



TERCERA EDICIÓN DE LA REVISTA DE EGRESADOS IMPACTO EN
VERSIÓN DIGITAL

DIANA CAROLINA MARTÍNEZ GÓMEZ

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SECCIONAL BUCARAMANGA
2011



TERCERA EDICIÓN DE LA REVISTA DE EGRESADOS IMPACTO EN
VERSIÓN DIGITAL

DIANA CAROLINA MARTÍNEZ GÓMEZ
TRABAJO DE GRADO II - MODALIDAD PASANTÍA

DIRECTORA:
MG. CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR
JEFE DIRECTO:
ING. JENNITH MARCELA HERNÁNDEZ ROA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
SECCIONAL BUCARAMANGA
2011

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente de Jurado

Jurado

Jurado

Floridablanca, Agosto de 2011

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
JUSTIFICACIÓN	12
1. MARCO CONTEXTUAL	14
1.1. Historia	14
1.2. Organigrama	18
1.3. Historia Área de Atención al Egresado	19
1.4. Misión	22
1.5. Visión	22
1.6. Objetivo	22
1.7. Políticas	22
1.8. Privilegios que Ofrece el Área	24
2. DESCRPCIÓN DEL PROYECTO	26
2.1. Objetivo General	27
2.2. Objetivos Específicos	27
2.3. Público Objetivo	27
2.4. Actividades Fundamentales del Pasante	28
3. REFERENCIA CONCEPTUAL	29
3.1. Sociedad y Comunicación	29
3.2. Estrategias de Comunicación	32
3.3. La Evolución a lo Digital	34
3.4. Beneficios de la Media Digital	36
3.5. El Papel de los Metadatos en la Cadena de Suministro de los Medios Digitales	37
3.6. La Inclusión Digital a Partir de Objetivos Concretos	38
3.7. Interactividad	39
3.8. Conceptos y Términos Usuales de la Comunicación Digital	42
3.8.1. Convergencia	42
3.8.2. Concentración	42

3.8.3. Cooperación	42
3.9. División Digital	43
3.10. Actitud Ante la Innovación	44
3.11. Consecuencia de los Nuevos Medios	45
3.12. Elegir la Tecnología	47
4. METODOLOGÍA DE TRABAJO	48
4.1. Etapa I	48
4.1.1. Conocimiento del área	48
4.1.2. Sondeo virtual	48
4.2. Etapa II	50
4.2.1. Recolección de la información	50
4.3. Etapa III	51
4.3.1. Elaboración de la revista impresa	51
4.4. Etapa IV	51
4.4.1. Diseño de la revista digital	51
4.4.2. Sondeo	52
4.5. Etapa V	52
4.5.1. Exposición del informe final	52
5. RECURSOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO	53
6. EVALUACIÓN DEL IMPACTO	54
7. CONCLUSIONES	75
8. RECOMENDACIONES	77
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS	80

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. ¿Ha leído la revista IMPACTO?	58
Gráfica 2. Calidad de la impresión	59
Gráfica 3. Portada	60
Gráfica 4. Temática “Emprendimiento”	61
Gráfica 5. Enfoque del tema	62
Gráfica 6. Calidad del contenido	63
Gráfica 7. Secciones	64
Gráfica 8. Redacción y lenguaje	65
Gráfica 9. Extensión de textos	66
Gráfica 10. Diagramación	67
Gráfica 11. Fotografía	68
Gráfica 12. Tamaño de títulos	69
Gráfica 13. Tamaño de letra	70
Gráfica 14. ¿Cuál sección le gustó más?	71
Gráfica 15. ¿Cuál tema le gustaría encontrar en la próxima edición?	72
Gráfica 16. ¿Cómo le gustaría participar en la revista?	73
Gráfica 17. ¿Ha consultado de la revista IMPACTO a través de nuestro Portal de egresados?	74

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Flyer para seleccionar el tema central de la tercera edición de la revista IMPACTO	81
Anexo 2. Revista en versión impresa	82
Anexo 3. Link revista digital IMPACTO	114
Anexo 4. Sondeo satisfacción	115

RESUMEN

TERCERA EDICIÓN DE LA REVISTA DE EGRESADOS IMPACTO EN VERSIÓN DIGITAL

AUTOR(ES): Diana Carolina Martínez Gómez

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

SUPERVISOR: MG. Clara Inés García Villamizar

La elaboración de la revista IMPACTO, se realizó con el fin de crear un vínculo más con los egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana, la versión ofrece una mayor cobertura y accesibilidad de la información para los egresados que se encuentran fuera de la ciudad y del país.

Se inició con un proceso de observación el cual permitió identificar la necesidad de crear una herramienta versátil y de fácil acceso a información de diferente índole. De esta manera se empezó el proceso de investigación, recolección y por ende realización del material digital. Se tuvieron en cuenta conceptos de medios digitales, nuevas tecnologías, estrategias de comunicación, entre otros, con el fin de obtener un producto de calidad para la seccional Bucaramanga.

La importancia de este proyecto radica en la necesidad de fortalecer los lazos con los egresados, ofreciéndoles un servicio informativo de las diferentes actividades y beneficios que pueden obtener. En el cuerpo del trabajo se encontrarán los pasos realizados, con los cuales se logró el objetivo principal.

PALABRAS CLAVES: nuevas tecnologías, comunicación, interacción, información

ABSTRACT

THIRD EDITION OF THE ALUMNI MAGAZINE DIGITAL VERSION IMPACT

AUTHOR (S): Diana Carolina Gomez Martinez
FACULTY: Facultad de Comunicación Social - Periodismo
SUPERVISOR: MG. Clara Inés García Villamizar

The development of IMPACT magazine, was conducted in order to create a closer link with graduates of the Universidad Pontificia Bolivariana, the release offers greater coverage and accessibility of information for graduates who are out of town and country.

It began with an observation process which identified the need to create a versatile and easy access to information of different kinds. Thus began the process of investigation, collection and hence realization of digital material. Were taken into account concepts of digital media, new technologies, communication strategies, among others, in order to obtain a quality product for Bucaramanga.

The importance of this project lies in the need to strengthen ties with alumni, providing an information service of the different activities and benefits to be derived. In the body of work will find the steps taken, which was achieved with the main objective.

KEY WORDS: new technologies, communication, interaction, information.

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación son los dispositivos más importantes dentro de una organización, ya que son los que permiten una constante interacción entre empresa y público interno y externo, pues a través de la historia estas herramientas de información han evolucionado rápidamente produciendo cambios innovadores en la trasmisión de mensajes, con el fin de crear una imagen corporativa de la organización, de tal forma que se posicione en la mente de toda una comunidad universitaria.

La elaboración de la revista IMPACTO, órgano informativo para los egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana, en su versión digital permite que exista una relación más estrecha entre los egresados y la universidad, porque es una herramienta que ofrece mayor cobertura y accesibilidad de la información para los egresados que se encuentran fuera de la ciudad y del país. El proceso se realizó mediante la recolección de información, aplicación de la teoría y los conceptos básicos de medios, estrategias de comunicación, audiencia, nuevas tecnologías, medios digitales y técnicas de investigación como instrumento para llegar de la mejor manera a los egresados de la UPB – seccional Bucaramanga.

En este trabajo se da a conocer la razón del porqué la necesidad de fortalecer la revista de egresados, ya que éste es uno de los medios de comunicación con mayor impacto en el Área de Atención al Egresado para informar sobre las actividades del Área, las diferentes perspectivas desde cada facultad, beneficios que brinda la universidad a sus egresados y temas generales de gran interés para los profesionales de todos los programas académicos ofrecidos en la UPB.

Así mismo, se mencionan los pasos necesarios para obtener los resultados del proyecto, que en este caso es la elaboración de la revista impacto en versión



digital, con el fin de conocer el proceso a seguir para lograr el objetivo general del presente trabajo. Igualmente es importante identificar el impacto que haya tenido el fortalecimiento de este medio, y por esta razón se propuso realizar un sondeo virtual luego de ser divulgada la revista por vía e-mail del correo y de la página web de la UPB seccional Bucaramanga para medir el efecto de la misma en formato digital.

JUSTIFICACIÓN

Desde hace unos años las nuevas tecnologías de la información vienen liderando las formas de comunicación en las diferentes entidades y organizaciones del país, con el fin de explotar esta área de la comunicación que tiene un gran potencial para transmitir la información a un público objetivo. Por esta razón, es interesante explorar y aprovechar las nuevas tecnologías para crear y desarrollar la tercera edición de la revista de egresados IMPACTO en versión digital. Es una alternativa ideal para llegar a los egresados de una forma rápida y continua. Las revistas digitales y los temas transmitidos en ellas son más amplios y profundos ya que no existe ningún límite de espacio para publicar artículos, imágenes y videos, de tal forma que no sólo sea un medio informativo si no a su vez sea una herramienta de interacción entre los egresados y la universidad, en donde además de encontrar información de interés permita que los graduados participen en ella.

Cada una de las universidades de Bucaramanga maneja distintos medios. Los medios masivos, las estrategias de comunicación personalizadas, las nuevas tecnologías de Información, éstas últimas permiten que se dé a conocer más fácil y de manera más rápida la información y que las personas accedan de forma inmediata a ella. Es por ello que se busca crear la revista digital como estrategia de comunicación por medio de las herramientas que hoy por hoy se están utilizando en la gran mayoría de organizaciones.

Para esto es importante conocer "la verdadera función de un equipo de Tecnología de Información y Comunicaciones (TIC), la cual radica en administrar, gestionar y mantener integra la información que los líderes gerenciales utilizarán para tomar decisiones que habrán de dirigir el rumbo de la organización. Las TIC están en todos lados: ventas, clientes, atención, servicios, administración; son áreas que están enfrente de los clientes y son ellos quienes se benefician de los cambios o bien los que "la pagan" al no

*saber aprovechar los recursos con los que cuenta la organización*¹. En este caso serán los egresados quienes aprovecharán y recibirán beneficios como la divulgación de toda la información sobre encuentros, conferencias, seminarios, temas de gran interés desde cada facultad.

¹ GARCÍA NAVARRO, Gerardo Manuel. El Poder Estratégico de las TIC's en las Organizaciones. [en línea] <<http://www.gestiopolis.com/tecnologia/poder-estrategico-de-las-tecnologias-de-la-informacion.htm>> [citado en 20 de Abril de 2010].

1. MARCO CONTEXTUAL

Identificación de la Organización

Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga

Dirección: km 7 Vía Piedecuesta

Teléfonos: 6796220 Ext. 527 – 640

1.1. Historia

El 15 de Septiembre de 1936, por Decreto del señor Arzobispo la ciudad de Medellín Monseñor Tiberio de Jesús Salazar y Herrera, se funda la Universidad Católica Bolivariana, siendo su primer rector Monseñor Manuel José Sierra. Inició su actividad académica con 78 estudiantes matriculados en la Facultad de Derecho.

Nueve años después, el 16 de Agosto de 1945, como reconocimiento a su trabajo evangelizador, Su Santidad Pío XII le otorga el título de "Pontificia" y desde entonces se conoce como Universidad Pontificia Bolivariana.

Los principios de humanismo cristiano, el magisterio de la Iglesia y los ideales del libertador Simón Bolívar son desde la fundación de la UPB, el horizonte de la sólida formación e instrucción científica, tecnológica y humana con la que se forman nuestros educandos, líderes que contribuyen al desarrollo del país.

La excelencia académica durante varias décadas, ha permitido que la Universidad Pontificia Bolivariana, hoy sea miembro de reconocidas organizaciones como la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Federación Internacional de Universidades Católicas FIUC, la Unión de Universidades de América Latina UDUAL, la Asociación Internacional de

Universidades AIU, la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrados AUIP y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana ATEI.

Actualmente la UPB cuenta con tres seccionales, las cuales tienen sus sedes en las ciudades de Bucaramanga, Montería y Palmira y una Unidad de Proyección y Gestión en Bogotá. Así mismo hace presencia en gran parte del territorio nacional y en algunos países de Centroamérica gracias a sus programas de extensión².

La Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

A mediados de 1988 se revive la iniciativa arquidiocesana de fundar para el nor-orientes colombiano una Universidad Católica, al servicio del hombre y de la sociedad, que brinde formación integral a los profesionales, para que a través de la investigación y el servicio a la comunidad trabajen por el cambio hacia una nueva sociedad.

Fue así como el 11 de octubre de 1988 se firma el acta de intención, con la cual se concreta este sueño y desde entonces, la Seccional acoge como propios la misión y los principios fundamentales que rigen a toda la UPB.

La Seccional Bucaramanga nace por interés de un grupo entusiasta de religiosos, empresarios, profesionales y educadores, entre quienes vale destacar a sus promotores los doctores: Luis Enrique Aramburo Bolaños, Luis Alfonso Díaz Nieto, Sergio Gamboa Sepúlveda, Álvaro García Pinzón, Hernán

² UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, Seccional Bucaramanga. Historia de la Universidad [En Línea] <<http://www.upbbga.edu.co/nuestraupb/historia.html>> [citado en 20 de Abril de 2010].

Porras Díaz, Jorge E. Viccini Ramírez (q.e.p.d.), Mons. Isaías Duarte

Cancino (q.e.p.d.), Mons. Darío Múnera Vélez y Mons. Néstor Navarro Barrera; quienes bajo la orientación y el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Mons. Héctor Rueda Hernández, hicieron realidad este gran sueño.

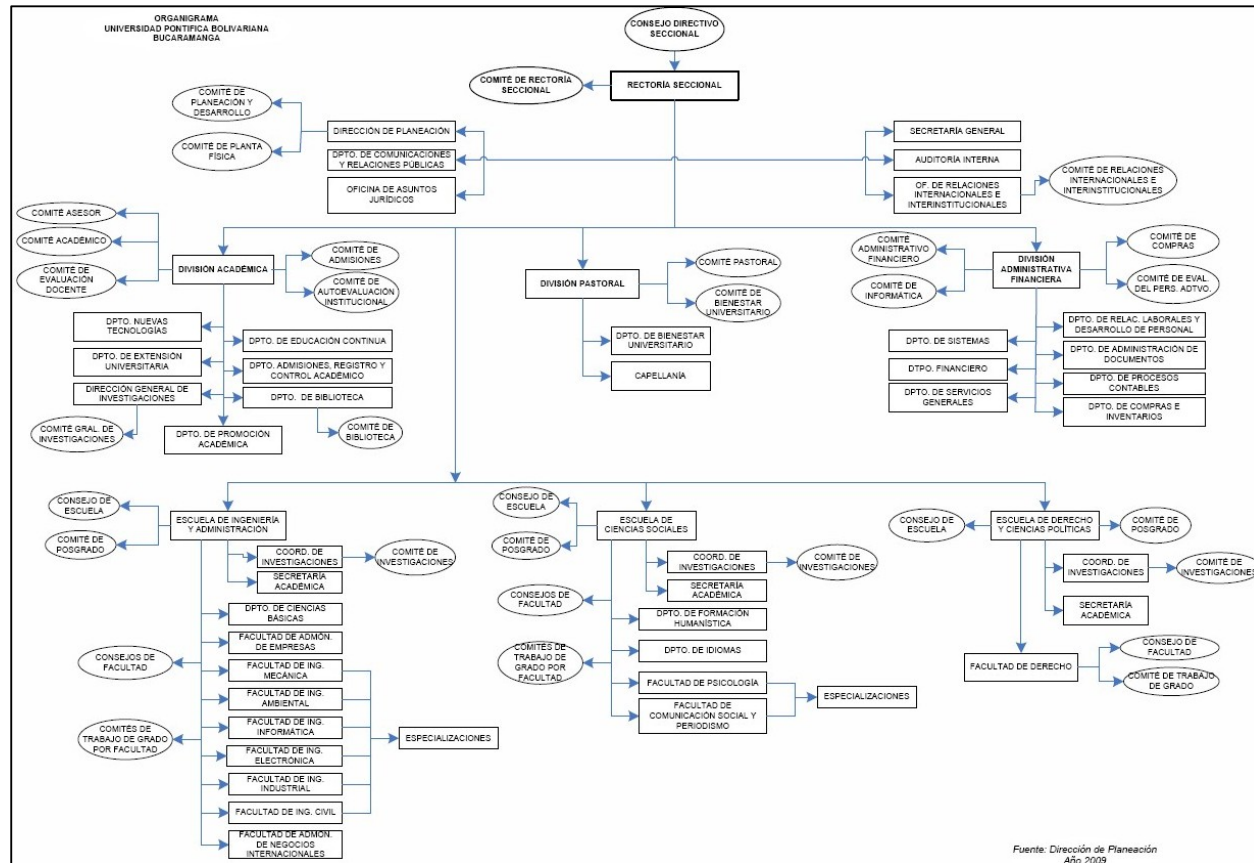
El funcionamiento de la UPB Seccional Bucaramanga, está autorizado por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior -ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990. Con este aval inicia labores académicas el segundo semestre de 1991 con el programa de pregrado de Ingeniería Electrónica. En ese momento y hasta 1998 la Rectoría estuvo bajo la dirección de Mons. Jesús Quirós Crispín (q.e.p.d.), posteriormente fue elegido Mons. Néstor Navarro Barrera y a partir del 2007 fue designado para este cargo Mons. Primitivo Sierra Cano. La UPB Bucaramanga desde 1998 tiene su sede, ubicada en el Km. 7 de la Autopista que de Bucaramanga conduce a Piedecuesta. Es un proyecto arquitectónico moderno que contempla un campus universitario con un área construida de aproximadamente 35.000 metros cuadrados que serán desarrollados en cinco etapas, de las cuales están en funcionamiento las dos primeras con un total de 10 edificios.

En la actualidad la Seccional se encuentra bien posicionada en el medio universitario y goza de gran prestigio en el ámbito local y regional, cuenta con cerca de 4000 estudiantes de pregrado y postgrado agrupados en 11 carreras, 2 de ellas con acreditación de alta calidad (Ing. Electrónica y Psicología) y 13 especializaciones. Todos estos programas poseen Registro

Calificado. Además de la alta calidad académica y la solidez financiera, que ubican a la institución en uno de los primeros lugares de la ciudad, cabe destacar su balance social, en aportes como: becas, ayudas y rebajas a los estudiantes y empleados de más escasos recursos lo que significa una suma significativa en la vida de la Universidad³.

³ Ibid 2.

1.2 Organigrama



1.3. Historia del Área de Atención al Egresado

El Área de Atención al Egresado es una dependencia del Departamento de Bienestar Universitario de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga. Fue creada con el propósito de mantener las relaciones con los egresados y continuar brindándoles espacios para el fortalecimiento de su desarrollo humano y profesional, reafirmando los valores éticos y humanos que conllevan la búsqueda constante de la verdad, la investigación y el servicio. Se hizo realidad en el año de 1997 gracias a la insistente tarea de las Vicerrectorías Académica y Financiera junto con los lineamientos y directrices de la Capellanía, los cuales al unir sus esfuerzos, consolidaron bajo la responsabilidad de un monitor académico los primeros avances para lograr la conformación de archivos y establecer contacto con los graduados.

Desde ese momento la Oficina inició la carnetización de los egresados UPB y se dieron las primeras pautas para la conformación de la Asociación de Egresados en el año 1999.

De esta forma, la oficina empezó a cumplir una excelente labor y sus objetivos cada vez ampliaron más espacios en la propuesta de desarrollo de la Universidad. Es por ello que para el año 2002, por resolución rectoral el Comité de Rectoría decidió vincular la Oficina de Atención al Egresado al gran proyecto que adelanta la Jefatura de Bienestar Universitario, con una finalidad conjunta de generar ambientes propicios que contribuyan a la formación integral de la Comunidad Universitaria, a su congregación en comunión con la filosofía y principios institucionales y en general en el mejoramiento de la calidad de vida de todos sus miembros.

En el 2003 esta nueva dependencia de la Universidad se institucionalizó como el Programa de Atención al Egresado (PAE), en donde se continuó con los objetivos propuestos durante el desarrollo de la oficina, a la vez que agregó nuevos temas para la ampliación del servicio, tales como la facilitación de procesos de interacción con la UPB y la creación de una bolsa de empleo con el fin de proporcionar alternativas laborales.

A partir del 2005 y a la fecha, la Oficina paso de ser un Programa a ser una Coordinación de Atención al Egresado, donde se ha logrado el apoyo mancomunado de la institución, a través de los lineamientos establecidos en la política de la Universidad con relación a sus egresados, que para la fecha son más de 4.000 de los diferentes programas de pregrados y posgrado de la seccional.

La Coordinación de Atención al Egresado ha organizado un plan de desarrollo ambicioso para privilegiar un acompañamiento y seguimiento permanente a los egresados UPB seccional Bucaramanga, manteniendo el vínculo con la Universidad para evaluar el factor diferenciador de los graduados como ventaja competitiva según su pertinencia, calidad e impacto de los programas académicos. Por lo tanto, todos los proyectos actuales son encaminados para hacer sentir a los graduados que hacen parte de la Universidad Pontificia Bolivariana que no sólo trabaja para su formación académica sino, además, para el mejoramiento de su calidad de vida⁴.

Conforme lo ha trazado desde sus comienzos y considerando que trabaja tanto por la formación académica como por una mejor calidad de vida, el Área de

⁴ HERNÁNDEZ ROA, Jennith Marcela. (2010): Proceso Administrativo del Área de Atención al Egresado. Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, Documento de trabajo.

Atención al Egresado se apoya en estudiantes que se encuentran próximos a obtener el título profesional para el desarrollo de sus actividades; de este modo, cada labor específica que emprende a lo largo de los períodos académicos cuenta con la participación de quienes serán, a corto plazo, parte de la comunidad de egresados. Ellos no sólo contribuyen al fortalecimiento del Área, sino aportan un punto de vista valioso desde el cual se orientan los diferentes estudios para lograr un mayor involucramiento y satisfacción de la comunidad.

En cada período académico se realizan actividades, se evalúa el impacto alcanzado y se plantean nuevos objetivos para próximos períodos. A partir de los objetivos y necesidades que surgen con ellos, se involucra a un Pasante o Practicante en el campo profesional requerido. A menudo, el Pasante de Comunicación Social – Periodismo cumple con la labor de apoyar e implementar nuevas estrategias para optimizar procesos de comunicación con los egresados, a fin de acercarlos más a las oportunidades y ventajas que brinda la Universidad, ofrecerles información sobre el acontecer cotidiano Bolivariano y abrirles espacios para que den a conocer su trabajo y trayectoria en el campo profesional.

Para el primer semestre del año 2010 el objetivo fue crear la tercera edición de la revista IMPACTO en versión digital como nueva estrategia de comunicación, la cual permitirá ofrecer mayor divulgación de los beneficios y temas de interés para los graduados y al mismo tiempo promover el crecimiento del Área de Atención al Egresado. La iniciativa es poder llegar a todos los graduados de la UPB seccional Bucaramanga, para que tengan conocimiento sobre temas que puedan servirles para el crecimiento profesional y personal, de modo que lleguen a ser profesionales mucho más competitivos y mejoren su calidad de vida.

1.4. Misión

“Privilegiar un acompañamiento permanente entre la Universidad y los egresados, mediante una comunicación que favorezca el apoyo y seguimiento a graduados, con el fin de contribuir a la formación integral, la calidad de vida y al enriquecimiento de la Institución”⁵.

1.5. Visión

“Ser enlace activo e integral, con el fin de generar reconocimiento, participación y reciprocidad entre la Universidad y el egresado, con excelencia en la ejecución de proyectos, el ofrecimiento de privilegios y el mejoramiento continuo”⁶.

1.6. Objetivo

“Privilegiar un acompañamiento permanente al egresado bolivariano, fortaleciendo el vínculo de interacción entre la Universidad y el egresado, con el fin de nutrir la academia e identificar el factor diferenciador de los graduados como ventaja competitiva según su pertinencia, calidad, e impacto de los programas académicos”⁷.

1.7 Políticas

Universidad-Egresados:

Acuerdo N 011 de 2005

Existencia de políticas sobre la relación Universidad – Egresados: La Universidad formó un marco general en el acuerdo No 011 – 05 de Noviembre 8 de 2005. Por ello se darán a conocer las políticas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga respecto a la relación con sus egresados, orientada por los siguientes principios:

⁵ Ibid 4.

⁶ Ibid 4.

⁷ Ibid 4.

