


| | | | | |
|---|---|---------------------|-------------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 08-07-2021 | B |
| Dependencia | Aprobado | | Pág. | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | 1(78) | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | | | |
|--|--|----------------|---------|
| AUTORES | Deiby Johan Padilla Pacheco | | |
| FACULTAD | Educación, Artes y Humanidades | | |
| PLAN DE ESTUDIOS | Comunicación Social | | |
| DIRECTOR | Esp. Liceth Liliana Arévalo Pérez | | |
| TÍTULO DE LA TESIS | Creación de una cartilla didáctica como acción educomunicativa para los emprendedores del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña | | |
| TITULO EN INGLES | Creation of a didactic booklet as an educommunicative action for the entrepreneurs of the Employment and Entrepreneurship Center (CEMPRENDO) Ocaña | | |
| RESUMEN (70 palabras) | | | |
| <p>El presente informe suministra el contenido referente a la experiencia durante cuatro meses de pasantías para los emprendedores del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO), sirviendo como apoyo para establecer las necesidades de formación en temas de comunicación existentes en cada uno de ellos de acuerdo al sector económico que integren, mediante la creación de una cartilla didáctica como acción educomunicativa, la cual fortalece los procedimientos de cada uno en sus micro, pequeñas y medianas empresas.</p> | | | |
| RESUMEN EN INGLES | | | |
| <p>This report provides the content regarding the experience during four months of internships for the entrepreneurs of the Center for Employment and Entrepreneurship (CEMPRENDO), serving as support to establish the training needs in existing communication issues in each of them according to the economic sector that they integrate, through the creation of a didactic booklet as an educommunicative action, which strengthens the procedures of each one in their micro, small and medium enterprises.</p> | | | |
| PALABRAS CLAVES | Emprendimiento, emprendedores, economía, cartilla, comunicación, economía. | | |
| PALABRAS CLAVES EN INGLES | Entrepreneurship, entrepreneurs, economy, primer, communication, economy. | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| PÁGINAS: 78 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: |



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Creación de una cartilla didáctica como acción educomunicativa para los emprendedores del
Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña

Deiby Johan Padilla Pacheco

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

Esp. Liceth Liliana Arévalo Pérez

Noviembre, 2022

Índice

| | |
|---|----|
| Capítulo 1. Creación de una cartilla didáctica como acción educomunicativa para los emprendedores del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña..... | 8 |
| 1.1. Descripción de la empresa..... | 8 |
| 1.1.1 Misión..... | 8 |
| 1.1.2 Visión | 9 |
| 1.1.3 Objetivos de la empresa..... | 9 |
| 1.1.4 Descripción de la estructura organizacional..... | 10 |
| 1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto | 11 |
| 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada..... | 11 |
| 1.2.1 Planteamiento del problema | 13 |
| 1.3 Objetivos de la pasantía..... | 14 |
| 1.3.1 Objetivo general | 14 |
| 1.3.2 Objetivos específicos..... | 14 |
| 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar..... | 15 |
| 1.5 Cronograma de actividades | 15 |
| Capítulo 2. Enfoque Referencial..... | 16 |
| 2.1 Enfoque Conceptual | 16 |
| 2.1.1 Educomunicación | 16 |
| 2.1.2 Redes Sociales | 17 |
| 2.1.3 Expresión oral..... | 17 |
| 2.1.4 Emprendimiento | 18 |

| | |
|---|----|
| | 3 |
| 2.1.5 Comunicación..... | 18 |
| 2.1.6 Publicidad..... | 18 |
| 2.1.7 Pitch..... | 19 |
| 2.1.8 Plataformas digitales | 20 |
| 2.2 Enfoque Legal | 21 |
| 2.2.1 Ley 2069 de 2020..... | 21 |
| 2.2.2 Ley 1014 de 2006..... | 21 |
| 2.2.3 Ley 1955 de 2019..... | 23 |
| 2.2.4 Proyecto de Ley No 234 de 2018..... | 23 |
| 2.2.5 Ley 1978 - 25 de julio de 2019..... | 24 |
| Capítulo 3. Informe de cumplimiento del trabajo..... | 25 |
| 3.1 Presentación de Resultados | 25 |
| 3.1.1 Establecer las necesidades de formación en temas de comunicación existentes en los emprendedores de acuerdo al sector económico que integren | 25 |
| 3.1.1.1. Solicitar la base de datos de CEMPRENDO para reconocer los emprendimientos enlazados.. | 25 |
| 3.1.1.2. Aplicar una encuesta a los emprendedores pertenecientes al centro, enfocada a identificar la necesidad de los emprendedores por aprender sobre el manejo de la comunicación en sus negocios..... | 27 |
| 3.1.1.3. Asistir y contribuir en las actividades llevadas a cabo con los emprendedores para realizar observación de campo. | 34 |
| 3.1.2 Determinar el contenido de la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO | 38 |

| | |
|--|----|
| 3.1.2.1. Escoger los temas a los cuales irá enfocada específicamente la Cartilla Didáctica.. | 38 |
| 3.1.2.2. Elaborar el guion con el contenido preseleccionado. | 39 |
| 3.1.2.3. Diseñar la maquetación preliminar de la Cartilla. | 49 |
| 3.1.3 Diseñar la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO y socializarla a través de charlas con los emprendedores..... | 54 |
| 3.1.3.1. Realizar la diagramación de la cartilla con la herramienta Corel Draw..... | 54 |
| 3.1.3.2. Socializar el producto final con los integrantes de CEMPRENDO. | 58 |
| 3.1.3.3. Coordinar y ejecutar el encuentro con los emprendedores para la realización de la charla con la Cartilla Didáctica. | 59 |
| 3.1.3.4. Formar espacios de retroalimentación donde los emprendedores se conviertan en tutores de las charlas previamente impartidas. | 62 |
| 3.1.3.5. Seleccionar una plataforma web que permita colgar a la red la cartilla con el fin de compartirla con más público interesado. | 63 |
| Capitulo 4. Diagnostico Final | 64 |
| Conclusiones | 66 |
| Recomendaciones | 68 |
| Referencias..... | 69 |
| Apéndices..... | 72 |

Lista de Tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Matriz DOFA y FODA Cruzada..... | 12 |
| Tabla 2 Plan de Trabajo | 15 |
| Tabla 3 Respuesta sobre la información didáctica recibida..... | 28 |
| Tabla 4 Usabilidad de las redes sociales de CEMPRENDO | 31 |
| Tabla 5 Importancia de las estrategias de comunicación en una empresa..... | 32 |
| Tabla 6 Temas por los cuales se inclinan los encuestados..... | 33 |
| Tabla 7 Formato de plantilla para creación de contenido en redes sociales | 47 |

Lista de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 Organigrama del Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña | 10 |
| Figura 2 Descripción de las actividades a realizar | 15 |
| Figura 3 Carta enviada al director de CEMPRENDO para la solicitud de datos. | 26 |
| Figura 4 Correo electrónico recibido con la base de datos solicitada. | 27 |
| Figura 5 Análisis de la formación brindada a emprendedores por parte de CEMPRENDO | 29 |
| Figura 6 Actividades a las cuales los encuestados han asistido..... | 30 |
| Figura 7 Nivel de uso de las redes sociales de CEMPRENDO como medio de información | 31 |
| Figura 8 Punto de vista de los encuestados en cuanto la importancia de la comunicación en las empresas..... | 32 |
| Figura 9 Inclinación por los temas informativos y educativos a recibir | 33 |
| Figura 10 Participación en la feria del emprendimiento | 35 |
| Figura 11 Apoyo y gestión en reuniones con emprendedores de CEMPRENDO..... | 35 |
| Figura 12 Encuentro personalizado con emprendedores | 36 |
| Figura 13 Visita a los emprendimientos | 37 |
| Figura 14 Charlas a los estudiantes del Colegio Aguas Claras..... | 38 |
| Figura 15 Plantilla de DOFA Cruzada..... | 48 |
| Figura 16 Maquetación del contenido..... | 50 |
| Figura 17 Plan de contenido guía para emprendedores “aprende y emprende” | 54 |
| Figura 18 Socialización de la cartilla con colaboradores de CEMPRENDO | 59 |
| Figura 19 Invitación difundida entre emprendedores | 60 |
| Figura 20 Socialización con emprendedores | 61 |
| Figura 21 Encuentro con emprendedores y retroalimentación de la cartilla | 62 |

Lista de Apéndices

| | |
|---|----|
| Apéndice A. Base de datos del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña, Norte de Santander..... | 72 |
| Apéndice B. Formato de la encuesta virtual aplicada a los emprendedores de CEMPRENDO .. | 74 |
| Apéndice C. Evidencia fotográfica de la aplicación de encuestas..... | 75 |
| Apéndice D. Evidencia fotográfica del proceso de diagramación de la Cartilla | 76 |

Capítulo 1. Creación de una cartilla didáctica como acción educomunicativa para los emprendedores del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña

1.1. Descripción de la empresa

El Centro de Empleo y Emprendimiento Ocaña (CEMPRENDO), inicio el 24 de febrero de 2015 a través de una alianza interinstitucional entre los Programas de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), Alcaldía Municipal de Ocaña, Departamento Para la Prosperidad Social (DPS) y La Caja de Compensación Familiar del Norte de Santander (COMFANORTE), donde fue posible iniciar la operación y el funcionamiento del Centro de Empleo y Emprendimiento Ocaña (CEMPRENDO), que viene ofreciendo sus servicios como plataforma organizacional bajo un modelo de ventanilla única de atención ciudadana, prestando un conjunto de servicios de promoción de empleo y espíritu de emprendimiento en el ámbito del desarrollo empresarial de la región Ocañera, diseñado a la medida de la poblaciones en mayor situación de pobreza y vulnerabilidad (Ortiz Delgado, 2016, p. 14).

1.1.1 Misión

Impulsar y fortalecer las competencias de la población de forma viva y dinámica para el acceso de oportunidades de empleo, y así permitir el mejoramiento en la generación de ingresos por medio de la articulación, creación de redes y alianzas que conlleven a la inclusión social y productiva de la región de Ocaña (Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña, 2021, p. 3).

1.1.2 Visión

“Ser un centro líder en el territorio nacional, que trabaja en pro de una región más productiva y competitiva, ofreciendo un portafolio de servicios coherente, dinámico e incluyente” (Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña, 2021, p. 3).

1.1.3 Objetivos de la empresa

Brindar un conjunto de servicios de promoción de empleo y emprendimiento a través de las alianzas establecidas por la entidad para el beneficio de la comunidad Ocañera en general, a través de un enriquecimiento de oportunidades y beneficios de la entidad para aquellas personas con problemas del conflicto armado y vulnerabilidad (Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña, 2021, p. 4).

Se establecen los siguientes objetivos específicos:

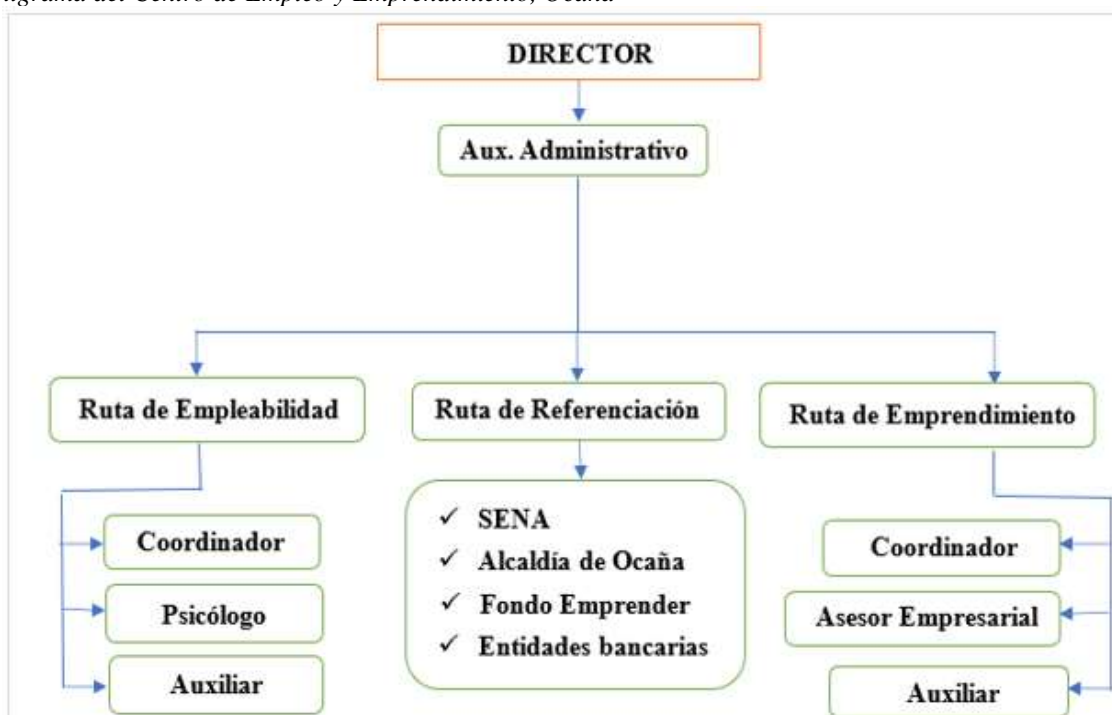
- Acompañamiento en la creación de negocios en cuanto a los existentes y otros servicios de desarrollo empresarial.
- Fomentar el desarrollo de competencias básicas transversales para la vida.
- Generar gestión y colocación de empleo.
- Facilitar el acceso a servicios habilitantes y complementarios.
- Generar competitividad a través de las capacitaciones en competencias laborales y emprendimiento.
- Contribuir al desarrollo de capacidades y fomentar la empleabilidad en la población en general (Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña, 2021, p. 4).

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

La empresa CEMPRENDO (Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña) cuenta con una estructura organizacional lineal que tiene una estructura vertical en la cual se presenta una jerarquía que permite una distribución clara de las labores de los colaboradores; se presenta en un formato vertical que se divide en subramas en las cuales se especifican las rutas de empleabilidad, referenciación y emprendimiento.

Entendiendo esto, se expone a continuación el organigrama oficial de la empresa en cuestión:

Figura 1
Organigrama del Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña



Nota. Imagen descriptiva obtenida del archivo interno de la empresa (Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña, 2021, p. 5).

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto

La dependencia asignada para el presente proceso de pasantías, es el área de las comunicaciones, la cual se encarga de darle visibilidad al área de emprendimiento, empleabilidad y formaciones académicas, lo cual permite garantizar un mayor conocimiento de los servicios ofertados por el Centro de Empleo y Emprendimiento.


A su vez, esta área cumple la función del manejo de redes sociales tales como Facebook, Instagram, WhatsApp y correo electrónico; facilitando toda la información a los interesados en pertenecer a los diferentes programas que se ofertan desde la alcaldía municipal como también de las formaciones académicas.

De igual manera esta área realiza documentales a los usuarios beneficiados por los programas gubernamentales “Mi Plante Y Pa Lante”, “Giz, Norte Innóvate Y Fondo Emprender”, y sumado a ello se apoya a las capacitaciones sobre emprendimiento, redes sociales y pagos en línea.

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

A continuación, en la Tabla 1, se presenta el diagnóstico tanto interno, como externo de CEMPRENDO, información recolectada a través de métodos como la observación y entrevistas a los usuarios vinculados a la entidad.

