte organizacional teniendo en cuenta la oferta de trabajo que hay en este país, creo que es muy importante aportarle a la sociedad e ir de la mano de la sociedad. Me gustaría trabajar con entes gubernamentales para la comunicación y el apoyo a la comunidad. Esta carrera está como llena para la repartición de espacios y exige que el compañero sea versátil por lo tanto hay mucha competencia no es una labor un cargo sino que hagamos muchas cosas.

**SJ7:** Bueno como han dicho mis compañeros la universidad nos enseña al principio de la carrera a saber aprovechar los nuevos medios los medios de comunicación alternativos que hay ahora la nueva era, pero a mí más que todo me gustaría encargarme del periodismo investigativo, pero direccionado como un periodismo independiente y como decía mi amiga Adriana me gusta mucho el género literario la crónica el reportaje. Y estos temas que tienen que ver Con problemáticas sociales.

**AN5:** Bueno más que nada me gusta mucho el tema de la reportería, la crónica escrita ya sea en un periódico como el tiempo el espectador y pues que pueda desarrollar las habilidades escritas me parecería muy bien de la reportería, me gusta mucho poder escribir historias.

**JM8:** a mí me gusta la comunicación de las comunidades, llegar a la comunidad desde la parte comunicativa y quisiera pues el desarrollo la investigación por parte de la comunidad.

**DS7:** Me gusta mucho el periodismo investigativo, Investigar acerca de historias escritas y también audiovisuales también me enfocó mucho en la comunicación para el desarrollo para el cambio social, siempre trabajamos comunidades y es algo muy satisfactorio.

**EJ8:** Bueno yo me enfocó mucho en la parte organizacional, mi fuerte. Me gusta mucho la parte de relaciones públicas aunque también me destacó frente a la cámara en la parte de televisión haciendo presentación pero mi primera opción está en la parte organizacional.

**Moderadora:** ¿qué aspectos creen que tiene un estudiante para que prefieran emplearse?

**JM7:** ¿Un estudiante cualquiera o un estudiante de comunicación social?

**Moderadora:** uno de Comunicación social

**EJ8:** Es complicado, un recién egresado salir a emprender le toca emplearse, digamos uno siempre tiene ese sueño de pertenecer a un grupo una empresa de comunicadores o periodistas a nivel nacional o internacional, ósea muchas veces en vez en vez de tratar de emprender y de crear su propio canal o su propio medio uno siempre aspira a pertenecer a esos grandes canales a nivel internacional, nacional y regional; entonces no nos encaminaron no nos muestran digamos

emprender proyectos propios y personales y qué es mejor, y que nos puede generar más prestigio y formar parte de esos grandes canales de comunicación, uno sale con la idea de qué me quiero emplear y quiero ser parte de una empresa.

**AF8:** Pero también puede ser que yo como comunicadora quiera generar empleo, pero la experiencia laboral no me ayuda en la hoja de vida y no puedo hacer algo así. Creo que me tocaría aprender de los errores de alguien más, si no tengo la experiencia laboral suficiente cómo voy a tratar de emprender algo y más con esta crisis económica que es Colombia, qué cuánta plata debo tener para crear la empresa para sostener los empleos que voy a generar pues es un gasto bastante Y cómo un comunicado recién egresado es arriesgado.

**AN5:** Pienso que si uno quiere crear algo listo si, el problema es la plata pero digo que uno podría hacerse sonar por medio de los medios digitales digamos un blog por medio de nuestros contenidos y que la gente nos viera eso ya es algo diferente, de todas formas yo pienso que sí podríamos emprender.

**JM7:** pienso que emprender a los 22 años 21 no sé es muy complicado ya que requiere la experiencia.

**SJ7:** Pues yo pienso que es el miedo a enfrentarse a esos grandes medios de comunicación y perder. Pues digamos una inversión frente a ellos frente a esos medios ahora también la credibilidad pueda emitir como un comunicador desde su medio desde su empresa sabiendo que ya hay marcas posicionadas y que puede no ser tan exitosa como las que ya están implantadas, creo que también va enfocado en eso al miedo de perder ante las grandes marcas.

**Moderadora:** ¿Qué herramientas le aporta la asignatura que es emprendimiento para la formación ósea para emprender digamos no tanto en la comunicación si no en otro negocio?