- a) *Reconocer a sus Egresados como integrantes activos de la Comunidad Universitaria.*
- b) *Propiciar la participación de los egresados en el Consejo Directivo Seccional, organismo colegiado de la Universidad responsable del establecimiento de las políticas generales sobre docencia, investigación y proyección social y en los Consejos de Facultad; organismos colegiados responsables de la actualización de los currículos y de velar por la calidad académica de cada uno de los programas.*
- c) *Apoyar la inserción de sus egresados en el mercado laboral mediante la puesta en servicio de una Bolsa de Empleo.*
- d) *Estimular la educación permanente de todos sus Egresados mediante:*
 - *Una oferta amplia de programas de Educación Continua.*
 - *Una oferta pertinente de programas de posgrado de alta calidad.*
 - *Servicios de biblioteca y bases de datos bibliográficas especializadas.*
 - *Tarifas preferenciales en todos los programas de educación continua y de posgrado ofrecidos por la UPB Seccional Bucaramanga.*
 - *Difusión entre los Egresados de convenios de intercambio académico y ofertas de becas para financiar estudios de posgrado en el país y en el exterior.*
- e) *Propiciar el seguimiento de sus Egresados mediante la actualización de una base de datos que permita identificar el lugar de residencia, el grado de ocupación profesional y el impacto de los Egresados en el sector productivo, el sector académico y el medio social.*
- f) *Estimular la participación de los Egresados en la evaluación periódica del currículo de cada uno de los diferentes programas ofrecidos por la Institución y, a partir de las experiencias profesionales, enriquecer con nuevas competencias los ciclos o áreas que configuren los planes de estudio.*
- g) *Apoyar la Asociación de Egresados de la UPB Seccional Bucaramanga.*
- h) *Fomentar los vínculos de unión y solidaridad entre todos los egresados Bolivarianos de las distintas sedes y programas de la Universidad.*

Artículo: *Para materializar su política sobre la relación Universidad - Egresados, la Institución cuenta con una dependencia adscrita al Departamento de Bienestar Universitario, encargada de coordinar las diferentes actividades institucionales relacionadas directamente con los egresados, servir de enlace y*

canal de la comunicación con la Asociación de Egresados Bolivarianos y fortalecer la unión entre todos los egresados y la seccional.

Egresados-Universidad

Es política de los egresados en torno a la relación con la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga:

Acoger la misión de la Universidad en su formación integral y humanista destacando el perfil del Egresado Bolivariano y resaltando la imagen de la universidad a través de su desempeño profesional.

Participar de las actividades, privilegios, y/o proyectos programados por la Universidad, dirigidas hacia el fortalecimiento de vínculos entre egresados y la Comunidad Bolivariana, que favorecen su formación personal y profesional.

Contribuir al servicio de la sociedad, mediante una identidad sólida enmarcada en el ejercicio profesional ético, científico, empresarial y humano.

Reciprocidad con sentido de pertenencia para retroalimentar y favorecer la institución⁸.

1.8. Privilegios que ofrece el Área

- Orientación individual para enfrentar procesos de selección.
- Red de apoyo y divulgación laboral.
- Recepción del boletín electrónico "Micronotas".
- Recepción del informativo institucional "Brújula".
- Recepción virtual revista institucional "Impacto".
- Cuenta gratuita de correo electrónico institucional.
- Consulta de libros y/o base de datos especializadas dentro de la sala de biblioteca.
- Servicio de consulta de internet en las salas de la universidad.
- Orientación para la creación de empresas.
- Apoyo en proyectos académicos sobre oportunidades de posgrados y becas en el exterior.

⁸ Ibid 4.



- Acceso a los beneficios que brinda acompañamiento y formación espiritual en Capellanía, Servicios de Bienestar Universitario, entre otros.
- 10% de descuento para hermanos e hijos de egresados de pregrado que se matriculen en carreras ofrecidas por la seccional.
- 10% de descuento para cursar posgrados y diplomados para egresados y su familia.
- Descuentos especiales en el centro de idiomas UPB, servicio de odontología con la clínica Smiles, consulta psicológica en el Centro de Proyección Social IPS.
- Descuentos en gimnasios.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

En este proyecto se propone la creación de la tercera edición de la revista IMPACTO y su versión digital como nueva estrategia de comunicación para la publicación de artículos y datos informativos relacionados con el tema del Emprendimiento, en particular, y divulgación de los beneficios que ofrece el Área a todos los graduados de la Universidad Pontificia Bolivariana.

El proceso se realiza en etapas, lo cual permite obtener mejores resultados en el desarrollo y ejecución, logrando alcanzar cada uno de los objetivos que inicialmente fueron planteados para orientar el trabajo.

La primera etapa consiste en establecer el tema central para la correspondiente edición de la Revista mediante un sondeo de opinión, el cual se realizó de manera virtual con la colaboración de la Comunidad Universitaria. Su participación consiste en seleccionar una opción de los temas a tratar en la edición o, en su defecto, sugerir uno de interés para el público según su criterio. En resultado, se logra definir el “Emprendimiento” como tema central de la edición.

La segunda etapa comprende en hacer un ejercicio de recopilación que permite obtener información sobre el tema central; con este propósito se abre una convocatoria para que los directores de facultad de cada programa académico realicen artículos haciendo alusión al apoyo que desde su respectiva facultad brindan a los egresados para que tengan en mente crear empresa. Así mismo, se hizo invitación a otras dependencias para que dieran aportes a la edición desde sus diferentes perspectivas y conocimientos sobre el tema.

La tercera etapa radica en el diseño e impresión de la revista, la cual constituye un papel importante en la construcción y consolidación de la edición, el diseño se realiza a través de Futura, empresa proveedora de los medios de comunicación impresos de la UPB seccional Bucaramanga. Se imprimen 500

ejemplares que son distribuidos posteriormente entre la Comunidad Universitaria.

La siguiente y última etapa consiste en el diseño de la revista en versión digital como estrategia alternativa de comunicación, la cual permite divulgar la información de una manera atractiva, interactiva, hipertextual (gracias a la disposición de material audiovisual que complementaba el contenido escrito) y resulta más accesible en el caso de aquellos profesionales que residen en otras ciudades o países; todo, con el fin que no sólo constituya la Revista una herramienta de información, sino también de entretenimiento. De tal manera, se plantea innovar, incrementar el consumo de la edición, afianzar los objetivos que fundamentan el trabajo en el Área de Atención al Egresado y estrechar el vínculo entre la Universidad y la comunidad profesional.

2.1. Objetivo general: Crear y desarrollar la tercera edición de la revista egresados IMPACTO y su versión digital, con el fin de llegar a los egresados de manera rápida y continua.

2.2. Objetivos específicos:

- Establecer un acceso instantáneo de la publicación digital de la revista IMPACTO.
- Proponer vínculos interactivos para navegar dentro de la revista digital.
- Introducir videos e imágenes de alta definición.

2.3. Público objetivo: El público objetivo son los egresados, estudiantes de último semestre y demás Comunidad Universitaria.

2.4. Actividades Fundamentales del Pasante:

- Apoyar las labores informativas y comunicacionales del Área en cuanto al Boletín Electrónico Conexión Bolivariana enviado a más de 6.000 correos electrónicos, el cual es un informativo electrónico en donde se da a conocer la información a los egresados sobre las actividades, encuentros, promociones, jornadas de carnetización, seminarios, conferencias, becas, entre otros.
- Encargarse de la redacción, recolección e investigación de los artículos y las noticias para la ejecución de la tercera edición de la Revista Impacto IMPACTO, la cual va dirigida a los egresados, estudiantes de último semestre y demás comunidad universitaria.
- Maestra de ceremonia de los eventos y actividades organizadas por el Departamento de Bienestar Universitario.
- Actualización del portal de egresados en la página web.
- Proponer estrategias de comunicación para el posicionamiento del área.
- Realizar contacto con nuestros egresados distinguidos, para la realización de perfiles profesionales a fin de difundir la información en nuestras publicaciones.
- Apoyo con iniciativas y estrategias de comunicación y divulgación para los eventos, actividades y proyectos del Área de Egresados.
- Colaborar en la evaluación de los procedimientos y servicios, estableciendo acciones preventivas y correctivas que permitan el mejoramiento continuo.
- Realizar un boletín informativo sobre los egresados funcionarios de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.
- Atender cualquier tipo de inquietud, consulta y sugerencia que tengan los egresados y demás visitantes de la Oficina de Atención al Egresado en caso de no contar con personal que lo pueda hacer.

3. REFERENCIA CONCEPTUAL

3.1. Sociedad y Comunicación

En las últimas décadas, se ha emprendido, por ocasión de la inversión en investigación, tecnología y desarrollo, un proceso de transformación social que implica cambios transitorios y significativos en cuanto a las actividades personales, en diferentes empresas, organizaciones e instituciones.

Su evolución ha sido impresionante, de acuerdo con la aceptación que ha tenido en la última década. Esto, debido a la creciente demanda por parte de los usuarios y a la cultura de innovación que es propia de la cotidianidad en el mundo hoy día. Comunicación e información es el factor determinante del desarrollo de las naciones y estados alrededor del mundo.

Se publica en medios electrónicos la nueva información antes que en los medios impresos (libros o periódicos). Libros y revistas electrónicas (“e-zines”) se están convirtiendo en artículos de uso común entre todos los usuarios, aunque aun sin convertirse en una amenaza real para la industria editorial tradicional, que aparentemente seguirá acompañando a la humanidad por otros siglos más. Por eso, y aun cuando podemos seguir considerando a los libros y materiales impresos como el principal vehículo de transmisión del conocimiento y la información (Cox, 1997), las tendencias marcan el uso y comercialización de materiales mixtos (libros acompañados de un CD-ROM o DVD que extiende los alcances y sobrepasa las limitaciones propias de un material impreso; sitios web conteniendo información complementaria, entre varias posibilidades).⁹

⁹ MÉNDEZ ROJAS, Miguel Ángel. El Impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información en la Sociedad y su Cultura Científico-Tecnológica. En: Razón y Palabra. Revista Electrónica. No. 43. 2005. ISSN 1605-4806 [En línea]

“Los medios masivos de comunicación en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron.”¹⁰ Esto quiere decir que los medios de comunicación se han convertido en una parte fundamental de la cotidianidad, dado que constantemente suministran información de manera inmediata. Los cambios y evoluciones propias de las distintas etapas de desarrollo social en el mundo han permitido a su vez la evolución tecnológica, social y cultural de los medios de comunicación hasta llegar a ser considerados una herramienta fundamental para el progreso de la humanidad en cualquiera de sus dimensiones.

Según Jorge Carpizo “Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten; a crear o a destruir la reputación de una organización, persona o grupo de personas; proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones. Son en muchas ocasiones los intermediarios entre la sociedad y el poder político. Son un poder porque poseen los instrumentos y los mecanismos que les dan la posibilidad de imponerse; que condicionan o pueden condicionar la conducta de otros poderes,

<<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n43/mmendez.html>> [Citado el 21 de Abril de 2010]

¹⁰ CASTILLO, Barragán Carmen. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. En: Odiseo. Revista electrónica. No. 15, julio-diciembre 2010. [En línea] <<http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/>>[Citado el 21 de Abril de 2010]

organizaciones o individuos con independencia de su voluntad y de su resistencia”¹¹.

Son canales de interacción que emplea cualquier tipo de organización para mantener un vínculo con sus públicos objetivos, de tal forma que tengan la capacidad de recibir, procesar la información y lograr una retroalimentación, que resulta esencial para determinar los objetivos prioritarios, los canales a través de los cuales direccionar la información, el lenguaje apropiado para suministrarla y las estrategias oportunas para afrontar los cambios asumiendo de manera prudente los riesgos que estos conllevan.

Existen varias perspectivas sobre medios de comunicación, de diferentes autores, que pueden guiar y ampliar los conceptos dentro de un contexto organizacional. David Buckingham afirma que *El término abarca todo el abanico de los medios modernos de comunicación social: televisión, cine, video, radio, fotografía, publicidad, periódicos y revistas, música grabada, juegos de ordenador e Internet. Por textos mediáticos se han de entender los programas, filmes, imágenes, lugares de la red, etc., que se transmiten a través de estas diversas formas de comunicación. Al referirse a muchas de estas formas de comunicación se añade a menudo que se trata de medios de comunicación, lo que implica que alcanzan auditorios muy amplios, aunque naturalmente algunos medios están pensados sólo para auditorios pequeños o especializados. Y no existe razón alguna para que ciertas formas más tradicionales, como los libros, no puedan considerarse, dado*

¹¹ CARPIZO, Jorge. Los medios de comunicación masiva y el Estado de derecho, la democracia, la política y la ética. *En:* Boletín Mexicano de Derecho Compartido. Nueva serie, Año XXXII, No. 96, Septiembre-Diciembre de 1999. [En línea] <<http://www.slideshare.net/Lylips/universidad-israel-medios-masivos-de-comunicacion>> [Citado el 21 de Abril de 2010]

*que también ellas nos ofrecen versiones o representaciones del mundo.*¹²

Una vez dicho que la comunicación consiste en un elemento fundamental para el desarrollo e interacción social y cultural y que se entiende por medio de comunicación todo aquel instrumento técnico o tecnológico a través del cual un sujeto hace uso del lenguaje para transmitir ideas, buscando obtener una respuesta, en un proceso cíclico y sistemático; lo siguiente es considerar de qué maneras el hombre hace uso de los medios para constituir la “Acción Comunicativa” a la que hace referencia Jurgen Habermas y otros académicos en diversos estudios respecto a los efectos de la comunicación en la sociedad y cómo estos pueden estar sujetos a la manipulación del hombre.

3.2. Estrategias de Comunicación

Más allá del simple uso de los medios, lo trascendental es su utilidad para la obtención de logros tangibles dentro de un sistema y las amplias alternativas que brindan aisladamente y en conjunto para convertir el mensaje en una unidad de significado, que moldea conductas, perspectivas, formas de ser, pensar y actuar.

Lo verdaderamente importante en el conocimiento y aprovechamiento de los medios es la posibilidad que tiene el hombre para desarrollar un pensamiento estratégico que le permita manipular instrumentos, tecnologías, lenguajes, canales, condiciones y hasta circunstancias de tal manera que sea más rápida, efectiva y eficaz la consecución de objetivos a pequeña y gran escala. Ya sea en el contexto de un pequeño grupo de trabajo o una nación entera. Cuando la comunicación está sujeta a una planificación detallada y minuciosa obedeciendo a unos propósitos concretos y tangibles, se dice que es estratégica.

¹² BUCKINGHAM, David. 2004. Educación en Medios, Alfabetización, Aprendizaje y Cultura Contemporánea. Barcelona, España. Editorial Paidós. 2005. Pág. 331. En: Ibid. 10

Si la implementación de una Estrategia de Comunicación resulta imprescindible en cualquier tipo de intervención, más aún lo es cuando el objetivo es incorporar la perspectiva de género a las políticas de empleo y formación, como condición para mejorar su calidad". Entender los modos de comunicación es acceder a pautas culturales, introducirse en las formas de "hacer cosas" y de "construir sentido'. De ahí la estrecha relación entre género, equidad y comunicación: las personas no son receptoras pasivas que reciben mensajes y se ajustan a ellos para decodificarlos en un único sentido.¹³

Una táctica efectiva para desarrollar cualquier estrategia mediática corporativa consiste en identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de la comunicación en su estado actual; es decir, antes de ser intervenida. Este ejercicio comprende entre otros aspectos un análisis complejo; tanto subjetivo como objetivo, sobre las características del lenguaje, los canales de información, el contexto en sus diferentes dimensiones (psicológica, social, política, laboral, etc.), las condiciones y necesidades, los recursos disponibles (humanos, materiales, tangibles e intangibles); pero, sobre todo, las características de los medios y su aprovechamiento. Hoy día también se incluye y de hecho determina el nivel de desarrollo de una organización, las características y condiciones de su incursión en las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación –TIC.

En cuanto a las características de los medios y su aprovechamiento es preciso determinar qué medios han sido aprovechados, de qué tipo (convencional o alternativo), de qué manera y con qué propósito; así mismo, los espacios de

¹³PROGRAMA FORMUJER. Estrategia de comunicación: una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad. Montevideo. Cinterfor. 2003. [En línea] <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/em_ca_eq/com_uni.htm> [Citado el 20 de Abril de 2010]

participación que tienen lugar en el proceso, las características del lenguaje y las posibilidades de retroalimentación que existen para el mensaje.

Ante la posibilidad de emplear medios alternativos y convencionales vale la pena aclarar que la preferencia por uno u otro tipo de medios no determina el éxito del mensaje; en cambio, éste está determinado por el uso y aprovechamiento de ellos en coherencia con los objetivos trazados y el público al que se dirigen. En la medida en que el medio satisfaga las necesidades de los usuarios y corresponda oportuna y adecuadamente a las condiciones del entorno, podrá responder a las expectativas y permitir alcanzar el propósito particular y general.

Aún así, y aunque existen numerosos ejemplos de procesos exitosos de comunicación estratégica basada en medios convencionales y no alternativos; lo cierto es que las diversas herramientas y ventajas que ofrecen las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación, sumadas a la acelerada inmersión humana al mundo digital que torna la convergencia virtual un escenario de preferencia para las nuevas generaciones, obliga a las nuevas y más tradicionales organizaciones a implementar estrategias específicas para el aprovechamiento de recursos vía internet, aún cuando no deban desistir de sus plataformas convencionales de comunicación e información.

3.3. La Evolución a lo Digital

La industria de los medios y contenidos virtuales supone no sólo un cambio de operaciones, o una implementación de nuevas tareas, sino una transición hacia otro paradigma desde el cual se desarrolle y evalúe cualquier proceso de producción, no tan sólo de difusión.

Cuando se habla de evolución a lo digital se entiende primero una nueva tendencia hacia la era del conocimiento, que plantea a su vez el posicionamiento de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación.

En el contexto de esta era, la producción de bienes y servicios debe comprender tanto las plataformas convencionales, como las virtuales o emergentes. De tal manera, lo importante no es la instrucción sobre los procesos, sino el conocimiento que se logra de ellos por autodidaxia, gracias a la interacción permanente con datos y secuencias metodológicas, a través de un entorno virtual que lo provee todo en términos de información.

Uno de los dilemas que hay que afrontar cuando se entra a la creación digital, distribución y archivo, es que los procesos que se han establecido en los últimos 50 años, no son compatibles con la generación digital... Finalmente, todas las organizaciones de la industria de media y de contenido, y las industrias de infraestructura que las soportan, tendrán que hacer la transición a lo digital, no tendrán otra opción. Puede que haya unas pocas empresas que soporten con el sistema analógico, pero no será el standard, ni será donde se hace la mayoría del negocio. Para aquellos de vosotros implicados en el cambio, éste requerirá más que utilizar discos duros y redes en vez de cintas y sobres; requerirá un nuevo conjunto de trabajos y habilidades.

Interactuar con una variedad de individuos y empresas separadas es un área donde la creación de contenidos tiene ventajas sobre otras partes de la industria de media. Una gran cantidad de creación de contenido, pasado y presente, se lleva a cabo en una organización virtual (VOrg). Puede imaginar VOrg como una colección de individuos y empresas que se juntan para completar un contenido específico. Todos realizan diferentes tareas y su único interés común es completar el contenido.

La industria de creación de contenidos tiene una infraestructura muy desarrollada para soportar este tipo de organización, y los profesionales de la industria de contenido saben cómo trabajar

así. Los éxitos y personas y organizaciones en este VOrg dependen completamente de cómo debían integrarse actualmente y hacer frente a los rápidos cambios del proceso creativo. Al contrario, que las posesiones como el ancho de banda, que son fáciles de convertir en comodidades, este método de trabajo es muy difícil de duplicar, porque el estilo de trabajo afecta al mismo centro de los valores y procesos del individuo u organización.¹⁴

De allí que cuando se habla de evolución a lo digital no sólo se hace referencia a la implementación tecnológica, sino a todo aquel conocimiento generado en entornos específicos de la virtualidad y la digitalización. Es decir, debe contemplarse una pedagogía que permita a los miembros de la organización, no sólo saber usar, sino comprender las dinámicas de circulación para que puedan efectivamente sacarle el mayor provecho a esos recursos virtuales de que proveen.

3.4. Beneficios de la Media Digital

Dentro de los beneficios que ofrece la media digital es posible destacar la rápida inserción al mercado; los tiempos de procesamiento se reducen mediante arreglos rápidos y comunicación; menor personal de soporte; menores costos de facilidad y mantenimiento; larga duración de los contenidos archivados; contacto directo entre los propietarios de contenido y distribuidores y/o consumidores de media¹⁵.

Uno de los beneficios importantes que facilita la media digital es la implementación de metadatos. Éstos permiten desarrollar diseños más cómodos, prácticos e interactivos que sirven de introducción al contenido,

¹⁴ POOLE, Curtis. BRADLEY, Janette. El Manual del Profesional de los Medios Digitales. Nuevas herramientas, nuevos métodos. Guipúzcoa, España. Ed. Elsevier Science.. 2003. Pag. 243

¹⁵ Ibid 14. Pag. 242

tornando más agradable y atractiva la información; al tiempo que la condensan en un proceso hipertextual permanente.

3.5. El Papel de los Metadatos en la Cadena de Suministro de los Medios Digitales

“Los metadatos consisten en una pequeña cantidad de datos que resume una cantidad mayor de datos asociados. En físico, un metadato puede ser un número de identificación a partir del cual se puede obtener información detallada sobre actividades específicas que realiza una persona; y en digital, una palabra o imagen que funciona como vínculo para contenidos más extensos.

Los metadatos lubrican la cadena de suministro. Es decir, las cadenas de suministro funcionan con datos y cuando esos datos están administrados correctamente por metadatos, y no por el propio contenido actual, la cadena opera mucho más rápido. Al contrario, metadatos incorrectos o perdidos puede llevar a un atasco en la cadena de suministro o a una interrupción completa.

Los clientes basan sus decisiones de compra en los metadatos del vendedor. Los vendedores basan sus inversiones en los metadatos del cliente. Esto es en esencia la cadena de suministro en acción.

Los metadatos también sirven para otros propósitos: Seguridad; dado que proporcionan un ejemplo de contenido sin exponer el propio contenido. Privacidad; porque agregan métricas de uso sin exponer los datos privados del consumidor. Y Eficiencia; ya que el 80% del valor está contenido en el 20% de los datos”¹⁶.

¹⁶ Ibid 14. Pag. 253-254

Dado que la incursión en la media digital es un proceso complejo y claramente específico, requiere de un desarrollo de pensamiento, planeación, formación en ciertas destrezas y habilidades fundamentales (manejo de software de edición y plataformas de navegación, conocimiento de términos, formatos, etc.) que responden a un pensamiento estratégico y no sólo tecnológico. En muchas ocasiones, introducir tecnología en una organización representa un cambio radical que obliga superar paradigmas y costumbres. Esto también hace parte del proceso, pues el trabajo no sólo comprende la innovación sino también la generación de cultura de consumo y aprovechamiento.

Es necesario considerar que la implementación de una nueva tecnología no garantiza el éxito de un proceso de comunicación, del mismo modo, que un buen diseño no garantiza la satisfacción de todas las necesidades del usuario. Dicha implementación debe estar guiada de un proceso previo de análisis sobre las posibilidades de acceso del usuario, las condiciones del entorno y los beneficios que ofrece. Y debe igualmente estar seguido de un proceso de capacitación y promoción fundamentales para la apropiación y familiarización con el mismo.

3.6. La Inclusión digital a Partir de Objetivos Concretos

Las tecnologías de la información que diseña y desarrolla la industria no siempre logran el éxito de su implementación en el mercado; menos aún su prosperidad social, reconocida como penetración y satisfacción del usuario; o su éxito empresarial, en forma de beneficios económicos. Las razones son numerosas: a) Insuficiencia de la propia tecnología, b) Incapacidad de la industria, c) Insuperada competencia de otros sistemas, d) El rechazo por parte del usuario.

Las causas del rechazo, particularmente, son también diversas, pero una de ellas tiene que ver con que los usuarios se sienten decepcionados de las satisfacciones inmediatas y los servicios que las tecnologías les ofrecen, más aún después de las grandes campañas publicitarias y periodísticas que les hacen crear falsas y excesivas expectativas¹⁷.

La forma más apropiada de prevenir el fracaso en la implementación de una nueva tecnología, más aún, cuando se trata de una digital, consiste en desarrollar una planeación mediante la cual el empleo de la media digital esté sujeto a unos objetivos concretos, que permitan obtener logros tangibles. Es decir, toda introducción a las nuevas tecnologías requiere una visión prospectiva sobre sus alcances y productos a corto, mediano e incluso largo plazo. De ahí parte la necesidad de evaluar periódicamente un proyecto de inclusión digital en cuanto al impacto, la satisfacción del usuario, el uso y aprovechamiento y la sostenibilidad.

3.7. Interactividad

La interactividad, por su parte, consiste en la capacidad para conservar un hilo conductor permanente de circulación de información entre emisor y receptor, donde ambos intercambian roles regularmente y con cierta periodicidad, y donde no sólo se recibe, sino se modifica o produce nueva información a partir de la que surge inmediatamente.