Tabla 1
Matriz DOFA y FODA Cruzada

|  | | | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
|---|--|---|--|--|
| | | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Las redes sociales son una plataforma importante para realizar una base de datos de nuevos emprendimientos para orientar. 2. El apoyo del SENA como entidad promotora del conocimiento y aprendizaje. 3. El reconocimiento de la marca para contribuir al desarrollo regional del sector empresarial. 4. No tiene competencia directa. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Poco apoyo por parte de la Alcaldía Municipal. 2. Bajo reconocimiento de su marca. 3. Escasez de herramientas tecnológicas de parte de los emprendedores. 4. Desinterés por parte de la comunidad Ocañera para participar en los eventos y programas de fortalecimiento a emprendedores. |
| FORTALEZAS | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS FA | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. El servicio y atención a los usuarios se brinda con amabilidad y asertividad. 2. Cuenta con presencia en redes sociales como Facebook, Instagram y correo electrónico. 3. Existe una comunicación empática entre colaboradores y usuarios de la entidad. 4. Se maneja un clima organizacional basado en el respeto, amabilidad y compañerismo. 5. Cuenta con casos de emprendimientos exitosos dignos de mostrar. | <p>F2, F3, O1, O3: Motivar a los empresarios al aprendizaje didáctico a través de los dispositivos electrónicos.</p> <p>F2, F3, F4 y O2, O4: Brindar capacitaciones a usuarios y comunidad en general acerca del manejo de las redes sociales y como emprender con estas herramientas.</p> | <p>F1 y A2: Divulgar la marca de la entidad voz a voz en las visitas de campo que se realizan a los emprendimientos</p> <p>F2, F3 y A3: Implementación de bitácoras y evidencias fotográficas de las actividades en el centro, como las charlas educacionales.</p> <p>F1, F3, F4 y A4: Crear nuevo contenido para difundir la información a través de videos interactivos y conferencias</p> | | |
| DEBILIDADES | ESTRATEGIAS DO | ESTRATEGIAS DA | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. No se promueven capacitaciones para los usuarios inscritos en la entidad. 2. No cuenta con contenido de valor para publicar en los medios de comunicación activos. 3. Se hace necesario brindar acompañamiento formativo al emprendedor. 4. Los usuarios no cuentan con herramientas comunicativas que les brinde información en su labor como emprendedores. 5. No cuenta con herramientas tecnológicas que permita el desarrollo de estrategias de comunicación 6. No existe un conocimiento amplio en los emprendedores para manejo de redes sociales. 7. Notoria falencia de expresión oral de los emprendedores de CEMPRENDO, al momento de interactuar con sus clientes. | <p>D1, D4 y O1: Diseñar una cartilla didáctica como acción educacional para incrementar los conocimientos de emprendedores y contribuir al avance de sus negocios.</p> <p>D3, D5, O2 y O4: Crear alianzas estratégicas con entidades como el Sena, para desarrollar habilidades en el uso de las redes sociales.</p> <p>D3, D4, O1 y O2: Facilitar a los usuarios y comunidad en general las líneas de comunicaciones de la entidad a través de tarjetas informativas de manera física.</p> | <p>A1, D2 y D5: Mantener más comunicación entre la oficina de Prensa y el área de comunicaciones de CEMPRENDO.</p> | | |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

1.2.1 Planteamiento del problema

La oficina de CEMPRENDO es una entidad que apoya al emprendimiento y la empleabilidad del municipio de Ocaña, Norte de Santander, el propósito es impulsar y fortalecer las competencias de los emprendedores, que conozcan nuevas herramientas para mejorar sus empresas, generar ingresos y nuevos empleos, además que se beneficien de convocatorias de proyectos de financiación; sin embargo, se ha venido presentando una problemática, y es la baja participación de los ocañeros en las actividades y ferias organizadas para presentar los servicios y los beneficios del centro.

Es preciso mencionar que, CEMPRENDO ha venido trabajando con los profesionales en comunicación, la difusión de contenido a través de las redes sociales, puesto que, el manejo de éstos medios en una institución, siendo del sector público como del sector privado, es muy importante, ya que ayuda a la empresa a que se pueda visualizar y dar a conocer que lo ofrece a la comunidad, pero en varios casos no hay un buen manejo o interacción con la comunidad que dificulta el alcance óptimo para satisfacer las necesidades que pueden ofrecer. Dentro de las actividades que han realizado, no se ha creado un contenido de impacto que oriente a los emprendedores para el desarrollo de sus objetivos misionales, por esta razón, se creará una cartilla didáctica, como acción educomunicativas, para aportar información de forma creativa y pedagógica que facilite la comprensión de temas relacionados con la administración, comunicación asertiva y manejo de redes sociales para visibilizar su portafolio de servicios.

Por tal motivo, la cartilla didáctica que se presentará, incluirá diferentes charlas, en las que se motivará al emprendedor a innovar y destacar el plus de sus empresas; además, se

capacitarán en el manejo de redes sociales como herramientas gratuitas para mostrar sus productos y acaparar nuevos clientes.

De acuerdo con Mario Kaplún (1997) educar es:

Utilizar todos los medios al alcance para recibir o dar una retroalimentación, construir conocimiento apoyado en una colaboración activa de sus miembros, es facilitar el conocimiento como emisores y receptores entre todos los integrantes del grupo, es en definitiva, fomentar una educación activa, basada en una comunicación bidireccional y abierta con los medios puestos a nuestra disposición, donde el punto central está en la creación de conocimiento de manera grupal (pp. 1-6).

Por tal motivo, se plantea la creación de una cartilla didáctica como herramienta educadora para facilitar el conocimiento a los emprendedores de CEMPRENDO.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 Objetivo general

Crear de una cartilla didáctica para los emprendedores del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer las necesidades de formación en temas de comunicación existentes en los emprendedores de acuerdo al sector económico que integren.

Determinar el contenido de la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO.

Diseñar la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO y socializarla a través de charlas con los emprendedores.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar

Tabla 2
Plan de Trabajo

| Objetivo general | Objetivos específicos | Actividades a desarrollar para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos |
|---|---|---|
| Crear de una cartilla didáctica para los emprendedores del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña, Norte de Santander. | Establecer las necesidades de formación en temas de comunicación existentes en los emprendedores de acuerdo al sector económico que integren. | <ul style="list-style-type: none"> Solicitar la base de datos de CEMPRENDO para reconocer los emprendimientos enlazados. Aplicar una encuesta a los emprendedores pertenecientes al centro, enfocada a identificar la necesidad de los emprendedores por aprender sobre el manejo de la comunicación en sus negocios. Asistir y contribuir en las actividades llevadas a cabo con los emprendedores para realizar observación de campo. |
| | Determinar el contenido de la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO. | <ul style="list-style-type: none"> Escoger los temas a los cuales irá enfocada específicamente la Cartilla Didáctica. Elaborar el guion con el contenido preseleccionado. Diseñar la maquetación preliminar de la Cartilla |
| | Diseñar la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO y socializarla a través de charlas con los emprendedores. | <ul style="list-style-type: none"> Realizar la diagramación de la cartilla con la herramienta Corel Draw. Socializar el producto final con los integrantes de CEMPRENDO. Coordinar y ejecutar el encuentro con los emprendedores para la realización de la charla con la Cartilla Didáctica. Formar espacios de retroalimentación donde los emprendedores se conviertan en tutores de las charlas previamente impartidas. Seleccionar una plataforma web que permita colgar a la red la cartilla con el fin de compartirla con más público interesado. |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

1.5 Cronograma de actividades

Figura 2

Descripción de las actividades a realizar

| Actividades | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | |
|---|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|-------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Solicitar la base de datos de Cemprendo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Seleccionar a los emprendimientos que están vinculados al centro. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño de horarios para las actividades a realizar | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Concretar con el empresario la capacitación que desea adquirir. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Diseño del guión para el desarrollar del contenido. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Charlas complementarias para el aprendizaje de expresión oral y redes sociales. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de una aplicación para crear el modulo. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Recopilación de insumos complementarios (imágenes de archivo, videos) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Formas espacios de retroalimentación donde los emprendedores sean los tutores de las clases impartidas. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Exponer el módulo educomunicativo desarrollado en la entidad. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Dejar como guía el modulo construido para los demás practicantes en el área de comunicación social. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Capítulo 2. Enfoque Referencial

2.1 Enfoque Conceptual

Para el desarrollo del presente trabajo bajo la modalidad de pasantía, es necesario destacar algunos conceptos que enmarcan el proceso; a continuación, se describen:

2.1.1 *Educomunicación*

Según el autor Ángel Barbas (2013), la educomunicación es:

Un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda las dimensiones teórico-prácticas de la educación y de la comunicación de forma dinámica e interdependiente. Puede entenderse como filosofía y fundamento de cualquier dinámica de comunicación/educación y/o como un proceso específico para la enseñanza y el aprendizaje de la comunicación mediada en ámbitos y niveles formativos (p. 1).

Entendiendo esto, se debe tener en cuenta para este trabajo, el termino es relevante ya que la educomunicación “concibe el aprendizaje como un proceso creativo donde sólo es posible la construcción de conocimientos a través del fomento de la creación y la actividad de los participantes” (Barbas Coslado, 2012, p. 167) rasgo importante dado a la necesidad de impartir la información de forma más didáctica y precisa.

2.1.2 Redes Sociales

Inicialmente, Javier Celaya (2000) en su libro *La empresa en la Web 2.0*, explica que “las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos” (Celaya, 2000, p. 5). Asimismo, es clave tener en cuenta que “las redes sociales no solamente modifican la manera de comunicarse de quienes las usan, sino que configuran y reconfiguran, integran y desintegran, la estructura social, la vida privada y la vida pública o laboral de toda la sociedad” (De la Torre, 2012, p. 7).

2.1.3 Expresión oral

En primera instancia, se reconoce que la expresión oral “es bastante más que interpretar los sonidos acústicos organizados en signos lingüísticos y regulados por una gramática más o menos compleja; y, es más, bastante más, que emitir una serie de sonidos acústicos de la misma índole” (Ramírez Martínez, 2002, p. 58).

Por lo que, Bohórquez y Rincón (2018) explican el concepto en base a lo dicho en los 80’s por Bloom y Tunmer, de la siguiente manera: “La expresión oral es saber captar las intenciones de los demás, sus deseos y pensamientos, los mensajes no verbales que se transmiten a través de la cara y los gestos, el doble sentido de los mensajes y metáforas” (p. 17).

2.1.4 Emprendimiento

La licenciada María Formichella (2004), especifica en su trabajo *El concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, el Empleo y el Desarrollo Local* que un emprendimiento es “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” (p. 7). En este sentido, es preciso entender del mismo modo que:

Ser emprendedor significa ser capaz de crear algo nuevo o de dar un uso diferente a algo ya existente, y de esa manera generar un impacto en su propia vida y en la de la comunidad en la que habita (Formichella, 2004, p. 8).

2.1.5 Comunicación

Dentro de los múltiples conceptos dados a la comunicación, se presenta lo señalado por Marín, Ruiz y Robayo (2016) quienes afirman que “la Comunicación es la actividad consciente de transferir información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas” (p. 5). Se presenta esta noción, debido a que es clara y conciso, pues se tiene en cuenta que la comunicación como acto natural humano, es un proceso extenso que implica elementos necesarios para la culminación exitosa del proceso.

2.1.6 Publicidad

Con el pasar de los años, el concepto de publicidad ha cambiado debido al avance de las tecnologías y el surgimiento de nuevos métodos digitales; sin embargo, una noción central es

que, la publicidad es “aquella comunicación impersonal pagada por un patrocinador identificado, que utiliza los medios de comunicación masivos para persuadir o informar a una audiencia”

(Moriarty, y otros, 1992, p. 4). Paralelamente, Iván Thompson (2005) expone que:

La publicidad es considerada como una de las más poderosas herramientas de la mercadotecnia, específicamente de la promoción, que es utilizada por empresas, organizaciones no lucrativas, instituciones del estado y personas individuales, para dar a conocer un determinado mensaje relacionado con sus productos, servicios, ideas u otros, a su grupo objetivo (p. 1).

2.1.7 Pitch

Inicialmente, Angie Millán y Lizeth Riaño (2021), indican que un pitch “es la exposición de un proyecto o propuesta que busca persuadir o convencer a una audiencia específica de producir, financiar o representar la idea que se propone” (p. 1). Al hablar entonces de un ambiente organizacional, autores identifican de forma similar que un pitch:

Tiene como objetivo capturar la atención de un posible inversionista o actor clave en una organización en el caso del pitch de proyectos de innovación, de manera de que el proyecto reciba los recursos necesarios que permitan su llegada a mercado o escalamiento comercial. Busca es obtener un determinado resultado, ya sea incitar el interés de una inversionista y lograr una siguiente reunión para presentar el proyecto, u obtener el respaldo de una institución o persona, etc. (Díaz, 2018, p. 2).

2.1.8 Plataformas digitales

Como se había mencionado anteriormente, las nuevas tecnologías, actualmente han traído nuevas formas de hacer publicidad; por tanto, es preciso mencionar las plataformas digitales o plataformas virtuales como:

Espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos (Giraldo, 2019, p. 1).

La sociedad, ha identificado estos medios digitales como formas más fáciles y rápidas de hacer publicidad para los nuevos emprendimientos, ya que es una herramienta versátil, de fácil acceso y utilidad que general beneficios prácticamente al instante; ya que, como lo mencionan Felipe de Silva y Georgina Núñez (2021):

El modelo de plataformas impulsa una compleja interacción entre productores, consumidores y la propia plataforma, en la cual cada uno de estos participantes puede desempeñar un papel distinto en determinado momento. En este sentido, las personas, plataformas y empresas pueden ofrecer o contratar servicios; en el proceso, intercambian, consumen y, a veces, crean en conjunto algo de valor, es decir, el valor puede crearse, cambiarse, intercambiarse y consumirse de diversas formas, lugares y etapas de la interacción (p. 12).

2.2 Enfoque Legal

El enfoque legal que se menciona a continuación, comprende las leyes y decretos por los cuales se sustenta la propuesta en cuestión:

2.2.1 Ley 2069 de 2020

“Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia” (Congreso de Colombia, art. 1):

Esta ley, conocida como la Ley del Emprendimiento “tiene por objeto establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad” (Ley 2069 de 2020, art. 1).

2.2.2 Ley 1014 de 2006

“De fomento a la cultura del emprendimiento” (Congreso de Colombia, p. 1):

La presente ley tiene por objeto: a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley; b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas; c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y

desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas; d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo; e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento; 2 f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas; g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo; h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clústeres productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo; i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial; j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador (Ley 1014 de 2006, art. 2).

2.2.3 Ley 1955 de 2019

“Por el cual se expide el Plan nacional de Desarrollo 2018-2022 *Pacto por Colombia, Pacto por la equidad*” (Congreso de Colombia, p. 1):

En el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022, se establece que el Pacto Estructural por el Emprendimiento plantea para expandir las oportunidades de los colombianos a través del estímulo al emprendimiento, la formalización del trabajo y las actividades económicas, y el fortalecimiento del tejido empresarial en las ciudades y en el campo (Ley 1955 de 2019, art. 3).

2.2.4 Proyecto de Ley No 234 de 2018

“Por medio de la cual se reconoce la profesión de Comunicación Social – Periodista y Organizacional, se crea el Consejo Profesional del Comunicador Social – Periodista y Organizacional y se dictan otras disposiciones” (Congreso de Colombia, p. 1):

La presente ley tiene por objeto reconocer la profesión del Comunicador Social – Periodista y Organizacional, la cual tiene como función la investigación, redacción, producción y divulgación de contenidos periodísticos y la actividad de información a través de medios de comunicación y/o empresarial. (Proyecto de Ley N° 234 de 2018, art.1).

2.2.5 Ley 1978 - 25 de julio de 2019

“Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones” (Congreso de Colombia, p. 1):

La presente Ley tiene por objeto alinear los incentivos de los agentes y autoridades del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), aumentar su certidumbre jurídica, simplificar y modernizar el marco institucional del sector, focalizar las inversiones para el cierre efectivo de la brecha digital y potenciar la vinculación del sector privado en el desarrollo de los proyectos asociados, así como aumentar la eficiencia en el pago de las contraprestaciones y cargas económicas de los agentes del sector (Ley 1978 de 2019, art. 1).

