

ASÍ SE PUEDE INNOVAR UN BIEN O SERVICIO

Generalmente se tiende a confundir los términos creatividad con innovación, motivo por el cual se cree que todas las ideas de negocio son innovación...

Pág. 8

¿Cuáles son los cambios que ha Dejado la pandemia en la actividad Física, el ejercicio y el deporte?

Pág. 10

10 PASOS PARA CREAR TU EMPRESA CON LEAN STARTUP.

Pág.2

¿QUIÉNES SON LOS CLIENTES Y LOS CONSUMIDORES DE HOY?

Pág.5

TIPS PARA EMPRENDEDORES

Pág.12



Conoce nuestra oferta de

POSGRADOS

EDUCACIÓN CONTINUADA

MODALIDAD MEDIADA POR TIC



STARTUP STASH



10 PASOS PARA CREAR TU EMPRESA CON LEAN STARTUP

Por: **Álvaro Javier Díaz Ricardo.**

Empresario, consultor, blogger de negociosyemprendimiento.org y fundador de Emprendices.co. **Administrador de Empresas de la UCundinamarca.**

Si finalmente te has decidido a poner en marcha tu empresa pero no tienes la menor idea de cómo empezar, en este artículo te compartimos una guía de creación de empresas basada en las metodologías de emprendimiento ligero.

A continuación, encontrarás el paso a paso para que puedas desarrollar proyectos empresariales aplicando principios de lean startup, design thinking, Business Model Generation Canvas, customer development como también, las mejores metodologías y herramientas para la creación de empresas.

Antes de entrar con detalles es importante "sacar" de nuestra cabeza algunos paradigmas que por años, han atormentado a los emprendedores y que en muchos casos, se convierten en obstáculos a la hora de iniciar una empresa.

'Lo más importante es tener un producto perfecto', esta es una premisa de las metodologías tradicionales de emprendimiento que están enfocadas en el desarrollo de productos, es decir, en invertir mucho tiempo en planificación con el objetivo de prever cada detalle y crear productos perfectos que seguro serán un éxito en el mercado.

Sin embargo, las metodologías de emprendimiento ligero se enfocan en el desarrollo de clientes y se fundamentan en la filosofía de 'Fracasar rápido, fracasar

pronto... pero, sobre todo, fracasar barato'. Por lo tanto, el producto deja de ser el centro de todo y se convierte en solo un elemento más del modelo de negocios. La creación de ese modelo es garantía del éxito pero hacer un buen plan de negocios no es igual a crear un buen negocio, aunque las guías de emprendimiento tradicionales y algunos "expertos" en creación de empresas ven los planes de negocios como una herramienta mágica que garantiza el éxito empresarial.

Los tiempos modernos son extremadamente dinámicos y cambiantes por lo que resulta muy complicado elaborar un documento que muestre con detalle lo que sucederá con tu negocio en los próximos 3 o 5 años. Además, los planes de negocios son demasiado rígidos, y, cuando un emprendedor va a iniciar su empresa, no tiene todas las respuestas. El emprendedor realmente está buscando un modelo de negocios.

La frase, 'Todo lo que necesito para empezar es dinero' hace eco en nuestra mente al momento de iniciar tu empresa sin embargo, ese pensamiento significa que realmente no tienes claro lo que piensas hacer y solo te excusas en la falta de recursos para seguir posponiendo tu emprendimiento.

Anteriormente, los emprendedores detallaban en su plan de negocios todo lo que necesitaban para poder iniciar su empresa, pero las metodologías de emprendimiento ligero cambian el enfoque y nos proponen

enfocarnos más en la búsqueda de clientes que en la búsqueda de dinero. No se necesita dinero para empezar, se necesita dinero es para crecer más rápido.

Bien. Ahora vamos con cada uno de los pasos para iniciar tu empresa con Lean Startup.

1. IDENTIFICA UN PROBLEMA POR RESOLVER O UNA NECESIDAD INSATISFECHA

Sin importar que tengas o no una idea de negocios, es importante que analices tu iniciativa desde el punto de vista del problema que buscas solucionar o de la necesidad que deseas satisfacer. Es común que un emprendedor con una idea en sus manos termine "encegueciéndose" por creer que tiene la idea perfecta. El enfoque no debe estar en la idea o en el producto sino en el cliente, en sus problemas, necesidades y deseos.

Recuerda que a los clientes les importan sus problemas, no tu solución.

2. CREA UN EQUIPO GANADOR

Las empresas exitosas no surgen de buenas ideas, sino de grandes equipos.

Es importante que construyas un equipo con personas apasionadas, dispuestas a dar todo de sí y a luchar con determinación.

Una vez hayas identificado un problema significativo o necesidad para enfocarte, busca personas con perfiles multidisciplinarios, habilidades complementarias y con la firme convicción de asumir el reto de crear empresa.

En tu equipo necesitarás una persona con perfil comercial, que sea muy hábil para las ventas; una persona con perfil financiero, que sea muy hábil en el manejo y administración del dinero; una persona con perfil técnico, que entienda con profundidad el problema que van a solucionar; y una persona con perfil de líder, que sea visionaria y logre armonizar el trabajo de todo el equipo.

No te fijas sólo en los talentos. Busca personas con valores que estén dispuestas a dar ese esfuerzo extra que marca la diferencia en el mundo de los negocios.

3. PIENSA EN UNA SOLUCIÓN SIMPLE PERO EFECTIVA

Hay infinidad de planes de negocios archivados en los que se describen productos y servicios que prácticamente 'revolucionan el mundo', pero no tiene sentido crear negocios perfectos en el papel si no somos capaces de implementarlos.