La interactividad es un concepto clave en el campo de los ‘Nuevos Medios’ o Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), pero es también ambiguo al mismo tiempo, por lo que necesita ser estudiado desde distintos planos. Desde una perspectiva técnica, la interactividad completa, en nuestra opinión

¹⁷ ZABALETA URKIOLA, Iñaki. Tecnología de la Información Audiovisual. Sistemas y servicios de la radio y televisión digital y analógica por cable, satélite y terrestre. Barcelona, España. Ed. Bosh. S.A. 2003. Pag. 26.

podríamos definirla como: La máxima capacidad de comunicación e interacción entre los usuarios de una red, en ambos sentidos, por el mismo canal, incluyendo la posibilidad por parte del usuario para modificar y crear el contenido y los servicios.

Puesto que existen diversas soluciones de interactividad en el campo de las TIC, tanto en el caso de las redes de comunicación 'tanto cerradas como abiertas', es necesario considerar una serie de parámetros que puedan describir tales soluciones:

-Interactividad según su dirección: Interactividad horizontal, se refiere a la interactividad que pueden tener entre sí los usuarios de una red por el mismo canal, en ambos sentidos, independientemente de la que puedan tener con el operador de la red. Interactividad vertical, se refiere a la capacidad de interacción/comunicación que pueda existir entre el transmisor y el receptor, entre el usuario y el operador, a través del mismo canal, en ambos sentidos.

-Interactividad según su grado: Nivel o grado de interactividad que puede haber en cada uno de los dos sentidos del canal de comunicación, de manera que la interactividad sea total o parcial.

-Interactividad según el canal: Se refiere al hecho a que la interactividad se realice por el mismo canal o por medio de otro canal alternativo.

-Interactividad según la actividad del usuario: Se desarrolla a partir de los nuevos medios y nuevas TIC. Se refiere a la posibilidad o no que tiene el usuario para crear y modificar los contenidos y los servicios.

a) *Interactividad comunicativa, tradicional en que el emisor y el usuario se comunican y transmiten órdenes, decisiones y contenidos.*

b) *Interactividad creativa, surge en los nuevos medios y se fundamenta en la capacidad del usuario para crear y modificar el contenido transmitido por el emisor.*

c) *Interacción de usuario a usuario, es la que pertenece a la comunicación interpersonal y social. Comprende cuatro estados: un monólogo sin feedback o retroalimentación, un monólogo con feedback, el diálogo 'responsivo' donde hay respuesta pero no discurso; y el cuarto, discurso mutuo al mismo nivel.*

d) *Interactividad de usuario a documento, se refiere a la forma en que el usuario interactúa, emplea e interpreta los documentos y los contenidos de los medios.*

e) *Interactividad de usuario a sistema, es el tipo de interactividad de los nuevos medios, sobre todo, la computadora.¹⁸*

Es preciso comprender que la interactividad, lejos de consistir en un intercambio de datos, es una plataforma que permite crear relaciones estables y de mutuo beneficio entre los interlocutores. Esto es, no basta con sostener un canal a partir del cual dos, tres o más usuarios se adhieran, sino proveer a ellos información lo suficientemente atractiva o importante, como para que decidan hacer uso, modificar, producir y crear lazos incluso afectivos a partir de ello. De ahí la importancia, de sostener el diálogo a través de la interacción y nutrir la relación de aspectos interesantes para ambas partes.

¹⁸ Ibid 17. Pag. 42 – 49.

3.8. Conceptos y Términos Usuales de la Comunicación Digital

Algo que ha posicionado en gran medida a la nueva era de lo digital al punto de convertirse en un proceso de transformación histórica, es la posibilidad de acumular y asociar diferentes medios, plataformas y servicios en un solo entorno: el virtual. Ya no se habla de una sino de múltiples posibilidades de difusión e interacción desde un mismo espacio virtual, y de no uno, sino muchos mecanismos para hacerlo, todos desde un mismo lugar.

La disminución de trámites, la reducción de procesos, la interrelación de procedimientos, la hipertextualidad se han convertido en las principales ventajas de la tendencia digital.

3.8.1. “Convergencia: *Se define como la confluencia, cooperación o combinación de diversas tecnologías, diversos contenidos, diversos procesos, y/o diversos actores, o una mixtura de todos ellos. Es el término más empleado para todo tipo de colaboraciones entre los actores o elementos del proceso mediático. También se utiliza para denominar casos de concentración, fusión, cooperación e integración de medios de comunicación.*

3.8.2. Concentración: *La reducción de la variedad de medios de comunicación debido a las agrupaciones fusiones, absorciones, compra y venta de compañías, etc.*

3.8.3. Cooperación: *Permite denominar el trabajo de periodismo realizado en las redacciones integradas donde se produce contenido informativo para el medio digital¹⁹.*

¹⁹ Ibid 17.

3.9. División Digital

Es un concepto actual y de máxima importancia dado que significa la separación de la sociedad entre los que tienen acceso relevante a las tecnologías de la información y comunicación, sobre todo, internet, y los que lo tienen de manera insuficiente o nula. Una manera habitual de expresarlo ha consistido en dividir la sociedad de manera binaria (los que tienen y los que no tienen acceso a las TIC), pero las más recientes investigaciones enfatizan en lo inapropiado de este planteamiento ya que la división digital no es binomial sino gradual, con múltiples situaciones de acceso a lo largo de todos los grupos sociales, culturales y étnicos.

Este enfoque supera el simple factor de equipamiento tecnológico, lo que causa un cambio de concepto: en vez de división digital se habla de tecnología para la inclusión social, que es el discurso que prevalece en la Unión Europea y es el que comienza a extenderse entre los sectores académicos estadounidenses más progresistas. De esta manera el usuario es visto y comprendido no como consumidor, sino como ciudadano sujeto a políticas de participación social.

Algunos autores han hecho propuestas para prevenir la división digital:

- *Recursos básicos: Necesidad de garantizar acceso a redes de comunicaciones privadas y públicas básicas; necesidad de que la información y comunicación de las instituciones públicas esté disponible para el ciudadano; necesidad de la información y comunicación sobre la salud; necesidad de la información y comunicación sobre la educación.*

- *Destrezas básicas: es necesario que los ciudadanos adquieran destrezas básicas en el empleo del equipamiento electrónico; que tengan posesión y acceso a computadoras y redes; que los equipos sean fáciles de utilizar; y, por último, que haya una más igualitaria distribución de oportunidades de empleo por medio de una mayor penetración de las nuevas tecnologías en los hogares, escuelas, etc²⁰.*

La cuestión de evaluar la implementación de una tecnología o medio digital, por tanto, no comprende sólo determinar el acceso que los usuarios tienen a la tecnología o medio, sino la apropiación y características del uso y aprovechamiento que dan a estos. De tal modo, se determinan falencias que estén generando división digital, para corregirlas y lograr una mejor implementación o inclusión digital.

3.10. Actitud Ante la Innovación

Así como ha crecido la industria digital, han crecido y se han segmentado sus públicos. La emergencia de nuevas tecnologías ha traído consigo gustos y disgustos, dividiendo la población entre quienes simpatizan por completo generando incluso adicción, quienes lo hacen parcialmente, para usos exclusivos y con ciertos propósitos claramente definidos o quienes simplemente muestran aversión y escepticismo:

Este criterio es importante para determinar las categorías de adopción de Rogers y se define bien como el grado de rapidez con que una persona adopta una nueva tecnología y toma decisiones de innovación independientemente de las experiencias comunicadas por otros. Existen cuatro tipos de actitudes personales ante la innovación:

²⁰ Ibid 17.

Actitud corifea: Defensores convencidos de la expansión de las TIC y de sus bondades como instrumentos para un desarrollo social.

Actitud crítica: Teóricos críticos cercanos a la escuela de Frankfurt, que consideran que las TIC intervienen como instrumentos de poder y control político y económico que aumenta las diferencias entre las sociedades y por tanto las personas.

Actitud ambivalente: Consideran que las TIC tienen valores positivos y negativos por lo que actúan con notable crítica, pero reconociendo sus posibilidades si hacen un uso y desarrollo equilibrado y solidario.

Actitud de los nihilistas o escépticos radicales: Vienen de la corriente postmoderna generada en torno a la imagen y la sociedad democrática. Tienen una actitud hipercrítica que se puede resumir en una serie de ideas centrales, todas derivadas de que las TIC crean un nuevo orden comunicativo con unos efectos socioculturales importantes.²¹

3.11. Consecuencias de los Nuevos Medios

Una de las principales implicaciones que ha traído para la sociedad la implementación de Nuevas Tecnologías en Comunicación e Información consiste en la diversificación de los públicos y lo amorfos que se han vuelto para efectos de investigación.

Es difícil para los gobiernos, por ejemplo, ejercer control sobre la publicación de ciertos contenidos que se consideran sensibles o sobre la circulación de nuevas plataformas que terminan por consolidar prácticas nocivas de interacción. El entorno virtual, ciertamente, dada su magnitud y capacidad de penetración, ha erigido sus propias políticas de funcionamiento y es casi

²¹ Ibid 17. Pag. 26.

imposible para los gobiernos o entidades que en el marco de lo real se considerarían “de legítima autoridad”, penetrar y orientar el consumo, a no ser que suceda bajo sus mismas políticas. Su única intervención se establece a partir de la mediación dada por líderes de opinión o por la calidad y credibilidad que logran sustentar en la naturaleza y magnitud de sus públicos a través de sus propios entornos virtuales.

Entre las consecuencias que para las audiencias tienen los nuevos medios, Denis McQuail apunta seis: Multiplicación, fragmentación y segmentación de las audiencias. Mayor diferenciación por fuentes, medio, contenido, tiempo y lugar. Mayor abanico de opciones y más autonomía para los consumidores de medios. Comportamiento más selectivo, interactivo y constructivo de la audiencia. Internacionalización de la recepción. Las audiencias resultan aún más invisibles e inexplicables para la investigación.

Dado que los medios de comunicación y la tecnología segmentan las audiencias como lo afirma McQuai es interesante conocer tres conceptos básicos referentes al acceso, la suscripción y la penetración. El acceso consiste a la posibilidad que tienen los usuarios de ponerse en contacto con la información y beneficios que ofrece un actor a través de uno o varios medios de comunicación, tecnología o sistema. La suscripción se refiere al número de hogares suscritos a una determinada tecnología. La penetración hace referencia al ratio o proporción del número de suscriptores a una determinada tecnología con respecto al número total de hogares con acceso a dicha tecnología.²²

²² Ibid 17. Pag. 73 – 74.

3.12. Elegir la Tecnología

Existen aspectos básicos al momento de establecer la tecnología apropiada para un propósito específico dentro de un proceso de comunicación estratégica en cualquier organización.

La definición de la tecnología está orientada por cuestiones como: Las tecnologías de codificación que se utilizarán. Los reproductores que serán mejores para la audiencia. La plataforma servidor que se empleará. Si se suministrará video y audio o sólo audio. Las características propias del contenido, su extensión. Los propósitos de su aplicación sean para negocios, educación o entretenimiento. Su nivel de usabilidad de acuerdo al estándar de las capacidades, destrezas y habilidades propias de la población objetivo. Si proporcionará una emisión a petición, cercana o en directo.

Por esta razón es importante tener claro el objetivo, el tipo de organización y la población para saber que herramientas y de que manera se utilizarán para dar un mejor uso y de esta forma cumplir con el objetivo del emisor o entidad contando con un personal capacitado para transmitir la información adecuada.

4. METODOLOGÍA DE TRABAJO

Etapas de Ejecución para el Proyecto

4.1. Etapa I

4.1.1 Conocimiento del área: En esta primera etapa se conoció la historia del arte del Área de Atención al Egresado con el objetivo de visualizar los proyectos y/o actividades e identificar lo que hacía falta implementar para mejorar los procesos y atender a las necesidades. A partir del diagnóstico inicial se logró identificar la importancia de crear la versión digital de la revista IMPACTO, teniendo en cuenta que una parte de la audiencia son egresados que se encuentran en el exterior, lo cual brindaría facilidad de acceso y mayor atracción del contenido e imágenes. La revista digital nació como respuesta a la necesidad de contar con un medio de calidad, que pudiera proveer información contenida en la revista impresa, pero con calidad de acceso inmediato, recursos audiovisuales que ampliaran, complementaran o brindaran una mejor comprensión del tema tratado y resultara de fácil lectura. Esta debía reunir temas de gran interés, definidos a partir de la participación y opinión de los egresados y la comunidad universitaria en general, por esta razón se envió una invitación por medio del correo para que participaran en el sondeo virtual diseñado, con el fin de seleccionar el tema central a través de la opinión de los egresados. (Ver anexo 1. Flyer para seleccionar el tema central de la tercera edición de la revista IMPACTO).

4.1.2. Sondeo Virtual:

Sondeo del tema central para la tercera edición de la revista IMPACTO del primer semestre del 2010.

Justificación

El Área de Atención al Egresado es la dependencia que permite mantener un vínculo con los egresados de la UPB seccional Bucaramanga, con el fin de ofrecerles un apoyo continuo y brindarles espacios para el fortalecimiento de su desarrollo humano, ético y profesional, por tal razón es importante conocer las opiniones y expectativas sobre el tema que les gustaría en la próxima edición de la revista IMPACTO.

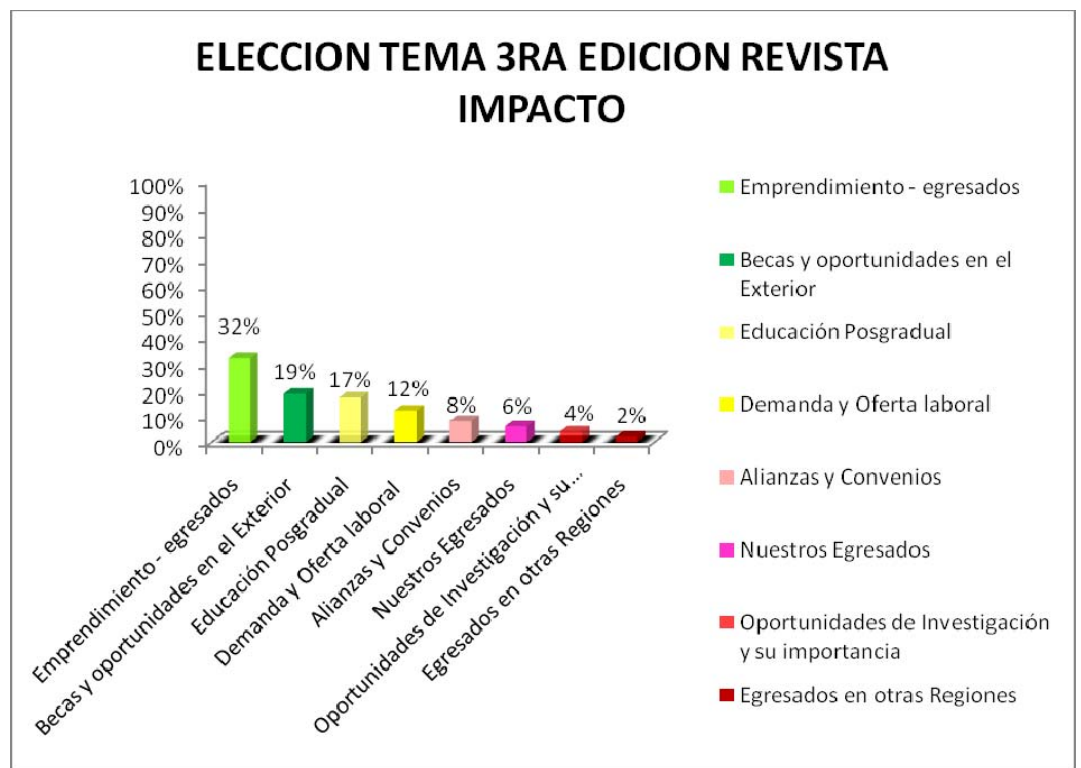
Teniendo en cuenta que hay varios temas de gran interés para ellos, se realizó un sondeo de opinión virtual a los egresados, con el objetivo de seleccionar el tema central para la próxima edición, así mismo se brindó el espacio para noticias del Área de Atención al Egresado, perfiles de egresados distinguidos, saludos y pequeños mensajes de egresados al interior de sus páginas, artículos, fotos y momentos memorables que se han vivido hasta la fecha. La revista IMPACTO es un espacio donde el profesional bolivariano podrá obtener información y herramientas para optimizar y profundizar en su desarrollo profesional.

El Sondeo se aplicó por medio magnético a un grupo representativo de la población objeto, egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana. Posteriormente se analizaron los resultados con el fin de tener una información concreta y detallada

Algunas opciones para el tema central:

- Alianzas y convenios
- Becas y Descuentos
- Educación posgradual (posgrados, maestrías, diplomados y especializaciones).
- Oportunidades en el exterior.
- Otro..... ¿Cuál?

Las demás opciones que podrán observar en la gráfica fueron propuestas por los egresados. Se aprecia que la mayor parte de los egresados que participaron en el sondeo, desean conocer la información y herramientas adecuadas para crear empresa, por tal razón el tema seleccionado fue Emprendimiento como resultado del sondeo y teniendo en cuenta que era un tema que no se había utilizado en las ediciones anteriores y que es de gran interés para los egresados UPB.



4.2. Etapa II

4.2.1 Recolección de la información: En esta etapa se realizó la reportería necesaria para reunir toda la información, así mismo se llevó a cabo la sesión fotográfica con tres egresados emprendedores, la Ingeniera Industrial Nathalia Granados Gerente del Café la Academia, el Ingeniero

Industrial Sergio Ramírez Gerente de Interprice Colombia C.I. LTDA, y el Ingeniero Electrónico Jesús Omar Vargas Gerente de Grupo Siatec LTDA quienes fueron seleccionados por su gran esfuerzo de crear empresa a partir de las bases educativas, éticas y morales que la Universidad les recalcó para la vida profesional, la sesión fotográfica se realizó dentro del campus universitario para lograr imágenes acerca del tema seleccionado para la tercera edición de la revista IMPACTO que ofrecía el Área de Atención al Egresado. Entre la recopilación de la información se invitó al rector Mons. Primitivo Sierra Cano a desarrollar la editorial, a los egresados a que participaran en la elaboración de artículos, comentarios o frases alusivas al orgullo de ser graduado de la Universidad Pontificia Bolivariana, así mismo se invitó por medio de una carta dirigida a los directores de cada facultad o jefes de dependencia a que publicaran información a manera de artículo desde su conocimiento o punto de vista respecto al tema tratado.

4.3. Etapa III

4.3.1 Elaboración de la revista impresa: De acuerdo con la información recopilada se evaluó si existía la necesidad de crear otras secciones agradeciendo la participación de los autores que elaboraron un artículo y permitieron el inicio del desarrollo y diseño de la revista de forma creativa e institucional, la cual contó con el apoyo de la empresa proveedora Futura como se ha logrado en las dos ediciones anteriores en cuanto a la diagramación, de tal forma que fuera una revista llamativa, atractiva y muy interesante. (Ver anexo 2. Revista en versión impresa).

4.4. Etapa IV

4.4.1. Diseño de la revista digital: Inmediatamente se desarrolló la revista impresa, se inició con la elaboración de la revista en versión digital con

el apoyo de un ingeniero experto en desarrollo virtual teniendo en cuenta que debía caracterizarse por ser un producto atractivo, asociado a imágenes, sonidos, animaciones y efectos con el fin de cautivar a toda la audiencia que pudiera acceder a ella. Con el propósito de que los egresados tuvieran un acceso rápido y sencillo a la revista digital se facilitó un link en el Portal de egresados, de manera que el profesional sólo deba ingresar a la Web institucional de la UPB, ir al Portal de egresados, hacer click en publicaciones, ingresar en Impacto y entrar al siguiente link http://www.upbbga.edu.co/impacto/copia_impacto_2011_06_04/ donde podrán disfrutar de la tercera edición de la revista en versión digital. (Ver Anexo 3. Link revista digital IMPACTO).

4.4.2. Sondeo: Luego de implementar la versión digital de la revista, se aplicó un sondeo que permitió evaluar el impacto generado tanto de la revista impresa como la digital para identificar las necesidades y falencias en cuanto a contenido, diseño y satisfacción de los usuarios. (Ver Anexo 4. Sondeo de satisfacción). Los resultados de la Sondeo de satisfacción se encontrarán en **6. Evaluación del Impacto.**

4.5. Etapa V

4.5.1. Exposición del informe final: Una vez finalizado el proceso de diseño y divulgación de la revista digital que ofreció el Área de Atención al Egresado, se presenta ante los miembros de la facultad y el jefe directo de la dependencia la evaluación de resultados obtenidos, logros alcanzados y recomendaciones para ediciones futuras.

5. RECURSOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- Impresiones FUTURA
- Cámara fotográfica
- Cámara de video
- Celular
- Teléfono
- Computador con acceso a internet
- Impresora y fotocopidora
- Acceso a Biblioteca
- Papelería
- Documentos de información del Área de Atención del Egresado
- Informes de Gestión del Área de Atención del Egresado
- Bases de datos de los egresados de todas las facultades
- Acceso para enviar información mediante el correo cegresados@upb.edu.co
- Acceso al portal de egresados
- Acceso al facebook del Área

6. EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Para la realización de la Sondeo de satisfacción de la revista IMPACTO realizada por el Área de Atención al Egresado se tuvo en cuenta una muestra de 140 egresados que desearon ser parte de la evaluación del impacto de los 900 ejemplares que fueron enviados a los egresados por correspondencia a las direcciones de residencia u oficina y egresados funcionarios de la UPB.

El Sondeo se realizó por medio de la página de encuesta fácil, donde se diseñó un cuestionario sencillo, generando un link y de esta manera enviado a los egresados, con el fin que participaran en la evaluación y poder conocer la opinión de ellos sobre la redacción, el diseño, el contenido, las secciones, entre otros temas.

El proyecto está encaminado dentro de un tipo de estudio descriptivo con enfoque cualitativo, dado que permite identificar opiniones específicas del público objetivo a través del estudio.

El diseño es no experimental transversal puesto que se recolecta la información en un solo momento, con un tiempo establecido y su propósito es medir el nivel de impacto de la revista en los egresados.

El proyecto se llevará a cabo de manera semestral, puesto que la revista tiene la misma publicación, es importante cumplir con el seguimiento del impacto de la revista, con el fin de conocer su desarrollo de avance y mejoramiento, realizando como proceso la recolección de la información y de esta manera analizarla a través de las gráficas.

A continuación encontraremos la ficha técnica utilizada para el proceso de evaluación

FICHA TÉCNICA	
EVALUACIÓN DE LA TERCERA EDICIÓN DE LA REVISTA IMPACTO REALIZADA POR EL ÁREA DE ATENCIÓN AL EGRESADO DE LA UNIVERSIDAD POTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA	
Tipo de Estudio	Descriptivo con enfoque cuantitativo
Diseño	No experimental transversal
Método de Investigación	Sondeo
Graduados de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga hasta Julio de 2010	
Tipo de muestreo	Aleatorio simple
Población	Muestra del presente estudio
4801	140 graduados de la UPB
Extensión	Graduados de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga
Limitaciones del estudio	La variable característica para la comunicación con los egresados es el correo electrónico. Algunos, que figuraban en la base de datos del área, fueron cambiados lo que hacía imposible el contacto.
Fuente de información	Graduados de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga
Técnica de recolección de información	Se realizó un sondeo de opinión través de correo electrónico.
Tiempo de trabajo de campo	Durante 4 semanas del mes de Julio de 2010

La siguiente tabla muestra el número de graduados por Facultad y especializaciones en general hasta julio del 2010, tiempo en que fue realizado lo sondeo.