Capítulo 3. Informe de cumplimiento del trabajo

3.1 Presentación de Resultados

En este capítulo, se exponen cada una de las actividades realizadas para dar cumplimiento a los objetivos planteados en la propuesta inicial del presente trabajo, las cuales se describen a continuación:

3.1.1 Establecer las necesidades de formación en temas de comunicación existentes en los emprendedores de acuerdo al sector económico que integren

3.1.1.1. Solicitar la base de datos de CEMPRENDO para reconocer los emprendimientos enlazados. En primera instancia, se elaboró una carta dirigida al Señor César Augusto Casadiegos, director de CEMPRENDO; con la intención de solicitar la base de datos de la institución que contiene la lista de los emprendimientos actualmente enlazados.

Esta solicitud es realizada, con el objetivo de conocer los detalles para realizar los posteriores acercamientos; en seguida, se adjunta el formato realizado:

Figura 3

Carta enviada al director de CEMPRENDO para la solicitud de datos.



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Tras realizar dicha solicitud, se obtuvo por medio de correo electrónico un documento de Excel con el listado de los 100 emprendimientos presentes actualmente en la base de datos de CEMPRENDO (Figura 4); de esta forma, se obtiene el nombre de los propietarios, su género, edad, tipo de documento, estado civil, barrio, correo electrónico, formación académica, situación

laboral, nombre del emprendimiento, entre otros datos relevantes para el reconocimiento del estado de los emprendedores y sus negocios. En el **Apéndice A** se insertan algunas capturas que exponen el documento obtenido.

Figura 4

Correo electrónico recibido con la base de datos solicitada.



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

3.1.1.2. Aplicar una encuesta a los emprendedores pertenecientes al centro, enfocada a identificar la necesidad de los emprendedores por aprender sobre el manejo de la comunicación en sus negocios. Para identificar la necesidad existente en los emprendedores por aprender a manejar la comunicación estratégicamente en sus negocios, se decide elaborar una

encuesta la cual se intentó aplicar a los 100 emprendedores inscritos al Centro de Empleo y Emprendimiento - Ocaña, Norte de Santander; no obstante, se obtuvo respuesta solo de 84 encuestados dentro de los cuales se encuentran también algunos colaboradores del Centro.

Cabe mencionar que, esta encuesta permitió definir la viabilidad de la creación de la Cartilla Didáctica *Aprende y Emprende*, la cual quedará como una guía para emprendedores brindada por CEMPRENDO.

En el **Apéndice B**, se inserta el formato de las encuestas aplicadas, mediante la herramienta digital “Google Formularios”, el cual fue enviado por medio del siguiente link:

<https://forms.gle/Tma6j4yS6YJCT8916>

De igual manera, en el **Apéndice C**, se evidencian fotografías en las cuales se observa al pasante, aplicando algunas encuestas. A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos:

Pregunta 1. ¿Recibe usted formación didáctica por parte del Centro de Empleo y Emprendimiento “CEMPRENDO”, para el fortalecimiento de sus negocios?

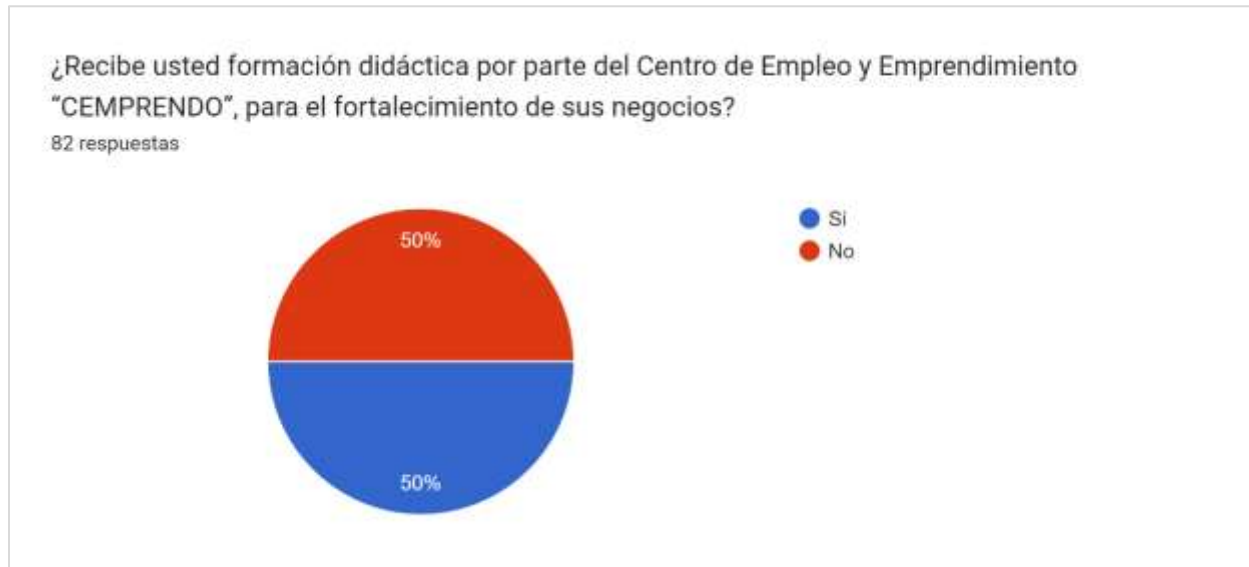
Tabla 3
Respuesta sobre la información didáctica recibida

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|------|------------|----------------|
| Si | 41 | 50% |
| No | 41 | 50% |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Figura 5

Análisis de la formación brindada a emprendedores por parte de CEMPRENDO



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Inicialmente, es relevante mencionar que esta pregunta recibió 82 respuestas, las cuales se repartieron equitativamente; pues, un 50% de los encuestados, definen que NO reciben actividades de formación alguna por parte del Centro de Empleo y Emprendimiento; no obstante, el otro 50% afirma lo contrario. En este sentido, se debe reconocer que existe una falencia en estos procesos de transmisión de información, dado a que hay un notorio desbalance que perjudica los objetivos principales tanto de CEMPRENDO como de los emprendedores; lo que se traduce, en una necesidad inmediata de crear una herramienta que permita trascender en el tiempo, que sea de fácil acceso y comprensible para el público que requiera de formación que contribuya en el fortalecimiento de su emprendimiento.

Pregunta 2. Sí su respuesta es positiva, mencione algunas actividades formativas a las que haya asistido.

Figura 6

Actividades a las cuales los encuestados han asistido



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Como se puede observar, en esta sección solo se recibieron 4 respuestas, dentro de las cuales la mitad manifiesta que no se recibe ninguna formación por parte de CEMPRENDO; mientras que las otras dos personas, reconocen las capacitaciones, ferias y los mismos emprendimientos como parte de la formación que obtienen por parte del centro. Entendiendo esto, se confirma una vez más la viabilidad de este trabajo, como medio de transmisión de información valiosa para los emprendedores.

Pregunta 3. ¿Utiliza usted las redes sociales de CEMPRENDO, como medio de recepción de conocimiento que contribuya a su emprendimiento?

Tabla 4

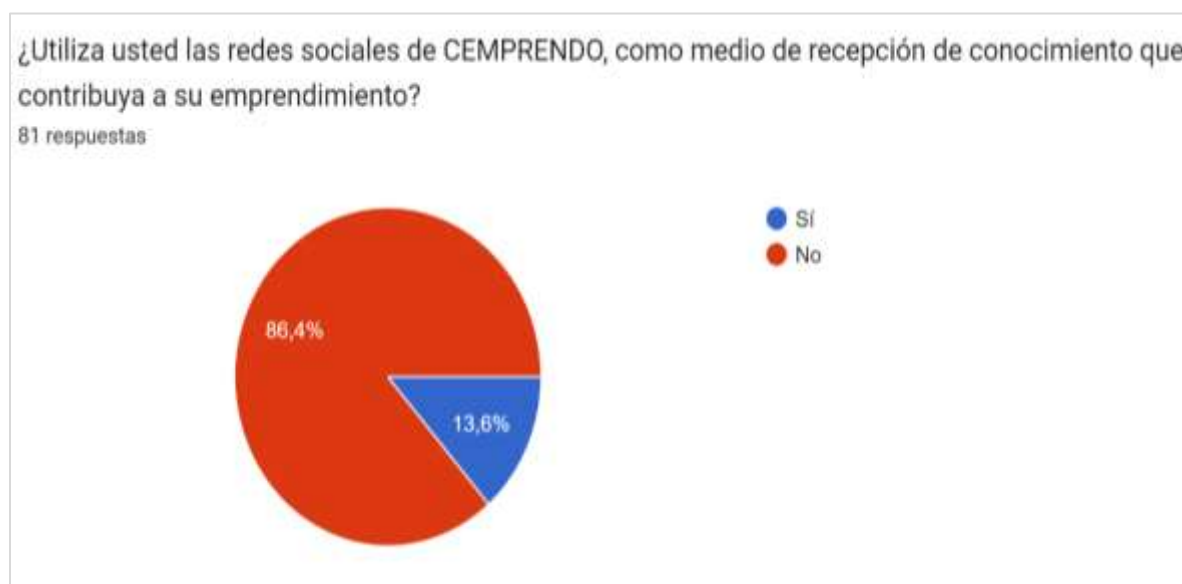
Usabilidad de las redes sociales de CEMPRENDO

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|------|------------|----------------|
| Si | 11 | 13.6% |
| No | 70 | 83.4% |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Figura 7

Nivel de uso de las redes sociales de CEMPRENDO como medio de información

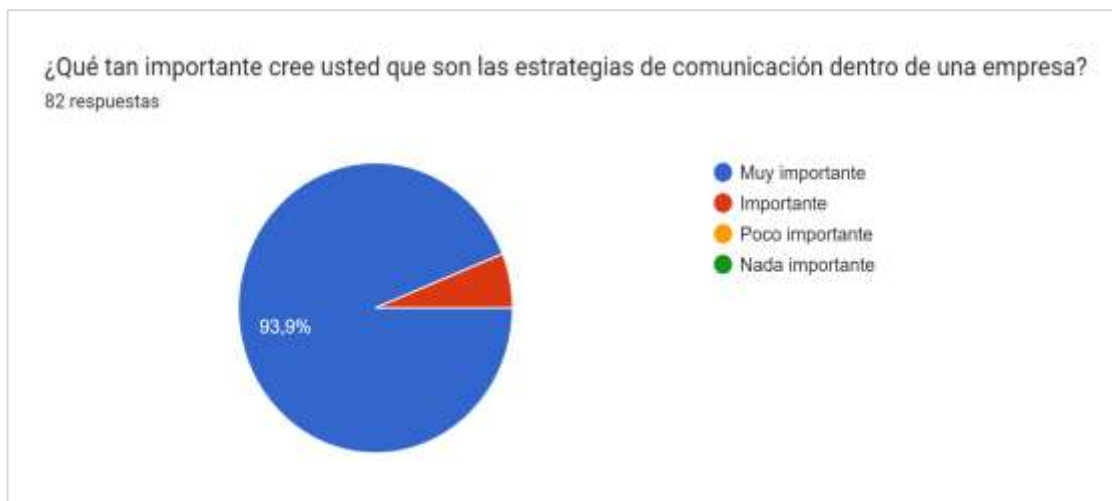


Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Esta pregunta, de la cual se obtuvieron solo 81 respuestas, arroja una debilidad presente en el Centro; pues, se evidencia la falta de contenido informativo en las redes sociales oficiales de la institución, lo que refleja la necesidad de actualizar el contenido brindado a través de estas plataformas, las cuales hoy en día son el medio más rápido de transmisión de conocimientos; asimismo, se evidencia la inclinación de los encuestados por obtener formación que apoye sus emprendimientos.

Figura 8

Punto de vista de los encuestados en cuanto la importancia de la comunicación en las empresas



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Pregunta 4. ¿Qué tan importante cree usted que son las estrategias de comunicación dentro de una empresa?

Tabla 5

Importancia de las estrategias de comunicación en una empresa

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|-----------------|------------|----------------|
| Muy Importante | 77 | 93,9% |
| Importante | 05 | 6,1% |
| Poco Importante | 00 | |
| Nada Importante | 00 | |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

La pregunta número 4, expone la importancia de las estrategias comunicativas en una empresa desde la posición de los emprendedores y algunos colaboradores pertenecientes a CEMPRENDO; siguiendo esta noción, es relevante decir que no se generaron respuestas negativas en la pregunta, lo que reafirma la necesidad que tienen los encuestados por recibir mayor educación sobre este ámbito.

Pregunta 5. Seleccione los temas de los cuales les gustaría recibir más información y educación en beneficio de su emprendimiento (Puede escoger varias opciones).

Tabla 6

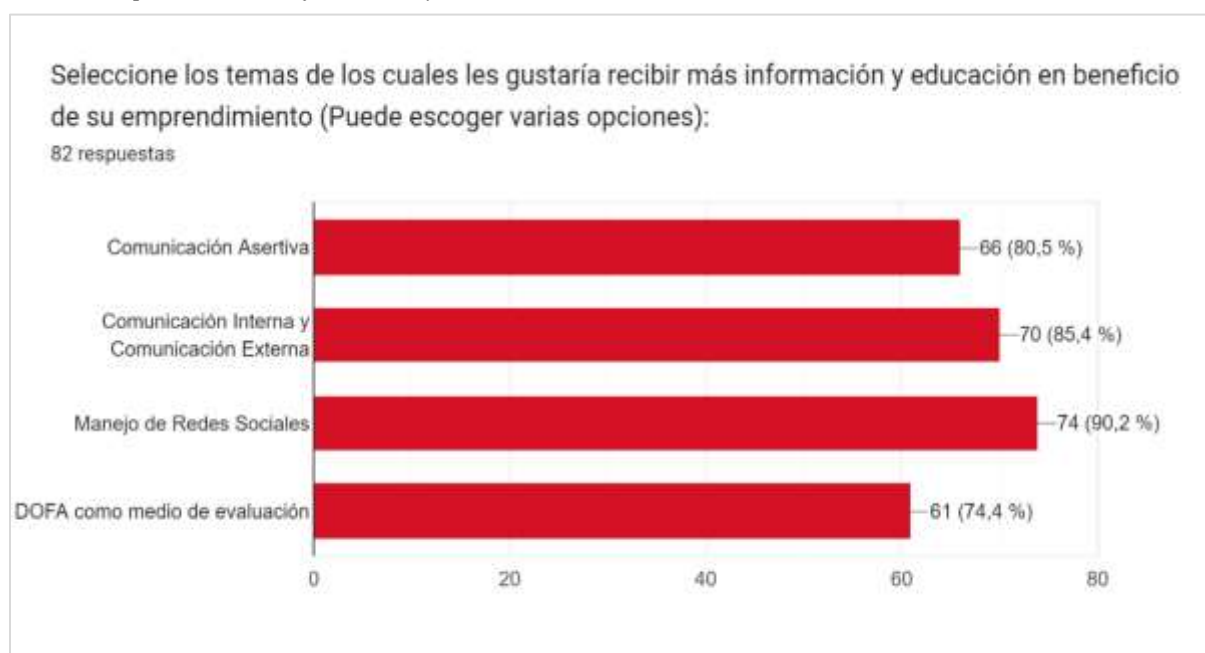
Temas por los cuales se inclinan los encuestados

| Ítem | Frecuencia | Porcentaje (%) |
|--------------------------------|------------|----------------|
| Comunicación Asertiva | 66 | 80,5% |
| Comunicación Interna y Externa | 70 | 85,4% |
| Manejo de Redes Sociales | 74 | 90,2% |
| DOFA como medio de evaluación | 61 | 74,4% |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Figura 9

Inclinación por los temas informativos y educativos a recibir



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Para finalizar, se indago específicamente sobre los temas de los cuales a los encuestados les gustaría aprender en relación con el beneficio para un emprendimiento; de aquí, se extrae que todas las opciones son llamativas, puesto que las respuestas son muy parejas. No obstante, se refleja una inclinación por el manejo de Redes Sociales y Comunicación Interna y Externa; por

lo cual se define que es oportuno incluir todos los temas sugeridos, dándoles un abordaje preciso en la Cartilla a realizar, haciendo énfasis especial en los dos temas más votados.