Ahora que ya tienes un problema o una necesidad clara, puedes enfocar el talento de tu equipo para que entre todos planteen diferentes ideas y soluciones, y luego puedan elegir una solución simple pero efectiva. La idea es que se pueda desarrollar un producto mínimo viable o prototipo de dicha solución en un periodo corto de tiempo.

4. DISEÑA UN MODELO DE NEGOCIOS

Tener un buen producto no es suficiente. La solución planteada es apenas un elemento clave de un modelo de negocios, por lo que el siguiente paso es contextualizar dicha solución y pensar en cómo vamos a lograr que se convierta en un negocio que cree, entregue y capture valor.

En este paso vamos a usar una herramienta llamada Lienzo de modelo de negocios. El objetivo es permitirte analizar un negocio a través de sus nueve elementos clave: Segmentos de clientes, Propuesta de valor, Canales, Relaciones con los clientes, Flujos de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios clave y Estructura de costos.

Llenando cada uno de los bloques que componen el lienzo, podremos tener una perspectiva más completa de qué vamos a hacer y cómo lo haremos.

5. DESARROLLA UN PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

El lienzo diseñado en el paso anterior es el punto de partida en nuestra búsqueda de un modelo de negocios que sea repetible, escalable y rentable. Ahora, debemos validar los diferentes elementos para comprobar que nuestro modelo de negocios funciona, y solo existe una manera de realizar dicha validación: interac-

tuando con el mercado.

La interacción con el mercado debe hacerse con clientes potenciales reales y usando un producto mínimo viable, es decir, una versión simplificada del producto que queremos ofrecer.

En este paso podemos aplicar los principios de Design Thinking.

6. DESARROLLA UN PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

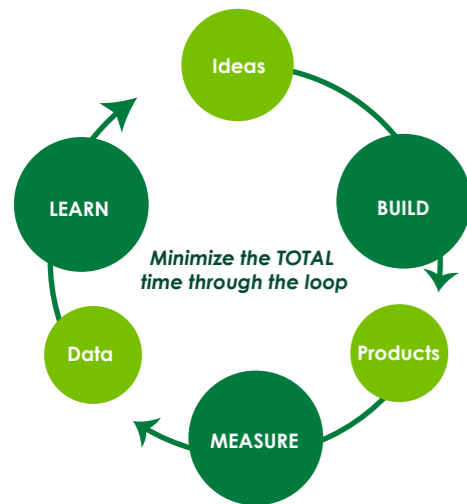
Usando nuestro producto mínimo viable, vamos a determinar si nuestro modelo de negocios funciona. El objetivo en este paso es obtener feedback de clientes reales y validar las tres hipótesis más importantes que sustentan un modelo de negocios: -Hipótesis de cliente: Son aquellas premisas relacionadas con el segmento de clientes hacia el cual queremos enfocarnos.

- Hipótesis de problema: Son aquellas que hacen referencia al problema que queremos resolver o a la necesidad que deseamos satisfacer.

- Hipótesis de producto/solución: Estas son las probabilidades asociadas a nuestra forma de resolver el problema. Esta validación nos ayudará a comprobar que realmente existe un segmento de clientes con un problema común, que el problema es lo suficientemente relevante como para que los clientes estén interesados en encontrar una solución y que estarían dispuestos a pagar por nuestra solución o no.

Puede darse el caso, por ejemplo, que se tenga un buen producto pero dirigido al cliente incorrecto, o que se tenga un producto magnífico pero que no resuelve ningún problema, o que nuestra solución no sea lo suficientemente efectiva como para que alguien quisiera pagar por ella.

La validación se hace a través de un proceso de aprendizaje aplicando el proceso metodológico de Lean Startup que se desarrolla en tres pasos: Construir, Medir y Aprender. Este proceso es cíclico. Los pasos deben repetirse una y otra vez hasta encontrar un modelo de negocios repetible, escalable y rentable.



7. CREACIÓN DE CLIENTES

Anteriormente se creaba la empresa para después buscar clientes, pero ahora se ha dado la vuelta al proceso y nuestra búsqueda de clientes se hace antes de crear la empresa, ¿Cómo conseguir clientes para una empresa que aún no se ha creado? Para hacerlo vamos a usar la metodología de desarrollo de clientes o customer development.

Esta metodología se compone de dos etapas: búsqueda y ejecución; y se desarrolla en cuatro fases: descubrimiento de clientes, validación de clientes, creación de clientes y creación de la empresa.

Al finalizar este paso, ya no solo tendremos un modelo de negocios validado sino que además, ya tendremos nuestros primeros clientes y mayor certeza del potencial de nuestro negocio.

8. BUSCA FINANCIACIÓN

Anteriormente, el emprendedor salía con un plan de negocios bajo su brazo para conseguir financiación y poner en marcha su empresa, pero con este proceso que hemos desarrollado tienes mucho más que un plan de negocios. Hasta aquí ya tenemos datos reales proporcionados por clientes potenciales reales e incluso, ya hemos conseguido nuestros primeros clientes. Esta información es de gran valor porque puedes demostrar que tienes en tus manos un negocio que realmente funciona, y

que no se basó en datos y estadísticas sacadas de internet.

Existen varias fuentes de financiación para emprendedores como lo son los ángeles inversionistas, fondos de capital semilla, programas de apoyo gubernamentales, bancos, crowdfunding, etc.

Tu objetivo en este paso es conseguir los recursos financieros necesarios, no para iniciar la empresa (porque prácticamente ya has empezado y ya tienes clientes), sino para lograr que tu crecimiento sea más rápido y poder convertir tu startup o empresa experimental, en una organización estructurada capaz de ejecutar el modelo de negocios que has construido y validado.