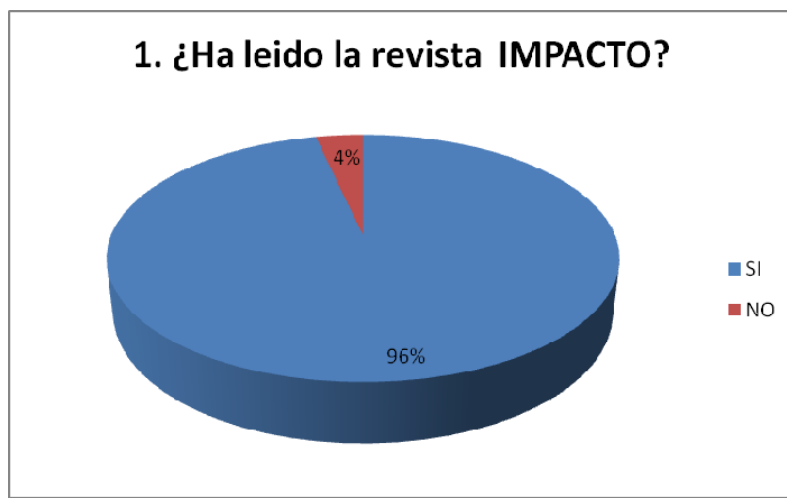
PROGRAMAS – PREGRADO	ESTADÍSTICA GRADUADOS DE PREGRADO HASTA JULIO 2010	# EGRESADOS QUE PARTICIPARON EN EL SONDEO
Ingeniería electrónica	836	20
Psicología	631	18
Ingeniería industrial	858	23
Ingeniería Civil	587	17
Ingeniería Sanitaria y Ambiental	386	0
Administración de Empresas	171	7
Comunicación Social y Periodismo	169	10
Ingeniería Mecánica	90	2
Ingeniería Informática	16	0
Derecho	14	3
Ingeniería Ambiental	77	13
TOTAL PROGRAMAS DE PREGRADO	3860	113

PROGRAMAS – POSGRADO	ESTADÍSTICA GRADUADOS DE POSGRADO HASTA JULIO 2010	# EGRESADOS QUE PARTICIPARON EN EL SONDEO
Ingeniería Ambiental	82	0
Gerencia del Ambiente	28	1
Gerencia de la Com. Organizacional	39	0
Familia	72	3
Vías Terrestres	153	1
Telecomunicaciones	72	1
Gerencia	241	2
Negocios Internacionales	83	2
Psicología Clínica	32	2
Seguridad Informática	15	0
Sistemas Integrados de Gestión	64	2
Gerencia e Interventoría de Obras Civiles	29	1
Control e Instrumentación Industrial	27	0
Mercadeo Internacional	4	2
TOTAL PROGRAMAS DE ESPECIALIZACIÓN	941	17
TOTAL	4801	128

DEPENDENCIAS UPB	10
TOTAL	140

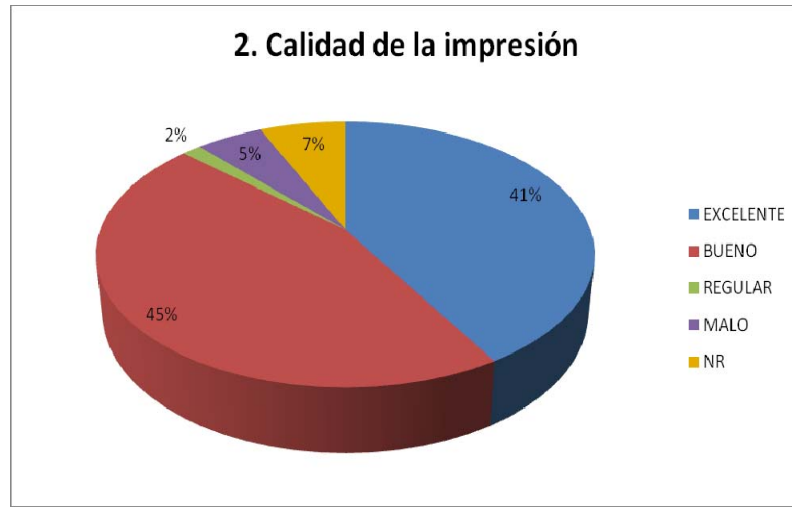
Medición del nivel de aceptación y calidad de la tercera edición de la revista IMPACTO.

Gráfica 1: ¿Ha leído la revista IMPACTO?



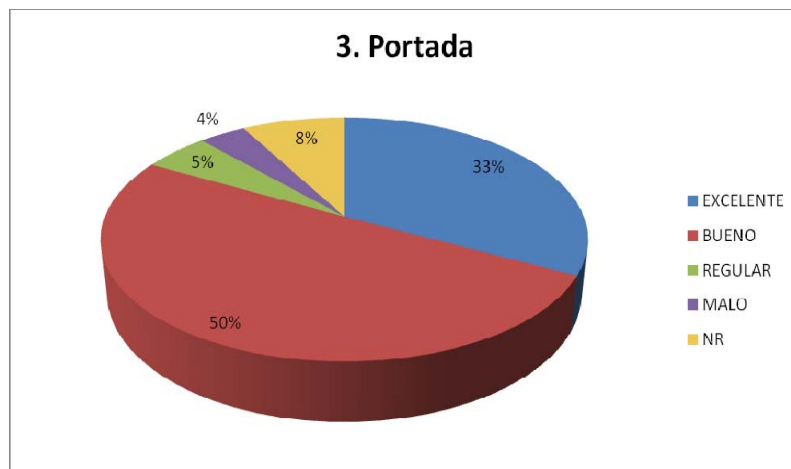
A la pregunta *¿Ha leído la revista IMPACTO?*, como lo describe la gráfica anterior, el 96% de la población respondió que SI, frente a un 4% que dijo NO. Esto quiere decir, que más de 130 personas de las 140 Sondeadas, representativamente, han tenido contacto con la Revista al menos una vez, garantizándose un conocimiento elemental de lo que expone su contenido.

Gráfica 2: Calidad de la impresión



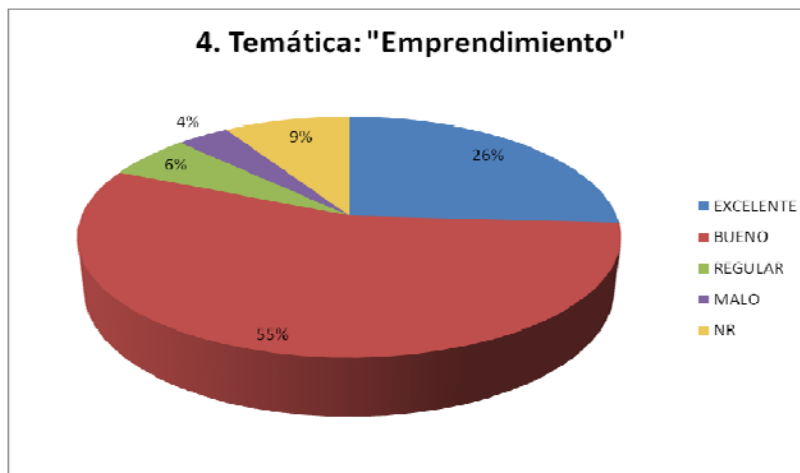
De las 135 personas (96%) que expresaron conocer la revista IMPACTO, en la siguiente gráfica, se describe que el 41% la calificó como excelente la calidad de impresión de la Revista mientras un 45% la calificó como buena. Un 5% adicional consideró malo este aspecto. En resumen, es posible observar que un 86% de la población evalúa la calidad de impresión de la Revista mientras un 7% considera èste un factor desfavorable para la misma.

Gráfica 3: Portada



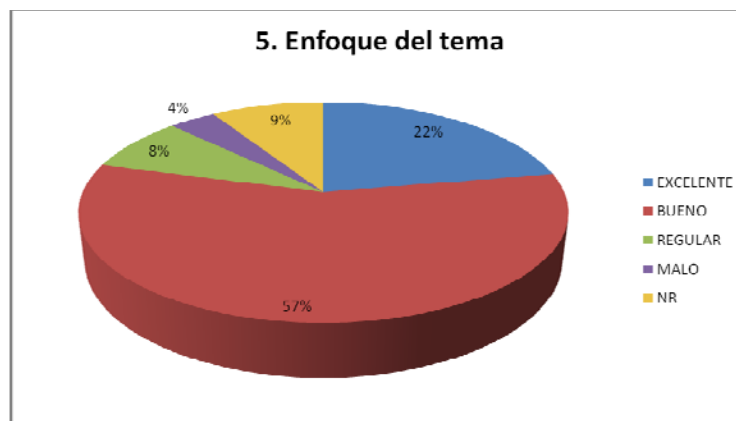
Según la gráfica anterior, el 50% de los encuestados consideran como Bueno el diseño de la portada y un 33% lo califica como Excelente, mientras el 5% lo considera un diseño Regular y un 4% lo califica como Mal diseño. Esto se resume en que un 83% avala el diseño de la portada como un diseño apropiado para la Revista y en contraste, sólo un 9% lo considera inapropiado.

Gráfica 4: Temática: “Emprendimiento”



En cuanto al Emprendimiento, el 55% de la población calificó como un Buen tema para tratar en la Revista y un 26%, como excelente. De otra parte, el 6% lo consideró Regular y el 4%, Malo. En síntesis, el 81% de los Sondeados consideran acertada la elección del “Emprendimiento” como una temática a tratar en la Revista; en contraste, el 10% considera un este tema como inapropiado o de poco interés para la publicación.

Gráfica 5: Enfoque del tema



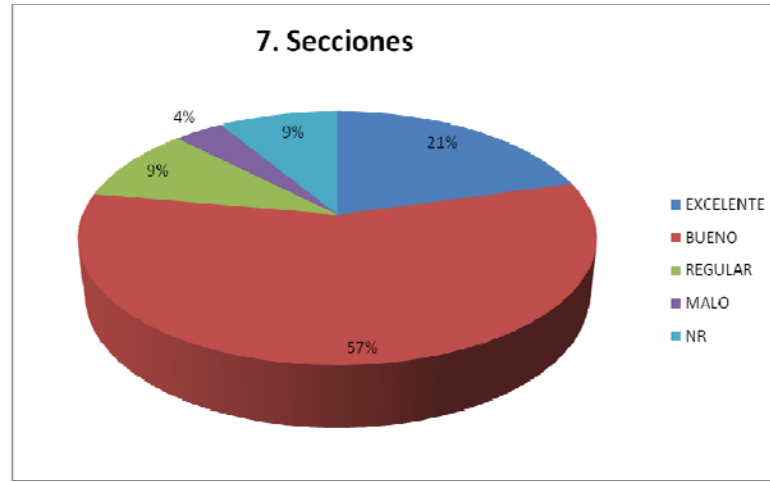
Respecto al enfoque del tema, el 57% de los Sondeados consideran como Buena la perspectiva desde la cual se abordó el Emprendimiento dentro de la publicación y un 22% la considera Excelente. De otra parte, el 8% de la población considera como Regular el enfoque que se le dio al tema y un 4% lo considera malo. Esto es, un 79% de los Sondeados calificaron como adecuado el enfoque desde el cual se abordó el tema del Emprendimiento para la publicación, mientras un 17% consideró inadecuado el mismo. Según la gráfica número 4 el 81% de los Sondeados estuvieron de acuerdo con la elección del tema “Emprendimiento”, sin embargo, una cifra menor (79%) consideró adecuado la orientación que se le dio al contenido respectivo. Aún así, cualquiera de los valores constituye la mayoría entre la población Sondeada.

Gráfica 6: Calidad del contenido



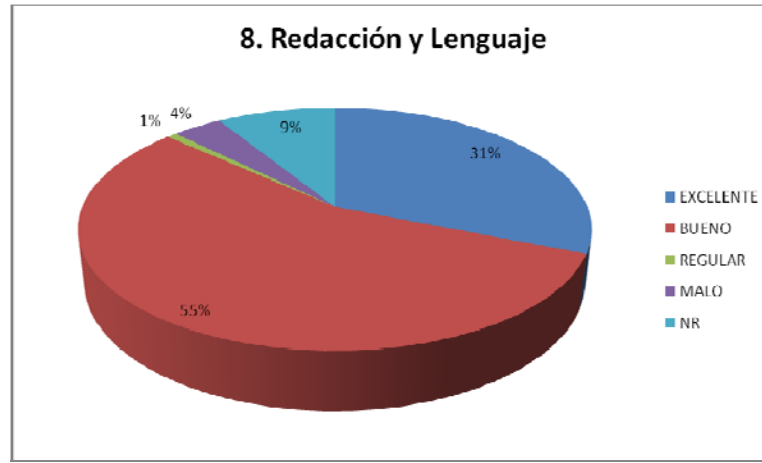
En cuanto al calidad del contenido, el 57% de la población lo calificó como Bueno y un 22%, como Excelente. Un 8% lo calificó como Regular y un 4% como Malo. Esto traduce que un 79% consideró la calidad del contenido un factor favorable para la respectiva edición, mientras sólo un 12% evaluó de manera desfavorable el contenido.

Gráfica 7: Secciones



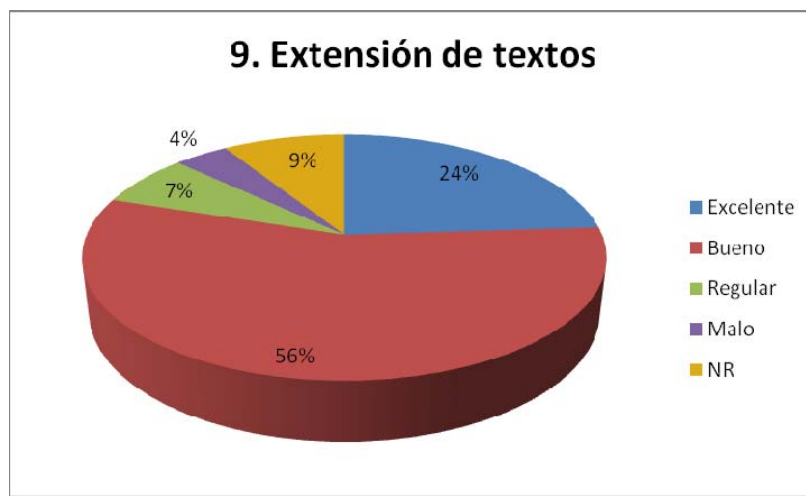
En cuanto a las secciones de la Revista, el 57% de los Sondeados consideró la definición de secciones como un aspecto Bueno para la Revista y el 21% como un aspecto Excelente. De otro lado, el 9% de los Sondeados considera Regulares las secciones y un 4%, Malas. Es decir, un 78% calificó las secciones como un factor favorable para la revista IMPACTO, mientras un 13% las calificó como un factor desfavorable.

Gráfica 8: Redacción y Lenguaje



Respecto a la Redacción y Lenguaje, el 55% de los Sondeados calificó como un elemento Bueno y un 31%, como Excelente. Tan sólo un 1% calificó el mismo como un aspecto Regular y un 4%, como Malo. Esto quiere decir, que en general un 86% de la población considera favorable la Redacción y el Lenguaje que se emplean para desarrollar el contenido dentro de la edición, mientras un 5% califica como inadecuados estos aspectos.

Gráfica 9: Extensión de textos



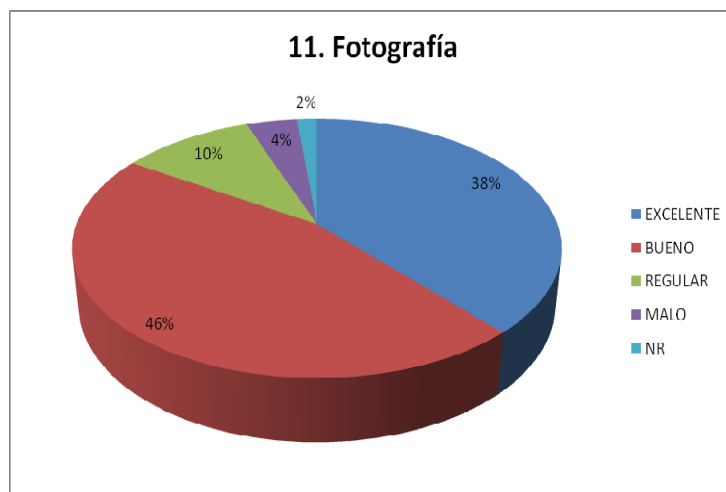
En gráfica N° 9 se observa que un 56% de la población calificó como Buena la extensión de los textos respecto a la distribución del espacio en la Revista; un 7% la consideró Regular y un 4%, Mala. Es decir, el 80% de la población Sondeada considera que la extensión de los textos es apropiada para la revista, mientras un 11% considera que no favorece el desarrollo de la edición.

Gráfica 10: Diagramación



Respecto a la Diagramación, es posible observar que el 52% de la población Sondeada la refirió como Buena entre las características de la edición y un 29% adicional consideró este aspecto como Excelente. De otro lado, un 6% la calificó como Regular y un 4%, como Mala. Esto se traduce en que el 81% de la población considera apropiada la Diagramación para el desarrollo de la revista y en contraste, un 10% de la misma considera que la misma no favorece la respectiva edición.

Gráfica 11: Fotografía



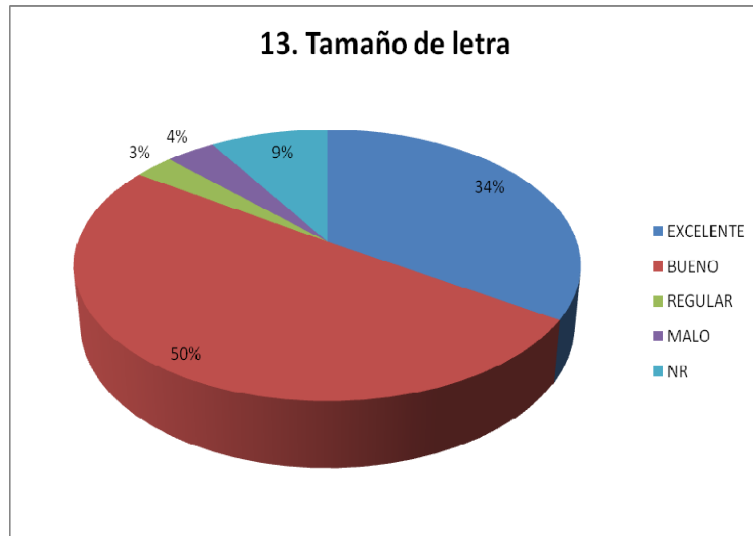
En cuanto a la Fotografía, es posible observar que el 46% de las personas Sondeadas consideran Bueno el empleo y tratamiento de imágenes fotográficas en la respectiva edición y un cercano 38% de la población considera que la fotografía es empleada de manera Excelente para la edición. Esto significa que un 84% de la población considera el uso de la imagen fotográfica como un factor favorable para la edición de la revista mientras un 14% de las Sondeos señaló como desfavorable es uso de la Fotografía en la Revista.

Gráfica 12: Tamaño de títulos



En cuanto al tamaño de los títulos, la mitad de la población Sondeada lo considera como Bueno, el 35% como Excelente; de otra manera, el 2% lo considera Regular y un 4% adicional, como Malo. Es decir, el 85% de la población Sondeada considera acertado el tamaño que se eligió para los títulos, mientras un 6%, por el contrario, considera desfavorable para la edición el tamaño de los mismos.

Gráfica 13: Tamaño de letra



Respecto al tamaño de letra para el desarrollo del contenido, el 50% de la población que equivale a la mitad de la muestra Sondeada consideró que el tamaño elegido para las letras era Bueno y un 34% adicional señaló que resulta excelente para el diseño. El 3% consideró Regular este aspecto y un 4% adicional lo calificó como Malo. Esto es, un 84% señala el tamaño de la letra como un aspecto que favorece el desarrollo del contenido dentro de la edición y en contraste un 7% considera lo contrario.

Gráfica 14: ¿Cuál sección le gustó más?



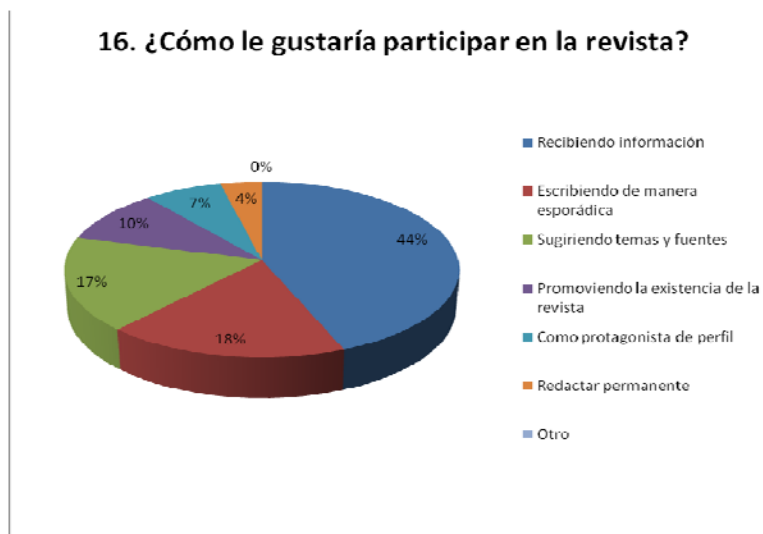
En cuanto a la pregunta *¿Qué sección le gustó más?* El gráfico revela que el 26% de la población Sondeada prefiere la de ORGULLO UPB, una sección que contempla dos perfiles de egresados destacados; un 19% posiciona la sección Emprender como la segunda predilecta; un 13% eligió Lazos que nos unen como el tercer lugar en preferencia y un 11% ubicó el Directorio emprendedor como el cuarto lugar. De otra parte se muestran, en orden de mayor a menor, según la preferencia de los Sondeados Momentos memorables, Porque creemos en ti, Más por saber, Privilegios y La casa presenta.

Gráfica 15: ¿Cuál tema le gustaría encontrar en la próxima edición?



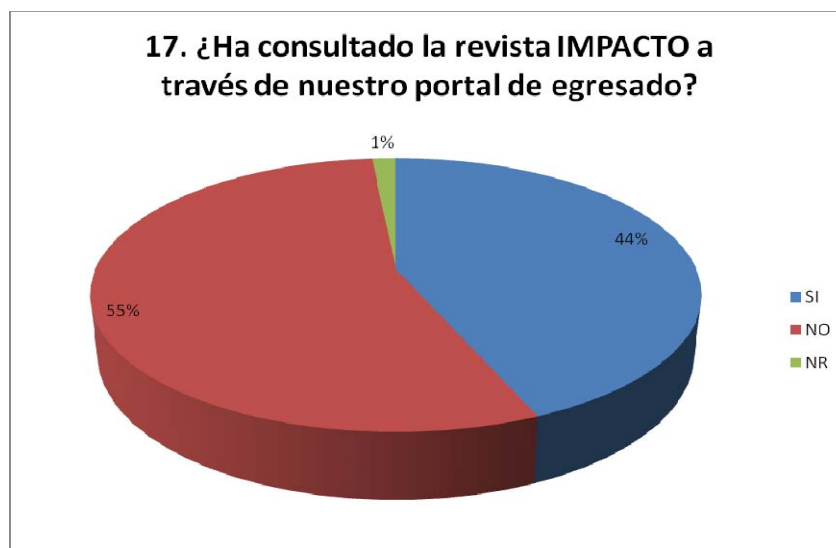
A la pregunta *¿Cuál tema le gustaría encontrar en la próxima edición?* La cifra más alta de los Sondeos, con un 28%, respondió Demanda y oferta laboral. En segundo lugar de preferencia se encuentra Oportunidades en el exterior con un 22% de las encuestas realizadas; en tercer lugar Educación posgradual con un 11% y en cuarto Alianzas y convenios con un 10% de las Sondeos. En cuanto a los temas restantes, se presentan en orden de preferencia, de mayor a menor: Doble titulación, Egresados en otras regiones, Egresados con responsabilidad social y Becas y descuentos.

Gráfica 16: ¿Cómo le gustaría participar en la revista?



En cuanto a la manera en que le gustaría a la comunidad participar en la Revista, un 44% de la población Sondeada respondió que a través de la recepción de información, en segundo lugar se encuentra un 18% que refirió Escribir de manera esporádica; en tercer lugar un 17% que eligió Sugerir temas y fuentes y un 10% que prefiere Promover la revista como forma de participación. En últimos lugares encontramos ubicados Protagonista de perfil, con un 7%; y Redactor permanente, con 4%.

Gráfica 17: ¿Ha consultado la revista IMPACTO a través de nuestro portal de egresados?



Respecto a la pregunta *¿Ha consultado la revista IMPACTO a través de nuestro portal de egresados?*, un 55% de la población Sondeada respondió SI y en contraste un 44%, dijo NO.

7. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta la evaluación que se realizó sobre las características de la Revista IMPACTO es posible concluir lo siguiente:

- Un número significativo que supera el 90% de egresados de la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga tiene conocimiento de la existencia de IMPACTO, esto traduce que la revista cumple su objetivo en términos de cobertura.
- La revista obtuvo una Excelente calificación en cuanto a la Calidad de Impresión, Portada, Pertinencia del Tema, Diagramación, Fotografía, Tamaño de Títulos y Tamaño de Letra.
- Obtuvo una Muy Buena calificación en cuanto al Enfoque y tratamiento que se dio al tema antes mencionado, Calidad del Contenido, Secciones, Redacción, Lenguaje, y Extensión de los Textos.
- Orgullo UPB, Emprender y Lazos que nos unen son las secciones predilectas por la Comunidad de egresados.
- Demanda y oferta laboral, Oportunidades en el exterior y Educación posgradual son temas que a la Comunidad de egresados le gustaría encontrar en próximas ediciones.
- A la Comunidad de egresados le gustaría participar en la Revista, principalmente, con la recepción de información, escribir de manera esporádica y sugerir temas y fuentes.
- En resumen, los resultados obtenidos a través del sondeo permiten afirmar que la mayoría de egresados encuestados han tenido acceso a la revista por las diferentes vías de comunicación que ofrece el Área de Atención al Egresado, por ende, son medios de frecuente acceso para el conocimiento de lo que “Impacto” ofrece a la comunidad de egresados bolivarianos.
- En lo que concierne al aprendizaje en el área de egresados, es importante mencionar lo satisfactorio de llevar a cabo un proceso que permitió, entre otras cosas, profundizar en los conocimientos adquiridos por medio de la cátedra y llevarlos a la práctica a través de la

investigación de campo. El tener contacto con la comunidad de egresados en cada tarea asignada y comprender sus necesidades, permite inferir que la participación y la interacción constante son imprescindibles para la culminación de cualquier proceso exitoso de comunicación, que busque en principio satisfacer necesidades de información, conocimiento, educación y/o entretenimiento.