3.1.1.3. Asistir y contribuir en las actividades llevadas a cabo con los emprendedores para realizar observación de campo. Durante el proceso de pasantías universitarias, el autor de este trabajo procuro asistir y apoyar a todos los eventos realizados por el Centro de Empleo y Emprendimiento “CEMPRENDO”, con el propósito de realizar una observación de campo en la cual se pudiera conocer el acercamiento que mantiene la institución con los emprendedores.

Asimismo, era importante identificar los conocimientos que tienen en relación del manejo que les dan a sus negocios, haciendo un énfasis especial en la comunicación organizacional como enfoque principal de esta pasantía.

En seguida se exponen fotografías que permiten evidenciar la participación del pasante en las diferentes actividades realizadas desde la empresa en cuestión; es importante destacar que a su vez se presentará el análisis de lo observado en cada actividad en relación con el tema tratado.

Feria del Emprendimiento realizada desde CEMPRENDO con el apoyo de la Alcaldía Municipal de Ocaña. En esta oportunidad, se logró compartir tiempo con varios de los emprendedores, quienes se encontraban exhibiendo sus negocios en la feria; esto, permitió conocer a profundidad cada emprendimiento, identificando sus enfoques innovadores y objetivos; permitiendo de igual forma, reconocer sus debilidades tales como la falta de material comunicativo que permita transmitir eficientemente los beneficios de obtener sus productos y/o servicios.

Figura 10
Participación en la feria del emprendimiento



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Asistencia a encuentros con los emprendedores en el centro. Además de contribuir en la organización de estos encuentros, el pasante logra relacionarse con los emprendedores, creando lazos que serían benéficos posteriormente para las reuniones a realizar, con el objetivo de incrementar sus conocimientos sobre el uso de la comunicación en sus empresas.

Figura 11
Apoyo y gestión en reuniones con emprendedores de CEMPRENDO



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Asesoramiento acerca del uso y aplicabilidad de redes sociales en los emprendimientos.

Entre los distintos acercamientos realizados con los emprendedores, se logró pactar reuniones personalizadas en las cuales se brindó asesoría con respecto a la creación de redes sociales empresariales, compartiendo los beneficios de difundir la identidad corporativa y atraer público objetivo por medios de estas plataformas.

Figura 12

Encuentro personalizado con emprendedores



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Visita a múltiples de los emprendimientos inscritos en el centro. En esta oportunidad, se logró acudir a varios de los distintos negocios enlazados con CEMPRENDO, esto permitió un mayor acercamiento con los emprendedores dado a que se conocieron los establecimientos y su funcionamiento, su manejo de atención al cliente, su mecanismo de trabajo, sus necesidades y fortalezas, entre otros aspectos que se reconocieron gracias a la observación y el diálogo.

Figura 13
Visita a los emprendimientos



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Acompañamiento en charlas educativas realizadas por CEMPRENDO. Desde el Centro de Empleo y Emprendimiento Ocaña, se realizaron unas charlas en el Colegio de Aguas Claras, enfocadas en transmitir a los estudiantes los beneficios de emprender y las formas de usar la comunicación y redes sociales para el crecimiento de una empresa; en este ejercicio de observo el interés de los estudiantes por adquirir más conocimiento sobre estos temas y la necesidad de crear un medio para compartir la información de forma más rápida he interactiva.

Figura 14
Charlas a los estudiantes del Colegio Aguas Claras



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

3.1.2 Determinar el contenido de la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO

3.1.2.1. Escoger los temas a los cuales irá enfocada específicamente la Cartilla Didáctica. Gracias a los análisis realizados en base a los resultados de la encuesta para medir las necesidades comunicativas de los emprendedores y a la observación de campo llevada a cabo en

cada actividad a la que se fue asistida; se logran definir los principales temas que serán incluidos en la Cartilla Didáctica “*Aprende y Emprende*”, la cual tiene como razón, brindar una guía para que los emprendedores aprendan de forma interactiva, las formas de manejar la comunicación organizacional en pro del crecimiento de sus negocios.

A continuación, se define el temario que será utilizado posteriormente para elaborar el guion definitivo de la cartilla:

- Emprender y sus beneficios
- La Comunicación en las empresas
- La Comunicación Asertiva
- La Comunicación Interna y Externa
- El manejo de las Redes Sociales Corporativas
- Herramientas de Evaluación Empresarial

3.1.2.2. Elaborar el guion con el contenido preseleccionado. Con el temario ya identificado, se redactó estratégicamente el guion para la correcta digitación y diagramación del contenido de la Cartilla Didáctica Educomunicativa, la cual incluye actividades y plantillas de uso libre para la correcta recepción de la información de manera interactiva. En seguida se presenta:

“Aprende y Emprende: Guía para los emprendedores”

Presentación:

“Aprende y Emprende” es una guía para emprendedores, que incluye razones por las cuales crear un negocio es una buena opción, brindando el impulso que necesitas para tomar la decisión de hacer realidad tus ideas, a innovar y destacar los aspectos que hacen de tu empresa la mejor. Además, se darán a conocer las formas de fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa, brindando actividades que contribuirán al mejor entendimiento de los emprendedores y se capacitarán en el manejo de redes sociales como herramientas gratuitas para mostrar sus productos y acaparar nuevos clientes; ya que, el objetivo es brindar una guía que les permita aplicar las tácticas comunicativas necesarias para impulsar sus negocios.

Frase: “Nunca empieces un negocio solo para hacer dinero. Empieza un negocio para hacer la diferencia” – Marie Forleo

Emprender: hacia un nuevo destino:

Una de las decisiones más importantes de nuestras vidas, es aquella que define si arriesgarnos o no arriesgarnos a hacer realidad una idea; pero no es cualquier idea, sino aquella que nos ha rondado por la cabeza con la esperanza de brindarle un beneficio tanto a nuestras vidas como a la sociedad, idea que nos sitúa en una balanza con dos extremos abismales: Seguir la cotidianidad de mi vida, trabajando para alguien más o crear mi propio espacio que me permita crecer paso a paso e impulse a los demás; si la decisión es la segunda opción, como resultado: emprendemos.

Emprender es precisamente tomar ese camino que nos conduce a crear empresa y es que la revolución tecnológica de hoy en día, ha creado la necesidad de acoplarnos y crecer a su paso, con el fin de hacerle a las personas la vida un poco más fácil, adaptando nuestras ideas para ofrecer productos y servicios de manera más rápida y asequible.

Conociendo esto, es preciso entender las razones por las cuales emprender actualmente es una gran decisión, pues además de tener autonomía en cada uno de los procesos a crear; crece en cada uno de los emprendedores esa pasión por dar lo mejor de sí para ofrecer la mejor calidad de parte de esta nueva empresa. Pasión que te lleva a trabajar día y noche sin un horario establecido, pero todo con el fin de que llegue ese día en el cual, los resultados de tus esfuerzos se reflejen en el éxito de lo que has creado; éxito que se traduce en muchas oportunidades de trabajo, beneficios para las personas y sobre todo satisfacción por el emprendimiento que nació de una simple idea.

La comunicación: Clave para el crecimiento:

Emprender es una acción que, aunque muchos se atrevan a hacer, solo pocos recorren el por completo y obtienen la satisfacción del deber cumplido; la clave está en la persistencia, la insistencia y sobre todo la comunicación.

Hay muchos factores empresariales que dependen de la comunicación, partiendo de esa afirmación, nace la comunicación organizacional que es un factor clave en la empresa para su crecimiento y manejo apropiado. Los aspectos más conocidos en el campo de la comunicación organizacional son el trabajo en equipo y la atención al cliente; sin embargo, no lo es todo, dado a que, con la expansión de la tecnología han surgido nuevas competencias de la comunicación

que deben ser adaptadas por las empresas para incrementar el público y fortalecer las relaciones internas.

Es preciso tener en cuenta que, la comunicación es una facultad humana que permite la transmisión de mensajes, conocimientos, emociones y sensaciones; de ahí, parte su importancia como método de expansión para las empresas; pues dado a que, con el tiempo las organizaciones van adaptando su propia identidad, es necesario globalizarla para dar a conocer los beneficios que ofrece el emprendimiento, procurando exponer factores diferenciadores que atraigan al público. Esto se logra, por medio de la comunicación y la forma en como sea manejada tanto interna como externamente, dicho esto; es necesario que cada emprendedor conozca las formas más acertadas de brindar el uso adecuado a la comunicación como clave del crecimiento organizacional.

La Comunicación Asertiva: Un buen jefe o líder, es aquel que conoce la forma más indicada para transmitir sus ideas, peticiones o inquietudes a su equipo; mantener una comunicación fluida con los colaboradores de tu emprendimiento, se traducirá a un buen manejo del ambiente laboral, gracias al trabajo en equipo, dado tras sostener una comunicación asertiva, la cual permite dialogar con calma y respeto, transmitiendo lo que queremos sin herir o ignorar el pensamiento de los demás.

La Comunicación Interna:

¿Qué es?: Es de suma importancia tener claro que, la comunicación interna comprende las relaciones interactivas que se presentan entre los integrantes de una empresa y/o emprendimiento; lo que se traduce a la forma en cómo se relacionan todos y cada uno de los

colaboradores con el objetivo de trabajar de la mano y agradablemente para alcanzar las metas definidas tanto en cada uno de los cargos ocupados como para la organización en general.

Beneficios: Teniendo un buen manejo de la comunicación interna, se construyen relaciones de trabajo más comprensibles, lo que permite el fortalecimiento de la identidad corporativa y el desarrollo óptimo de las actividades; asimismo, se crea un clima laboral más armónico para todos, lo que permite trabajar de manera eficaz.

Al contar con una comunicación interna bien establecida, se manejan relaciones jerárquicas más beneficiosas, pues existe siempre la posibilidad de crear espacios de interacción entre jefe – colaborador, lo que genera mayor comprensión en las necesidades existentes en cada puesto; al mantener cubiertas las necesidades de cada colaborador, como respuesta se obtiene un alto rendimiento en los cargos ocupados. Todo esto es posible, gracias a los medios de comunicación interna que estén disponibles en la empresa, dado a que lo más importante es conocer la situación actual o punto de partida: ¿Cómo nos perciben nuestros colaboradores?, ¿Qué saben de la empresa?, ¿Qué conocen de la cultura organizacional?, ¿Cómo actúan frente a los rumores?, ¿Cómo se sienten con la comunicación actual? Entre otros interrogantes a tener en cuenta a la hora de crear estrategias de comunicación interna.

Estrategias de Comunicación Interna: Darle el manejo adecuado a este ámbito organizacional es uno de los factores que contribuyen en el alcance del éxito de un emprendimiento, pues al comenzar a aplicar desde el inicio, estas formas de comunicación, se va construyendo una empresa preparada para cualquier posible imprevisto. Entre las principales herramientas de refuerzo, se encuentra:

- **Manual Corporativo y de Bienvenida:** Documento que contiene los principales aspectos que conforman la empresa, tales como: Nuestra Visión, Misión, Objetivos, Principios, Identidad Visual, Funciones, Normativa Interna, entre otros aspectos necesarios para dar a conocer el emprendimiento en general. Este manual, permite agilizar el proceso de adaptación de nuevos integrantes y brindará una guía para el manejo de un mejor ambiente laboral.
- **Reuniones Ocasionales:** Abrir un espacio semanal o mensual para que los integrantes de la empresa manifiesten sus ideas, inquietudes o simplemente interactúen; es una de las formas más acertadas para construir relaciones de confianza que permitan manejar mejores equipos de trabajo y permitan crear formas de solucionar inconformidades.
- **Creación del Departamento de Recursos Humanos:** Contar con una oficina encargada del mantenimiento y fortalecimiento de la comunicación es una de las opciones que no debe faltar en una empresa, por lo que se debe contar con un experto en las comunicaciones y relaciones que ejecute constantemente actividades y habilite canales de comunicación para el buen manejo de los aspectos internos.

Una de las formas más eficaces de mantenerse al tanto de las situaciones internas de la empresa, es habilitando un buzón de sugerencias; asimismo, se puede dar uso a las redes sociales para crear foros de discusión o grupos interactivos que les permita a los integrantes, dar a conocer sus puntos de vista.

Actividad Sugerida: Buzón de sugerencias didáctico en equipo.

La Comunicación Externa:

¿Qué es?: La comunicación externa abarca aspectos que van desde la imagen que proyectamos al público, hasta las relaciones que manejamos con clientes y proveedores. Se debe captar que, un buen manejo de la comunicación externa, es sinónimo de una imagen positiva para los potenciales clientes y socios de la organización; darse a conocer manejando distintas estrategias externas, es una de las ventajas competitivas más fuertes en un mercado, marcando puntos diferenciadores que permitan atraer a más personas y expandirse a más lugares lo que generará el crecimiento exponencial del emprendimiento, una vez más gracias a la buena comunicación.

Beneficios: Contar con un buen manejo de la comunicación externa, genera una mayor conexión con el mundo que rodea al emprendimiento. Al crear una estrategia para reforzar esta área, se obtiene una notable mejora en la imagen de marca; permitiendo, dar a conocer de forma más rápida y fácil los diferentes productos y/o servicios ofrecidos por la entidad. Las redes sociales, encabezan el mundo actualmente, por lo que se deben pensar como herramientas que permitan mejorar las relaciones con los grupos de interés (proveedores, clientes, empresas, instituciones, entre otros).

Estrategias de Comunicación Externas: A diferencia de la Comunicación Interna, este tipo de comunicación organizacional, cuenta con mayor cantidad de canales de difusión, debido a que va dirigida al público exterior y tiene como objetivo dar a conocer a mayor escala el emprendimiento, alcanzando el incremento de la región abordada, con el propósito de obtener mayor reconocimiento y crecimiento. Por tal motivo, se encuentra que existen variadas

estrategias de comunicación externa que pueden ser adaptadas por el equipo de comunicaciones de la empresa o en primera instancia, por el emprendedor que se encuentra en proceso de crecimiento, lo cual es más fructífero debido a que, al adaptar estas medidas desde un inicio, la posibilidad de alcanzar las metas empresariales a corto plazo, son más altas; en seguida se exponen las principales herramientas:

- **Web Corporativa:** Contar con una página web es uno de los métodos más rápidos y veraces para dar a conocer tu negocio; dado que, al contar con este canal, se obtiene mayor confiabilidad por parte del público externo, quienes pueden acceder con facilidad a la información más destacada de la empresa, dando a conocer los aspectos necesarios para que conozcan el “Quiénes somos”. De igual forma, es un medio directo de conexión, puesto que permite crear contacto directo ya sea a través de mails o números telefónicos.