**AF8:** pues uno es proyecto emprendedor y la otra es herramientas de emprendimiento y en nuestra experiencia personal, digamos que el hecho de que nos enseñen esas asignaturas es un componente de la universidad y un proceso que tiene que cumplir todas las universidades con los estudiantes; sin embargo yo considero para qué nos serviría hacer un proyecto que no tiene nada que ver con la comunicación social y uno dice ¿para qué? Yo pienso que sería mejor enfocarse en emprendimiento con la carrera de uno y qué es la asignatura se plantea en temáticas que tengan que ver con la comunicación social porque nos ponen a verlo qué son ventas, costos y gastos pero para nada sirve que las herramientas que nos han enseñado. Pues sí son buenas pero no para nuestra carrera.

**SJ7:** Pues yo estoy de acuerdo con lo que dice Adriana, que todo lo que nos enseñan en esa cátedra, es bueno pero para un comunicador social no es fundamental y lo único que nos pone es que como somos comunicadores sociales manejemos las medias redes sociales y subo a contenido pero nosotros no solamente somos eso.

**AF8:** Por ejemplo que fueran proyectos para emprender que tengan que ver con por lo que más le llama la atención a mis compañeros que es intervención social, por ejemplo Aquí tenemos un departamento de proyección social, pero me gustaría que fuera como, bueno, vamos hacer un proyecto en el que ustedes tengan que ver y no solamente utilizar Facebook y Titear porque comunicación social no solamente es hacer un video; sino que podemos juntar todo eso en una sola cosa. Me atrevo a decir que nosotros entendemos muy bien lo que es el término comunicadores sociales y pues esta carrera es muy buena por eso porque es muy amplia hay que conocer ese concepto, digamos ahora mismo estamos en un grupo focal y tenemos que entender para qué y qué significa un grupo focal; y lástima tener que llegar a séptimo octavo semestre para darnos cuenta y entender lo que es comunicación y esos términos que trae ella. Me parecería muy chévere que la universidad Busqué la manera de hacer entender al estudiante lo que significa la comunicación social y

no sé digamos emprender en ese sentido dedicado a eso voy también en el que el término emprender significa solamente montar un negocio y ya, quiero que emprendamos por medio de conceptos por medio de investigación.

**EJ8:** Las asignaturas están enfocadas en eso, en montemos un negocio ofrecemos un producto con el que ustedes puedan ganar plata eso emprender acá en la universidad lo que decía Adriana, es muy cierto, no hay como un bueno por ejemplo emprendamos desde la investigación la cual ustedes van a llegar a una problemática y desde un campo de la comunicación para el desarrollo van ustedes haciendo estoy pues podría funcionar y sería un paso adelante.

**DA8:** Yo pienso que el emprendimiento la asignatura de medios nos ayuda un poquito más, nos dirige hacia la versatilidad y al comportamiento que debe tener un comunicador social a la hora de proponer y hacer varias cosas y no quedarse en una actividad. Bueno yo conozco a varias compañeras que dicen emprender pero no lo han hecho desde la comunicación social aún estamos bajos en la parte de emprender.

**Moderadora:** ¿Qué tipo de empresa creen que hace falta en Santander y porque?

**DA8:** creo que algo relacionado con la comunidad porque lo conozco una empresa fuerte así fuerte que se relacione con la comunidad...

(Silencio infinito)

**Moderadora:** ¿Si tuvieran los recursos suficientes qué empresa montarían?

**EJ8:** creo que hace falta dar a conocer a los estudiantes las capacidades que tiene la universidad en la que van a estudiar, y hay productos audiovisuales escritos radiofónicos dentro de las facultades de las universidades; si yo tuviera los recursos montaría una empresa informativa y mi recurso humano sería solamente

estudiantes que se vean sin las capacidades y quieran aprender más y que entre todos hemos un resultado y podamos cubrir todas las necesidades informativas.

**Moderadora:** ¿Qué tipo de herramientas les ofrece la universidad para que ustedes puedan emprender?

**SJ7:** apoyo Económico como tal No pero sí nos encaminan y se basa mucho en la investigación Entonces por ejemplo acá hay un plan de investigación donde cualquier estudiante puede ingresar y pone su idea de investigación lo que realmente quisiera conocer y pues una vez ellos vean que es una idea viable te empiezan a apoyar y te van guiando para que desarrolles esa investigación es más como un acompañamiento.

**AF8:** digamos aquí hacen un concurso dónde se presentan proyectos y se hacen exposiciones de los mismos, creo que han salido buenos proyectos de acá de la universidad pero más en las carreras de administración de empresas.