Así mismo, es preciso destacar que trabajar en el área de egresados, considerando el personal plenamente capacitado y dispuesto a colaborar con que se cuenta, el ambiente laboral tranquilo y apto que se propicia, y la disponibilidad de recursos de la Universidad; resulta una experiencia enriquecedora y bastante atractiva como ejercicio de práctica, pasantía o desempeño laboral, en la medida que se permite al profesional aportar con autonomía sobre sus consideraciones y gran injerencia en la toma de decisiones importantes para el departamento.

- Respecto al aprendizaje obtenido en el ámbito profesional, es posible destacar que el hacer parte de un proceso de investigación y de ejercicio laboral en un área como la de egresados permite afianzar y desarrollar competencias fundamentales para la realización de actividades que son responsabilidad de un comunicador social, tales como: la organización de eventos, el desarrollo de propuestas de investigación, la manipulación e implementación de medios alternativos y convencionales y tecnologías digitales de información y comunicación para un abordaje más completo de la población objetivo, el perfeccionamiento de habilidades para las relaciones públicas y el liderazgo de actividades diversas.
- En cuanto al impacto de la revista en versión digital es posible afirmar que funciona como un espacio para la divulgación de experiencias de éxito y emprendimiento de profesionales en las diferentes áreas o programas académicos que ofrece la Universidad y que sirven de estímulo para quienes están por ingresar o egresar. Además de ello, la revista posibilita una mayor cobertura dado que la población objetivo comprendía en total 4801 egresados hasta la fecha de la edición, de los cuales sólo el 19% tenía acceso a la versión impresa; a esto se suma que hoy en día internet constituye una de las plataformas más concurridas para suplir necesidades de información y actualización.

8. RECOMENDACIONES

A partir de la información que suministró el Sondeo sobre las características específicas de la revista IMPACTO y considerando las respectivas conclusiones de los hallazgos, es posible sugerir las siguientes recomendaciones:

- Mayor esfuerzo en la promoción de las ediciones a través del Portal de Egresados y las distintas vías de acceso que ofrece la internet.
- Tener en cuenta las sugerencias que los Egresados refirieron acerca de los temás que les parecen más interesantes y aquellos de los cuales les gustaría encontrar más información, para anexarlos en futuras ediciones.
- Incluir entre la edición impresa un espacio destinado a la promoción de la revista en versión digital, para que aquellos egresados que deseen referirla o recomendarla puedan hacerlo de manera inmediata y virtual en caso que no cuenten con ejemplares impresos a su disposición.
- Anexar el Link de acceso virtual a la versión digital de la revista IMPACTO en los correos, las redes sociales, la revista impresa y demás medios de comunicación mediante los cuales el Área de Egresados mantiene contacto con la población objetivo, para que los graduados puedan acceder a la revista digital.
- Implementar una evaluación estadística de la Revista que permita determinar entre otras cosas, el número de personas que leen la revista en su versión digital. Existen portales web que ofrecen este servicio de manera gratuita.

- Efectuar un seguimiento periódico sobre las características de la revista, en cualquiera de sus versiones, que permita evaluar su impacto y determinar, dado el caso, falencias para su optimización.
- Estimular el sentido de pertenencia de la comunidad universitaria hacia la producción de contenidos, de manera que se involucren por iniciativa a la gestión de medios y publicación de información.
- Respecto al proceso de aprendizaje, es preciso afianzar los conocimientos en el desarrollo de habilidades para las relaciones públicas, la interacción con grupos de pequeña y gran magnitud y la organización de eventos artísticos, culturales, sociales o académicos.

BIBLIOGRAFÍA

BUCKINGHAM, David. 2004. Educación en Medios, Alfabetización, Aprendizaje y Cultura Contemporánea. Editorial Paidós, España. Páginas 331.

CASTILLO, Barragán Carmen, Maestría en Educación - Universidad Marista. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. 2006.

CARPIZO, Jorge. Los medios de comunicación masiva y el Estado de derecho, la democracia, la política y la ética, en Boletín Mexicano de Derecho Compartido. Nueva serie, Año XXXII, No. 96, Septiembre-Diciembre de 1999. Antología Teoría y Métodos de Comunicación Educativa I.

GARCÍA NAVARRO, Gerardo Manuel. El Poder Estratégico de las TIC's en las Organizaciones. [en línea] <<http://www.gestiopolis.com/tecnologia/poder-estrategico-de-las-tecnologias-de-la-informacion.htm>> [citado en 20 de Abril de 2010]

MÉNDEZ ROJAS, Miguel Ángel. El Impacto de las Nuevas Tecnologías de la Información en la Sociedad y su Cultura Científico-Tecnológica. En: Razón y Palabra. Revista Electrónica. No. 43. 2005. ISSN 1605-4806 [En línea] <<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n43/mmendez.html>> [Citado el 21 de Abril de 2010]

POOLE, Curtis. BRADLEY, Janette. El Manual del Profesional de los Medios Digitales. Nuevas herramientas, nuevos métodos. Ed. Elsevier Science. Guipúzcoa, España. 2003. Pag. 243

PROGRAMA FORMUJER. Estrategia de comunicación: una herramienta para la gestión de políticas de formación y equidad. Montevideo. Cinterfor. 2003. [En línea] <http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/em_ca_eq/comuni.htm> [Citado el 20 de Abril de 2010]

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, Seccional Bucaramanga. Historia de la Universidad [En Línea] <<http://www.upbbga.edu.co/nuestraupb/historia.htm>> [citado en 20 de Abril de 2010]

ZABALETA URKIOLA, Iñaki. Tecnología de la Información Audiovisual. Sistemas y servicios de la radio y televisión digital y analógica por cable, satélite y terrestre. Ed. Bosh. S.A. Barcelona, España. 2003. Pag. 26.

9. ANEXOS

Anexo 1. Flyer para seleccionar el tema central de la tercera edición de la revista IMPACTO.



IMPACTO
Revista para Egresados

No te pierdas la oportunidad de elegir el tema que deseas para tu revista Impacto...

- *Alianzas y convenios
- *Becas y Descuentos
- Educación posgradual (posgrados, maestrías, diplomados y especializaciones).
- *Oportunidades en el exterior.
- * **Otro.....Cuál??**

Aporta tus ideas enviándonos la opción que más te gusta al correo cegresados@correo.upbbga.edu.co



impacto

Directivas

Mons. Primitivo Sierra Cano
Rector

Pbro. Miguel Ángel Barrera Moreno
Vicerector Pastoral

Dr. Luis Felipe Casas Ramírez
Vicerector Académico

Dra. Elsa Beatriz Gutiérrez Navas
Vicerectora de Asuntos Administrativos y Financieros

Dr. Carlos Augusto Mora
Secretario General

Dirección

Ing. Jennith Marcela Hernández Roa
Profesora de Asesoría Administrativa / Área de Atención al Egresado

Redacción

Diana Carolina Martínez Gómez
Pasante de Consultoría Social - Periodismo

Asesor de Pasantía
Cira Inés García Vilamizar

Autores

Alejandro Villarraga
Sergio Andrés Díaz Cruz
Guillermo Rincón Valandía
Jennith Marcela Hernández Roa
Victoria Helena Pérez González
Felipe Ruiz Gómez
Gilberto Fontecha
Alex Alberto Monclou
María Fernanda Jiménez
Diana Carolina Martínez Gómez

Colaboración

Diseño de Portada y
Asesoría en Diseño: Norbel Rey

En Portada:

Ing. Nathalia Granados - Café la Academia.
Ing. Sergio Ramírez - Interprice Colombia C.I. Ltda.
Ing. Jesús Omar Vargas - Grupo Stabac Ltda.
Foto Portada: Edificio Fenix

Fotografía

Daniel Alfredo Acovedo

Diseño e Impresión
FUTURA

DISTRIBUCIÓN GRATUITA



UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
Seccional Bucaramanga
Campus Universitario Autopista a
Piedecuesta Km. 7
PBX: (7) 679 6220 Ext. 527
Fax: (7) 679 6221 A.A. 2932
www.upb.edu.co

Las opiniones expresadas en los artículos firmados son de estricta responsabilidad del autor. La reproducción total o parcial de los textos aquí publicados se permite, si se cita el autor y la fuente.



25

- 1 Editorial
- 2 Presentación
- 3 Porque creemos en ti
- 4 Emprender
- 8 Lazos que nos unen
- 10 Más por saber
- 12 Orgullo UPB
- 14 Privilegios
- 18 Momentos memorables
- 20 La casa presenta
- 26 Directorio Emprendedor



19



25



Emprendimiento, una cultura que se aprende desde las aulas

El emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo y en especial en el ámbito académico y universitario, pues se considera de suma importancia que desde las aulas los futuros profesionales tengan una visión innovadora, creativa, propositiva, que genere nuevas ideas, productos o servicios que respondan a la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos de países como el nuestro. Sin embargo el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a esta.

La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente.

En Colombia el emprendimiento hoy en día ha ganado valor porque muchas personas desean lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores.

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor, espíritu que es nuestro deber forjar desde las aulas de clase. Se requiere de una

gran determinación para renunciar a la "estabilidad" económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aún si se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

Por esta razón es fundamental educar en esta área y en la Universidad no hemos sido ajenos a esta realidad, en este año el Centro de Emprendimiento cumple 5 años de labores, 5 años dedicados a sensibilizar y motivar a los estudiantes y egresados en el tema del emprendimiento, asesorarlos en la formulación de sus planes de negocio y acompañarlos en el proceso de puesta en marcha de sus iniciativas.

Nuestro gobierno, así como diversas entidades públicas y privadas, han entendido muy bien la trascendencia del emprendimiento, y han iniciado programas de apoyo a emprendedores para ayudarlos en su propósito de crear su propia unidad productiva. Podemos citar ejemplos claros como el Fondo Empezar del Sana, Cavipetrol, Fundesar, Destapa Futuro de Bavaria, Venturas, Universia y el Banco Santander, así como diversas Cooperativas y Bancos que son posibles inversionistas de estas nuevas ideas de negocio.

De la misma manera el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo estableció la cátedra de Creación de Empresas con Impacto Nacional y Futuro Internacional, CENFI, un proyecto académico que fomenta el desarrollo de la cultura empresarial en el país de acuerdo con las

oportunidades endógenas de las regiones, a través de las instituciones de educación superior en todos sus programas académicos.

Ante las variantes circunstancias económicas que atraviesa no solo nuestro país sino el mundo entero, el emprendimiento puede convertirse en el salvador de muchos profesionales y sus familias para salir triunfadores en situaciones de crisis. No siempre se pueda contar con un gobierno protector que esté dispuesto a ofrecer ayuda, y el emprendimiento permite iniciar proyectos productivos. El emprendimiento es un excelente camino para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una mejor calidad de vida, lo cual implica desarrollar una cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes.

Para terminar quiero hacer referencia a una frase del libro *Los Siete Movimientos de la Innovación del Español* Franc Ponti quien nos visitó hace poco en la Universidad, "Dicen que no es valiente aquel que no tiene miedo; valiente es aquel que, reconociéndose en medio del sentimiento del miedo, es capaz de moverse y combatir las circunstancias. Innovar, en definitiva, no es más que hacer frente al miedo que nos mantiene inmóviles y acobardados".



Mons. PRIMITIVO SIERRA CANO
Rector

Emprendimiento: en continuo desarrollo



La Revista IMPACTO se ha consolidado desde hace dos años como un espacio de divulgación de nuevas ideas e iniciativas que gracias al apoyo, la colaboración y esfuerzo cooperativo de las diferentes facultades y departamentos administrativos, ha logrado crear un espacio de interacción entre la universidad y sus egresados.

Actualmente vivimos en una sociedad de alto nivel competitivo, donde cada día se van creando nuevas ideas de mercado y negocio buscando la diferenciación e innovación en la prestación de productos y servicios, es por esta razón que nuestra Institución le entrega a la sociedad profesionales capaces de crear, proponer y liderar proyectos que contribuyan al desarrollo y crecimiento nacional. De allí esta edición está dedicada a nuestros egresados que han creado empresa y son generadores de empleo.

En la sección *Emprenderse* se da a conocer diferentes oportunidades de apoyo que ofrece el Programa de Emprendimiento a los egresados que demuestran el interés de ser empresarios, además las facultades y departamentos a través de artículos sobre emprendimiento nos informan sus iniciativas y esfuerzos en la sección *La Casa Presenta*.

En la sección *Más por Saber* encontraremos algunas estadísticas sobre los avances logrados en la creación de empresas y la identificación de los factores que inhiben la posibilidad de hacer realidad nuevos emprendimientos desde la perspectiva de los graduados y en la sección *Orgullo UPB* resaltaremos dos perfiles de egresados que emprendieron su idea de negocio y nos cuenta su experiencia a nivel empresarial.

Gracias a toda la Comunidad Universitaria que participaron con sus aportes y comentarios para la realización de la tercera edición de IMPACTO. Recuerden queridos egresados, que ustedes siguen siendo parte de esta gran familia UPB.

Jennith Marcela Hernández Roa
Profesional Administrativo / Área de Atención al Egresado
Departamento de Bienestar Universitario

porque creemos en ti

Emprendimiento: "Pura cuestión de ojo"

"Todo no está inventado, y casi todo puede ser reinventado, así lo demostró un empresario de Colón que reinventó el trompo y vende en todo el mundo más de un millón de unidades de un nuevo modelo patentado por él mismo".¹

Muchos, profesionales de prestigiosas instituciones, trabajadores independientes, desempleados y empleados, suelen preguntarse constantemente por el secreto del emprendimiento efectivo: ¿Qué hace de un emprendedor un empresario exitoso?. Y a menudo numerosos estudiosos del tema se desgastan largas páginas de artículos, ensayos, ponencias, etc., tratando de resolver la misma cuestión aludiendo a las habilidades y competencias básicas que debe desarrollar un emprendedor, a su manera de administrar los recursos de que dispone, al conocimiento detallado de las políticas que rodean la actividad comercial, en fin.

Sin embargo, pocos son los que se han detenido a considerar el estudio del entorno como uno de los factores que en gran medida determinan, primero el nacimiento, y luego, el éxito o fracaso de una idea de negocio.

¿Cómo llegar a concebir una idea de negocio prometedora en un mercado donde todo está resuelto?

¿Alguna vez habrá notado el lector que en actividades de su vida cotidiana, justo sin planear deducirlo, exista alguna necesidad simple que aún carece de solución? Seguramente, le habrá sucedido no una ni dos, sino muchas veces.

Pues bien, antes de navegar en las profundidades teóricas que fundamentan el pensamiento y acción emprendedora es preciso aclarar que cualquier necesidad, por sencilla que parezca, es en sí misma una oportunidad de negocio y que para concebir una idea prometedora de empresa el único requisito es sensibilidad hacia los fenómenos que ocurren en el entorno más cercano y que con frecuencia, son propios de la vida diaria.

No es tan sencillo como parece. Para muchos resulta más interesante conocer del manejo contable o de la garantía por tratarse de dimensiones más atrayentes, y sin duda son indispensables para alimentar el crecimiento de un buen emprendedor, pero lo cierto es que no pueden dar tampoco resultados relevantes sin el mismo estudio del entorno.

Entiéndase por entorno todo aquello que está en el medio y afecta al ser humano, alterando sus percepciones, ocupaciones, deseos, etc.

Emprender requiere una tarea de observación exhaustiva, pero también bastante detallista. Quien desea ser emprendedor deberá, como primera medida, adentrarse en la subjetividad de sus insatisfacciones y ello demanda algo de tiempo. Conocer, a nivel personal, qué de lo que existe genera para sí una sensación de insatisfacción y qué de lo que no existe genera una sensación de falta o necesidad.

En segunda instancia, la tarea comprende una dimensión objetiva, esto es, atender a la realidad externa, en la cual se mantiene inmerso el individuo, pero desde la perspectiva de un científico que compara variables, relaciona efectos y establece conclusiones elementales.

Finalmente en un mercado laboral altamente competitivo, el emprendedor desempeña un papel fundamental en el posicionamiento de su profesión, en el mejoramiento de los estándares de calidad para la nueva oferta que presenta la Educación Superior, en la generación de nuevas oportunidades para quienes encuentran pocas alternativas de ejercicio laboral, con el objetivo de apostar a nuevos retos, ser más ambiciosos y prometedores.



¹ Un negocio a tiro de cuerda -Inspiración, Business Opportunities. En: <http://espanol.business-opportunities.biz/page/3/> publicado el 1 de Febrero de 2007.

Programa de Emprendimiento

Universidad Pontificia Bolivariana



A.E. Alejandro Villarraga Plaza

Por A.E. Alejandro Villarraga Plaza
Director del Centro de Emprendimiento UPB

El origen del Centro de Emprendimiento se remonta al trabajo de una de nuestras egresadas de Ingeniería Industrial, María Alejandra Angarita quien formuló en el 2002 un proyecto para la Incubadora de Empresas Bucaramanga Emprendedora, ese mismo año y mediante resolución rectoral en la Universidad se conformó una unidad de emprendimiento. Un par de años después, las Ingenieras Elsa Beatriz Gutiérrez y Lupita Serrano desarrollaron la investigación sobre "El impacto de los programas de emprendimiento en la región", y le dan vida conceptual y estructural al centro de emprendimiento en la UPB que inicia labores en el segundo semestre del 2005.

La unidad de emprendimiento de la Universidad llamado Centro de Emprendimiento está conformado por un equipo humano dedicado a sensibilizar y motivar a los estudiantes en el tema del emprendimiento, asesorarlos en la formulación de sus planes de negocio y acompañarlos en el proceso de puesta en marcha de sus iniciativas de emprendimiento, de manera que la formación integral de profesionales con espíritu emprendedor se haga una realidad con la creación de su empresa.

Actualmente trabajamos en 3 frentes de acción con el fin de lograr la cultura emprendedora. La primera es una labor de sensibilización al interior de la universidad gracias a la ruta académica y a nivel regional con la construcción, la segunda es la articulación de la red regional de emprendimiento, un trabajo de investigación, gracias al apoyo del grupo interdisciplinario de investigación

"Gemprendimiento" y la tercera es el fortalecimiento empresarial mediante la articulación de proyectos Universidad-Empresas-Estado.

El Centro de Emprendimiento reconoce las iniciativas de los estudiantes que con tesón, dedicación y empeño han demostrado el interés en ser empresarios, algunos hoy en día son empleados, otros continúan madurando su idea y otros las han consolidado.

Entre los más de 400 estudiantes, seguramente la gran mayoría hoy egresados recordarán ese primer encuentro en la oficina de emprendimiento o en las aulas de clase donde con ilusión presentaban sus ideas para ser guiados en la técnica labor de construir y darle forma a sus emprendimientos.

Algunos de ellos son María Lourdes Fonseca con Impalma Impresores, Reynaldo Aguilar con AP Vidrios, Dayán Paola Bohórquez con Catarsis Librería Café Tertulia, Edgar Javier Nieto quien con el proyecto de biocombustibles le dio un impulso al grupo de investigación GiDeTecMA, Andrés Felipe Cruz con Riopalma, el trabajo de Oscar Andrés López y Magda Carolina Pedrosa con las impresiones bloque F, Claudia Bibiana Villabona con Lactar uno de los proyectos prometedores en estado de hibernación, Jesús Vargas con el Grupo SIATEC, Diana Carolina Mendieta y Pedro Albarracín con INDCO, Diego Fernando Arias quien le dio vida al Centro de servicios en telecomunicaciones de la UPB, Aldrin Flórez y su emprendimiento artístico, David Julián Botta y su emprendimiento político, Mónica Paola Ardila Estupiñán, Daniel Solano y Roxana Cativiela con los emprendimientos sociales, Fabián Rincón y Javier Edo. Vasga con Inmedco Ltda.

Ganadores del premio al emprendimiento de Universidad Banco Santander 2008, Leidy Johana Carraño con Mr.Pinchox, Natalia Granados con el café la Academia, Carlos Alberto Estaban con Xococa Express, Camilo Mena con Chicamocha beer company proyecto de grado de la especialización en Gerencia viable en la Siva. Convocatoria fondoemprender y otros proyectos de estudiantes que a la fecha no son egresados.

El Centro de Emprendimiento trabaja en red con las instituciones regionales y nacionales que apoyan el emprendimiento apoyando con un grupo de docentes que asesoran en la formulación de los planes de empresa que luego serán presentados de acuerdo a la entidad que los solicita, por ejemplo el Fondoemprender, Cavi petrol, Fundasan, Fondo Regional de Garantías, Cajasas, Comifinalco, Cooperativas, Bancos o posibles inversionistas y en la presentación de concursos de ideas de negocio, tales como Ventures, Destapa Futuro, Tic Américas, Premio Santander, entre otros.

Invito a los egresados a presentar sus ideas para que en un futuro cercano cobren vida y generen empleo en la región, como aporte al desarrollo económico y social del país. Cuentan con su Universidad para tal fin.

Informes:

A.E. Alejandro Villarraga Plaza
Universidad Pontificia Bolivariana Bloque I
Oficina -103 + 6796220 Ext. 572
En los grupos de Facebook: Centro de
Emprendimiento UPB
<http://ideasdenegodo.upboga.edu.co/>
[www.upboga.edu.co/investigaciones/
emprendimiento.html](http://www.upboga.edu.co/investigaciones/emprendimiento.html)
E-mail: alejandrovillarraga@upboga.edu.co



“ Para mí ser egresada de la Universidad Pontificia Bolivariana es ser graduada con educación profesional integral, con sólidos conocimientos técnicos y excelentes relaciones interpersonales.

SELVA JULIANA MARTÍNEZ RAMÍREZ
INGENIERA SANITARIA Y AMBIENTAL



educación posgraduada

Emprendedor, especialícese y marque la diferencia

"Existen seres muy particulares: aventureros, que se lanzan a navegar en océanos desconocidos, quizás inspirados por la mágica idea de Colón de encontrar en el horizonte un nuevo mundo o por qué no, cambiar el curso de la historia..."



Por: Sergio Andrés Díaz Cruz
Profesional Administrativo - Departamento de
Promoción Académica

Así es, aventureros, emprendedores, verracos y echados pa'lanta, como diríamos en Santander, son profesionales o personas naturales que se arriesgan a hacer realidad su idea de negocio o a crear su propia empresa. Son personas caracterizadas por la dedicación, el liderazgo, la creatividad, la innovación y la incertidumbre.

Lo cierto es, que el emprendedor no nace, se hace, razón por la cual, usted egresado, está llamado a ser forjador de un mundo lleno de oportunidades, donde el conocimiento sea el eje central para generar estabilidad económica y hacer más eficiente la red comercial.

Para la Universidad Pontificia Bolivariana- Seccional Bucaramanga, la proyección de sus estudiantes y el impacto de sus egresados es una preocupación constante. Es por esto que, en el actual mundo competitivo, la institución tiene como compromiso con su comunidad ofrecerle oportunidades académicas que aporten al crecimiento de sus competencias y al fortalecimiento de su saber, saber hacer y saber ser, características diferenciadoras del estudiante, administrativo y egresado de la UPB.

Para lograr tal objetivo, la institución cuenta actualmente con trece programas de formación especializada en diversas áreas del saber, que sin duda alguna, generan nuevo conocimiento e innovadoras oportunidades laborales, y hacen de usted amigo

“ Ser egresado de la UPB significa para mí una gran responsabilidad de seguir dejando el buen nombre de la universidad, ya que nos ofrece una excelente calidad académica y formación personal, nos orienta al buen trato al prójimo y obtener valores como la ética y la responsabilidad.

JAVIER ANDRÉS ACEVEDO ACEVEDO
INGENIERO CIVIL



egresado un especialista con espíritu emprendedor, luchador, crítico e innovador, para enfrentar las macro tendencias que van a configurar los mercados del futuro. Los estudios posgraduados se convirtieron hoy día en la carta de presentación para los currículos Vitae, e indispensables, en algunas organizaciones, para el ascenso de escalafón. Anteriormente, el título de profesional era el componente diferenciador entre un participante de un proceso de selección y otro. Ahora la globalización y las fuertes demandas profesionales, exigen personas con conocimiento especializado, además de competentes, para asumir los nuevos retos organizacionales.

Para nadie es un secreto que estos estudios son generadores de nuevas oportunidades, en ellos, se tiene la posibilidad de aprender con docentes de larga trayectoria profesional, conocer sus historias de éxitos y lecciones aprendidas; estar a la vanguardia del conocimiento; adquirir nuevas competencias y dar valor agregado a la formación profesional.

Amigo egresado, no deje apagar la llama que caracteriza su espíritu emprendedor, es por esto, que desde la UPB, su Universidad, le ofrecemos constantemente oportunidades que sin duda alguna, lo harán llegar más lejos.