Algunos medios gratuitos que puedes utilizar para crear tu propia página web son:

<https://es.wix.com/>

<https://www.godaddy.com/es/paginas-web/creador-de-paginas-web>

<https://www.jimdo.com/es/pagina-web/gratis/>

- **Redes sociales:** La herramienta más poderosa actualmente para cualquier emprendedor, son las redes sociales; dado a que debido al fácil acceso que tienen las personas hoy en día a la tecnología, el medio más cercano y rápido de impartir la información es a través de estas plataformas. No obstante, la aparición de nuevas tecnologías, genera retos para las personas que quieren compartir información por redes sociales, dado a la necesidad de las personas por consumir contenido entretenido e interactivo, por eso, no se trata simplemente de mandar un anuncio, sino de atraer al público con diferentes estrategias de contenido dirigidas a diferentes segmentos, con la intención de dar a conocer el

emprendimiento y atraer la atención de forma veraz y efectiva. Se comparte a continuación un plan de contenido, ideal para aprovechar los canales disponibles para reforzar la comunicación externa de un emprendimiento:

Tabla 7

Formato de plantilla para creación de contenido en redes sociales

| Red social | Fecha y hora de publicación | Formato contenido | Tema | Descripción que la acompaña |
|-------------------|------------------------------------|--------------------------|----------------------------------|---|
| TikTok | Sábado 15 de octubre 9:30am | Video de 30'' | 5 ventajas de ser tu propio jefe | CEMPRENDE te impulsa a tomar la decisión de “ser tu propio jefe”. Atrévete y confía en ti. #Cemprende #Emprender #Ocaña |

Nota. En este formato, se incluye un ejemplo de cómo utilizar la herramienta. Fuente: Autor de la pasantía, 2022

La DOFA como medio de evaluación: Finalmente, es necesario dar a conocer la DOFA como una herramienta multi benéfica para un emprendedor; puesto que funciona tanto en el proceso inicial de creación del emprendimiento, como en el manejo interno y externo del negocio ya conformado.

De igual forma, esta herramienta permite la identificación de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que pueden presentarse ya sea para tomar la decisión de la viabilidad de su creación o más adelante; o en el caso de una empresa constituida, el equipo de trabajo puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado para la mejora y fortalecimiento de lo existente.

En la siguiente página, se integra una plantilla DOFA que será de gran ayuda para reconocer cada uno de estos factores y a su vez, crear estrategias que contribuyan en la solución y/o mejoramiento de los factores encontrados:

Figura 15
Plantilla de DOFA Cruzada

| | | | |
|-------------------------|--------------------------|-----------------------|-----------------------|
| DOFA CRUZADA | FACTORES EXTERNOS | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| | FACTORES INTERNOS | | |
| | DEBILIDADES | ESTRATEGIAS DO | ESTRATEGIAS DA |
| | | | |
| | FORTALEZAS | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS FA |
| | | | |

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Emprender no es una tarea fácil, sin embargo, gracias a la serie de datos y tips brindados en esta cartilla; se define la importancia de la comunicación en el proceso de creación de una empresa. Se identifica a su vez, que el emprendedor debe tener características de líder para ser capaz de tomar las riendas en cuanto a los procesos a seguir, teniendo presentes las estrategias

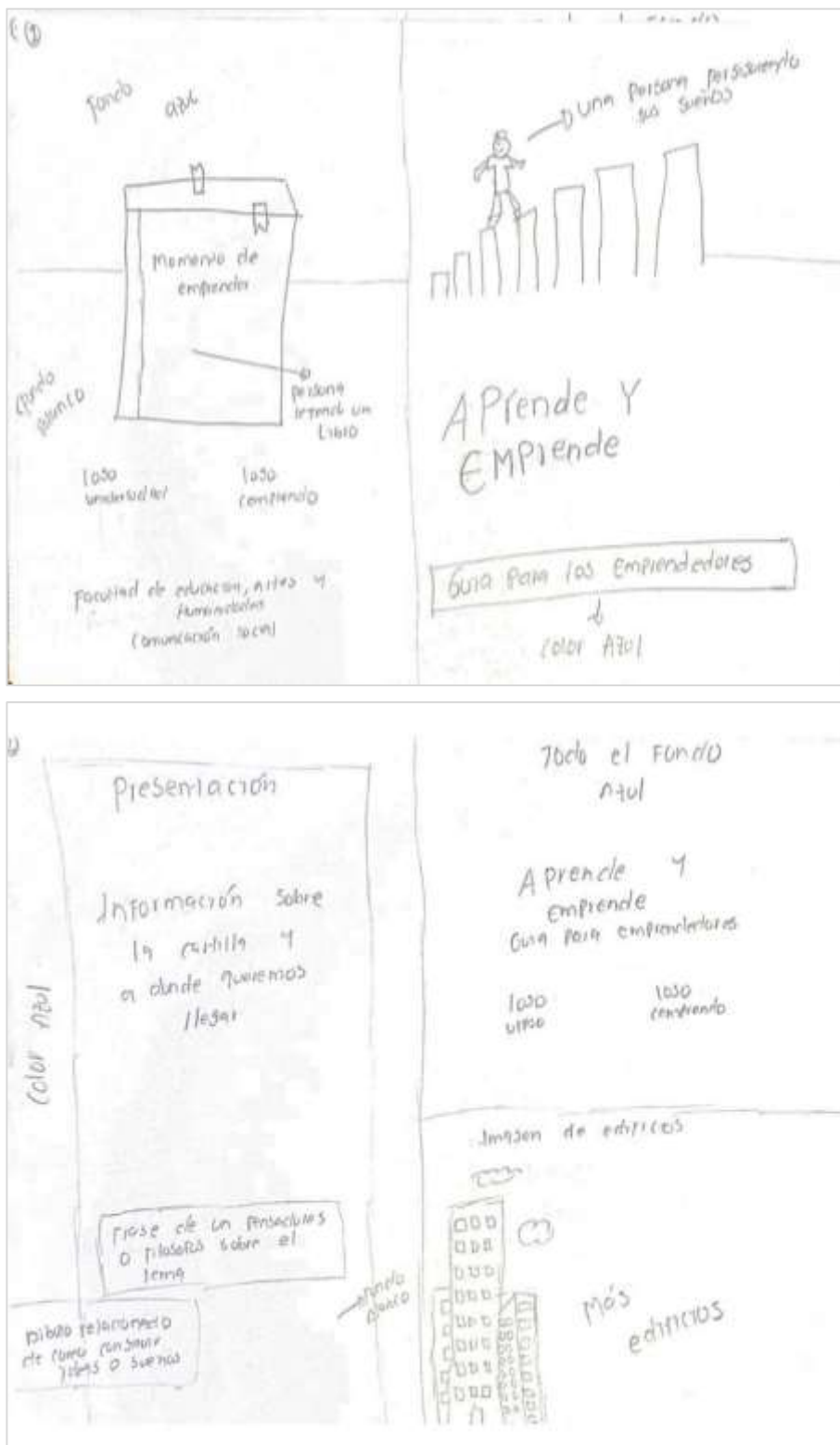
básicas tanto de comunicación interna y externa, brindadas en este documentos; puesto que actualmente el crecimiento de un negocio, depende en gran parte de lo que se comunique y la imagen que se refleje, puesto que además de tener un buen producto o servicio, se necesita de buenos métodos de transmisión de información que permitan dar a conocer el emprendimiento y por qué deberían elegirlo sobre la competencia.

Frase: “Donde veas un negocio exitoso, alguien tomó alguna vez una decisión valiente” - Peter Drucker

3.1.2.3. Diseñar la maquetación preliminar de la Cartilla. En este espacio, se anexan las maquetas hechas a mano como guía para la precisa diagramación de la Cartilla, la cual, luego será digitalizada en el programa Corel Draw.

Es preciso agregar, que esta actividad es de gran ayuda para la precisa organización del contenido para la impresión, pues permite ubicar la paginación de forma controlada:

Figura 16
Maquetación del contenido



rola arol

Texto sobre emprender

Frase de platano

imágenes de
personas
pensando y
trabaja en equipo

~~rola arol~~

TABLA DE CONTENIDO

- Emprender: basar un nuevo negocio 1
- comunicación clave para el emprendimiento 2
- comunicación asertiva 3
- comunicación interna 4
- estrategias de comunicación interna 5
- comunicación externa 6
- Plan de contenido para redes sociales 8
- Hoja con metas de evaluación 9
- plantilla Daff 10

Imágenes de redes sociales

rola arol

Emprender :
basar un nuevo
negocio

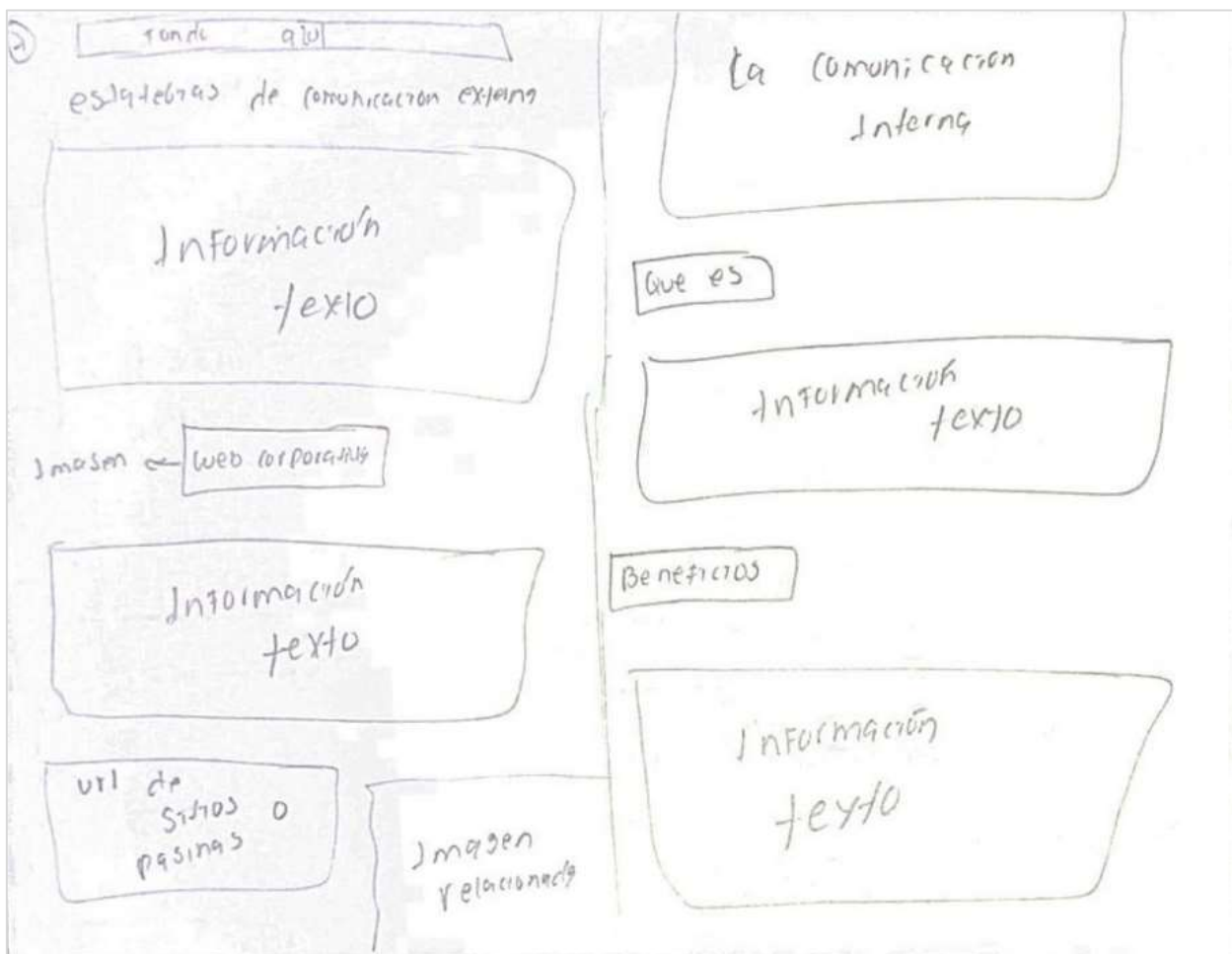
Información

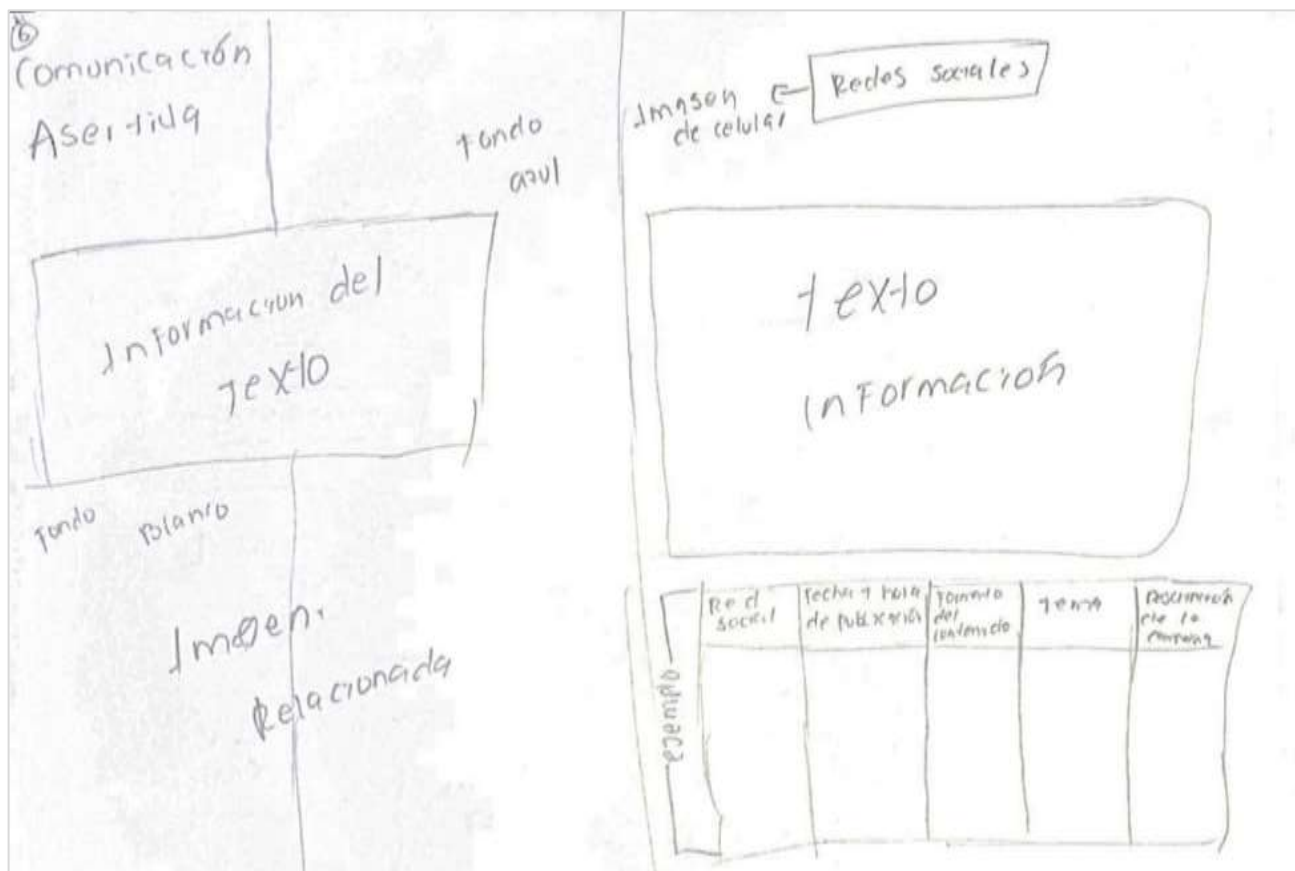
Imágenes

↓

rola arol

| Daff | Oportunidades | Elementos |
|---------------|---------------|-----------|
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |
| Oportunidades | Elementos | Elementos |





3.1.3 Diseñar la cartilla didáctica para los emprendedores de CEMPRENDO y socializarla a través de charlas con los emprendedores

3.1.3.1. Realizar la diagramación de la cartilla con la herramienta Corel Draw. Para el alcance de esta actividad, en primer lugar, se escogió la herramienta de diseño “Corel Draw” como medio para la diagramación de la Cartilla previamente coordinada. El resultado de dicho proceso, fueron 16 páginas tamaño carta, que fueron trabajadas en un formato tabloide para su posterior impresión; a continuación, se inserta la cartilla realizada y en el Apéndice D, se presentan evidencias fotográficas del proceso realizado.