**EJ8:** Más que todos son proyectos tangibles por ejemplo como un establecimiento oficial conozco varios que han salido así

**AF8:** si son estudiantes de la uci pero pues con proyectos así, Estudiantes de comunicación social casi no por ejemplo tenemos a un compañero que se llama Darío y él está incursionando su propio programa por la radio pero es una radio comunitaria.

**Moderadora:** ¿conoce las leyes que Cobija las pymes acá en Colombia?

Todo el grupo: NO

**Moderadora:** ¿Conocen los requerimientos necesarios para la creación de una empresa acá en Colombia?

**JM7:** Pues sí los básicos y a registrar en la cámara de comercio, los contratos el sueldo...

**Moderadora:** ¿todos esos requerimientos aprendieron por alguna asignatura?

**JM7:** yo por mi experiencia laboral.

**AF8:** por fuera.

**EJ8:** si por las asignaturas de la Universidad inclusive del colegio

**Moderadora:** herramientas consideran que hacen falta a nivel de la universidad

**AF8:** puede que exista la motivación pero le hace falta más porque como decía anteriormente para que crear un proyecto en el que no voy a vincular la comunicación Social para qué. Fortalecer los grupos de investigación. También la herramienta básica del conocimiento en el contexto.

**JM7:** fortalecer los grupos de semilleros también Creo que hace falta en el área de comunicación se hace falta maduración.

**JM8:** en la parte de robótica la universidad si tienen su FUERTE pero hay facultades que no son tal apoyadas.

**AF8:** La universidad está más enfocada en destacar lo que ya está.

**Moderadora:** para ustedes Qué diferencia hay entre emprendimiento Innovación y creatividad.

**JM8:** Yo creo que todo está ligado, digamos cuando uno emprende tiene creatividad y una de las cosas que sostiene el emprendimiento es la Innovación, y yo emprendo con algo muy anticuado mi emprendimiento se va a caer; entonces yo creo que todo está ligado y yo creo que para ser exitoso y que mi producto empresa esté bien posicionado tengo que tener un buen nivel de Innovación.

**JM7:** Yo creo que para el emprendimiento necesitamos tener Innovación, porque si no nos vamos a quedar ahí estancados nos van a alcanzar, entonces yo creo que la innovación en todas las áreas es importante.

**Moderadora:** ¿Emprendimiento exitoso conocen en la región de comunicación social?

**JM7:** A mí me parece genial que sea gratis leer, por ejemplo estos periódicos que se dan de manera gratuita pienso que es un proyecto exitoso, porque la gente ya no lee, entonces cuando voy en el bus me emociona mucho ver a la gente como súper animada leyendo. Eso me motiva muchísimo y mi profesión.

**JM8:** El único caso de emprendimiento exitoso así de comunicadores que conozco es a unos compañeros que se arriesgaron a la creación de un periódico. El barrio caracol ahí cerca del sector de bucarica acá en Bucaramanga, creo que ellos todavía siguen con ese negocio diariamente sacar 100 o 80 periódicos y los reparten en todas las casas. Es un periódico muy pequeño el papel Bond de media cuartilla y pues me parece muy bueno porque es el único medio que hay en ese barrió las personas que viven allí. Ellos aún no se han graduado están estudiando con nosotros y pues llevan ese proyecto desde quinto semestre.

**Moderadora:** ¿Por qué creen que no es común emprender entre los comunicadores?

**DA8:** Yo creo que para ser emprendedor uno no necesita la parte económica, uno puede buscar sus aliados, conozco casos de personas que no tienen dinero pero tienen unas ideas geniales Y son personas que lo patrocine pero lo complicado es un arriesgarse Pero es el miedo a fracasar.

**AF8:** De pronto también está en la ambición de proyectos profesional que no resulte solamente por las habilidades y capacidades que uno tiene.

**JM7:** En eso no estoy de acuerdo, porque uno estudia para salir con las capacidades que le enseñan y debemos confiar en nosotros mismos.

**Moderadora:** ¿Por qué creen que algunos comunicadores sociales tienden A tener otro tipo de empresa y no una acorde a su trabajo?

**JM8:** Yo creo que por la decisión y por el resultado que deja estos tipos de negocios, te voy a poner un ejemplo resulta; que yo soy comunicador social y montó un periódico y fracaso, entonces me queda otra alternativa que es crear un negocio hamburguesas y me dio empecé a ganar plata; obviamente yo voy a preferir el negocio hamburguesas porque me está dando plata entonces yo creo que es eso ambición.

**AF8:** Yo creo que eso va más allá de ser estudiante de comunicación social, porque sí aquí me está yendo bien para que me voy a ir para allá si es algo que sinceramente no me da.