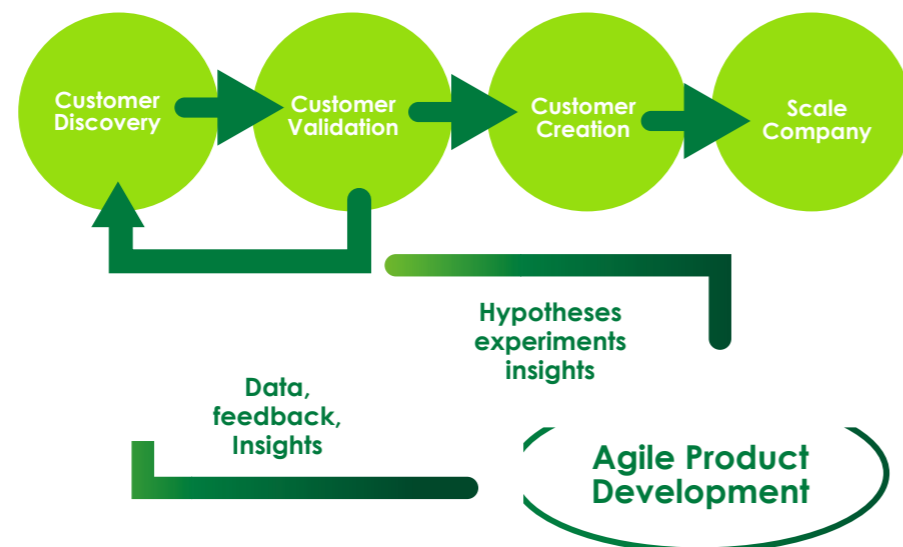
9. CONSOLIDA TU EMPRESA

Ya tienes un modelo de negocios que funciona, ya conseguiste tus primeros clientes y ya hay recursos financieros, ahora debes construir una organización estructurada con sus respectivas áreas administrativas y operativas, para comenzar la consolidación y el crecimiento de tu empresa.

10. DISCIPLINA, TRABAJO DURO Y PACIENCIA

Y, finalmente, no existen secretos que garanticen el éxito en los negocios. Solo se trata de trabajo duro, constancia, disciplina, estrategia, pasión y mucha paciencia. Iniciar una empresa es apenas el primer paso, ahora siguen años de dedicación para lograr que tu empresa sea sostenible, escale y se consolide en el mercado.

En la descripción de este video encontrarás enlaces con más información de las metodologías y conceptos aquí mencionados. Es importante que ingreses a dichos enlaces y conozcas más sobre estos temas, así podrás comprender mejor el proceso de creación de empresas que describimos.



¿QUIÉNES SON LOS CONSUMIDORES Y LOS CLIENTES DE HOY?

Por: *Guiovanni Quijano.*

Mag. en Mercadeo Global. Blogger de www.marketingyfinanzas.net, docente UCundinamarca.

7 ELEMENTOS MODERNOS PARA ENTENDER LOS CONSUMIDORES Y LOS CLIENTES DE HOY

¿Cómo entender a los consumidores y a los clientes de hoy cuando la tecnología y el desarrollo moderno ha invadido todos los espacios que ellos interactúan?, y ¿cómo podemos analizar los hechos comunes para encontrar los verdaderos insights que nos permitan estar más cerca de ellos y ofrecerles productos y servicios más oportunos?

A lo largo de mi experiencia como investigador de mercados y docente de marketing, he llegado a la conclusión que son siete las tendencias que están haciendo que los consumidores cambien sus comportamientos de compra. Los empresarios y emprendedores deben conocer estas características para desarrollar estrategias más efectivas a la hora de sacar productos y servicios al mercado.

el mismo lenguaje o portafolio de productos, o por el mismo canal. Todos han cambiado.

“Hoy los seres humanos van teniendo unas preferencias diferentes. Por ejemplo, el grupo de marcas de ropa Inditex tiene nueve marcas distintas, pero todas son dirigidas a la MODA”

7 TENDENCIAS PARA ENTENDER LOS CONSUMIDORES DE HOY

1. SEGMENTAR MUY BIEN TUS CLIENTES PARA HACER ESTRATEGIAS MÁS EFECTIVAS

Los segmentos hoy en día son muy variados, por lo que es imposible venderle a todo el mundo, no se puede pretender venderle a la abuelita, la mamá y la hija con

Es por eso que se debe hacer un buen estudio de los segmentos que frecuentan su producto e idear estrategias diferentes.

2. CREAR MARCAS MÁS HUMANAS

Los consumidores están del lado de las marcas que son más humanas, prefieren los productos que van dirigidos a consumidores reales, comunes y corrientes, y no a estereotipos casi perfectos como modelos curvilíneas u hombres metrosexuales; por eso las marcas deben ser sencillas y comunicar una imagen fresca y simple de entender.

Una gran muestra de esta tendencia es la marca Dove, que cambió toda su estrategia de marketing pasando de un segmento de mujeres que son modelos y que se deben regir por medidas mundiales, a la imagen de una mujer de la vida real sin tener en cuenta estereotipos y que se juegan la vida día a día.

3. SABER DIFERENCIAR LAS MASAS DE LOS GRUPOS INDIVIDUALES

Las personas están cansadas de que los miren a todos por igual. Ellos buscan que se les reconozca de manera diferente, reclaman productos exclusivos y los productos commodities no son la preferencia hoy en día.

Todos somos un poco raros, el mercado de las masas ha muerto, bienvenido al mundo de las singularidades. Lo anterior lo manifiesta el empresario estadounidense, Seth Godin, en uno de sus últimos libros donde propone que...

«La corriente ha cambiado de sentido, y la masa como motor de nuestra cultura ha desaparecido para siempre. El fin de las masas no es el fin del mundo, pero sí representa un cambio enorme» Seth Godin.