Figura 17
Plan de contenido guía para emprendedores “aprende y emprende”



PRESENTACIÓN

"Aprende y Emprende" es una **guía para emprendedores**, que incluye razones por las cuales **crear un negocio** es una buena opción, brindando el impulso que necesitas para tomar la decisión de hacer realidad tus ideas, innovar y destacar los aspectos que hacen de tu **empresa** la mejor. Además, se darán a conocer las formas de fortalecer la **comunicación interna y externa** de la empresa, brindando actividades que contribuirán al mejor entendimiento de los emprendedores y se capacitarán en el manejo de redes sociales como herramientas gratuitas para mostrar sus productos y acaparar nuevos clientes; ya que, el objetivo es brindar una guía que les permita aplicar las tácticas comunicativas necesarias para **impulsar sus negocios**.

"Nunca empieces un negocio solo para hacer dinero. Empieza un negocio para hacer la diferencia"
- Marie Forleo



APRENDE Y EMPRENDE

GUÍA PARA LOS EMPRENDEDORES

CARTILLA REALIZADA CON EL APOYO DE LA UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER, OCAÑA, PARA EL CENTRO DE EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO "CEMPRENDO".



Emprender no es una tarea fácil; sin embargo, gracias a la serie de datos y tips brindados en esta cartilla, se define la importancia de la **comunicación** en el proceso de creación de una **empresa**. Se identifica a su vez, que el **emprendedor** debe tener características de **líder** para ser capaz de tomar las riendas en cuanto a los procesos a seguir, teniendo presentes las estrategias básicas de **comunicación interna y externa**, brindadas en este documento; puesto que, actualmente el crecimiento de un **negocio**, depende en gran medida de lo que se comunique y la imagen que se refleje, dado a que además de tener un buen producto o servicio, se necesita de buenos métodos de transmisión de información que permitan dar a conocer el **emprendimiento** y por que deberían elegirlo sobre la competencia.

"Donde veas un negocio exitoso, alguien tomó alguna vez una decisión valiente"
- Peter Drucker



TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| ■ Emprender: hacia un nuevo destino..... | 1 |
| ■ Comunicación: Clave para el crecimiento..... | 2 |
| ■ Comunicación Asertiva..... | 3 |
| ■ Comunicación Interna..... | 4 |
| ■ Estrategias de Comunicación Interna..... | 5 |
| ■ Comunicación Externa..... | 6 |
| ■ Estrategias de Comunicación Externa..... | 7 |
| ■ Plan de Contenido para Redes Sociales..... | 8 |
| ■ La DOFA como medio de evaluación..... | 9 |
| ■ Plantilla DOFA..... | 10 |



EMPRENDER: HACIA UN NUEVO DESTINO

Una de las decisiones más importantes de nuestras vidas, es aquella que define si arriesgamos o no arriesgamos a hacer realidad una idea; pero no es cualquier idea, sino aquella que nos ha rondado por la cabeza con la esperanza de brindarle un beneficio tanto a nuestras vidas como a la sociedad, idea que nos sitúa en una balanza con dos extremos abismales: seguir la cotidianidad de mi vida, trabajando para alguien más o crear mi propio espacio que me permita crecer paso a paso e impulsar a los demás; si la decisión es la segunda opción, como resultado: **emprendemos**.

Emprender es precisamente tomar ese camino que nos conduce a **crear empresa** y es que la revolución tecnológica de hoy en día, ha creado la necesidad de acoplarnos y crecer a su paso, con el fin de hacerle a las personas la vida un poco más fácil, adaptando nuestras ideas para ofrecer productos y servicios de manera más rápida y asequible.

Conociendo esto, es preciso entender las razones por las cuales **emprender** actualmente es una gran decisión, pues además de tener autonomía en cada uno de los procesos a crear, crece en cada uno de los **emprendedores** esa pasión por dar lo mejor de sí, para ofrecer la mejor calidad de parte de esta nueva empresa. Pasión que te lleva a trabajar día y noche sin un horario establecido, pero todo con el fin de que llegue ese momento en el cual, los resultados de tus esfuerzos se reflejen en el éxito de lo que has creado; éxito que se traduce en muchas oportunidades de trabajo, beneficios para las personas y sobre todo, satisfacción por el **emprendimiento** que nació de una simple idea.



1

| | | |
|-------------------|---------------------|----------------|
| FACTORES EXTERNOS | OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| | DOFA CRUZADA | |
| FACTORES INTERNOS | DEBILIDADES | ESTRATEGIAS DO |
| | DOFA CRUZADA | |
| FORTALEZAS | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS FA |

10

LA DOFA CRUZADA COMO MEDIO DE EVALUACIÓN

Finalmente, es necesario dar a conocer la DOFA como una herramienta multi-beneficia para un emprendedor, puesto que funciona tanto en el proceso inicial de creación del emprendimiento, como en el manejo interno y externo del negocio ya conformado.

De igual forma, esta herramienta permite la identificación de las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas que pueden presentarse ya sea para tomar la decisión de la viabilidad de su creación o más adelante, en el caso de una empresa constituida, el equipo de trabajo puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado para la mejora y fortalecimiento de lo existente.

En la siguiente página, se integra una plantilla DOFA que será de gran ayuda para reconocer cada uno de estos factores y a su vez, crear estrategias que contribuyan en la solución y/o mejoramiento de los factores encontrados.



9

LA COMUNICACIÓN: CLAVE PARA EL CRECIMIENTO

Emprender es una acción que, aunque muchos se atreven a hacer, solo pocos recorren por completa y obtienen la satisfacción del deber cumplido; la clave está en la persistencia, la insistencia y sobre todo la **comunicación**.

Hay muchos factores empresariales que dependen de la comunicación; partiendo de esa afirmación, nace la **comunicación organizacional** que es un factor clave en la empresa para su crecimiento y manejo apropiado. Los aspectos más conocidos en el campo de la comunicación organizacional son el **trabajo en equipo** y la **atención al cliente**; sin embargo, no lo es todo, dado a que, con la expansión de la tecnología han surgido nuevas competencias de la comunicación que deben ser adaptadas por las empresas para incrementar el público y fortalecer las relaciones internas.

Es preciso tener en cuenta que, la comunicación es una facultad humana que permite la transmisión de mensajes, conocimientos, emociones y sensaciones; de ahí, parte su importancia como método de expansión para las empresas, pues dado a que, con el tiempo las organizaciones van adaptando su propia identidad, es necesario globalizarla para dar a conocer los beneficios que ofrece el emprendimiento, procurando exponer factores diferenciadores que atraigan al público. Esto se logra, por medio de la comunicación y la forma en como sea manejada tanto interna como externamente; dicho esto, es necesario que cada emprendedor conozca las formas más acertadas de brindar el uso adecuado a la **comunicación como clave del crecimiento organizacional**.



2

COMUNICACIÓN ASERTIVA

Un buen jefe o líder, es aquel que **conoce la forma más indicada para transmitir sus ideas, peticiones o inquietudes a su equipo**; mantener una comunicación fluida con los colaboradores del **emprendimiento**, se traducirá a un buen manejo del ambiente laboral, gracias al trabajo en equipo, dado tras sostener una **comunicación asertiva**, la cual permite **dialogar con calma y respeto**, transmitiendo lo que queremos sin heír o ignorar el pensamiento de los demás.



3

REDES SOCIALES

La herramienta más poderosa actualmente para cualquier emprendedor, son las redes sociales; dado a que debido al fácil acceso que tienen las personas hoy en día a la tecnología, el medio más cercano y rápido de impartir la información es a través de estas plataformas. No obstante, la aparición de nuevas tecnologías, genera retos para las personas que quieren compartir información por redes sociales, dado a la necesidad de las personas por consumir contenido entretenido e interactivo, por eso, no se trata simplemente de mandar un anuncio, sino de atraer al público con diferentes estrategias de contenido dirigidas a diferentes segmentos, con la intención de dar a conocer el emprendimiento y atraer la atención de forma veraz y efectiva.

Se comparte a continuación un plan de contenido, ideal para aprovechar los canales disponibles para reforzar la comunicación externa de un emprendimiento:

| Red Social | Fecha y hora de publicación | Formato del contenido | Tema | Descripción que le acompaña | |
|------------|-----------------------------|-----------------------------|--------------|----------------------------------|--|
| EMPLEO | TikTok | Sábado 15 de octubre 9:30am | Vídeo de 30" | 5 ventajas de ser tu propio jefe | EMPRENDE te impulsa a tomar la decisión de "ser tu propio jefe". Abrevela y confía en ti. #Comprende #Emprende #Ocasía |
| | | | | | |
| | | | | | |

8

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

A diferencia de la Comunicación Interna, este tipo de comunicación organizacional, cuenta con mayor cantidad de canales de difusión, debido a que va dirigida al público exterior y tiene como objetivo dar a conocer a mayor escala el emprendimiento, alcanzando el incremento de la región abarcada, con el propósito de obtener mayor reconocimiento y crecimiento. Por tal motivo, se encuentra que existen variadas estrategias de **comunicación externa** que pueden ser adoptadas por el equipo de comunicaciones de la empresa o en primera instancia, por el emprendedor que se encuentra en proceso de crecimiento, lo cual es más fructífero debido a que, al adaptar estas medidas desde un inicio, la posibilidad de alcanzar las metas empresariales a corto plazo, son más altas, en seguida se exponen las principales herramientas:



WEB CORPORATIVA

Contar con una página web es uno de los métodos más rápidos y veraces para dar a conocer tu negocio; dado que, al contar con este canal, se obtiene mayor confiabilidad por parte del público externo, quienes pueden acceder con facilidad a la información más destacada de la empresa, exponiendo los aspectos necesarios para que conozcan el "Quiénes somos". De igual forma, es un medio directo de conexión, puesto que permite crear contacto directo ya sea a través de mails o números telefónicos.

Algunos medios gratuitos que puedes utilizar para crear tu propia página web son:

- <https://www.wix.com/>
- <https://www.godaddy.com/es/paginas-web/creador-de-paginas-web>
- <https://www.1mdo.com/es/pagina-web/gratis/>



7

LA COMUNICACIÓN INTERNA

¿Qué es?

Es de suma importancia tener claro que, la **comunicación interna** comprende las relaciones interactivas que se presentan entre los integrantes de una empresa y el emprendimiento; lo que se traduce a la forma en cómo se relacionan todos y cada uno de los colaboradores con el objetivo de trabajar de la mano y agradablemente para alcanzar las metas definidas tanto en los cargos ocupados como en beneficio de la organización en general.

Beneficios

Teniendo un buen manejo de la comunicación interna, se construyen relaciones de trabajo más comprensibles, lo que permite el fortalecimiento de la identidad corporativa y el desarrollo óptimo de las actividades; asimismo, se crea un clima laboral más armónico para todos, lo que permite trabajar de manera eficaz.

Al contar con una comunicación interna bien establecida, se manejan relaciones jerárquicas más beneficiosas, pues existe siempre la posibilidad de crear espacios de interacción entre jefe - colaborador, lo que genera mayor comprensión en las necesidades existentes en cada puesto; al mantener cubiertas las necesidades de cada colaborador, como respuesta se obtiene un alto rendimiento en los cargos ocupados. Todo esto es posible, gracias a los medios de comunicación interna que están disponibles en la empresa, dado a que lo más importante es conocer la situación actual o punto de partida: ¿Cómo nos perciben nuestros colaboradores?, ¿Qué saben de la empresa?, ¿Qué conocen de la cultura organizacional?, ¿Cómo actúan frente a los rumores?, ¿Cómo se sienten con la comunicación actual? Entre otros interrogantes a tener en cuenta a la hora de crear estrategias de comunicación interna.

4

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Darle el manejo adecuado a este ámbito organizacional, es uno de los factores que contribuyen en el alcance del éxito de un emprendimiento, pues al comenzar a aplicar desde el inicio estas formas de comunicación, se va construyendo una empresa preparada para cualquier posible imprevisto. Entre las principales herramientas de refuerzo, se encuentran:

Manual Corporativo y de Bienvenida: Documento que contiene los principales aspectos que conforman la empresa, tales como: Nuestra Visión, Misión, Objetivos, Principios, Identidad Visual, Funciones, Normativa Interna, entre otros datos necesarios para dar a conocer el emprendimiento en general. Este manual, permite agilizar el proceso de adaptación de nuevos integrantes y brindará una guía para el manejo de un mejor ambiente laboral.

Reuniones Ocasionales: Abrir un espacio semanal o mensual para que los integrantes de la empresa manifiesten sus ideas, inquietudes o simplemente interactúen, es una de las formas más acertadas para construir relaciones de confianza que permitan manejar mejores equipos de trabajo y lograr crear conjuntamente formas de solucionar inconformidades.

Creación del Departamento de Recursos Humanos: Contar con una oficina encargada del mantenimiento y fortalecimiento de la comunicación es una de las opciones que no debe faltar en una empresa, por lo que se debe contar con un experto en las comunicaciones y relaciones que ejecute constantemente actividades y habilite canales de comunicación para el buen manejo de los aspectos internos.

Una de las formas más eficaces de mantenerse al tanto de las situaciones internas de la empresa, es habilitando un buzón de sugerencias; asimismo, se puede dar uso a las redes sociales para crear foros de discusión o grupos interactivos que les permita a los integrantes, dar a conocer sus puntos de vista.

ACTIVIDAD SUGERIDA: Buzón de sugerencias didáctico en equipo.

5

LA COMUNICACIÓN EXTERNA

¿QUÉ ES?

La comunicación externa abarca aspectos que van desde la imagen que proyectamos al público, hasta las relaciones que manejamos con clientes y proveedores. Se debe captar que, un buen manejo de la comunicación externa, es sinónimo de una imagen positiva para los potenciales clientes y socios de la organización; darse a conocer manejando distintas estrategias externas, es una de las ventajas competitivas más fuertes en un mercado, marcando puntos diferenciadores que permitan atraer a más personas y expandirse a más lugares lo que generará el crecimiento exponencial del emprendimiento, una vez más gracias a la buena comunicación.

Beneficios

Contar con un buen manejo de la comunicación externa, genera una mayor conexión con el mundo que rodea al emprendimiento. Al crear una estrategia para reforzar esta área, se obtiene una notable mejora en la imagen de marca, permitiendo, dar a conocer de forma más rápida y fácil los diferentes productos y/o servicios ofrecidos por la entidad. Las redes sociales, encabezan el mundo actualmente, por lo que se deben pensar como herramientas que permitan mejorar las relaciones con los grupos de interés (proveedores, clientes, empresas, instituciones, entre otros).



6

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

3.1.3.2. Socializar el producto final con los integrantes de CEMPRENDO. Con el propósito de lograr la trascendencia de la Cartilla Didáctica *Aprendo y Emprendo*, se le brindó una completa socialización a la señora Janidt Jaime del Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña; dado al puesto que ocupa (Secretaría Principal), será una aliada en el proceso de divulgación de la cartilla, dado a que se dejará un ejemplar en su lugar de trabajo, en el cual interactúan todos los emprendedores que visitan la empresa. Es ideal que opten por facilitarle esta herramienta, a todos aquellos que mantienen el deseo de crecer e impulsar sus negocios, por ese motivo, se elaboró este producto que permanecerá a través del tiempo.

A continuación, se ilustra el proceso realizado por el pasante en CEMPRENDO:

Figura 18

Socialización de la cartilla con colaboradores de CEMPRENDO



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

3.1.3.3. Coordinar y ejecutar el encuentro con los emprendedores para la realización de la charla con la Cartilla Didáctica. En este punto, la meta era realizar una exposición oficial de la cartilla didáctica diseñada; para alcanzar dicha tarea, se organizaron 2 encuentros con los emprendedores los cuales fueron previamente coordinados para su correcta ejecución.