Prepárese, "porque el futuro pertenece a los innovadores. A quienes son capaces de ver cosas que pasan desapercibidas a los demás: productos, servicios, estrategias de negocio... Franc Ponti.



Los Coordinadores tienen la palabra

Nazly Triana Mojano
Coordinadora Especializaciones en
Sistemas Integrados de Gestión y Mercadeo
Internacional.

"Desde la formación posgraduada, queremos abrir nuevos horizontes y ofrecer nuevas herramientas a nuestros profesionales para enfrentarlos a una realidad que en ocasiones es desconocida, y así se puedan afianzar en el mercado laboral, a través de un ejercicio profesional especializado y competitivo".

Eliana Cella García
Coordinadora Especialización en Gerencia de la Comunicación Organizacional

"Aportar elementos que le permitan al profesional generar ideas novedosas y acciones estratégicas a la organización, es uno de los propósitos de las especializaciones de la UPB. Además, en el mercado actual, es fundamental y necesario especializar el conocimiento para ser más competitivos y a la vez lograr mayor productividad para la organización".

Silvia Juliana Tije López
Coordinadora Especialización en Gerencia e
Interventoría de Obras Civiles

"Estamos comprometidos con la preparación de especialistas con iniciativa, liderazgo y capacidad para desempeñarse competitivamente en el mundo laboral, bien sea desde el sector público o privado, brindándoles herramientas actuales y novedosas para que busquen la excelencia en su ejercicio y logren posicionarse como profesionales integrales y competentes para las organizaciones de hoy día".

lazos que nos unen

Encuentro de Egresados



El Área de Atención al Egresado de la UPB seccional Bucaramanga, celebra encuentros de egresados divididos por programas académicos, con el fin de ofrecer un espacio de información, entretenimiento y de intercambio de experiencias entre aquellos que de una u otra forma han dejado huella en el campus universitario. Entre el segundo semestre del 2009 y primer semestre del 2010 se celebraron los encuentros de egresados de las Facultades de Psicología, Ingeniería Ambiental, Ingeniería Mecánica, Ingeniería Electrónica y Comunicación Social - Periodismo. El Auditorio Mons. Jesús Quirós Crispín fue el escenario para que los egresados tuvieran la oportunidad de compartir y escuchar las exposiciones de diferentes conferencistas y participar en los conversatorios realizados por el Mg. Guillermo Rincón Velandia, acerca del

proceso de inserción laboral de los profesionales, como parte del proceso de soporte del estudio de seguimiento a graduados. Así mismo se brindaron los espacios para realizar las elecciones de representantes principales y suplentes de egresados de cada Programa Académico.

De igual forma invitamos a que estén atentos a los comunicados e información que se transmitirán sobre el próximo Encuentro General de Egresados, el cual se realizará en el mes de Noviembre. Recuerden que este evento es especialmente para ustedes como un gesto de agradecimiento por ser parte de la familia bolivariana. Envíenos tus ideas y comentarios al correo cegresados@comso.upbbga.edu.co

“ Sin duda la Universidad Pontificia Bolivariana es excelente en todos los ámbitos resaltando en esta la parte académica gracias a la calidad y exigencia de sus docentes, por esta razón ser egresado de la UPB significa ser íntegro profesionalmente, lo cual nos enseña a desarrollar la profesión con valores cristianos, proponer nuevas iniciativas de trabajo y desarrollo para la nación.

CARLOS EDUARDO TOVAR ACEVEDO
INGENIERO ELECTRÓNICO



Egresados regresan a sus aulas

La Facultad de Ingeniería Civil y el Departamento de Bienestar Universitario a través del Área de Atención al Egresado invitaron a todos los egresados de la facultad el pasado 19 de Marzo a participar de la conferencia sobre Megaproyectos de Infraestructura para el Desarrollo de Santander a cargo del Dr. Félix Jaimes Lasprilla en el Auditorio Mons. Jesús Quirós Crispín del Campus Universitario. Así mismo el 15 de abril se invitó a los egresados de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo a participar en el taller de Actualización de Herramientas de Postproducción en Mac dirigido por el Ing. Humberto Becerra - Representante de Mac en Latinoamérica.

Estos eventos, cuenta con la presencia de Directivas de la UPB, Directores de Facultad, Administrativos y Docentes, con el fin de hacerles sentir que siguen siendo parte de la Comunidad Universitaria, orgullo de la institución y brindarles un espacio de opinión e información de interés para el mejoramiento de su calidad profesional.

Finalmente disfrutaron de una cena agradable, donde pudieron compartir entre risas y abrazos anécdotas que vivieron durante la carrera y contar sus experiencias laborales, con el propósito que los egresados volvieran a vivir esos momentos agradables que pasaron durante su trayectoria en la Institución.



Bienvenida a la vida Profesional



El pasado 7 de mayo se llevó a cabo la Bienvenida a la Vida Profesional organizada por Rectoría, Capellanía, Departamento de Bienestar Universitario y el Área de Atención al Egresado dirigida para los estudiantes que se encontraban en último semestre de todos los programas académicos, con el fin de brindarles un espacio de integración lleno de actividades, concursos de barras, detalle de cada facultad y un souvenir de la UPB como gesto de agradecimiento y felicitación por los años compartidos durante su trayectoria académica en nuestra Institución.

La Bienvenida inició con una ceremonia dirigida por el vicerrector pastoral y posteriormente se presentó un video de reminiscencias realizado con fotos de los estudiantes que participaron de las facultades de Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Ingeniería Civil, Ingeniería Electrónica, Psicología, Derecho y Comunicación Social - Periodismo.

Dentro del marco de la jornada se abrió un espacio para el concurso de barras por cada facultad alusivas a la vida universitaria sin excesos, los valores éticos y morales que posee el profesional bolivariano, donde los estudiantes de Administración de Empresas ocuparon el primer puesto y los estudiantes de Ingeniería Industrial segundo puesto.

Finalmente se presentó el grupo de tamboras y vallenato que hacen parte del Área Cultural del Departamento de Bienestar Universitario con el fin de alegrar e integrar a todos los participantes de la Bienvenida a la Vida Profesional.

más por saber

Ser empresario:

Un reto por hacer realidad

Por: M.A. Guillermo Rincón Velando
Director del Grupo de Investigación Imarketing-
Facultad de Ingeniería Industrial
Por: Ingeniera Jannith Marcela Hernández Roa
Profesional Administrativo / Área de Atención al Egresado

Uno de los momentos más trascendentales de la vida de un ser humano ocurre cuando termina la primera etapa del proceso de formación profesional, sin embargo, esta es apenas el comienzo de un nuevo reto: encontrar un espacio que le permita poner al servicio de la sociedad sus conocimientos, habilidades y destrezas. Ante esta circunstancia, los recién graduados en esencia tienen dos alternativas para escoger: buscar una organización en donde emplearse y/o emprender al camino de crear empresa.

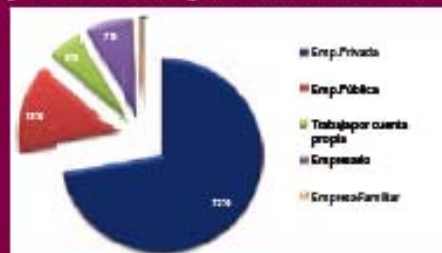
Es de destacar en la última década, el interés de las instituciones de educación superior en Colombia, de dar especial importancia a

los conocimientos, la formación y los recursos de apoyo necesarios para cultivar el espíritu emprendedor de los alumnos que muestran desde las aulas de clase talento y disposición para ser empresarios.

En este sentido, la Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga, ha creado el Centro de Emprendimiento como una forma de sensibilizar y motivar a la Comunidad Bolivariana en las actividades encaminadas al emprendimiento, con el fin de asesorar la formulación de planes de negocio y acompañar el proceso de puesta en marcha de iniciativas innovadoras.

Para evaluar el impacto de estos esfuerzos, los estudios de seguimiento a graduados involucra aspectos relacionados con el conocimiento de los avances logrados en la creación de empresas, así como la identificación de los factores que inhiben la posibilidad de hacer realidad nuevos emprendimientos.

Figura 1. Ubicación de los graduados con actividad laboral.



Fuente: Encuesta a graduados - Grupo Imarketing - Área de Atención al Egresado, Marzo, 2010. Encuestados: 744 egresados.

Ubicación actual de los graduados UPB seccional Bucaramanga

Los hallazgos más recientes de los estudios graduados permiten evidenciar que de cada cien graduados sólo siete han creado empresa. También es importante destacar que el 5% de los graduados ejerce sus actividades profesionales por cuenta propia, sin tener formalmente una empresa. Lo anterior contrasta con el 88% de los graduados que laboran como empleados, especialmente en empresas privadas. (Ver figura 1).

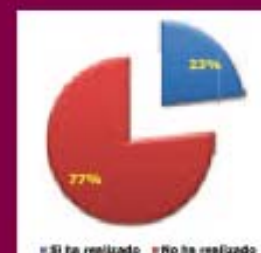
Acción para crear empresa

Generalmente, al inicio de la vida profesional o posteriormente, pueden suceder circunstancias que inducan a los graduados a pensar y hacer realidad la creación de una empresa.

Los estudios de seguimiento estudian esta situación, permitiendo conocer si en la última semana previa al momento del contacto con el graduado, han realizado alguna gestión para crear una empresa.

Los hallazgos permiten concluir que sólo uno de cada cuatro graduados, muestra motivación para iniciar un nuevo emprendimiento y además ha realizado alguna actividad para hacerlo realidad. (Ver figura2).

Figura 2. Actividades de los graduados para crear empresa (última semana).



Fuente: Encuesta a graduados - Grupo Imarketing - Área de Atención al Egresado, Marzo, 2010. Encuestados: 744 egresados.

Impacto

Figura 3. Principales dificultades para crear empresa



Fuente: Encuesta a graduados - Grupo Inmarketing - Área de Atención al Egresado, Marzo, 2010. Encuestados 744 egresados

Obstáculos para crear empresa

Ahora es importante conocer las razones por las cuales los graduados en general no muestran intención real para crear empresa.

Los resultados encontrados permiten observar una creencia de cierta forma generalizada, de considerar la falta de recursos propios como el principal obstáculo para crear empresa. Sin embargo, la realidad muestra una circunstancia totalmente diferente, pues en los últimos años han surgido numerosas iniciativas de origen público y privado dispuestos a financiar ideas de negocio innovadoras, lo que permite concluir que esta posición es simplemente una excusa ante la falta de creatividad y deseo real de ser un emprendedor. (Ver figura 3).

Parece más sincera la posición de quienes consideran que es el miedo a asumir riesgos, la falta de ideas con posibilidades de éxito o el considerar que no tienen los conocimientos requeridos para crear empresa, las causas principales para no hacer realidad la ilusión de ser empresario.

En estas circunstancias se podría decir que estos obstáculos son fácilmente superables, si en los planes de estudios de todos los programas académicos, se incluyera con mayor énfasis el componente relacionado con el emprendimiento y se fomenta desde el aula de clase el planteamiento de ideas de negocios innovadoras que puedan ser apoyadas por el Centro de Emprendimiento.

Figura 4. Intención de crear empresa en el futuro



Fuente: Encuesta a graduados - Grupo Inmarketing - Área de Atención al Egresado, Marzo, 2010. Encuestados 744 egresados

Intención de ser empresario

Es bien interesante lo expresado por los graduados de la UPB seccional Bucaramanga con relación a la disposición que en general tienen respecto de crear una empresa en el futuro. Los resultados permiten concluir que en nueve de cada diez graduados, permanece viva la ilusión de ser empresarios. (Ver figura 4).

Figura 5. Áreas del conocimiento que requieren mejora para crear empresa



Fuente: Encuesta a graduados - Grupo Inmarketing - Área de Atención al Egresado, Marzo, 2010. Encuestados 744 egresados

Áreas de conocimiento para ser empresario

Los hechos antes mencionados, plantean un interrogante importante de resolver ¿En qué áreas del conocimiento los graduados deberían mejorar para estar en mejores condiciones para emprender la creación de una empresa?

Según lo expresado por los graduados, se concluye que de las siete áreas de conocimientos requeridos para crear una empresa, se define que por lo menos en tres de las cuatro consideradas esenciales, se requerirá mejorar competencias: finanzas, habilidades administrativas y gerenciales, aspectos legales o mercadeo. (Ver figura 5).

En resumen, los resultados del estudio de seguimiento a graduados relacionados con la creación de empresas, resaltan la importancia de mejorar el componente relacionado con el fortalecimiento del espíritu emprendedor en los procesos de formación y en los planes de estudio de todos los programas académicos, que motive e induzca a sus alumnos a la creación de nuevas empresas innovadoras, competitivas y sostenibles en el tiempo, que cumplan además su función social de ser promotoras del desarrollo regional y generadoras de nuevos empleos. Hacer realidad este propósito, permitirá a las universidades ofrecer una contribución efectiva para hacer realidad esa ilusión de ser empresario que todos llevamos a lo largo de la vida.

“ La universidad aporta las herramientas necesarias en cuanto a la pedagogía de la profesión, de la mano con la práctica es una excelente combinación que conduce a la creación de empresa. Es necesario destacar que el seguimiento que la universidad desarrolla a cada uno de sus egresados con oportunidades de empleo es de vital importancia en vista de nos ubica en el medio y nos hace querer ser más competitivos a nivel empresarial.

EDUAR JULIÁN DÍAZ RODRÍGUEZ
INGENIERO CIVIL



Orgullo UPB

Un **Compromiso** con la Responsabilidad Social



María del Pilar Pinzón Rueda
Psicóloga

Crear empresa, no sucede a menudo entre la población que egresa de facultades y escuelas de formación universitaria, ya que son diversos los factores que determinan el que un profesional piense en constituir una organización o emprender un negocio, antes que vincularse a una empresa que ya existe. Entre esas,

quizá la más relevante consiste en el miedo al fracaso, seguida de otras como la falta de recursos económicos para invertir o encontrar respaldo en el sector en que pretende incursionar, etc.

Aún así, existen emprendedores ejemplares que gracias a su enorme capacidad de liderazgo y sentido de compromiso con el desarrollo, han logrado abrirse camino y dejar huellas interesantes que hoy son modelo de ejercicio profesional para muchos.

María del Pilar manifiesta sentirse orgullosa y satisfecha con la formación recibida. "Mi cariño por la UPB siempre ha sido inmenso y aunque viví durante 4 años en la ciudad de Santiago de Chile, siempre mi deseo fue regresar a graduarme de mi Universidad en la ciudad de Bucaramanga, sueño que logré cumplir en el año 2007. Valoro especialmente la oportunidad formativa como profesional integral; siempre, aún en la distancia, como egresada he visto con orgullo el esfuerzo constante de la UPB por mejorar a diario sus procesos de calidad, brindando formación enmarcada siempre en el desarrollo de los valores humanos y cristianos".

En primera instancia, viajó a Santiago de Chile al finalizar su carrera, lo cual le abrió grandes ventanas de conocimiento sobre el tema, pues tuvo la experiencia de apoyar procesos de rehabilitación con niños autistas, y además de generar proyectos de atención a poblaciones vulnerables. "Ciertamente, ahí inició mi deseo de crear una fundación que propendiera por el mejoramiento de la calidad de vida de las personas en condición de discapacidad.

De regreso en Colombia y gracias al apoyo de un amigo de Alemania creó la página www.ladiscapacidad.com y de allí fue

surgiendo la necesidad de realizar acciones puntuales de atención en Bucaramanga. Es así como en el año 2007, meses antes de mi graduación, creé junto a Hernán Villegas, un trabajador social con discapacidad visual, la Fundación Unicomio que hoy dirijo".

"El proceso empresarial de la Fundación Unicomio se ha dado de manera gradual en estos 3 años 4 meses que llevamos activos, hemos participado como conferencistas y asesores en diferentes ciudades del país, tales como Cartagena, Bogotá, Armenia, Cali, Tulúa, Valledupar, San Gil, y Arauca donde se realizaron diversos proyectos relacionados con el mejoramiento de la calidad de vida de las personas en condición de discapacidad de la región. "Actualmente estamos liderando el proyecto de Inclusión educativa de los gimnasios pedagógicos de Comfenalco de la ciudad de Bucaramanga, y desde el año pasado contamos con una sede en la ciudad de Cali para ampliar nuestra cobertura nacional". Han participado en diferentes medios de comunicación como el País de Cali, Vanguardia, Canal TRD, canal Caracol, El tiempo".

Este es el caso de María del Pilar Pinzón Rueda quien manifiesta que "ser egresada de la UPB conlleva en sí un compromiso con la proyección de su trabajo". Un proceso de formación movido por el interés de gestionar nuevos proyectos y de generar propuestas innovadoras que respondan a las necesidades de la sociedad, hizo que su comportamiento como profesional de la UPB tuviera un sello particular y diferenciador entre la oferta. Permitiéndole avanzar hacia la búsqueda de un mayor impacto de su trabajo hasta llegar a la decisión de emprender su propia iniciativa de empresa.

“Nuestros tutores siempre nos enfocaron a crear empresa, todo el tiempo y cuando uno tiene claro las metas y lo que quiere para su vida profesional, tarde que temprano las alcanza y para mí ser empresario era una de ellas.

HELVER ANDREY DELGADO ÁLVAREZ
INGENIERO CIVIL



Innovación + Liderazgo + Planeación = Emprendimiento

Julián Rueda Molina Ingeniero Electrónico

En una sociedad tan competitiva como la actual, donde la información y los mercados evolucionan cada segundo, es necesario el surgimiento de profesionales emprendedores con capacidades de innovación, liderazgo, planeación, iniciativa y orientación, que desde su labor cotidiana sean capaces de hacer frente a los desafíos que en el entorno aparecen.

Este es el caso de Julián Rueda Molina, egresado de la facultad de Ingeniería Electrónica de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), seccional Bucaramanga. Quien junto con su socio Julián Castellanos, logró consolidar su propia empresa Protección, Automatización y Control Ltda., a partir de una idea de negocio revolucionaria, que actualmente ofrece soluciones y alternativas a los clientes del sector electrónico e industrial colombiano.

La incursión de este joven empresario en el mercado laboral inició en su etapa colegial, donde junto con su hermano mayor trabajó en un taller mecánico haciendo labores varias. Posteriormente, al graduarse, Julián Rueda optó por estudiar Análisis de Sistemas en Centrosistemas, y al presentársela la oportunidad de ingresar a la carrera de Ingeniería Electrónica en la UPB, este escogió desarrollar los dos ciclos educativos a la vez, situación que según Julián fue dura "porque tenía que estudiar una jornada en el día y otra en la noche".

Así mismo, continuó formándose en programas como el Basic Training – Versatile Sales Person (Bentley Nevada Corporation, USA, 2008), las Pruebas de la Calidad del Aislamiento de Bobinados Eléctricos, el Seminario en Protecciones Bedwith para Generador, Transformador, Interconexión y Deslastre de Cargas (Bedwith Electric Co, Inc., 2008) y el nivel 2 y 3 en Controles Digitales de Sincronismo y Control de Carga Activa y reactiva AGC-3.4 (DBF Power In Control, Brasil, 2009), entre otros.

En la UPB se destacó como monitor en los Laboratorios de Electrónica, Técnicas Digitales, Física, Electromagnetismo. Y como docente de Laboratorio de Física en la UPB. Así mismo, al culminar el ciclo académico realizó su práctica industrial en Ecopetrol en la Refinería de Barrancabermeja. Por otra parte trabajó como Ingeniero Electrónico en Panamco Colombia (Cocacola), durante 5 meses, y como Ingeniero de Proyectos y Servicios en Vibran Cia



Julián Castellanos García y Julián Rueda Molina
Expositores en el taller Unidos

Ltda, durante 9 años. Lugares donde adquirió experiencia para dar paso al nuevo reto de crear su propia empresa en el 2008, la cual no sólo está orientada satisfacer necesidades, recibir beneficios sino también a generar empleo.

"Al principio fue complicado conocer las leyes, aportes parafiscales, inscripción a las empresas como proveedores, facturas, imagen corporativa, importaciones, etc. Este proceso, considero, fue vital para mantener la empresa con los requisitos establecidos legalmente". Recuerda, Julián Rueda Molina.

Finalmente, desde su experiencia Julián como ex alumno y actual profesional, agradece la formación otorgada por los docentes y el personal de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Hay "que recordar que el reconocimiento de lo que hacemos se consigue con mucha dedicación, esfuerzo, responsabilidad, pero sobretodo con amor a nuestra profesión".



“ La UPB es sinónimo de calidad y excelencia en la educación. Sus profesionales egresados dan muestra de ello con su actitud de emprendimiento e innovación en medio de las dificultades (económicas y sociales) y en su desempeño responsable y diligente en las organizaciones en las que laboran o se proponen desarrollar. Es así como a la vocación y a la disciplina profesional de sus estudiantes. Gracias a su programa de reconocimientos y becas, muchos estudiantes como yo logramos prepararnos en un ambiente idóneo para el aprendizaje constante y la construcción colectiva de conocimiento.

SANDRA MILENA DELGADO ALONSO
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

Privilegios

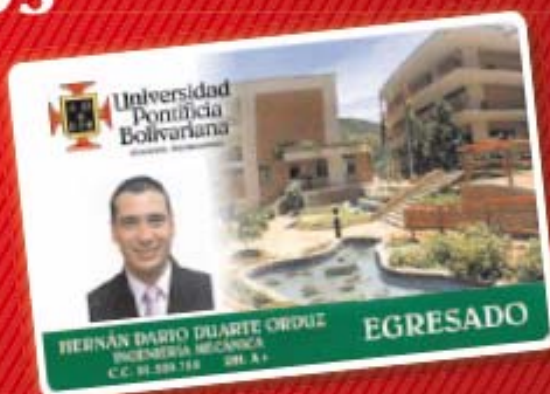
Carné de egresados

Pertenecer a la Comunidad Universitaria, es importante para esta Institución que te identifica como auténtico profesional Bolivariano. El carné te reconoce como graduado UPB y con él, podrás disfrutar de los privilegios de ser egresado y/o participar de las actividades que la Universidad dispone para que sigas siendo parte de ella.

¿CÓMO ADQUIRIRLO?

Enviar al correo electrónico: cegresados@correo.upbfga.edu.co, una foto tamaño 3x4 en formato JPG de excelente resolución con los siguientes datos personales: nombre completo, programa académico del cual egresó, número de identificación, RH, dirección, teléfono y número celular.

• En caso de pérdida: pagar en Tesorería de la UPB ubicada en el bloque D-001 el valor de \$ 8.500 pesos y enviar la información al correo electrónico anexando al recibo de pago.



El carné será entregado 20 días después de haber realizado el trámite en su dirección de residencia.

Descuentos Especiales

- 10% de descuentos para hermanos e hijos de egresados de pregrado que se matriculan en algún programa académico de la UPB.
- 10% de descuento para el egresado en posgrados de la seccional.
- Descuentos especiales en el Departamento de Idiomas y Centro de Proyección Social de la UPB.
- Descuentos especiales para los estudiantes o egresados de la UPB que desean estudiar idiomas o programas de pregrado o post-gradado en el exterior con BABELSTUDIES. Cra 36 No 46-32 San Pío. Tel: 6574387-6481132-6571631 www.babelstudies.com
- Descuentos en 30% en odontología general, 10% en estética corporal, 15% en estética facial y 10% en spa y relajación en la clínica odontológica Smiles ubicado en Cabecera CIL 52B No 31-63 6471020 - 6477948.

Otros Privilegios

- Encuentro de egresados general y por programa académico.
- Capacitación grupal e individual en orientación laboral.
- Orientación para la creación de empresas dirigido por el Centro de Emprendimiento.
- Cuenta gratuita de correo electrónico Institucional.
- Consulta de libros y/o bases de datos especializadas de la biblioteca.
- Asesoría en proyectos académicos sobre oportunidades de posgrado en la seccional y becas en el exterior.
- Acceso a los beneficios que brinda acompañamiento y formación espiritual en Capellanía, servicios de Bienestar Universitario, Formación Humanística, entre otros.

Cuerpo Sano, Mente Sana

Con el fin de que los egresados de la UPB, realicen deporte y mejoren su calidad de vida, el Departamento de Bienestar Universitario cuenta con convenios en diferentes gimnasios y centros de acondicionamiento físico, que les permita disfrutar de privilegios como descuentos y tarifas especiales.