Es por eso que su estrategia debe estar encaminada a hacer sentir diferente su cliente, a personalizar el servicio, a tener una táctica no solo para cada segmento, sino una táctica para cada cliente.

Estas son las cuatro fuerzas que, según el experto en marketing, Seth Godin, representan los factores más significativos que están cambiando lo que hacemos y lo que estamos dispuestos a aceptar:

- Primera fuerza: la creación se amplifica.
- Segunda fuerza: la riqueza nos permite hacer lo que queramos, y queremos ser raros.
- Tercera fuerza: el marketing es mucho más eficaz a la hora de llegar a los raros.
- Cuarta fuerza: las tribus están mejor conectadas.

4. OBSERVAR AL CONSUMIDOR DESDE SU PROPIO HÁBITAT

No basta con mirar tu cliente mientras compra, debes seguirlo sigilosamente en todo su recorrido, debes estar cerca de él, en donde él se desenvuelve, y si es posible duerme con él para entenderlo mejor.

Hoy no se deben crear los productos detrás de un escritorio o encerrados en una empresa, se debe salir a la calle, conocer los ambientes de los consumidores para crear propuestas más ajustadas a sus necesidades.

Debes descubrir el insight de tu consumidor, saber qué lo mueve realmente a la compra, por qué compra, entender sus motivaciones más íntimas y conocerlo profundamente para que a la hora de elegir, se decida por tu marca por encima de las demás.

Las marcas no solo deben hacer productos, también deben trabajar en hacer esa conexión emocional con los clientes para satisfacer no solo sus necesidades sino también generarles experiencias memorables.

5. ENGRANAR EL MUNDO DIGITAL CON LO REAL

En los últimos 10 años los cambios digitales han sido vertiginosos, ya la comunicación no se da en una sola vía sino que es integral, las redes sociales nos cambiaron la vida y el mundo digital ha hecho crecer nuevos modelos de negocio.

Es importante que hoy se diseñen productos que vayan de la mano de lo online y lo offline, es decir, crear estrategias que contengan estos dos componentes. Poder complementar el servicio con una buena plataforma o como mínimo, una página web y redes sociales para interactuar con los usuarios de nuestros productos.

Google resume este tema con el famoso Momento Cero de la Compra «Zmot» lo cual se refiere a ese momento en que las personas reciben un estímulo y antes de ir a algún sitio físico, recurren a internet para conocer e indagar más sobre el producto o el servicio.

6. PASAR DEL BIG DATA AL SMALL DATA

El Small Data toma en cuenta esos pequeños rastros y detalles que vamos dejando los seres humanos en cada comportamiento y en cada acción que hacemos, y que los investigadores toman como pista para entender aún más a los consumidores.

Martin Lindstrom, un experto conocedor del consumidor, ha dormido con más de cinco mil familias en el mundo en sus estudios y ha podido llegar a la conclusión que los pequeños datos (Small Data) son los que nos proporcionan grandes descubrimientos para tomar decisiones a la hora de entender al consumidor o para crear productos o servicios para él.

Es necesario que los empresarios y los emprendedores tomen en cuenta esos pequeños detalles de sus clientes y los puedan transformar en información valiosa para su producto o para su servicio.

7. CONTAR UNA HISTORIA CON TU MARCA

Las personas ya no compran simples productos, las nuevas tendencias han llevado a que los usuarios se interesen en qué hay detrás de cada marca y qué las mueve en el mundo. Así lo define, Simon Sinek:

«Las personas no compran lo que haces, compran por qué lo haces»

Es por ello que se debe tener una buena historia detrás de tu marca (también conocido como el Storytelling), para que los clientes se sientan identificados por esa causa. Cuando los clientes descubren que hay una buena historia detrás de tu producto, tendrás clientes mucho más redituables.

«Lograr hoy la FIDELIDAD por parte del consumidor es cada día más difícil, por las diferentes ofertas existentes además, el internet tiene el mercado globalizado y por eso hay que ir evolucionando rápidamente con el consumidor»,
Martin Lindstrom.

Estas siete tendencias dan lineamientos de cómo entender los consumidores de hoy, cómo están actuando y qué están prefiriendo en el mercado. También, dan una luz de cómo los hechos comunes definen muy bien lo que los clientes prefieren.

Entender los consumidores es un aspecto clave dentro de cualquier estrategia y aquí se muestran varios elementos que te servirán para personalizar mucho mejor tu producto y hacer de tu servicio toda una experiencia memorable para tus clientes.

Conoce nuestra oferta de

POSGRADOS

Maestrías

Ciencias Ambientales
Fusagasugá
SNIES 105093

Educación
Fusagasugá / Chía
SNIES 104968

Mayor información: www.ucundinamarca.edu.co



ASÍ SE PUEDE INNOVAR UN BIEN O SERVICIO

Por: **Juan Carlos Santos Leguizamón.**

Administrador de Empresas y docente del Programa de Administración de Empresas, extensión Chía.

Antes de exponer cómo se aplica la innovación a un bien o servicio es importante aclarar que este concepto nace de un proceso creativo, que luego de ser formulado y probado mediante varios métodos en el mercado, el resultado deberá ser el que alguien esté dispuesto a pagar por él.

Generalmente se tiende a confundir los términos creatividad con innovación, motivo por el cual se cree que todas las ideas de negocio son innovación, razón por la cual se pierde el foco al momento de colocar un producto o servicio en el mercado.

La innovación debe nacer del deseo intenso y profundo de dar soluciones a una o más necesidades que el hombre tiene y que beneficia a una gran cantidad de personas, cuando esto sucede el retorno de las utilidades y beneficios se verán reflejados en la cuenta bancaria del innovador.