Para el proceso de invitación a los encuentros, los cuales fueron definidos para el lunes 29 de agosto y lunes 12 de septiembre; se elaboró una tarjeta, de la cual se imprimieron 100 copias, para dejar en el puesto de la secretaria de CEMPRENDO, la señora Janidt Jaime; esto, con el fin de que cada emprendedor que llegara al centro, se enterara de las charlas a realizar y corriera la voz con los demás interesados. En seguida se presenta la tarjeta realizada:

Figura 19

Invitación difundida entre emprendedores

¿ERES EMPRENDEDOR?
¿QUIERES APRENDER A MANEJAR MEJOR TU NEGOCIO?

Asiste a nuestra charla "Guía para emprendedores"

Interactuemos juntos y conozcamos los beneficios de utilizar la comunicación como herramienta de crecimiento de las empresas

TE ESPERAMOS

- 1. Lunes 29 de agosto
- 2. Lunes 12 de septiembre

3:00pm

Universidad Francisco de Paula Santander

The image is a blue promotional flyer for a business seminar. It features a central illustration of three people (two women and one man) interacting with a large white rocket ship. The man is sitting on the ground, gesturing towards the rocket, while the two women stand around it. The background of the illustration includes gears, a lightbulb, and a bar chart. The text on the flyer is in Spanish and provides details about the seminar, including the dates and time. Logos for the university and a green house icon are also present.

Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

Llegado el día del primer encuentro, se contó la participación de 5 emprendedores, los cuales se mostraron muy participativos en las actividades didácticas realizadas como lo fue la creación de sugerencias para el buzón interactivo de la charla y la construcción de un plan de contenido y DOFA, con la ayuda de las plantillas brindadas en la cartilla.

En esta primera reunión, principalmente se tuvo como objetivo la explicación clara del contenido de la cartilla *Aprende y Emprende* para lograr que los asistentes actúen como canales de comunicación, compartiendo lo aprendido como medio de retroalimentación en próximos eventos.

Dicho esto, en seguida se presentan evidencias fotográficas de este primer encuentro:

Figura 20
Socialización con emprendedores



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

3.1.3.4. Formar espacios de retroalimentación donde los emprendedores se conviertan en tutores de las charlas previamente impartidas. Para el segundo encuentro, se intento incluir de forma aún más activas a los emprendedores, dado a que se les dio la oportunidad de exponer sus puntos de vista a los nuevos participantes, en base a los conocimientos adquiridos en la charla anteriormente expuesta; cabe destacar, que gracias a que un ejemplar se mantuvo en un lugar asequible de la empresa, los visitantes tuvieron la oportunidad de conocerla, activando su necesidad por asistir al segundo encuentro en el cual se estaría haciendo una retroalimentación más personalizada. A continuación, se exhiben los momentos:

Figura 21

Encuentro con emprendedores y retroalimentación de la cartilla



Nota. Fuente: autor de la pasantía, 2022.

3.1.3.5. Seleccionar una plataforma web que permita colgar a la red la cartilla con el fin de compartirla con más público interesado. Finalmente, se escogió la plataforma web *flipsnack* con el fin de compartir la cartilla didáctica con muchas más personas que estén interesadas en utilizarla como un medio de impartir educación; a continuación, se anexa el link en el cual se visualiza: <https://online.flippingbook.com/view/1134860/>

Capítulo 4. Diagnostico Final

Durante las 16 semanas de trabajo práctico que se desarrollaron en el Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña; el pasante pudo identificar nuevas habilidades que le han permitido crecer como profesional y afianzar aspectos y conocimientos que se han llevado a la realidad como estudiante de comunicación social, próximo a recibir el título oficial.

En CEMPRENDO, se desempeñaron variedad de actividades que han sido descritas en este trabajo, las cuales han permitido cosechar experiencias de calidad para el futuro desempeño en diferentes áreas; puesto que, aunque parece ser un trabajo netamente organizacional, se logro estar en procesos más humanos, como a la hora de escuchar las distintas historias de vida de cada uno de los emprendedores que se acercan al centro con ánimo de seguir mejorando en sus emprendimientos, a través de consejos o sugerencias que como comunicador social se les podía brindar.

Los acercamientos vividos, lograron conectar al pasante con un punto de vista más holístico de la carrera, puesto que se identificó que, como comunicador social, son múltiples las áreas a desempeñar, siempre en búsqueda de un beneficio para la sociedad, siendo precisamente la comunicación, ese don que permite ser utilizado de formas tan únicas y variadas, que se convierte en una poderosa herramienta para la mejora y el enriquecimiento de una empresa y de una comunidad en general.

Gracias a este trabajo de pasantía, el estudiante alcanzó a poner en práctica los conocimientos teóricos aprendidos en el pasar de más de 4 años universitarios, logrando reconocer las inclinaciones y fortalezas que forman a una persona como profesional. En este caso específico, se identifica la habilidad de brindarle a las personas opciones comunicativas que les permitan llevar más lejos sus ideas, ayudándolos a materializar sus sueños, por medio de un plan más estructurado que generará menos errores en el proceso de creación; estas y muchas más enseñanzas, son las que han logrado crear esa satisfacción del deber cumplido; más aún, con la elaboración de un producto creativo que contribuirá y quedará como soporte para cualquier persona interesada en seguir el proceso de aprendizaje que se logró generar.

Conclusiones

Inicialmente, se debe mencionar que todos los objetivos planteados, se lograron de forma satisfactoria, gracias a las actividades llevadas a cabo a lo largo del proceso; pues al contar con un exacto paso a paso para el alcance de los procesos, se obtuvo un resultado beneficioso para muchas personas, dado a que la cartilla *Aprendo y Emprendo: Guía para emprendedores*, adquirió una positiva acogida tanto por el Centro de Empleo y Emprendimiento, como por los emprendedores en general.

Dicho esto, al hablar del primer objetivo específico que buscó *establecer las necesidades de formación en temas de comunicación existentes en los emprendedores de acuerdo al sector económico que integren*; se afirma la necesidad de crear la cartilla educomunicativa, dado a que gracias a la encuesta realizada y el trabajo de observación de campo, se reconocieron múltiples debilidades que estaban dirigidas a la falta de información sobre el manejo apropiado y beneficioso de la comunicación para las empresas. Por tanto, más allá de establecer dichas necesidades, se apoyó en el proceso a los emprendedores quienes obtuvieron asesoría personalizada por parte del pasante desde su ingreso al centro.

Gracias a lo anterior, se concluye la evidente necesidad de crear esa herramienta comunicativa que permitiera brindar información de forma didáctica, por lo que se da vía al segundo objetivo específico que incluye *determinar el contenido de la cartilla didáctica para los emprendedores de Cemprendo*. En este momento, se reconoce la dificultad de incluir tanta información de valor en una sola herramienta, por lo que se con el apoyo de las encuestas

previamente aplicadas, se genera un temario que permite abarcar los principales aspectos que debe tener en cuenta un emprendedor en su negocio y a la hora de iniciar.

Finalmente, al *diseñar la cartilla didáctica para los emprendedores de Cemprendo y socializarla a través de charlas con los emprendedores*, se concluye que en CEMPRENDO, es necesario crear más espacios de acercamiento e interacción con los emprendedores, pues durante las charlas, las personas manifestaban el deseo por aprender más sobre temas que contribuyan en el crecimiento de sus negocios; pues, de esta forma, los emprendedores sienten el apoyo por parte del municipio, recibiendo motivación y diferentes ayudas educativas que les permitirá seguir generando empleos, ingresos y sobre todo conocimientos.

Recomendaciones

Es clave, iniciar recomendando al Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña; la gestión y realización de diferentes actividades que les permita a los emprendedores adquirir conocimientos en búsqueda del afianzamiento y ideal consolidación de sus negocios. Cabe resaltar, la labor que se hace en cada una de las ferias de emprendimiento realizadas con el fin de exhibir los servicios y productos disponibles en el municipio; sin embargo, sería de gran ayuda, buscar la forma de expandir las ferias, de modo de que más personas se interesen y enteren de los emprendimientos existentes.

Por tal motivo, una opción puede ser, por medio de la virtualidad, pues se identifica que en CEMPRENDO, las plataformas digitales no son utilizadas de una forma lo suficientemente productiva que permita dar a conocer tanto el centro como los emprendimientos enlazados; es recomendable, comenzar con un plan de contenido, que permita expandir la identidad de la institución para generar mayor acercamiento y apoyo por parte de la comunidad.

De igual forma, es preciso mencionar en esta sección, algunas recomendaciones para futuros pasantes, puesto que independientemente de la empresa en la cual vayan a desempeñar su práctica; es preciso recomendar la creación y divulgación de un producto o herramienta que genere conocimientos a largo plazo para que además de dejar una huella como persona, se logre contribuir en el notorio mejoramiento de la comunicación de la institución y sus interacciones con el público.

Referencias

- Barbas Coslado, Á. (2012). *Educomunicación: Desarrollo, Enfoques y Desafíos*. Obtenido de dialnet.unirioja.es: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4184243.pdf>
- Barbas, Á. (Septiembre de 2013). *researchgate*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/342720422_Volver_a_pensar_la_Educomunicacion
- Barbas, Á. (Septiembre de 2013). *Volver a pensar la Educomunicación*. Obtenido de researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/342720422_Volver_a_pensar_la_Educomunicacion
- Bohórquez Alba, M. Y., & Rincón Moreno, Y. A. (2018). *La expresión oral: estrategias pedagógicas para su fortalecimiento*. Obtenido de repositorio.uptc.edu.co: https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2345/1/TGT_995.pdf
- Celaya, J. (2000). *La Empresa en la Web 2.0*. España: Gestión. Obtenido de <https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1NK1FPVV5-2DJTVN2-1FS0/La%20empresa%20web.pdf>
- Centro de Empleo y Emprendimiento, Ocaña. (2021). *Quiénes somos - CEMPRENDO*. Ocaña, Norte de Santander. Obtenido de Archivos internos de la empresa
- Congreso de Colombia. (art. 1). *Ley 1978 de 2019*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210#:~:text=La%20presente%20Ley%20tiene%20por,cierre%20efectivo%20de%20la%20brecha>
- Congreso de Colombia. (art. 1). *Ley 2069 de 2020*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=160966>

Congreso de Colombia. (art. 2). *Ley 1014 de 2006*. Obtenido de

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>

Congreso de Colombia. (16 de Mayo de art. 3). *Ley 1955 de 2019*. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=93970>

Congreso de Colombia. (art.1). *Proyecto de Ley N° 234 de 2018*. Obtenido de

<http://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/proyectos%20de%20ley/2017%20-%202018/PL%20234-18%20Comunicador%20Social.pdf>

De la Torre, L. (2012). *Las redes sociales: conceptos y teorías*. Obtenido de

repositorio.uca.edu.ar: <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7067/1/redes-sociales-conceptos-teorias.pdf>

De Silva, F., & Núñez, G. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los*

mercados de datos en un contexto de libre competencia. Obtenido de

repositorio.cepal.org:

https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47540/1/S2100764_es.pdf

Díaz, S. (2018). *El Pitch de Negocios*. Obtenido de ematris.co: [http://www.ematris.co/wp-](http://www.ematris.co/wp-content/uploads/2018/06/Articulo-pitch-de-negocios-ematris-mayo-2018.pdf)

[content/uploads/2018/06/Articulo-pitch-de-negocios-ematris-mayo-2018.pdf](http://www.ematris.co/wp-content/uploads/2018/06/Articulo-pitch-de-negocios-ematris-mayo-2018.pdf)

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el*

empleo y el desarrollo local. Obtenido de municipios.unq.edu.ar:

<http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>

Giraldo, V. (Febrero de 2019). *Plataformas digitales: ¿qué son y qué tipos existen?* Obtenido de

[rockcontent.com: https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/](https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/)

Kaplún, M. (Junio de 1997). La Educomunicación. *Chasqui, Revista Latinoamericana de*

Comunicación(58), 1-6. Obtenido de

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/12869/1/REXTN-CH58-01-Kaplun.pdf>

Marín Gutiérrez, I., Ruiz San Miguel, F. J., & Robayo Valencia, C. E. (2016). *Un Concepto Básico como La Comunicación*. Obtenido de researchgate.net:

https://www.researchgate.net/publication/298786957_Un_concepto_basico_como_la_Co_municacion

Millán, A., & Riaño, L. (2020). *Cómo preparar un pitch*. Obtenido de leo.uniandes.edu.co:

<https://leo.uniandes.edu.co/images/Guias/Cmo-preparar-un-pitch.pdf>

Moriarty, S., Mitchell, N. D., Wells, W. D., Crawford, R., Brennan, L., & Spence Stone, R.

(1992). *Advertising: Principles and practice*. National Library of Australia. Obtenido de

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=zrGaBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Wells,+W.+Burnett,+J.+and+Moriarty,+S.+\(1992\).+Advertising:+Principles+and+Practice,&ots=cDzYrvOCWg&sig=qGpSStAaJC1Qv7-4xPnMsrZxOqE#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=zrGaBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Wells,+W.+Burnett,+J.+and+Moriarty,+S.+(1992).+Advertising:+Principles+and+Practice,&ots=cDzYrvOCWg&sig=qGpSStAaJC1Qv7-4xPnMsrZxOqE#v=onepage&q&f=false)

Ortiz Delgado, J. A. (Diciembre de 2016). *Asistencia Empresarial en la Ruta de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial en el Centro de Empleo y Emprendimiento Ocaña*. Obtenido de repositorio.ufpso.edu.co:

<http://repositorio.ufpso.edu.co/bitstream/123456789/2187/1/30075.pdf>

Ramírez Martínez, J. (2002). *La expresión oral*. Obtenido de dialnet.unirioja.es:

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/498271.pdf>

Thompson, I. (2005). *Definición de Publicidad*. Obtenido de brd.unid.edu.mx:

<https://brd.unid.edu.mx/recursos/PUBLICIDAD/BLOQUE1/Lecturas/1.3%20Puyblicitad.%20Sus%20definiciones.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Base de datos del Centro de Empleo y Emprendimiento (CEMPRENDO) Ocaña, Norte de Santander

|    | | | | | | | | | | |
|---|------------|------------------------------------|-----------|---------|-------------------|--------------|-----------------|---------------------------|---|-------------------------|
| Nº | FECHA | NOMBRES Y APELLIDOS | GENERO | EDAD | TIPO DE DOCUMENTO | ESTADO CIVIL | SARRIO | NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO | CORREO | ¿PRESENTA DISCAPACIDAD? |
| 1 | | DORADA CASTRO SEPULVEDA | FEMENINO | 51 AÑOS | CC | CASADO | VILLAMAR | FERRERIA | ZOBACALB3CALTRD@GMAIL.COM | NO |
| 2 | 4/02/2022 | SOLDES MARIA ROUS CABRASCAL | FEMENINO | 49 AÑOS | CC | VIUDO | ILIAN XOB | RESTAURANTE SABOR COSTERO | NO REGISTRA | NO |
| 3 | 4/02/2022 | VIVIANA MOLINA GOMEZ | FEMENINO | 36 AÑOS | CC | SOLTERO | JUNIN | MODISTERIA MS DELIRIOS | VIVIANAMO.LINAGOMEZ3189@GMAIL.COM | NO |
| 4 | | KASMAN UMAÑA CONDE | MASCULINO | 32 AÑOS | CC | UNION LIBRE | HATELO | PUBLICIDAD COCORA | NO REGISTRA | NO |
| 5 | 7/02/2022 | MIRIAM MILAGROS CORVALES CABAS | FEMENINO | 31 AÑOS | CC | UNION LIBRE | LOS CRISTALES | VENTA DE COMIDAS RAPIDAS | NO REGISTRA | NO |
| 6 | 8/02/2022 | EDITH MARICELA BACCA ALSINA | FEMENINO | 58 AÑOS | CC | UNION LIBRE | CALLE LA LUZ | CREACIONES SOFIA ZARIB | NO REGISTRA | NO |
| 7 | 8/02/2022 | HERNANDEZ PLACA QUIRTERO | MASCULINO | 72 AÑOS | CC | SOLTERO | LA ESPERANZA | FERRIELECTRICO EL PORTAL | MARCELEGENIAPGETELIC@HOTMAIL.COM OSR.BUJANOS2021@GMAIL.COM | NO |
| 8 | | ROSE ALEJANDRO IRIBARDEI CONTRERAS | MASCULINO | 39 AÑOS | CC | SOLTERO | CRISTALES | DOMILOGS DOMEXPRES | MICHELAMARCA212@GMAIL.COM | NO |
| 9 | | MONICA XIMENA AMAYA BERMUDEZ | FEMENINO | 20 AÑOS | CC | SOLTERO | LOS CRISTALES | SALON DE BELLEZA KEMMY | ERDARLO80@GMAIL.COM | NO |
| 10 | | ERIKA MARU RUIBO CHINDILLA | FEMENINO | 31 AÑOS | CC | SOLTERO | PROMESA DE DIOS | CAFETERIA | MONOCABASCAL@HOTMAIL.COM | NO |
| 11 | 10/02/2022 | GUSTAVO ALBERTO CABRASCAL | MASCULINO | 33 AÑOS | CC | SOLTERO | LA PRIMAVERA | APP GILLI | MONOCABASCAL@HOTMAIL.COM | NO |

|    | | | | | | | | | | |
|---|------------|--------------------------------|-----------|---------|-------------------|--------------|------------------------|---|------------------------------|-------------------------|
| Nº | FECHA | NOMBRES Y APELLIDOS | GENERO | EDAD | TIPO DE DOCUMENTO | ESTADO CIVIL | SARRIO | NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO | CORREO | ¿PRESENTA DISCAPACIDAD? |
| 12 | 10-169 | GUSTAVO ADOLFO DURAN PEREZ | MASCULINO | 32 AÑOS | CC | SOLTERO | IV CENTENARIO | APP GILLI | APPGLI@GMAIL.COM | NO |
| 13 | 18/02/2022 | BRANDON ALFREDO TORRADO | MASCULINO | 28 AÑOS | CC | SOLTERO | ESMERALDA | SENGRAFIA TEXTOL | BTORRADO11NO@GMAIL.COM | NO |
| 14 | 18/02/2022 | ERICA RICO LANUZZIANO PALLARES | FEMENINO | 25 AÑOS | CC | SOLTERO | VILLA PARAISO | GRANIA MELIUS PRODUCCION DE HUFVOS | ERICAJ21LANUZZIANO@GMAIL.COM | NO |
| 15 | | YIMI LEONARDO SANTIAGO PAEZ | MASCULINO | 27 AÑOS | CC | SOLTERO | VILLA PARAISO | INSTITUTO DE PROFUNDIZACION ACADÉMICA (IPA) | YIMISANTIAGO1994@GMAIL.COM | NO |
| 16 | | MADLEYNI CARVALAJIRO BARRERA | FEMENINO | 33 AÑOS | CC | SOLTERO | COURVA DE LA ESPERANZA | RESTAURANTE | NO REGISTRA | NO |
| 17 | | CARMEN DOLORES GARCIA RAMIREZ | FEMENINO | 63 AÑOS | CC | SEPARADA | SAUCES | VENTA DE FRITOS | NO REGISTRA | SI |
| 18 | 11/02/2022 | DORA MARIA VILLAREJ SANCHEZ | FEMENINO | 39 AÑOS | CC | SOLTERO | LA COSTA | RASPADOS | DORAZ11005@YAHOO.COM | NO |
| 19 | 11/02/2022 | LUZ MERY DURAN MEJIA | FEMENINO | 39 AÑOS | CC | SOLTERO | EL HATELO | VIVERO | LUZDARAN@GMAIL.COM | NO |
| 20 | 14/02/2022 | JUAN QUINTERO CARILLO | MASCULINO | 36 AÑOS | CC | CASADO | LA PERLA | MANGO BICHE | NO REGISTRA | NO |
| 21 | 14/02/2022 | TERESA CASTRO CALDERON | FEMENINO | 58 AÑOS | CC | VIUDO | TACALOA | CONFECCIONES TERESA | NO REGISTRA | NO |
| 22 | 14/02/2022 | ALBANIA ROSA RIVERA CASTRO | FEMENINO | 33 AÑOS | CC | SOLTERO | CAMINO REAL | REPOSTERIA ALBANI | ALBANIARIVERA@GMAIL.COM | NO |

Ocaña
Evoluciona con vos

EMPREDIMIENTOS- CEMPRENDO

CEMPRENDO

BASE DE DATOS CEMPRENDO

USUARIOS CEMPRENDO

| NP | FECHA | NOMBRES Y APELLIDOS | GENERO | EDAD | TIPO DE DOCUMENTO | ESTADO CIVIL | BARRIO | NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO | CORREO | ¿PRESENTA DISCAPACIDAD? |
|----|------------|--------------------------------------|-----------|---------|-------------------|--------------|-----------------|---------------------------------|--|-------------------------|
| 23 | | EDITH GARCIA FUENTES | FEMENINO | 41 AÑOS | CC | SOLTERA | EL GALAN | CAFETERIA LAURA | EDITHFUENTES123@GMAIL.COM | NO |
| 24 | 15/02/2022 | NIHAYI SARAWIA BUENO | FEMENINO | 31 AÑOS | CC | UNION LIBRE | LOS CRISTALES | DISEÑO Y CONFECIONES NISA | NIHAYI2002@HOTMAIL.COM | NO |
| 25 | 17/02/2022 | DORALBA CASTRO CARDENAS | FEMENINO | 40 AÑOS | CC | CASADO | LOS ALAMOS | CONFECIONES DORALBA CASTRO | DORALBA170220@GMAIL.COM | NO |
| 26 | 18/02/2022 | YOHAN JOSE JAMBE HERRERA | MASCULINO | 33 AÑOS | CC | SOLTERO | EL HATEJO | LAHAEXPRES | PUBLICITATEMI@GMAIL.COM | NO |
| 27 | | MONA DEL CARMEN CHENOLLA DE SUBITERO | FEMENINO | 60 AÑOS | CC | SOLTERO | EL CARMEN | CAFETERIA DULCE SABOR | NO REGISTRA | NO |
| 28 | 18/02/2022 | RUBY SOTO GARDENAS | FEMENINO | 44 AÑOS | CC | UNION LIBRE | PROMESA DE DIOS | NIUEVA IMAGEN | RUBYSOTO11@HOTMAIL.COM | NO |
| 29 | 21/02/2022 | NELSON GIOVANNI RODRIGUEZ | MASCULINO | 48 AÑOS | CC | UNION LIBRE | EL HATEJO | NO REGISTRA | NO | |
| 30 | | YESENIA SANCHEZ PEREZ | FEMENINO | 44 AÑOS | CC | SEPARADA | SIMON BOLIVAR | TENDA DOÑA RAQUEL | YOSOFIYANNI@GMAIL.COM EMAYUDOLYPS@GMAIL.COM | SI |
| 31 | 22/02/2022 | CARMELA SANCHEZ | FEMENINO | 65 AÑOS | CC | VUJDA | LA SARANDA | CAFETERIA CL BUEN SABOR | NO REGISTRA | NO |
| 32 | | AURA EMAR | FEMENINO | 49 AÑOS | CC | SEPARADA | EL HATEJO | FRITOS MIS DELICIAS | NO REGISTRA | NO |
| 33 | 22/02/2022 | EUNICE ESTHER CRUZ MONDEZ | FEMENINO | 61 AÑOS | CC | SEPARADA | SIMON BOLIVAR | ARTESANIAS CAÑA FLECHA (EMARUE) | SMITHCRUZ1991@GMAIL.COM EUNICECARRAZA@GMAIL.COM | NO |

Ocaña
Evoluciona con vos

EMPREDIMIENTOS- CEMPRENDO

CEMPRENDO

BASE DE DATOS CEMPRENDO

USUARIOS CEMPRENDO

| NP | FECHA | NOMBRES Y APELLIDOS | GENERO | EDAD | TIPO DE DOCUMENTO | ESTADO CIVIL | BARRIO | NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO | CORREO | ¿PRESENTA DISCAPACIDAD? |
|----|------------|----------------------------------|-----------|---------|-------------------|--------------|--------------|---------------------------|---|-------------------------|
| 34 | 23/02/2022 | MARCOS ANTONIO LARA TORRES | MASCULINO | 41 AÑOS | CC | SEPARADO | TUTUMALITO | IMPORT ANT | MARCOLARAT@GMAIL.COM | NO |
| 35 | 23/02/2022 | WAES WILSON POGHAZABIT | MASCULINO | 37 AÑOS | CC | UNION LIBRE | CAMBO TORRES | WELTE SAS | WELTET@GMAIL.COM | NO |
| 36 | 23/02/2022 | YAZULHIE CALDERON BALLESTEROS | FEMENINO | 41 AÑOS | CC | SEPARADA | EL TIBER | MISLAVIA MAFEME | YAZULHIE@HOTMAIL.COM | NO |
| 37 | 24/02/2022 | TULCINI GUERRERO GUERRERO | FEMENINO | 34 AÑOS | CC | SEPARADA | EL HATEJO | DUVAN MOTOS | NO REGISTRA | NO |
| 38 | 24/02/2022 | YASMINI UMAÑA CONDE | FEMENINO | 32 AÑOS | CC | UNION LIBRE | BORMEJAL | COCCITA PURIFICADORA | NO REGISTRA | NO |
| 39 | 27/02/2022 | IRMA DEL CONSUELO RIVERA NAVARRO | FEMENINO | 29 AÑOS | CC | SOLTERO | PROVINTA | SALON DE BELLEZA | IRIVERA1992@GMAIL.COM | NO |
| 40 | 1/03/2022 | ORLANDO ALVAREZ PABON | MASCULINO | 45 AÑOS | CC | CASADO | EL GALAN | REMONTADORES ALVAREZ | NO REGISTRA | NO |
| 41 | 28/02/2022 | NORAMA SEPULVEDA C | FEMENINO | 34 AÑOS | CC | SOLTERA | CAMBO TORRES | NORAMA CIELO Y TIERRA | NORAMASEPULVEDA@GMAIL.COM | NO |
| 42 | 24/02/2022 | WALTER EDUARDO LEAL SANTOS | MASCULINO | 36 AÑOS | CC | SOLTERO | TEJAMITO | ECO AVENTUREROS-OCAÑA | WALTER2002@GMAIL.COM | NO |
| 43 | 25/02/2022 | NESTOR LUIS SANCHEZ CARVALLAJO | MASCULINO | 51 AÑOS | CC | UNION LIBRE | LA PERLA | HELADERIA | SANCHEZLUCYVALDIVIA@GMAIL.COM NESTORLUIS@GMAIL.COM | SI |
| 44 | 26/02/2022 | RAMON ANTONIO CARRIÑO | MASCULINO | 41 AÑOS | CC | CASADO | TORCOROMA | TENDA DOÑA | RAMONCIT@GMAIL.COM | NO |

Ocaña
Evoluciona con vos

EMPREDIMIENTOS- CEMPRENDO

CEMPRENDO

BASE DE DATOS CEMPRENDO

USUARIOS CEMPRENDO

| NP | FECHA | NOMBRES Y APELLIDOS | GENERO | EDAD | TIPO DE DOCUMENTO | ESTADO CIVIL | BARRIO | NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO | CORREO | ¿PRESENTA DISCAPACIDAD? |
|----|------------|----------------------------------|-----------|-------------|-------------------|--------------|-------------------------|---------------------------|-----------------------------|-------------------------|
| 45 | 7/02/2022 | EMERIVA MEDINA | FEMENINO | 54 AÑOS | CC | SEPARADA | CUESTA BLANCA | POSTRES MEDINA | NO REGISTRA | NO |
| 46 | 7/01/2022 | ELIZABETH HERRERA CARRASCAL | FEMENINO | 55 AÑOS | CC | SEPARADA | EL HATEJO | CONFECIONES PODER ROSA | NO REGISTRA | SI |
| 47 | 7/03/2022 | WILFRED MOLINA SANGUINO | MASCULINO | 29 AÑOS | CC | SOLTERO | LA PROVINTA | GALPONES | NO REGISTRA | SI |
| 48 | 8/01/2022 | YAMEL SANLUISA QUIBITERO | FEMENINO | 41 AÑOS | CC | UNION LIBRE | LOS OLIVOS | FABRICA DE AREPAS YAMEL | NO REGISTRA | NO |
| 49 | 11/02/2022 | NESTOR JULIO QUIBITERO QUIBITERO | MASCULINO | 55 AÑOS | CC | CASADO | SIMON BOLIVAR | CONFECIONES | NO REGISTRA | NO |
| 50 | 25/02/2022 | HENRY ORLANDO CALDERON B | MASCULINO | 41 AÑOS | CC | SOLTERO | EL TIBER | VELAS EL TIBER | HENRYOCAL@GMAIL.COM | NO |
| 51 | 11/03/2022 | DEIVI ALBERTO GUTIERREZ O | MASCULINO | 41 AÑOS | CC | SOLTERO | SANTA RITA | GLAMPING MONTAÑA AZUL | DEIVIGUTIERREZ@GMAIL.COM | NO |
| 52 | 11/03/2022 | ALVARO ANDREY REYES SANGUINO | MASCULINO | 22 AÑOS | CC | SOLTERO | EL LLANO | MOTORACROBAC | ALVAROANDREY@GMAIL.COM | NO |
| 53 | 11/03/2022 | IVAGORBERTO CLARO MANDOSALVA | MASCULINO | NO REGISTRA | CC | SOLTERO | VILLAMAR | CONFECIONES | IVAGORBERTO@GMAIL.COM | SI |
| 54 | | HERBERTO MACHUCA VARGAS | MASCULINO | 50 AÑOS | CC | UNION LIBRE | VILLA CARINA | AVICOLA ERN | HERBERTOMACHUCA11@GMAIL.COM | NO |
| 55 | | HUBIA MORA | FEMENINO | 48 AÑOS | CC | CASADA | VILLA PARASO PARTE BAGA | CONFECIONES (LENERBA) | NO REGISTRA | NO |

Apéndice B. Formato de la encuesta virtual aplicada a los emprendedores de CEMPRENDO

Encuesta realizada por estudiante de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander, con el objetivo de Identificar la necesidad de los emprendedores de CEMPRENDO por aprender sobre el manejo de la comunicación en sus negocios.

1. ¿Recibe usted formación didáctica por parte del Centro de Empleo y Emprendimiento “CEMPRENDO”, para el fortalecimiento de sus negocios?
 - a. Si
 - b. No

2. Sí su respuesta es positiva, mencione algunas actividades formativas a las que haya asistido _____

3. ¿Utiliza usted las redes sociales de CEMPRENDO, como medio de recepción de conocimiento que contribuya a su emprendimiento?
 - a. Si
 - b. No

4. ¿Qué tan importante cree usted que son las estrategias de comunicación dentro de una empresa?
 - a. Muy importante
 - b. Importante
 - c. Poco importante
 - d. Nada importante

5. Seleccione los temas de los cuales les gustaría recibir más información y educación en beneficio de su emprendimiento (Puede escoger varias opciones):
 - a. Comunicación Asertiva
 - b. Comunicación Interna y Comunicación Externa
 - c. Manejo de Redes Sociales
 - d. DOFA como medio de evaluación

Apéndice C. Evidencia fotográfica de la aplicación de encuestas



Apéndice D. Evidencia fotográfica del proceso de diagramación de la Cartilla