CUERPOS PERFECTOS

Cra. 25 N° 30-43 Cañaveral / Tel. 6386138

FISICO Y FORMA

Cra. 24 30A-08 Cañaveral / Tel. 6386262

BODY FITNESS

Cra. 29 N° 45-25 / Tel. 6471410

FITFORM

Cl. 32 Cra.27 Esquina / Tel. 6345737

BODY FITNESS

Cra. 29 N° 45-25 / Tel. 6471410



Grupo de pom-poms UPB

GOLDEN GYM

Cl. 89 N° 25-25 Barrio Diamantell / Tel. 6361066

BODY TECH

Centro Comercial Mega Mall / Tel. 6322829

CURVES

Cl. 42 No. 36-30 / Tel. 6322401 - 6322402

PROGYM

Cl. 42 No. 29-57 Mercadefam PISO 8 / Tel. 6454535

Red de Apoyo y Divulgación Laboral

El Área de Atención al Egresado ofrece el proceso de divulgación laboral, en donde los graduados se pueden vincular entregando dos hojas de vida en medio físico y una en medio magnético al área, para que sean parte del banco de datos y participen de las diferentes convocatorias que se realizan especialmente para egresados bolivarianos.

Si una empresa está interesada en divulgar una convocatoria debe comunicarle con el Área de Atención al Egresado, en donde puede unirse a este procedimiento a través del diligenciamiento de un formulario sencillo donde informan sobre las generalidades de la empresa y el perfil de la vacante, con el objetivo de participar en la red de apoyo laboral y propiciar la inserción laboral de los egresados.

Posteriormente se aplica una encuesta de retroalimentación diseñada con el fin de realizar seguimiento al proceso y conocer la vinculación de los egresados.

Para obtener más información acerca de otras oportunidades laborales ingrese a la página www.graduadoscolombia.edu.co, en el link para estudiantes y graduados. En esta sección encontrará un listado de enlaces de ese tipo, en los cuáles podrá inscribir sus datos directamente o adjuntar su currículo y así aumentar sus posibilidades laborales.



“Sin lugar a duda la buena educación es uno de los pilares fundamentales en la formación del ser humano; por tal motivo he vivido agradecido y orgulloso con mis formadores en educación desde la primaria hasta la universidad, de haber sembrado en mí, semillas de valores que creo han germinado y me han dado la madurez de reconocer mis fortalezas y corregir mis errores y que sigues logrando que cada día que pasa me sienta orgulloso de ser BOLIVARIANO.”

HECNEY ALEXCVITH ACOSTA SÁNCHEZ
INGENIERO CIVIL





Medios de comunicación del área de atención al egresado

El Área de Atención al Egresado cada vez implementa nuevos medios de comunicación con el fin de mantener un vínculo más cercano con los egresados, y de esta forma hacerles llegar cualquier tipo de información que sea de gran interés para ellos.

- Portal de egresados
- Correo electrónico Institucional
- Revista Institucional de Egresados IMPACTO
- Envío del Informativo Institucional Brújula
- Boletín electrónico "Conexión Bolivariana"
- Envío del Boletín electrónico Institucional "Micronotas"
- Grupo en Facebook - Egresados UPB Bucaramanga

Mayores informes en nuestras oficinas administrativas, la Coordinación del Área de Atención al Egresado está abierta de lunes a viernes en el horario de:

8:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Tel: 6796220 Ext. 527 ó 640, Bloque G-301.
e-mail: cagresados@correo.upbbga.edu.co
Celular: 3017562385



“ La Universidad Pontificia Bolivariana para mí significa formación, crecimiento y gratitud. Es un lugar donde he podido desarrollarme como persona y como profesional. Definitivamente es donde aprendí que los sueños no solo se sueñan, que los sueños se concretan, se luchan y se logran.

NATHALIA GRANADOS SÁENZ
INGENIERA INDUSTRIAL

”

16 **impacto**

VACACIONES RECREATIVAS



En este programa podrán participar todos los niños y niñas de 5 a 11 años, durante el cual se realizarán actividades como deporte, juegos, sorpresas, música, arte, ciencia, cocina, informática, entre otras. Cuenta con transporte puerta a puerta, refrigerios, camiseta, y espectaculares experiencias que vivirán todos aquellos niños, hijos o familiares de nuestros egresados, su cupo será limitado.

Informes:

Departamento de Bienestar Universitario
Luis Jesús Castillo Sierra Coordinador de Deportes
Luisj.castillo@upb.edu.co
6796220 ext. 421 - 418

IDENTIDAD CULTURAL

El Área Cultural de la Universidad Pontificia Bolivariana quiere compartir con los egresados y sus familiares las diferentes actividades que se programan y realizan durante todo el año. Actividades de enriquecimiento cultural que se ofrece a toda la comunidad universitaria y al público en general.

Para mayores informes pueden comunicarse o dirigirse al Área Cultural de la Universidad Pontificia Bolivariana, Bloque G - 203, Teléfono 679 6220, Extensión 441

Correo electrónico: Fernandoremolina@upb.edu.co

Sábado de Bolivarianitos

Con la realización de actividades lúdicas, espirituales, deportivas y recreativas se les ofrece este espacio a los niños de toda la comunidad y sus familiares. Inscribe a tus hijos, hermanos, primos o sobrinos y hazles pasar una mañana de sábado de cada mes un rato ameno y divertido.

- * Julio 31
- * Agosto 28
- * Septiembre 26
- * Octubre 30



¡Los Esperamos!

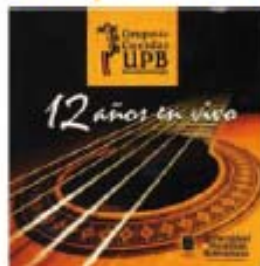
Producciones Musicales

El Coro Polifónico y el Grupo de Cuerdas UPB tienen a la venta sus producciones musicales:

Con una recopilación de las mejores interpretaciones de su repertorio. Los pueden adquirir la Coordinación del Área Cultural, extensión 441.

Grupo de Cuerdas UPB

12 Años en Vivo



Coro Polifónico

Sala de Exposiciones



Para los amantes y admiradores de las artes plásticas la UPB programa exposiciones temáticas en cada semestre, con diferentes artistas como; Diego Fernando Bacarra Ramírez, Carlos González, Colectivo Clarancia Hernández, Efraín Saldaña, y Omar Mateus.

Culturales UPB de Concierto

El último jueves de cada mes a partir de las 7:00 p.m. y durante el semestre se programa conciertos musicales en el auditorio menor "Jesús Quirós Crispín" con agrupaciones de cámara de diferentes géneros musicales (Clásica, Tradicional Colombiana, otros géneros, etc.) para los amantes de la buena música.



Momentos memorables



Orientación para enfrentar
procesos de selección.
Estudiantes de Administración de Empresas



Graduados de Marzo 2010



Visitas de pares Académicos
Ingenieros Industriales



Encuentro de Egresados
Ingeniería Electrónica



Encuentro de Egresados
Psicología



Encuentro de Egresados
Ingeniería Mecánica



Encuentro de Egresados
Ingeniería Ambiental



Bienvenida a la Vida
Profesional
Segundo Semestre 2010

La casa presenta

Formación Continua

Una herramienta de mejoramiento de las competencias laborales

Por: Victoria Helena Pérez Goñal
Jefa de Departamento de Educación Continua

La alta competitividad de los mercados laborales, la globalización y los acelerados cambios de la tecnología, son identificados por expertos analistas, académicos, agremiaciones y organizaciones, como los promotores de la necesidad de buscar el complemento y el mejoramiento de las competencias laborales.

El Ministerio de Educación Nacional MEN, determina que "... la educación no formal es la que se ofrece con el objeto de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales..."; y tiene como fin "...la promoción del perfeccionamiento de la persona humana, el conocimiento y la reafirmación de los valores nacionales, la capacitación para el desempeño artesanal, artístico, recreacional, ocupacional y técnico, la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y la participación ciudadana y comunitaria."

Las tendencias actuales de la educación reconocen los beneficios que otorga a las personas, organizaciones y sociedad en general, la formación continua.

Educación Continua: Universidad para toda la vida

La Seccional Bucaramanga de la UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA, a través del Departamento de Educación Continua, ofrece a los Egresados programas acordes con las necesidades industriales y sociales.

Las modalidades de capacitación son Diplomados, Seminarios, Cursos, Talleres y similares, los cuales, a pesar de no otorgar títulos académicos, disponen de un grupo de Docentes, en algunos casos denominados Facilitadores, seleccionados por su alta cualificación en su formación, y que cuentan con experiencia práctica en los temas a desarrollar en los diferentes programas.

Respondiendo a las necesidades que se presentan continuamente, se brinda a la comunidad la posibilidad de acceder constantemente a programas de formación caracterizados por su practicidad, disponibilidad, corta duración y bajos costos en la inversión, por lo que la UPB ha optado por asociar la formación continuada con el lema de "Universidad para toda la vida", pues se espera que la Comunidad de Egresados actualicen periódicamente sus competencias en el saber y en el hacer.



Para incentivar la participación de Egresados, la Seccional Bucaramanga, no cobra la inscripción de los interesados, y les ofrece el beneficio preferencial de obtener descuentos del 10% en cualquier modalidad.

Formación para el Trabajo: Mejoramiento de las Competencias Laborales con beneficio para las Empresas

Se entiende como Competencia Laboral, el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes que se aplican en el desempeño de una función productiva. El conjunto de esas competencias son verificables, e implican la necesidad de una formación técnica (conocimientos y habilidades), así como social de valores (actitudes).

La UPB Seccional Bucaramanga está gestionando convenios interinstitucionales con empresas de la región, para beneficiar económicamente a los grupos de tres o más empleados o colaboradores de las empresas que desarrollen un mismo programa de educación continua. Así mismo, desde el Departamento de Educación Continua y con el apoyo de las Escuelas, Facultades y Grupos de investigación, se diseñan programas de formación a la medida de las necesidades de las empresas, entidades, organizaciones y/o agremiaciones siendo específicas, y dependiendo del plan estratégico de cada una.

Es importante determinar que la formación para el trabajo debe identificarse como una inversión a largo plazo. Actualmente el SENA fomenta este tipo de programas, denominándolos Formación Especializada, por medio de la oferta anual de convocatorias en las que es posible obtener recursos financieros necesarios para disminuir brechas tecnológicas de los trabajadores vinculados a empresas o sectores productivos, y se logra el aumento de la productividad y competitividad de los sectores productivos nacionales.

* Ministerio de Educación Nacional MEN, PROGRAMAS TÉCNICOS OFERTADOS POR INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN NO FORMAL (Definición de Educación no formal). Disponible en línea: <http://www.men.edu.co/1631/articulo-87076.html>

¿Donde está la responsabilidad social del sector financiero?

Por: Felipe Ruiz Gómez
Docente del Programa de Comunicación Social - Perfeccionamiento UPB.

Uno de los contenidos que más me apasiona cuando converso con mis estudiantes sobre asuntos administrativos, es el tema de la Responsabilidad Social de las empresas en el mundo. Porque definitivamente, soy un convencido de la teoría según la cual, el día en que las organizaciones sociales y empresariales reconozcan que tienen una responsabilidad con el entorno donde se desenvuelven, muy seguramente el futuro de la nación será más próspero y la desigualdad entre dos extremos sociales (pobreza y riqueza) se reducirá drásticamente.

En este tema hay "mucho tala para cortar" y desde años atrás, grandes tratadistas de la administración buscan una definición clara tratando de concientizar a las organizaciones sobre la necesidad de implementar responsabilidad social. Para Claus Offe, docente, filósofo, economista y sociólogo alemán, la responsabilidad social tiene como prioridad entre sus funciones en las complejas sociedades modernas, actuar como mecanismo de creación y promoción de una "moral autónoma" y el autocontrol civilizado de sus miembros. El docente mexicano Efran Gustavo Tomas Corza, en su artículo publicado en la página web www.gestopolis.com, cuando se refiere a la Responsabilidad Social asegura que "En nuestros días podemos decir también que la responsabilidad social se considera un concepto normativo no obligatorio o "ley blanda" (es decir, sin la fuerza de la ley), esto ha dado origen no solo a diferentes tentativas o percepciones; sino a nuevas propuestas acerca de las implicaciones institucionales del concepto. Por ejemplo, en el Contrato Social de Rousseau muestra una cláusula que contiene la delegación absoluta de todos los derechos del individuo en favor de la sociedad. Con posterioridad a esto, cualquier derecho que un individuo tenga es uno concedido por la voluntad general".

Bien... suficiente teoría... Vamos a ubicarla en nuestra realidad. Si la Responsabilidad social es un ejercicio empresarial que si bien no es fuerza de ley, si es una manera de devolver a la sociedad lo que ella le ha aportado en su accionar... Me pregunto: ¿Dónde está la Responsabilidad Social del sector financiero en Colombia, que reportó importantes ganancias en el 2009? No estoy en contra de la rentabilidad empresarial. Eso sería un absurdo. Las corporaciones tienen que generar ganancias porque para ello se organizan. Pero el sector financiero reportó importantes ingresos y a pesar de ello, temas como la tasa de desempleo y el bajo nivel de emprendimiento en Colombia generan inquietud porque son conflictos sobre los cuales ellos pueden aportar, si entienden y se apropian de su Responsabilidad Social.

¿A dónde conduce mi propuesta? A la creación en el sector financiero de la división Responsabilidad Social para promover el emprendimiento en el país y a su vez, generar empleo. ¿Cómo funcionaría? Fácil. A través de una ley en el Congreso que obligaría a las organizaciones del sector financiero a crear la Oficina de Responsabilidad Social. Esa dependencia sería nutrida financieramente con el 5%, sólo el 5% de las ganancias en el ejercicio fiscal inmediatamente anterior. En esta oportunidad estaríamos

hablando de 2009, donde el sector financiero reportó ganancias superiores a los 8,5 billones de pesos. Si, billones con 8 de buenísimo. Si esa ley ya existiera, estaríamos afirmando que el sector financiero tendría disponible en este 2010 para apoyo al emprendimiento, algo más de 425 mil millones de pesos.

¿Cómo amarriaríamos este recurso a la economía nacional? Dando cumplimiento a la Ley 1014 de 2006. En esa norma se establece la creación y puesta en marcha de la Red Nacional de Emprendimiento integrada entre otros por los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo, Educación Nacional y Protección Social, el Sena, la Dirección Nacional de Planeación y representantes de las Universidades.

Ahora bien, ¿Qué harían la Red y las Universidades frente a la propuesta de Creación de Responsabilidad Social en el Sector Financiero? Acompañarían a los estudiantes en la concreción de ideas de negocios y las presentarían ante la RNE. Los proyectos apoyados por la RNE recibirían un crédito semi-condonable con un año de gracia. El emprendedor tendría la obligación de abrir una cuenta de ahorros en el banco de donde recibió el crédito y al año siguiente deberá demostrar que ha generado empleo. Si esas dos condiciones se cumplen, la garantía económica que recibió no sería cobrada en su totalidad. Ese descuento en el crédito sería una retribución de la sociedad por generar fuentes de empleo y a partir del segundo año comenzaría a cancelar un empréstito pequeño, a cinco años y sujeto a bajas tasas de interés.

La tasa de desempleo se reduciría y estoy seguro de que así, Colombia caminaría por la senda del desarrollo y la dinamización de la economía. Ahora, si ese emprendimiento lo amarriamos a las necesidades y posibilidades de Colombia en el exterior, el rumbo de nuestra nación será distinto... más dinámico, llegando a nuevos mercados y dinamizando la inversión, dando oportunidades a los nuevos profesionales y generando cultura empresarial en todas las áreas del conocimiento.



Hoy por hoy, esa misma idea se ha convertido en un modelo de operaciones ilustrado en el siguiente gráfico 1 en el que se puede observar cómo la facultad explora el conocimiento científico mediante procesos académicos, es decir en las aulas de clase, laboratorios, trabajos de grado, etc., lo que le permite crear desarrollos que se convierten en un "know how" de la facultad, representado en metodologías. Es entonces la innovación la que aprueba que dichas metodologías traspasen las fronteras de la Universidad y lleguen a la industria, la cual demanda métodos para la generación de herramientas, que a su vez, es vendida a clientes que las convierten en productos para el público. El ciclo se cierra cuando gracias a los programas de acompañamiento industrial de la facultad y visitas técnicas, se retroalimentan necesidades de nuevo conocimiento científico.



Gráfico desarrollado con la colaboración de Marco A. Villaniza, de la Facultad de Ingeniería Industrial

Otros casos similares han sido los que se han llevado a cabo con empresas como Ecopetrol S.A., Empresas Públicas de Medellín, AES Chivor y Dana-Transexas de manera exitosa, todos ellos contactados a través de las redes sociales de los propios docentes de la Facultad, ubicados en la industria, en eventos de tipo académico como congresos y simposios y por medio de los propios egresados.

Basados en la observación de modelos de otras universidades, como el que existe en la Universidad de Utah en los Estados Unidos, se espera que el paso siguiente sea la creación de una oficina de comercialización de tecnología, que se encargue del movimiento de conocimientos y descubrimientos desde el interior de la Facultad hacia el público en general. Esta oficina trabajaría como puente para coordinar los esfuerzos entre la industria, los inversionistas de riesgo y otras fuentes de financiación para comercializar las invenciones, desarrollos y conocimientos de la facultad.

“ Ser empresario ha sido una experiencia enriquecedora y de mucho sacrificio, que pone a prueba la voluntad, la perseverancia, el optimismo, la fe, la inteligencia; y que al final de cuentas lo hace a uno crecer profesionalmente y como persona de manera excepcional.

Es un orgullo ser egresado Bolivariano, dado que nuestra institución es reconocida a nivel nacional por su larga trayectoria en la educación superior y por la formación de buenos profesionales que luego se encuentran posicionados en el sector empresarial del País.

AUGUSTO JOSÉ GARCÍA PÉREZ
INGENIERO CIVIL



ENTREPRENEUR PIONEROS EMPREDIMIENTO PIONEER UNTERNEHMERTUM ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ³

Por: Alex Alberto Mondou
Director Facultad de Ingeniería Electrónica.

"Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva."⁴

Ser pionero es estar dispuesto, tener la motivación (actitud), adquirir y desarrollar algunas destrezas y habilidades (aptitud) tales, que le permita emprender retos, avanzar un paso más, aquel que lo proyectará por encima de la meta que se había propuesto de forma inicial, sólo que alcanzado ese punto la satisfacción no es completa. Esa insatisfacción que lo hace avanzar es una forma de pensar, de actuar, de aprovechar la oportunidad, de visualizar un resultado posible y buscar un beneficio equilibrado para sí, por ser emprendedor; para la economía por estar inmerso en ella; y para la sociedad por ser dinamizador y ejemplo de innovación responsable, efectiva y con el componente de ética que regulará su compromiso social.

Un poco más de cuatro años de promulgada la ley 10 de 2006 (Enero 26 de 2006), se tiene la sensación de que el Estado sí prestó atención a las peticiones de pensar en el emprendimiento como parte del sistema educativo, al leer el objeto de la ley: "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."⁵ Es claro que el estado se apropió del tema y lo incorporó como ley.

La Universidad avanza en la tónica emprendedora y busca entonces sensibilizar a sus estudiantes, docentes y comunidad académica e incorpora la cátedra "emprendimiento", tal que se forme una actitud favorable al emprendimiento, la innovación y la creatividad y gradualmente propiciar las competencias para generar empresas. Tarea lenta, puesto que por decreto no se cambia, sólo se plasma en el pergamino y el trabajo desde el momento de su implementación será lento, con tropiezos, con dudas pero con objetivos claros "Contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia."⁶



El Emprendimiento y la Universidad

Pareciera entonces que antes de la ley de 2006 no existiera emprendimiento en la academia, que en la edad media los comerciantes independientes, los "escribidores" de las cuentas, los distribuidores de las pérdidas y ganancias no fueran emprendedores o pioneros en su área de desempeño. El programa de Ingeniería Electrónica de la UPB seccional Bucaramanga fue pionero en la región, lo cual le da la impronta de emprendedora y lo ha seguido siendo:

- Ha liderado las semanas de Ingeniería Electrónica: "Expoelectrónica", en la que involucra a los estudiantes como presentadores ante el público de sus desarrollos tecnológicos, se someten al escrutinio de un jurado también tecnológico y este prototipo es susceptible de mejorar en lo técnico y de ajustarlo en lo económico para llegar a ser un proyecto innovador.
- La facultad ha fomentado el "Desafío Electrónico", un aporte al desarrollo y la creatividad. Es un espacio de 36 horas continuas de trabajo, en el cual se maneja la presión de la innovación en lo propuesto; el cansancio de las horas continuas buscando el diseño óptimo en lo tecnológico y en lo financiero; y adicional a esto, el fomento a la asociatividad, dado que se integran desde primer semestre hasta el décimo de ingeniería electrónica. Se planea también la integración con otras facultades.
- El Seminario Internacional de Ingeniería Electrónica, que en el 2010 tuvo su cuarta versión, propició el acercamiento de los estudiantes a otros continentes, generando intercambios que han antiquado a los participantes y han llevado la necesidad de un segundo idioma a un nivel más allá del requisito de grado, al tiempo que ha integrado a toda la facultad alrededor de temas de actualidad mundial en la Ingeniería Electrónica.

La innovación se da en el día a día y el emprendimiento se va desarrollando lentamente, cambiando mentalidades, apoyando ideas y lo más importante, teniendo seguridad de "saber qué hacer con lo que se sabe", resumen coloquial de lo que son las competencias, casi como se escucha en el lenguaje urbano, «lo importante no es serlo sino parecerlo».⁷

³ <http://translate.google.com/EMPRENDIMIENTO>, Abril 3 DE 2010.

⁴ Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura de emprendimiento. Congreso de Colombia.

⁵ <http://www.gencoe.com/empren/nlento.html>, Abril 3 de 2010.

⁶ <http://www.gencoe.com/empren/nlento.html>, Abril 3 de 2010.

⁷ Frases cibernéticas para toda ocasión. Escudón Rafael. Ed. Diana. México. 1998.

Emprendimiento Ambiental

Por: María Fernanda Jiménez
Coordinadora de Centro de Servicios en Seguridad y Salud Ocupacional.

Es indiscutible que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico de la comunidad de una región o de un país, sin embargo una alta tasa porcentual del emprendimiento es sinónimo de generación de microempresas que generan máximo cinco puestos de trabajo, lo que demuestra que en nuestra sociedad el emprendimiento es sinónimo de autoempleo pero no de crecimiento.

A partir de ello reconocemos a los emprendedores divididos en dos grandes grupos: El emprendedor por oportunidad, representado en un 35% de la población con capacidad laboral, que es aquel que crea empresa porque hay posibilidades de ingreso en los mercados y el emprendedor por necesidad, representado en el 65%, que equivale a gastar empresa por falta de empleo y por la necesidad de sobrevivir.

Inicialmente se hablaba de emprendimiento ambiental y solo se miraba la parte romántica y el concepto social de ayuda y protección a los ecosistemas con campañas de concientización enfocadas a la prevención de los recursos naturales.

Era disonancia y traído de los cabellos asumir el riesgo y la responsabilidad de diseñar e implantar estrategias empresariales en torno al impacto ambiental.

La Facultad de Ingeniería Ambiental se propone gastar líderes, agentes de cambio e individuos capaces de influir en la comunidad, dando solución a los problemas sanitarios y ambientales.

Los prepara para que creen empresa y desempeñen cargos de responsabilidad ambiental tanto en el sector público como en el privado y para que ejerzan la función de consultores, ofreciendo soluciones prácticas a la problemática enfrentada.

En el año 2006 se crea el CENTRO DE SERVICIOS EN SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL CSSO evidenciando el emprendimiento empresarial que la Universidad desea proyectar hacia la comunidad.

Contamos con un idóneo y extenso portafolio de servicios, herramientas con las cuales estamos dispuestos a satisfacer el mercado empresarial, ofertando servicios en seguridad industrial y gestión ambiental.

Aunque es difícil descontextualizar cada una de las propuestas que el CSSO, ofrece a las empresas en nuestra ciudad de Bucaramanga y al oriente Colombiano, trataré de sintetizarlas para que sean de su conocimiento.

MEDICIONES DE HIGIENE Y MEDIO AMBIENTE

El reconocimiento de los problemas potenciales a la salud que pueden generarse como consecuencias de la presencia de agentes dañinos en el medio ambiente de trabajo, la evaluación de los riesgos potenciales identificados en la fase de reconocimiento para establecer su magnitud y el control de aquellos agentes ambientales que surgen dentro del lugar de trabajo y que pueden causar las enfermedades laborales le permite a la empresa establecer la metodología que debe seguir con sus empleados y su ambiente laboral.

ASESORÍA EN SALUD OCUPACIONAL Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

Los programas que ofrece el CSSO en el área de seguridad Industrial buscan prevenir, identificar, evaluar y controlar los factores de riesgo ocupacionales mediante la aplicación de normas Nacionales como Internacionales, que contribuyan al mejoramiento del medio ambiente de trabajo e impacten en el indicador de accidentalidad Laboral.

Dentro de esta área desarrollamos los siguientes programas especializados para su gestión en seguridad industrial.