Cuando un innovador decide emprender, generalmente lo hace con la única intención de que su producto o servicio sea absorbido rápidamente por el mercado para lograr recibir una compensación económica, sin embargo, ésta no debe ser la única motivación ya que si no da soluciones a necesidades que beneficien a muchas personas los resultados no serán los esperados.

Para que la innovación sea exitosa se debe adoptar un proceso integral de cambio de pensamiento que debe contemplar todos los aspectos que afectan de manera externa e interna a una organización como lo son el estudio de factores culturales, sociales, económicos, religiosos y políticos, que afectan a la organización y que deben ser adoptados

de manera interna por todos los colaboradores.

Es decir, la innovación es una forma de pensar y actuar, es una filosofía que debe estar inmersa de manera explícita en todos los procedimientos internos y externos de la organización donde el objetivo más importante sea la solución de problemas que generen bienestar a las personas para las que fue creado. Como administradores, emprendedores e innovadores, debemos ser conscientes de la gran responsabilidad que se tiene frente a una sociedad que necesita más que seguir llenando los anaqueles y los estantes de productos y servicios, dar prioridad a las soluciones efectivas donde se tenga en cuenta la supervivencia del hombre y la sostenibilidad del planeta.

Conoce nuestra oferta de POSGRADOS

Especializaciones

Presenciales

Gerencia para el Desarrollo Organizacional

Fusagasugá / Chía / Facatativá
Girardot / Ubaté

SNIES 9949

Educación Ambiental y Desarrollo de la Comunidad

Fusagasugá / Girardot / Facatativá

SNIES 4266

Negocios y Comercio Electrónico

Fusagasugá

SNIES 104239

Procesos Pedagógicos del Entrenamiento Deportivo

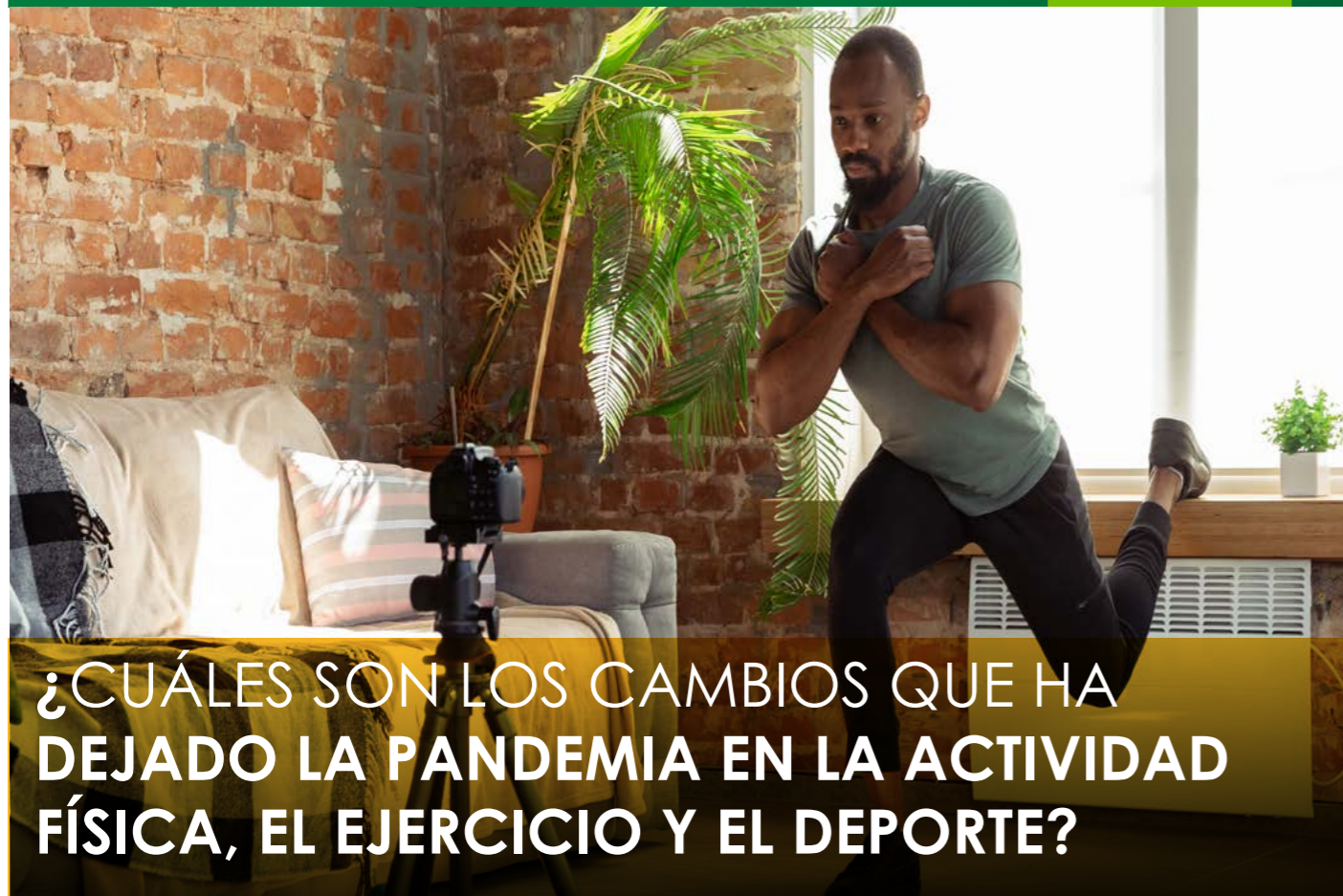
Fusagasugá / Soacha

SNIES 11324

Virtuales

Gestión de Sistemas de Información Gerencial

SNIES 105401



¿CUÁLES SON LOS CAMBIOS QUE HA DEJADO LA PANDEMIA EN LA ACTIVIDAD FÍSICA, EL EJERCICIO Y EL DEPORTE?

Lic. Luis Rafael Hutchison Salazar MSc, Esp.

Magíster en Actividad Física y Ciencias de la Salud – Universidad del Rosario. Especialista en Procesos Pedagógicos del Entrenamiento Deportivo – UDEC. Lic. Educación básica con énfasis en Educación Física, Recreación y Deporte – UDEC.

Los condicionantes de salud pública actual han llevado reflexionar seriamente a gran parte de la población sobre la cotidianidad pero especialmente en la manera, el tiempo o la forma que se está dedicando a la realización de actividades físicas y de acondicionamiento o deportivas, que requieren un gasto energético para su puesta en marcha.

Esta hipótesis se suma a las consideraciones de nuestro MEDIT que nos invita a buscar la formación de un ser humano para la vida y la civilidad.

Es conveniente contextualizar a los lectores sobre las bondades de la denominada “**Activación Metabólica**” (Jaramillo, 2019) producida por el ejercicio como terapia no farmacológica en el tratamiento, manejo y apoyo de los factores de riesgo asociados con la aparición del síndrome cardio-metabólico.

Dicha sintomatología afecta considerablemente la calidad de vida de las personas y está asociada con la aparición de enfermedades Crónicas No Transmisibles como la resistencia a la insulina, diabetes mellitus tipo 2, dislipidemia o hiperlipidemia, hipertensión arterial, obesidad central, disfunción endotelial, estrés oxidativo, intolerancia a la glucosa, insulino-resistencia, disfunción mitocondrial, inflamación y estado protrombótico, afecciones cardio-respiratorias, alzheimer, algunos tipos de cáncer, entre otras.

Actualmente, la **Organización Mundial de la Salud (OMS)** señala ese tipo de enfermedades como una de las principales causas de mortalidad a nivel mundial y ahora, se suma a esta alerta la enfermedad covid-19 que ha generado una mayor preocupación e incertidumbre sanitaria en las comunidades.

Aun así este panorama adverso puede ser mitigado por los mecanismos celulares y moleculares inducidos por la actividad física, el ejercicio, el deporte, entre otras opciones que requieran movimiento corporal con diferentes niveles de demandas oxidativas de sustratos al interior de nuestro cuerpo; siendo una de las alternativas más importantes para el cuidado de la salud física y mental (Powell et al., 2018).

Es por esto que diferentes autores han encontrado que la actividad física, el ejercicio, el deporte, etcétera, aporta efectos inmediatos y futuros (si son constantes en el tiempo) sobre el correcto funcionamiento inmune del organismo (Hojman, 2017). Sin embargo, esto debe ir acompañado de una adecuada nutrición para reducir el riesgo de contraer infecciones virales (OMS 2017).

Igualmente, la práctica constante de actividad física, ejercicio y deporte, reduce significativamente los síntomas de depresión, ansiedad y angustia a nivel emocional (Baena Reig, 2019) ocasionados por la enfermedad covid-19 debido a los aislamientos preventivos y obligatorios como también, a las disímiles situaciones econó-

micas, familiares, amorosas, entre otras.

Con este panorama es importante establecer diariamente un plan básico de actividad física para mejorar el equilibrio hormonal junto con el manejo del estrés (Adam et al., 2017) ya que el de tipo psicológico crea desórdenes en las glándulas suprarrenales como en el cortisol, la aldosterona (que ayuda a controlar la presión arterial y a mantener niveles saludables de sodio y potasio) y en las hormonas sexuales (andrógenos y estrógenos).

Por esta razón, no solamente los profesionales de la salud (médicos, psicólogos, educadores físicos, entrenadores, fisioterapeutas, nutricionistas) sino por el contrario, toda la población en general (niños/as, adolescentes, adultos, tercera edad) debemos asumir el reto de mejorar nuestra CALIDAD de vida centrados en la prevención de los comportamientos sedentarios y dietas inadecuadas, considerados como uno de los factores más influyentes en una sociedad invadida de diversas problemáticas de salud pública.

Ahora bien, seguramente a ustedes en este momento les surja la inquietud de ¿cómo lograrlo? es decir, de cómo unirse a esta mejora de la calidad de vida y aunque parece una tarea muy difícil, se trata de apropiarse una responsabilidad social que implica modificar ciertas estructuras que hemos generado en los círculos de la familia, los pares, los amigos, la pareja, los compañeros de trabajo, en fin, de todas las personas y situaciones que nos rodean.

Básicamente les propongo establecer y cumplir con los mínimos parámetros o recomendaciones de realizar cualquier tipo de actividad física (caminar, trotar, correr, montar bicicleta) por 30 minutos o más, todos los días y combinarlos con oficios del hogar, clases de rumba (aeróbicos, zumba) o el desarrollo de ejercicios (preferiblemente supervisados) que permitan mejorar las capacidades condicionales del cuerpo (fuerza, velocidad, resistencia, flexibilidad) o la práctica constante de nuestro deporte preferido. ¡Lo importante es vencer a la pereza y estar constantemente activos!

Otro factor fundamental es la buena alimentación. Sonará imposible pero no se imaginan el gran favor que le



haríamos a nuestro cuerpo si gradualmente eliminamos todas las bebidas y productos azucarados (gaseosas, jugos embotellados, energizantes, empaques plásticos, panadería, químicos, cereales endulzados, productos lácteos, la lista es interminable...) que generan el “Síndrome Metabólico” por lo tanto, los invito a que consulten en la web sobre los innumerables estudios que afirman que el azúcar genera los mismos o mayores niveles adictivos que la cocaína, heroína y otras sustancias perjudiciales para la salud, junto con la aparición de las enfermedades citadas anteriormente.