- Asesoría e implementación del reglamento de higiene y seguridad industrial.
- Asesoría para la implementación del sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional NTC OHSAS 18001.
- Asesoría en la implementación del registro único de evaluación de programas de salud ocupacional y medio ambiente para contratistas del sector hidrocarburos RUC.
- Auditoría de los programas HSE (Seguridad-Salud y Ambiente)
- Elaboración de panoramas y mapas de riesgos.
- Investigación y análisis de accidentes.
- Programas de inspecciones de seguridad.
- Programa de selección de elementos de protección personal.
- Programa de orden y aseo en la Industria.
- Diseño y análisis de los puestos de trabajo.
- Diseño e implementación de planes de emergencias.
- Asesoría en tareas de alto riesgo.
- Elaboración de procedimientos de trabajo seguros (trabajo en caliente, trabajo en alturas, energías peligrosas, trabajos en espacios confinados) Fichas técnicas de sustancias químicas, trabajos excavaciones.

EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN

Cursos técnicos de capacitación en seguridad, higiene, salud ocupacional, estilos de vida y trabajo saludable. El CSSO cuenta con psicólogos y profesionales especializados en cada uno de los temas.

EMPRESA: ENDIAMAM LTDA.
ACTIVIDAD: Contratación de obras civiles

CONTACTO: Edwin Fariña de Melo Corbo
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Diagonal 12 N 52-39
TÉLEFONO: 633 7585
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: edwinfarina_ingenieros@hotmail.com

EMPRESA: INDUCOL INGENIERÍA
ACTIVIDAD: Construcción, instalación y consultoría

CONTACTO: Elier Góngora Castro López
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Carrera 21 N 45 - 51
TÉLEFONO: 652 5397
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: info@colingatec@gmail.com

EMPRESA: INCO MLTDA.
ACTIVIDAD: Obras civiles y ambientales

CONTACTO: Hecay Alexander Acosta Sánchez
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 25 N 2-31 Of. 10a 790 Edificio Callesal
TÉLEFONO: 650 3412
CIUDAD: Bucaramanga
PG. WEB: www.incoen.com.co
E-MAIL: ma.sagor@incoen.com.co

EMPRESA: HDI INGENIERÍA ELL
ACTIVIDAD: Construcción

CONTACTO: Heiner Andrey Delgado Álvarez
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 26a N 31 - 01 la cañalita, Girón
TÉLEFONO: 646 7637
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: hdelgado@yehotmail.com

EMPRESA: FORMACION POSGRUPO INGENIERÍA
ACTIVIDAD: Obras civiles y obras de equipo para construcción

CONTACTO: Iván Darío Deza Sepúlveda
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 74 N 11a - 45
TÉLEFONO: 622 0449
CIUDAD: Barrancabermeja
PG. WEB: www.forsosadecol.com
E-MAIL: gonzalezibonnavi@col.com

EMPRESA: SPESA LTDA
ACTIVIDAD: Obras civiles de saneamiento

CONTACTO: Javier Andrés Acosta
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Carrera 23 N 28 a - 40
TÉLEFONO: 626 0235
CIUDAD: Floridablanca
E-MAIL: اسپسا.لدا@epsa.com

EMPRESA: CLIMA SERVICIOS ESPECIALIZADOS DE ASFO
ACTIVIDAD: Venta, alquiler y reparación de bofas para asfalto, limpieza de pozos de infiltración y drenaje de aguas

CONTACTO: Javier Enrique Rangelón Romero
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 57 N 15 - 46 pueblo nuevo
CIUDAD: Barrancabermeja
E-MAIL: direccion@climaservicios.com

EMPRESA: JORGE ELCER ALVAREZ CAMERO
ACTIVIDAD: Construcción de obras civiles

CONTACTO: Jorge Elcer Álvarez Camero
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle N 433 a - 24
TÉLEFONO: 646 4596
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: jingalvarez@hotmail.com

EMPRESA: CONSTRUCTORA DALED
ACTIVIDAD: Construcción de obras civiles

CONTACTO: Juan Carlos Ladrón Galdames
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 142 N 15-35 edificio 406
TÉLEFONO: 633 1825
CIUDAD: Bogotá
PG. WEB: www.construcciondaled.com
E-MAIL: gonzalez@construcciondaled.com

EMPRESA: INDUCOL INGENIERÍA
ACTIVIDAD: Construcción, instalación y consultoría

CONTACTO: Elier Góngora Castro López
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Carrera 21 N 45 - 51
TÉLEFONO: 652 5397
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: info@colingatec@gmail.com

EMPRESA: MARÍA DEL CARMEN PERALDO RONDÓN
ACTIVIDAD: MAGNA INGENIERÍA Y ABOGADOS S.A.S
ACTIVIDAD: Construcción y Consultoría
ACTIVIDAD: Consultoría y construcción de proyectos civiles y ambientales y asesoría jurídica

CONTACTO: María Del Carmen Peraldo Rondón
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Carrera 23 N 52-52
TÉLEFONO: 647 3717
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: maria_peraldo_ryehotmail.com
marpaldog@gmail.com

EMPRESA: RAMÍREZ MARTÍNEZ SA LTDA.
ACTIVIDAD: Construcción

CONTACTO: Mateo Andrés Ramírez Martínez
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 51 N 35-38 Of. 10a 325
TÉLEFONO: 648 0623
CIUDAD: Bucaramanga
PG. WEB: www.ramirezconstructora.com
E-MAIL: ramirez@yehotmail.com

EMPRESA: CI ANGE COMMERCE
ACTIVIDAD: Comercio transaccional

CONTACTO: Miguel Orlando Valdeleón Cortés
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Calle 11 N 35-42
TÉLEFONO: 694 2995
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: ciangecommercia@gmail.com

EMPRESA: CONSTRUCTORA NIÑO
ACTIVIDAD: Construcción de obras civiles

CONTACTO: Oscar Mauricio Niño Galdames
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Carrera 28 N 21 - 11 apta 501
TÉLEFONO: 646 7588
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: oconary11@hotmail.com

EMPRESA: GTP ASOCIADOS LTDA.
ACTIVIDAD: Construcción de obras civiles

CONTACTO: Ramiro Alacador Plata
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
DIRECCIÓN: Carrera 36 N 41 - 08 edificio 201
TÉLEFONO: 646 0854
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: gtpasociados@quintecol.com

EMPRESA: AUTOMATIZACIÓN Y SOLUCIONES INDUSTRIALES LTDA.
ACTIVIDAD: Automatización control y construcción para control industrial

CONTACTO: Carlos Eduardo Ibarra Acosta
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería de Sistemas
DIRECCIÓN: Carrera 37 N 42-79 Of. 10a 206
TÉLEFONO: 648 8846
CIUDAD: Bucaramanga
PG. WEB: www.cyls.com

EMPRESA: GRUPO SIMATE LTDA.
ACTIVIDAD: Desarrollo de equipos de ingeniería pesada

CONTACTO: Jesús Omar Vargas Pérez
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Electrónica
DIRECCIÓN: Carrera 26 N 56-12 piso 2
TÉLEFONO: 680 2856
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: gromed@gruposimate@gmail.com

EMPRESA: PROTECCIÓN, AUTOMATIZACIÓN Y CONTROL LTDA.
ACTIVIDAD: Actividades de ingeniería, automatización

CONTACTO: Julián Augusto Molina
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Electrónica
DIRECCIÓN: Calle 146a N 16a-32
TÉLEFONO: (1) 405 3356
CIUDAD: Bogotá
E-MAIL: jammolina@yahoo.com

EMPRESA: INHALEC LTDA.
ACTIVIDAD: Ingeniería aplicada

CONTACTO: Maribel Gómez Gómez
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Electrónica
DIRECCIÓN: Carrera 18 N 35 - 10 número 10 corto edificio 322
TÉLEFONO: 678 3918
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: nicholegomez@inhalaplic.com

EMPRESA: KALAO'S
ACTIVIDAD: Producción y comercialización de prendas bordadas y tejidas a mano

CONTACTO: Claudia Paola Díaz Arias
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN: Calle 52 N 33 - 80
TÉLEFONO: 647 7046
CIUDAD: Bucaramanga
PG. WEB: www.kalao.com.co
E-MAIL: claudia@kalao.com.co

EMPRESA: CALZADO MODACLAS S
ACTIVIDAD: Fabricación de zapatos

CONTACTO: Dorylene María Angarita Salazar
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN: Calle 21 N 23 - 38
TÉLEFONO: 634 6819
CIUDAD: Bucaramanga
E-MAIL: calzado_productos@modacclas.com

EMPRESA: ALUMACENICALLUJO S
ACTIVIDAD: Comercialización de repuestos para tractores

CONTACTO: Ganery Miraval Díaz Galdames
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN: Carrera 25 N 28a - 40
TÉLEFONO: 676 1865
CIUDAD: Girón
E-MAIL: almacenicallujo@epsa.com

EMPRESA: CONSTRUCTORA HERO
ACTIVIDAD: Construcción

CONTACTO: Heier y Andrés Delgado Marín
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Civil
TÉLEFONO: 657036
DIRECCIÓN: Calle 47 N 29 - 33 Of. 10a 505
CIUDAD: Bucaramanga
PG. WEB: www.construccionhero.com
E-MAIL: contacto@construccionhero.com

EMPRESA: INCOMESA
ACTIVIDAD: Instalación y construcción de la red de agua potable

CONTACTO: Juan Aliberto Gilgómez Rojas
PROG. ACADÉMICO: Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN: Carrera 35 N 44 - 29
TÉLEFONO: 6430011
CIUDAD: Bucaramanga
PG. WEB: www.incomesa.com.co
E-MAIL: gonzalez@incomesa.com.co

Directorio Emprendedor

EMPRESA	CERAMINGENIEROS ASOCIADOS LTDA.
ACTIVIDAD	Obras mecánicas y civiles
CONTACTO	Alfonso Alexander Gallo Ramirez
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Calle 72 N 30-05 Torrelibart
TÉLEFONO	6207807
CUIDADO	Barracachemija
E-MAIL	cegallo@egmail.com
EMPRESA	IGS INGENIERÍA
ACTIVIDAD	Obras civiles y eléctricas
CONTACTO	Jorge Eduardo Arias Pizarro
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Caracas # 11135 - 51
TÉLEFONO	6946572
CUIDADO	Barracachemija
E-MAIL	jorge@igsinvernal.com
EMPRESA	EMPRO PLAS
ACTIVIDAD	Fabricación y comercialización de envases y productos plásticos
CONTACTO	Enrique Quiñones Cepeda
PROG. ACABADO	Administración de Empresas
DIRECCIÓN	Calle 111 N 22-37
TÉLEFONO	6211514
CUIDADO	Barracachemija
E-MAIL	enrique@emproplas.com
EMPRESA	ELECTROREY LTDA.
ACTIVIDAD	Venta de aparatos eléctricos
CONTACTO	Luis Gabriel Calvo Rey
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Calle 508 27-01
TÉLEFONO	6407554
CUIDADO	Barracachemija
E-MAIL	luis@electroyrey.com
EMPRESA	PEGANTES DE CAJUCHO PEGAS O LTDA.
ACTIVIDAD	Fabricación de pegamentos
CONTACTO	Marta Helena Espino Pineda
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Parque Industrial de Ingeniería y Tecnología 11
TÉLEFONO	6241333
CUIDADO	Barracachemija
PAG. WEB	www.pegpags.com
E-MAIL	pegpags@pegpags.com
EMPRESA	NOCTEL CAFÉ BAR
ACTIVIDAD	Café bar
CONTACTO	Mauricio Castellanos Paez
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Calle 12 N 7-34
TÉLEFONO	6517465
CUIDADO	Maldaga
E-MAIL	mcastellanos@noctel.com

EMPRESA	INTERSECO MIRA LTDA.
ACTIVIDAD	Cybercafé, restaurante, comercio electrónico, tienda de ropa, tienda de zapatos, tienda de accesorios de tecnología, tienda de electrodomésticos
CONTACTO	Sergio Alvarado
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Caracas # 44 N 35-50
TÉLEFONO	6463214
CUIDADO	Barracachemija
PAG. WEB	www.intersecomira.com
E-MAIL	intersec@intersecmira.com
EMPRESA	DIANA MONGOMBIET
ACTIVIDAD	Café restaurante
CONTACTO	Silvia Alejandra Aguado Orozco
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Calle 100 # 10-2
TÉLEFONO	6462213
CUIDADO	Barracachemija
PAG. WEB	www.dianamombi.com
E-MAIL	dianamombi@postino.com
EMPRESA	HOTEL CAMPESTRE CAMINO REAL
ACTIVIDAD	Hotel
CONTACTO	William Fernando Ordóñez Casan
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Caracas # 100 # 10-2
TÉLEFONO	7236352
CUIDADO	Saigal
PAG. WEB	www.hotelcampestre.com
E-MAIL	hotelcampestre@hotelcampestre.com
EMPRESA	RESTAURANTE SAN DIEGO
ACTIVIDAD	Restaurante
CONTACTO	William Mauricio Ilabaca Torres
PROG. ACABADO	Ingeniería Industrial
DIRECCIÓN	Calle 4 Ferretillanca
TÉLEFONO	6464364
CUIDADO	Restaurante
E-MAIL	william@restaurantediego.com
EMPRESA	AVI CONTROL LTDA.
ACTIVIDAD	Operación, mantenimiento y administración de aeronaves, mantenimiento de aeronaves, control de tráfico aéreo, control de seguridad
CONTACTO	Alicia Mayaly Pacheco Acevedo
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Calle 11 N 11-4
TÉLEFONO	4403636
CUIDADO	Ingred
E-MAIL	alicia@avicontrol.com

EMPRESA	BIENESTAR SALUD EMOCIONAL Y PSICOMOTRIZ CO. CIA
ACTIVIDAD	Tratamiento de psicología, psicopedagogía
CONTACTO	Angélica María Figueroa Rodríguez
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Caracas # 153119 Cabeza del Bue
TÉLEFONO	6472747
CUIDADO	Barracachemija
E-MAIL	bienestar@psicologia.com
EMPRESA	ESCUELA DE CONDICIÓN AUTOSANTANDER
ACTIVIDAD	Escuela de acondicionamiento físico
CONTACTO	Karen Juliana Díaz
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Calle 36 N 26-13
TÉLEFONO	6352546 - 6352547
CUIDADO	Barracachemija
E-MAIL	escuela@condicion.com
EMPRESA	CENTRO DE SERVICIOS PSICOLÓGICOS DE OCCIDENTE
ACTIVIDAD	Atención y evaluación profesional en el campo de la psicología
CONTACTO	Lidia Maestra Bellochegua Zaldívar
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Calle 3 # 1-104
TÉLEFONO	315339882
CUIDADO	Cibola, Pijuyá, Barracachemija
PAG. WEB	www.psicologiaoccidente.com
E-MAIL	psicologiaoccidente@gmail.com
EMPRESA	FUNDACIÓN UNI CORPO
ACTIVIDAD	Atención y evaluación profesional en el campo de la psicología
CONTACTO	Marta Del Pilar Pineda Pineda
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Calle 206 # 15-25
TÉLEFONO	6314358
CUIDADO	Ferretillanca
PAG. WEB	www.fundacionunicorpo.com
E-MAIL	unicorpo@unicorpo.com
EMPRESA	ENMALLADOR DE AGUA ZAFIRO
ACTIVIDAD	Distribución, venta y distribución de agua potable
CONTACTO	Sandra Cristina Peláez Nave
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Caracas # 145-18 Centro
TÉLEFONO	5645201
CUIDADO	San Alberto - Oscar
E-MAIL	enmallador@zafiro.com
EMPRESA	FUNDAES INTEGRALES
ACTIVIDAD	Atención y evaluación profesional en el campo de la psicología
CONTACTO	Wladimir Vargas Varga Cea
PROG. ACABADO	Psicología
DIRECCIÓN	Caracas # 14-30
TÉLEFONO	312212185
CUIDADO	Puerto Madero
E-MAIL	fundaes@integrals.com



Contáctanos

cegresados@correo.upbbga.edu.co

Coordinación del Área de Atención al Egresado
Universidad Pontificia Bolivariana
Km. 7 Vía Piedecuesta
Bloque G-301

Atención de Lunes a Viernes
Horario: 8:00 a.m. a 12:00 p.m.
2:00 p.m. a 6:00 p.m.
Teléfono: 679 62 20 Ext. 527
E-mail: cegresados@correo.upbbga.edu.co
Celular: 301 756 2385

Especialización en Preservación y Conservación de los Recursos Naturales

Inicia Segundo Semestre de 2010

Mediante Resolución 10392 de 21 de diciembre de 2009, el Ministerio de Educación Nacional aprobó la ESPECIALIZACIÓN EN PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES con Código SNIES 55078, adscrita a la Facultad de Ingeniería Ambiental.

2010 ha sido declarado por la Organización de Naciones Unidas, Año Internacional de la Biodiversidad. Como contribución al conocimiento y valoración de nuestras riquezas nacionales y regionales, la Facultad de Ingeniería Ambiental de la Universidad Pontificia Bolivariana-Seccional Bucaramanga presenta a la comunidad Santandereana la ESPECIALIZACIÓN EN PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES.

¿Cuál es su Objetivo?

Formar especialistas con aptitudes científicas, técnicas y administrativas para promover la preservación, conservación y uso sostenible de los recursos naturales de la región, contribuyendo al desarrollo social y económico, buscando soluciones a la problemática del sector ambiental que garanticen el acceso a los recursos naturales para futuras generaciones.

¿A quiénes se dirige?

Biólogos, Ecológicos, Ingenieros Ambientales, Ingenieros Industriales, Ingenieros Civiles, Administradores, Arquitectos y Profesores de Secundaria en la línea de Ciencias Naturales.

¿Cuál es el perfil del egresado?

El Especialista en Preservación y Conservación de los Recursos Naturales se forma de manera integral para planear, formular y gestionar planes y programas ambientales de la región, mediante la incorporación de conocimiento especializado, para el aprovechamiento viable de los recursos naturales, con una proyección internacional, nacional y regional, que le permita responder a la apertura de nuevas fuentes de Ingresos en el país, partiendo de la existencia de ecosistemas naturales y su utilización sostenible.



recursos.naturales@correo.upbbga.edu.co / PBX: 6796220 exts. 442 - 560

[Excelencia con Sentido Humano!]



pregrados >

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

Código SNIES 53912
Modalidad 4 + 1

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Código SNIES 15313
Modalidad 4 + 1

COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

Código SNIES 4198

PSICOLOGÍA

Código SNIES 1409
Acreditación de Alta Calidad MEN

DERECHO

Código SNIES 17411

INGENIERÍA MECÁNICA

Código SNIES 10625

INGENIERÍA ELECTRÓNICA

Código SNIES 1412
Acreditación de Alta Calidad MEN

INGENIERÍA INDUSTRIAL

Código SNIES 2234

INGENIERÍA CIVIL

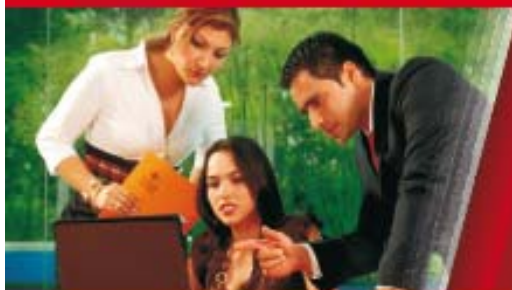
Código SNIES 2524
Acreditación de Alta Calidad MEN

INGENIERÍA AMBIENTAL

Código SNIES 3549

INGENIERÍA INFORMÁTICA

Código SNIES 16848



posgrados >

PRESERVACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES

Código SNIES 55078

Nueva

ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS

Código SNIES 90454

Nueva

GERENCIA

Código SNIES 11257

MERCADEO INTERNACIONAL

Código SNIES 53020 **Admisión Anual**

SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN

Código SNIES 52757

VÍAS TERRESTRES *

Código SNIES 7762
*Conducen a Título Magíster

SEGURIDAD INFORMÁTICA

Código SNIES 52396

CONTROL E INSTRUMENTACIÓN INDUSTRIAL

Código SNIES 53170

TELECOMUNICACIONES

Código SNIES 9676 **Admisión Anual**

GERENCIA DEL AMBIENTE

Código SNIES 4323

GERENCIA E INTERVENTORÍA DE OBRAS CIVILES

Código SNIES 53426

GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Código SNIES 4279

PSICOLOGÍA CLÍNICA

Código SNIES 51791 **Admisión Anual**

FAMILIA

Código SNIES 4956

**ADMISIONES
ABIERTAS VÍA WEB**

www.upb.edu.co



**Universidad
Pontificia
Bolivariana**
REGIONAL NICARAGUENSE

PBX: (7) 6796220 Exts. 300 - 424 / 6796225

Excelencia con sentido humano

Anexo 3. Link revista digital IMPACTO

http://www.upbbga.edu.co/impacto/copia_impacto_2011_06_04/



Impacto. - Windows Internet Explorer

http://www.upbbga.edu.co/portal/page?_pageid=1634_35986636&_dad=portal&_schema=PORTAL

Universidad Pontificia Bolivariana

MEDELLÍN BUCARAMANGA MONTERÍA PALMIRA BOGOTÁ COLEGIO CLÍNICA

EGRESADOS ESTUDIANTES EMPLEADOS DOCENTES

Jueves, 25 de agosto de 2011

UPB-Bucaramanga Egresados

- Actualiza tus datos
- ¿Quiénes Somos?
- Carnetización
- ¿Qué hacen nuestros egresados?
- Oportunidades Laborales
- Publicaciones.
- Preguntas Frecuentes
- Contactenos
- Galería de Fotos.
- Motores de Búsqueda
- Actualidad

IMPACTO

Es la revista oficial para egresados. En ella los nuevos profesionales encuentran información útil acerca de eventos, encuentros, grados, artículos acerca de la vida laboral, artículos de opinión de docentes y especialistas, información sobre servicios y beneficios, con secciones y temas que harán la lectura por demás interesante y enriquecedora. Puede encontrarse en el Área de Atención al Egresado, ubicada en el bloque G-301 o a través de nuestro portal.

Ampliar Convocatorias

- 100 Becas de Maestría y Doctorado en USA
- Oferta de Becas Para Colombianos en el Exterior
- Becas Hubert H. Humphrey
- Concurso Otto de Greiff
- Becas para estudios doctorales en la Universidad de Zaragoza, España.
- XXXVI Salón de Arte Fotográfico
- Becas "Príncipe Bernhard 2010" (Holanda)
- Artistas Bolivarianos 2010
- Convocatoria Docentes 2010

Bienvenido a nuestro Portal laboral UPB

Edición No. 01 Impacto Noviembre de 2008 Descargar Contenido

Edición No. 02 Impacto Agosto de 2009 Descargar Contenido

Edición No. 03 Impacto Junio de 2010 Descargar Contenido

Edición No. 04 Impacto Febrero de 2011 Descargar Contenido

Internet | Modo protegido: activado

04:12 p.m. 25/08/2011

Anexo 4. Sondeo de satisfacción



Sondeo de satisfacción - Revista IMPACTO

Abandonar->

Continuaré más tarde



Departamento de Bienestar Universitario
Área de Atención al Egresado
Sondeo de satisfacción - Revista IMPACTO

La siguiente Sondeo está diseñada con el fin de conocer el nivel de satisfacción de nuestra publicación IMPACTO dirigida a egresados y estudiantes de último semestre de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

La información suministrada será utilizada únicamente para fines académicos y no le tomará más de 5 minutos su diligenciamiento.

*1. Nombre Completo

*2. Correo Electrónico

*3. Dependencia:

*4. Ha leído la tercer edición de nuestra revista IMPACTO?

- Si
 No
 Por qué?

*5. Califique de acuerdo a los siguientes aspectos:

Excelente Bueno Regular Malo

Calidad de la Impresión*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Portada*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Temática "Emprendimiento"*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enfoque del Tema*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Calidad del Contenido*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Secciones*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redacción y Lenguaje*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Extensión de Textos*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diagramación*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fotografía*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tamaño de Títulos*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tamaño de letra*	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*6. Cuál sección le gustó más?

- Porque creemos en ti
 Emprender
 Lazos que nos unen
 Más por saber
 Orgullo UPB
 Privilegios
 Momentos memorables
 La casa presenta
 Directorio emprendedor

*7. Cuál tema le gustaría encontrar en la próxima edición?

- Oportunidades en el Exterior
 Educación Posgradual
 Doble Titulación

- Alianzas y Convenios
- Becas y Descuentos
- Demanda y Oferta Laboral
- Egresados en Otras Regiones
- Egresados con Responsabilidad Social
- Otro ¿Cuál?

*8. Cómo le gustaría participar en la revista?

- Recibiendo información
- Escribiendo de manera esporádica
- Sugiriendo temas y fuentes
- Promoviendo la existencia de la revista
- Como protagonista de un perfil
- Redactor permanente
- Otro ¿Cuál?

*9. Ha consultado la revista IMPACTO a través de nuestro portal de egresados?

- Si
- No
- Por qué?

El Departamento de Bienestar Universitario a través del Área de Atención al Egresado agradece a la Comunidad Universitaria la participación e interés por ser parte de nuestra revista IMPACTO.

Muchas Gracias.