A modo de colofón, continuemos con la motivación que la actual pandemia generó en las personas para la realización de actividades físicas, ejercicio, deporte, y acompañemos esta saludable práctica con la ingesta controlada de frutas (ojalá una porción y no una ensalada de glucosa), verduras, legumbres, proteínas saludables como las lentejas, el consumo de agua, cacao, coco, aguacate (acá la lista también es interminable).

Es importante seguir estas indicaciones como lo recomienda la medicina funcional: volver a acostúmbanos a comer 3 veces al día como lo hacían nuestros antepasados para mejorar nuestro metabolismo (Jaramillo, 2019).

Nota:
Lo presentado en este artículo es de carácter de divulgación y recomendación. Por tanto, no debe ser tomado como una sustitución de prescripción, diagnóstico o tratamiento médico. Ni la Universidad, la editorial y el autor se hacen responsables de los perjuicios ocasionados por la omisión de esta advertencia.

TIPS PARA EMPRENDEDORES

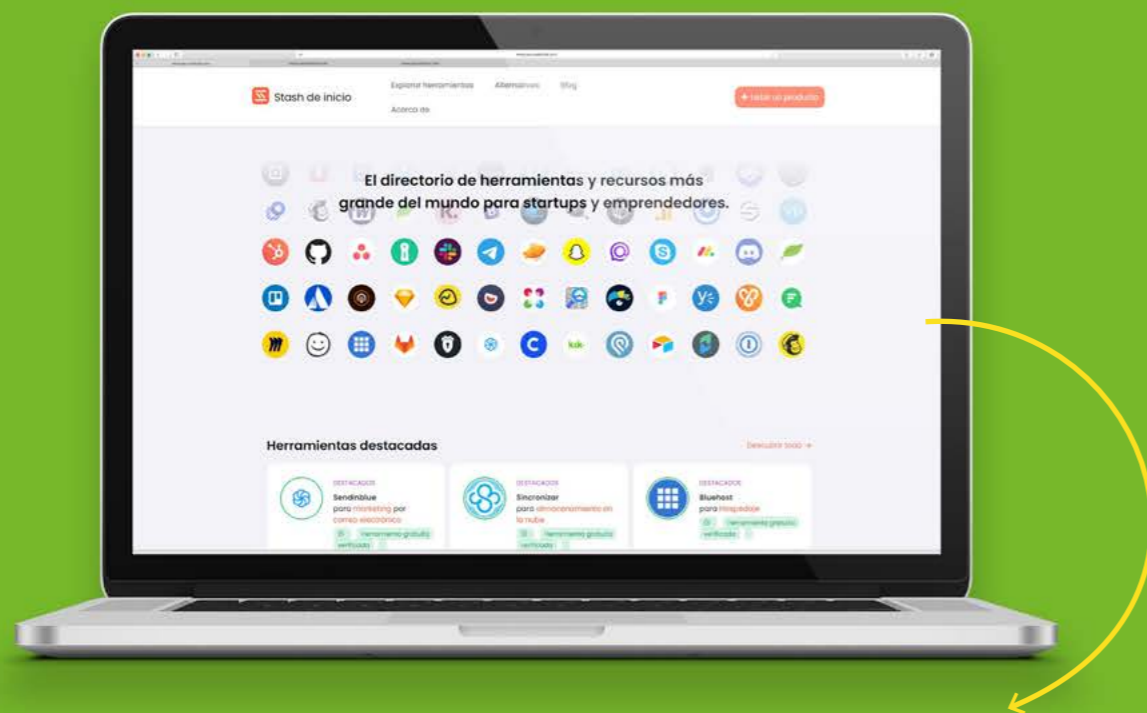
En la actualidad independientemente de la clase social, género o credo todos estamos en la misma situación, por lo que la agencia de salud de las Naciones Unidas advirtió que desde que comenzó la pandemia las infecciones en Estados Unidos y Europa continúan, y Colombia no es la excepción, por eso una prueba negativa para covid-19 no significa que se deban ignorar las medidas internacionales de bioseguridad.

Por lo tanto, debemos entender que este es un momento crítico que podemos superar, aún sin saber cuándo terminará, pero la invitación es a iden-

tificar qué tenemos en nuestras manos y qué habilidades poseemos para aportar valor agregado a lo que en algún momento parecía insignificante.

De esta manera, quiero compartir a todos los que son o no emprendedores una página completamente gratuita con el directorio de emprendedores, herramientas y recursos para startups más grande del mundo. Para acceder se debe ingresar a: startupstash.com.

A través de este extenso y vasto catálogo se podrá hacer contactos y potenciar habilidades en la



creación de productos y servicios desde cualquier parte del mundo; por lo tanto, ya no hay excusa para decir que se encuentra en un período pandémico y que no puede surgir como empresario pues a esa plataforma puede acceder cualquier persona sin importar la edad.

Finalmente, en este directorio de recursos para emprendedores puedes encontrar herramientas para administrar clientes CRM gratuitos a través de Promoter.io, una herramienta que se utiliza principalmente para dar seguimiento a las revisiones, interactuar con los clientes y comprender sus necesidades.

Además, me gustaría recomendar a NetSuite.com, un servicio en la nube que brinda soluciones ERP para empresas de todos los tamaños en diversos campos alrededor del mundo.

Ánimate a crear, aplica este tip para emprendedores e ingresa a startupstash.com, una plataforma muy amigable en donde puedes encontrar cualquier tipo de herramienta de finanzas, diseño, mensajería segura y todo lo que un buen emprendedor necesita. No dejes que la enfermedad covid-19 dañe tu emprendimiento.

Por: **Daniel Humberto Arévalo Sierra**

Administrador de Empresas de la Universidad de Cundinamarca, especialista en Salud Ocupacional, candidato a Magíster en Gestión de las Organizaciones y docente de la Universidad de Cundinamarca Seccional Ubaté.

EDUCACIÓN CONTINUADA

MODALIDAD MEDIADA POR TIC

DIPLOMADOS

- Gerencia del Derecho Empresarial
- *Emprendimiento e Innovación Social*
- Marketing Digital
- *Gestión Catastral Descentralizada*
- Cátedra de Paz
- *Ética de la Investigación e Integridad Científica*
- Dietas BARF para Caninos y Felinos en Condiciones Normal y Clínica
- *Diseño y Desarrollo de Video Juegos*
- Auditoría ISO 27001 Bajo el Estándar ISO 19011
- *Desarrollo de Aplicaciones Empresariales en Java EE*
- Sistemas Integrados de Gestión (ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, ISO45011:2018/Decreto 072:2015)
- *Manejo de Drones y Aplicaciones*
- Sistemas de Información Geográfica

CURSOS

- Curso Reconocimiento Predial con Enfoque Multipropósito
- *Curso Ciencia de Datos para Todos*
- Curso ATLAS TI
- *Curso SPSS*
- Curso de Formación Musical
- *Curso de Instrumento*
- Curso de Teoría Musical
- *Curso en Gestión de Riesgos con Enfoque en Sector Público*
- Curso en Gestión de Proyectos

**¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!
DESCUENTOS ESPECIALES**

Mayor Información: gestionisu@ucundinamarca.edu.co

AGENDA GRADUADOS UDEC

¡RUMBO A TU UBICACIÓN LABORAL!
Hoja de ruta para una vinculación laboral exitosa

TRANSMISIÓN POR FACEBOOK LIVE

NOV. 5
06:00 PM MEX.
07:00 PM COL.

RICARDO JOSÉ LÁREZ SALAZAR

ISU
Responsabilidad Social Universitaria

UDEC
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

Bienestar la vida

CONVERSATORIO
Crecer Duele

Invitada: Yeni Paola Beltrán - Psicóloga

13 Nov. 2020

3:00 p.m. - 4:00 p.m.

Transmisión FB live Ucundinamarca Oficial

Programa de Autocuidado Sexual y mental del Adolescente y Joven

17 al 20 NOVIEMBRE

III CONGRESO DEPARTAMENTAL - I NACIONAL DE ACTUALIZACIÓN EN VACUNAS
¿VACUNACIÓN EN TIEMPOS DE PANDEMIA?

3:00 a 6:30 p.m.

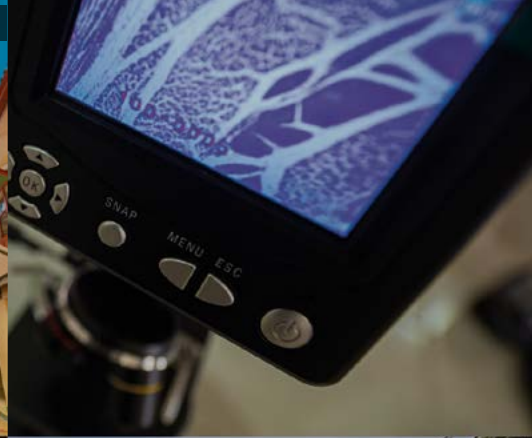
Dirigido a la comunidad académica del Programa de Enfermería UCundinamarca, comunidad externa como Talento Humano de las IPS de los Programas PAI del Departamento de Cundinamarca y del país, así como comunidad académica de IES y demás personas interesadas.

Gobernación de CUNDINAMARCA

NUESTRAS REDES SOCIALES

Síguenos y entérate de todos los eventos que tenemos para ti.

SECCIONAL UBATÉ



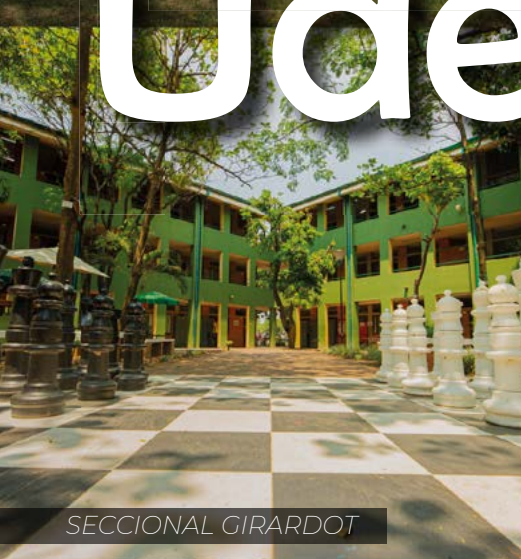
EXTENSIÓN CHÍA



EXTENSIÓN SOACHA



Somos UdeC Corazón



SECCIONAL GIRARDOT

EXTENSIÓN ZIQAQUIRÁ



EXTENSIÓN FACATATIVÁ

SEDE FUSAGASUGÁ

ESTA ES UNA PUBLICACIÓN DE LA OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

RECTOR Adriano Muñoz Barrera **SECRETARIA GENERAL** Isabel Quintero Uribe **VICERRECTORA ACADÉMICA** María Eulalia Buenahora Ochoa
VICERRECTORA ADMINISTRATIVA Y FINANCIERA Myriam Lucía Sánchez Gutiérrez **COORDINADORA OFICINA DE GRADUADOS** Yency Beltrán
JEFE OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES Carolina Melo Rodríguez

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN Diana Pérez **CORRECCIÓN DE ESTILO** Sindy Valbuena

Versión digital en www.ucundinamarca.edu.co – comunicaciones@ucundinamarca.edu.co

Sede Principal Fusagasugá – Diagonal 18 No. 20-29

PBX: (+57)(1) 8281483 – Línea Gratuita 018000180414

Institución de Educación Superior sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional