

# YouTube y emprendimiento en América de habla hispana

## YouTube and entrepreneurship in Spanish-speaking America

### *YouTube e empreendedorismo na América de fala hispânica*

**María-Antonia Cuberos**, Universidad Simón Bolívar, Cúcuta, Colombia  
(m.cuberos@unisimonbolivar.edu.co)

**Marisela Vivas-García**, Universidad Simón Bolívar, Cúcuta, Colombia  
(m.vivas@unisimonbolivar.edu.co)

**Rina Mazuera-Arias**, Universidad Simón Bolívar, Cúcuta, Colombia  
(r.mazuera@unisimonbolivar.edu.co)

**Neida Albornoz-Arias**, Universidad Simón Bolívar, Cúcuta, Colombia  
(n.albornoz@unisimonbolivar.edu.co)

**Myriam-Teresa Carreño-Paredes**, Universidad Simón Bolívar, Cúcuta, Colombia  
(m.carreno@unisimonbolivar.edu.co)

---

**RESUMEN** | El objetivo del estudio fue revelar el rol de la plataforma YouTube con respecto al emprendimiento en la América de habla hispana, considerando los fundamentos teóricos sobre contenidos, usuarios de YouTube y los componentes del emprendimiento: empresa y emprendedor. Se siguió el paradigma interpretativo con metodología cualitativa para analizar 44 videos sobre emprendimiento en español. Los resultados indican que YouTube es soporte para ambos componentes del emprendimiento con mensajes que motivan, transfieren conocimientos o realizan marketing. Además, es sede de emprendimientos, constituyendo un espacio intermediario para esta iniciativa hacia el desarrollo económico, humano y social.

**PALABRAS CLAVE:** YouTube; emprendimiento; sociedad de la información; motivación; formación; habla hispana.

---

#### FORMA DE CITAR

Cuberos, M. A.; Vivas-García, M.; Mazuera-Arias, R.; Albornoz-Arias, N., & Carreño-Paredes, M. T. (2021). YouTube y emprendimiento en América de habla hispana. *Cuadernos.info*, (50), 323-350.  
<https://doi.org/10.7764/cdi.50.27871>

---

**ABSTRACT** | *The objective of the study was to reveal the role of the YouTube platform regarding entrepreneurship in Spanish-speaking America, considering theoretical foundations about YouTube content, users, and components of entrepreneurship: company and entrepreneur. The interpretative paradigm was followed with qualitative methodology to analyze 44 videos on entrepreneurship in Spanish. The results indicate that YouTube supports both components of the entrepreneurship with messages that motivate, transfer knowledge or carry out marketing; in addition, it is ground of ventures, constituting an intermediary space for this initiative towards economic, human, and social development.*

**KEYWORDS:** *YouTube; entrepreneurship; society of information; motivation; training; speak Spanish.*

---

**RESUMO** | O objetivo do estudo foi revelar o papel da plataforma do YouTube em relação ao empreendedorismo na América de língua espanhola, considerando fundamentos teóricos sobre o conteúdo, e usuários do YouTube e os componentes do empreendedorismo: empresa e empreendedor. Foi usado o paradigma interpretativo com metodologia qualitativa para analisar 44 vídeos sobre empreendedorismo na língua espanhola. Os resultados indicam que o YouTube apoia ambos os componentes do empreendedorismo com mensagens que motivam, transferem conhecimento ou realizam marketing. Além disso, é sede de empreendedorismo, constituindo um espaço intermediário desta iniciativa para o desenvolvimento econômico, humano e social.

**PALAVRAS CHAVES:** YouTube; empreendedorismo; sociedade da informação; motivação; treinamento; fala hispânica.

## INTRODUCCIÓN

El emprendimiento es una fórmula para enfrentar épocas de crisis, cambios e incertidumbre en los ámbitos social y económico (Toca, 2010). Este impulsa el crecimiento económico mediante nuevos productos, mercados con innovación, unidades productivas, empleos, y aumenta la productividad (Arias & Giraldo, 2011; OCDE et al., 2016).

En el contexto de la sociedad de la información, YouTube declara en sus principios estratégicos creer en la oportunidad del ser humano para fundar una empresa y triunfar por sus propios méritos, integrándose en comunidades de apoyo para lograr objetivos comunes, como el desarrollo de la sociedad (YouTube, n.d.). Aunque su intención inicial fue presentar contenido audiovisual para permitir a los usuarios ver, compartir y descargar videos (Oliva, 2012; Ramos, 2016), hoy permite que los usuarios generen contenido (Torres, 2007; Weber, 2004), convirtiéndose en un nuevo reto para las producciones independientes.

Así, en YouTube surgen nuevos perfiles de usuarios que elaboran y difunden información, producto de ideas y pensamientos que se propagan en el sistema interactivo local-global y en tiempo real (Scolari, 2008). Emerge el trabajador autoprogramable en el mundo empresarial-organizacional (Castells, 2009), quien, con su capacidad creativa y esencia evolutiva, localiza la información y la convierte en nuevo conocimiento (Torres, 2007). YouTube puede considerarse, en ese sentido, un espacio de mediación para emprendedores independientes e innovadores y, como Internet, cumplir el rol de soporte para el progreso (Miller, 1996). En Latinoamérica, 67% de las personas se implica en ese flujo de medios, canales, contenidos e innovaciones (Moreno, 2018). Sin embargo, en esta región persisten altos niveles de pobreza, desigualdad y brechas de ingreso (CEPAL, 2019). La productividad se presenta como un reto para el progreso social, y emprender se considera un medio para ello (Lederman et al., 2014). En esa línea, este estudio explora los contenidos de video de emprendimiento en habla hispana producidos en la región.

## MARCO TEÓRICO

Bajo la dependencia de Google desde 2006, al actuar como escenario de mediación para el consumo de contenidos, YouTube es considerado aliado estratégico de emprendimientos y pymes (Pico & Coello, 2017). Ante la interactividad tan próxima con el consumidor (Chiriboga-Mendoza et al., 2018), permite emplear múltiples contenidos creados por gente sencilla, sin predeterminación de la estructura discursiva y sin desarrollar un lenguaje audiovisual complejo, gracias a la usabilidad, al incremento de las visitas y a la desaparición de barreras técnicas

(López, 2018; Rodrigo, 2014; Scolari, 2008). Ello facilita que las producciones circulen con eficiencia y efectividad, que permiten al creador perseguir objetivos de impacto por esa vía. Así, YouTube asume la cultura interactiva de la sociedad en red, que produce significados vinculados con el multiculturalismo, cosmopolitismo, individualismo y consumismo ante la presencia de múltiples identidades y distintas comunidades con valores colectivos compartidos, aunque se priorizan deseos o necesidades particulares en un sistema operativo de código abierto (Castells, 2009; Lash & Lury, 2007; Weber, 2004). El consumidor se convierte en usuario, integrándose al proceso de producción creativa como emisor y receptor (Castells, 2009; Islas & Arribas, 2010), originando diálogos con otros usuarios convertidos en seguidores en un ciclo de realimentación inmediata, mediante un trabajo colaborativo (Ramos, 2016; Sánchez & Contreras, 2012; Scolari, 2008; Sued, 2010).

En la misma línea, YouTube se revela como un modelo de negocio en un espacio que de modo colaborativo es agente de mercado para productos y contenidos de información, sirviendo de intermediario y conectando a diferentes grupos de usuarios, de acuerdo a ciertos marcos regulatorios (Valderrama & Velasco, 2018).

Esta integración de lo organizacional, tecnológico, comunicacional y cultural en YouTube fortalece la interactividad que caracteriza a la sociedad en red, propicia el interés de los usuarios que visitan el sitio y que los videos, producidos y distribuidos a bajo costo, se popularicen (Di Pietro et al., 2011). Los creadores trascienden al emprendimiento e inspiran a personas en todo el mundo, pues ese proceso comunicativo se reconoce en la comunidad virtual, fortaleciendo la negociación de contenidos para rescatar información valiosa (Berrocal et al., 2012; Scolari, 2008).

El contenido en YouTube no es controlado ni en formato, género, duración temática y actores (Ramos, 2016); existe un cambio en el código del marco de entretenimiento (Castells, 2009), ante la existencia de la polivalencia tecnológica, mediática y temática (Scolari, 2008). Como medio de comunicación, soluciona necesidades de las personas (McQuail, 2000).

Los contenidos creados por usuarios activos o *youtubers* e industrias culturales responden a criterios promocionales, con formatos coincidentes con los existentes en cine y televisión, para conducir al usuario a otros productos. La visualización de los contenidos es crucial y los contenidos generados por aficionados representan el género más popular (Murolo & Lacorte, 2015; Pérez & Gómez, 2013).

### **Los usuarios de YouTube**

Los usuarios de YouTube son sujetos individuales, libres, tecnológicamente capaces de expresar juicios sobre lo que les rodea, lo que ven, lo que consumen (Aced et al., 2009). Están los antiguos participantes, quienes conservan su cuenta,

pero no suben videos, los usuarios ocasionales, que no poseen cuenta y solo ven videos cuando indagan sobre algo en particular (Lange, 2007; McQuail, 2000), el *youtuber* y el *influencer* (influenciador).

El *youtuber* es un creador frecuente de contenidos en un canal de la plataforma y con personalidad atractiva (Valls, 2015). El canal lleva su nombre o apodo, y su modelo de negocio es lograr el mayor número de reproducciones. Al vincularse al *partnership* (asociación o programa de socios), que permite insertar avisos o anuncios en videos seleccionados, obtiene ganancias en función de la cantidad de visualizaciones (Chávez, 2014). Los influenciadores, por su parte, son *youtubers* que emplean su perspectiva sobre un tema para influir sobre sus seguidores, situación que aprovechan las empresas para patrocinar sus productos (Gelo, 2017).

Si bien al *youtuber* le sirve que una marca lo apoye, no en todos los casos consiente su vinculación con los contenidos. En virtud de ello prefiere prescindir de la publicidad en su canal original, que lo hizo popular, y produce otros videos para sustentar sufragar sus proyectos originales (Murolo & Lacorte, 2015). En YouTube, por ende, el modelo de negocio forja ingresos en función del tipo de avisaje y de la popularidad del canal, medido por la cantidad de suscriptores (Chávez, 2014). Si bien las ganancias pueden ser bajas, proporcionan reconocimiento al productor, lo que puede ser utilizado para impulsarse en otras perspectivas laborales, como entrenador, conferencista, o trabajador en medios tradicionales (Valderrama & Velasco, 2018).

## Emprendimiento

El emprendimiento se refiere al proceso de iniciar un negocio, formulándose un plan estratégico para organizar e invertir recursos, y asumiendo riesgos para obtener recompensas de la actividad (McCleary et al., 2006). Involucra nuevas formas de hacer negocios mediante la creación o imitación; acontece cuando el sujeto actúa acorde con su percepción de la realidad y la de otros, conjugando sentimientos e intuición para comprometerse a partir de sus sueños e identidad con construir un futuro en el cual cree (Rogoff, 2007). Por ende, incluye una dinámica de innovación con alta motivación y compromiso (Rodríguez, 2009) para alcanzar el éxito económico, generando nuevos puestos de trabajo (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003). Así, los componentes del emprendimiento se relacionan, por una parte, con la empresa desde la idea del negocio, la disponibilidad y la obtención de recursos y, por otra, con el sujeto emprendedor, con sus habilidades, nivel de motivación y compromiso como factores clave (Gibb & Ritchie, 1982 citados en Kantis, 2004).

La persona emprendedora asume riesgos, persigue algún beneficio, innova, identifica y crea oportunidades de negocio individual o colectivamente. Fija, coordina y combina recursos, confía en la incertidumbre, rompe viejos esquemas

que le conducen a innovar (Kantis, 2004). Ante su necesidad de logros, puede explotar una oportunidad de negocio identificada por otra persona (Schumpeter, 1976 & Stevenson, 1983, citados en McCleary et al., 2006), emprender según sus intereses y sueños, o dada la incapacidad de obtener un empleo tradicional, tomar riesgos en búsqueda de modos de vida diferentes (Rogoff, 2007).

A partir de una idea de negocio, crear una empresa involucra tres etapas no lineales: “la gestación del proyecto empresarial, el lanzamiento de la empresa y su desarrollo inicial” (Kantis, 2004, p. 24). La motivación continua es necesaria para buscar financiamiento mediante diversas opciones y asentar la continuidad de la idea, productos o servicios, trabajadores y elementos organizacionales. La motivación ofrecida por políticas para la apertura a los mercados es importante (Kantis, 2004).

También es esencial la formación en emprendimiento relacionada con las habilidades necesarias y con la explicación de su importancia para el desarrollo económico, humano y social (Löbler, 2007; Toca, 2010). Quien desee aprender a emprender debe ser productor activo de su propio conocimiento. Debe convertirse en un ágil comunicador con fortalezas para persuadir, crear, reconocer oportunidades emprendedoras, ser líder, negociador, tomar decisiones, solucionar problemas, relacionarse en redes, administrar el tiempo y adquirir competencias gerenciales para planificar, comercializar, controlar, generar estrategias, conducir el marketing, gestionar el recurso humano, y practicar el pensamiento crítico (Henrique & Da Cunha, 2008; Löbler, 2007). Estas características contribuyen a incrementar la productividad del ámbito en donde ocurre el emprendimiento (Arias & Giraldo, 2011; OCDE et al., 2016).

En esa línea, se puede estudiar el uso que distintos actores sociales dan a YouTube para el emprendimiento y cómo este medio concentra voces y contenidos especializados para el aprendizaje o apoyo al emprendimiento.

## **METODOLOGÍA**

A partir del fundamento teórico, se planteó la pregunta de investigación: ¿Qué rol desempeña YouTube con respecto a promover el emprendimiento en América de habla hispana? Se seleccionaron canales sobre emprendimiento en español, considerando la situación de subdesarrollo de los países latinoamericanos a este respecto.

Se analizaron contenidos de videos para: a) entender cuál(es) de los elementos del emprendimiento son considerados: empresa, idea del negocio y disponibilidad u obtención de recursos, o la acción del emprendedor- creador; b) descubrir el propósito del mensaje, y c) entender el rol que la plataforma posee con respecto al emprendimiento.

El análisis de los videos se abordó desde un enfoque cualitativo-interpretativo, al establecerse una interacción observador/observado en procesos inductivos para conocer la realidad estudiada (Corbetta, 2010). Los videos fueron considerados como unidades de análisis, en donde se producen eventos comunicacionales que ameritan la búsqueda de significados.

Para recolectar los datos se realizó una inmersión inicial (Hernández et al., 2016) en videos sobre emprendimiento. Se consideró como criterio de inclusión que los videos estuviesen en español, por ser la lengua nativa de los países en los que se presenta la situación de subdesarrollo comentada. Se seleccionaron 44 videos publicados en la plataforma entre 2016 y 2018, cuyos títulos y canales se presentan en la tabla 1.

Se realizaron sucesivas observaciones para clasificar los mensajes y contenidos según los elementos del emprendimiento discutidos en el marco teórico.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

N°	Video	Canal/usuario/creador	Anuncios/ publicidad
1	Asesorías integrales de Antioquia, un ejemplo de emprendimiento empresarial	NP Noticias (2018)	
2	Aprende cómo está formado un ecosistema de emprendimiento	Súmate al Éxito (2016)	
3	CANCHITA - Historia de Emprendimiento	MUAbYCANCHITA Ederly (2016)	
4	¿Cómo bajar la incertidumbre en un emprendimiento?	Uruguay XXI (2016)	
5	Cómo conseguir dinero para tu emprendimiento por Jürgen Klarić	BiiALAB (2016)	2
6	¿Cómo eliminar la competencia?*	Emprendedor Eficaz (2016)	
7	Descubre qué es la formación de emprendimiento con Rompe tus límites	Súmate al Éxito (2018)	1
8	Diálogos emprendedores - Pedro Brache e Iván Gómez	CONEP RD (2016)	
9	Emprendedores berracos: Alex Torrenegra de VoiceBunny	PANAL centro de emprendimiento. (2017)	
10	Emprendimiento de primer mundo	Muñoz, C. (2018)	1
11	Emprendimiento en periodismo digital	CANAL TRO (2018)	2
12	Errores comunes de los emprendedores 2018  3 errores que cometí al emprender mis proyectos	Muralla Financiera (2017)	



13	Especial de emprendedores venezolanos - Chic Magazine 09-08-2016	EVTV MIAMI. (2016)	
14	Foro de emprendimiento nacional 2016	Junior Achievement Ecuador (2017)	
15	Herramientas digitales para emprendedores y empresarios - Josué Moya	BiiALAB (2018b)	2
16	Historias de emprendedores: Jefferson Valencia, fundador de Cronch Artesanalmente Obleas*	Negocios y Emprendimiento (2018b)	1
17	Identidad, liderazgo y emprendimiento*	TEDx Talks (2018)	
18	La cosmética natural, una nueva puerta para el emprendimiento en Nicaragua	Vos TV (2018)	
19	La mejor conferencia educación para emprendedores	Mamani, T. (2017)	
20	La República premia al mejor emprendimiento femenino novedoso	La República. (2018)	3
21	Las claves para crear un emprendimiento	Mentiras Verdaderas La Red. (2016)	2
22	Los OTROS emprendedores del mezcal	Entrepreneur en español (2018)	
23	Mauricio Zambrano- Momento de Romper Creencias	BiiALAB (2018a)	1
24	Motivación para emprendedores. Domina tu actitud	Inteligencia emprendedora (2018)	
25	Pasos para iniciar una franquicia exitosa	Club de Emprendedores (2017)	
26	Plan de negocios para emprendedores: paso a paso	Fundación Emprenden / Teodosio Cayo (2015)	1
27	Programa de emprendimiento ambiental 2016	Camel Hub (2017)	
28	¿Qué es el emprendimiento social? por Juan del Cerro	TelmexHub (2016 <sup>a</sup> )	
29	¿Qué son los bootcamp de emprendimiento?	Ministerio TIC Colombia (2016)	
30	Redes sociales para emprendedores	TelmexHub (2016b)	
31	Retos para el emprendimiento en Venezuela 2017	Globovisión videos (2016)	
32	Sé tu propio jefe   Consejos para emprendedores	100negocios Cursos (2018)	
33	Speed mentoring: solución de conflictos para emprendedores	Universidad San Francisco de Quito (2018)	
34	Tips para los empresarios y emprendedores en este 2018	Mundo Ejecutivo TV (2018)	



35	Verdaderos emprendedores. Soy venezolano	Elite Group Producciones (2017)	
36	Video emprendimiento animado	Cruz, M. (2016)	
37	Workshop emprendedores - Clase 2 - La importancia de las redes sociales para tu emprendimiento	Workana TV (2018)	
38	Yokoi Kenji   Emprendimiento	Kenji, Y. (2018)	
39	4 grandes ejemplos de emprendimientos en Chile	Hola Chile La Red (2016)	2
40	7 negocios rentables para jóvenes en Argentina	Emprender simple (2017)	1
41	8 consejos de imagen personal para emprendedores	Larios, S. (2016)	1
42	20 ideas de negocios rentables y originales con mínima o normal inversión	NegocioStart (2018)	2
43	10 emprendedores exitosos que crearon su empresa después de los 40	Negocios y Emprendimiento (2018 <sup>a</sup> )	2
44	10 pasos para crear tu empresa con lean startup	Negocios y Emprendimiento (2018c).	1

**Tabla 1. Videos estudiados**

*Fuente: Elaboración propia.*

Elementos del emprendimiento a los que se dirige el mensaje. Algunos contenidos se orientan al emprendedor y otros a la empresa. La tabla 2 muestra 11 códigos asociadas al componente empresa.

Código	Número video / marca de tiempo	Ejemplos de Contenido
1. Ideas de negocios rentables	42 (0m35s)	<i>nicho de negocios rentable</i>
2. Generación de ingresos con escasa inversión		<i>nuevas ideas de negocio rentables con mínimo o normal inversión</i>
3. Consejos de ámbito financiero	5 (0m51s)	<i>el que no sabe vender no puede emprender... si no sabe vender termina muriéndose por falta de ventas o en la trampa de su vendedor porque es quien tendrá el control de su propio negocio</i>
	34 (2m01s)	<i>a cuidar las finanzas, tener líneas abiertas y virtualizar nuestros negocios</i>

4.Administración de empresas	40 (0m36s)	<i>...manejo eficiente de todos los negocios finanzas personales</i>
5.Formación empresarial, elaboración de plan del negocio	26 (0m20s)	<i>llevar adelante este plan de proyecto establecer los objetivos de este los medios a utilizar estrategia factibilidad</i>
6.Venta, publicidad y marketing del emprendimiento	18(2m22s)	<i>.... esfuerzo y persistencia para ir a la expansión... el trabajo desde las redes sociales</i>
	29 (0m20s)	<i>buscando despertar los ecosistemas de emprendimiento digital</i>
	39 (0m59s)	<i>La fuente Italia, Mario Millar, Marie pop y Portalón, .... Ideas innovadoras para entrar en el mercado</i>
7.Uso de tecnologías como herramientas para realizar negocios, gestionar y posicionar marca	11 (2m54s; 6m03s)	<i>aporte a la sociedad mediante la comunicación, reconocer la era de la información, ... la radio convencional</i>
	15 (9m06s)	<i>Que tenga un simple computador e internet ponerse a trabajar en estas cosas.... la solución es un montón de herramientas digitales... como Google Trends</i>
	30 (0m06s)	<i>Que conozcan algunas herramientas, algunas plataformas y puedan experimentar,,,, qué es social media?</i>
	37 (1mi09s)	<i>Herramientas imprescindibles para emprendedor, estadísticas sobre uso de Facebook, sea cual sea el público al que estés buscando los puedes encontrar en las redes sociales, ....con uso gratuito o paga para publicidad utilizando el mensaje correcto, pueden utilizarse para publicidad o para decir quién eres, construir imagen, presencia.</i>
8.Solución de conflictos	44 (0m10s)	<i>basada en metodologías de emprendimiento ligero, aplicando principios de lean Start up y otras metodologías</i>
	25 (1m43s)	<i>decir va franquiciar y buscas a alguien y le ayudas a montar el sitio, tú tienes que tener seguro por el aspecto legal, tienes que tener seguro que exista un contrato porque ese contrato te va a asegurar que esa persona va a ser un clon literalmente como tú que va a seguir las mismas reglas como tú y que se va a acoger a tus decisiones</i>
9.Estrategias	8 (4m19s)	<i>nueva visión, ...basada en distribución, ... en calidad, -...creatividad e introducir cosas</i>
	6 (0m2s)	<i>qué estrategias para defenderte de toda esta competencia.... estrategia más eficaz....La diferenciación</i>

10. Conocimiento sobre el ecosistema emprendimiento	2 (1m31s)	<i>en qué ecosistema estas desarrollándote</i>
	4 (2m29s)	<i>comenzar testeando las hipótesis más riesgosas, ... ser el interés del cliente, puede ser la cadena de pago, puede ser socios estratégicos</i>
	10 (0m42s)	<i>Penetración del emprendimiento en el mundo...</i>
	28(34m29s)	<i>que debería hacer? voy a la comunidad, ...les pregunto qué problemas están viviendo, agarro uno de esos problemas, me meto a entenderlo, vivo con ellos, me acerco lo más posible</i>
11. Evolución de la marca, penetración, declinación del negocio	1 (0m10s)	<i>la empresa es una de las más representativas en la prestación de servicios contables, tributarios, financieros y administrativos</i>
	3 (0m46s)	<i>el negocio fue creciendo, redes sociales importantes, contó con ayuda de zapateros tanto en lo relacionado a corte, materiales, arriesgarse</i>

**Tabla 2. Códigos y contenidos de los mensajes asociados al componente empresa**

*Fuente: Elaboración propia.*

De los códigos resultantes, mostrados en la tabla 2, emergieron ocho categorías, que se presentan en la tabla 3.

<b>Categoría emergente/definición</b>	<b>N° video</b>	<b>Total</b>
Generación de ingresos con escasa inversión, ideas de negocios rentables Se asocia la posibilidad de emprender con algún negocio particular	42	1
Administración de empresas, eficiencia en los negocios Contenidos sobre planificar, organizar, dirigir y controlar recursos para lograr objetivos (Chiavenato, 2007)	40	1
Formación empresarial, elaboración de plan del negocio Mensajes sobre capacitación, entrenamiento y educación. Refieren a capacidades para un adecuado desempeño al emprender, considerando inclinaciones y predisposiciones del emprendedor (Chiavenato, 2001).	26	1
Conocimiento sobre el ecosistema emprendimiento, solución de conflictos y estrategias *Ideas sobre sistemas coordinados y orgánicos por actores, agentes públicos y privados que producen un tejido económico conducente a la competitividad, pudiendo incrementar la prosperidad (De Los Santos et al., 2017) *Solución de conflictos buscando la armonía para impedir desviaciones en la filosofía del negocio, ante desacuerdos, discrepancias aparentes, confrontación de intereses entre dos o más partes del ecosistema del emprendimiento (Vinyamata, 2010) *Estrategia como medio para alcanzar objetivos a largo plazo (David, 2009)	2, 4, 6, 8, 10, 25, 28, 33,	8

Uso de tecnología como herramientas para negociar, gestionar y posicionar marca	11, 15, 30, 37, 44	5
Empleo de TIC para apoyar estrategias en procesos de producción y en la relación con clientes para posicionarse y lograr el éxito (Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, 2014)		
Consejos del ámbito financiero	5, 34	2
Cómo actuar en el futuro en cuanto a las finanzas		
Venta, publicidad y marketing del emprendimiento		
Venta de ideas que ayuden al usuario a su emprendimiento o como emprendedor (Peñaloza, 2005)	18, 29, 35, 39	4
Evolución de la marca, penetración, declinación del negocio		
Evolución de marca por analogía con el ciclo de vida de un producto (Barrios, 2017),	1, 3, 9, 16, 22, 27	6
Total		28

**Tabla 3. Categorías emergentes sobre orientación de los mensajes al componente del emprendimiento: empresa, idea del negocio y disponibilidad u obtención de recursos.**

*Fuente: Elaboración propia a partir de definiciones teóricas de los autores.*

En la tabla 3 se notan más videos asociados al conocimiento sobre el ecosistema emprendimiento, solución de conflictos y estrategias (8), sobre evolución de la marca, penetración, declinación del negocio (6), y uso de tecnología como herramientas para realizar negocios, gestionar y posicionar la marca (5). Esto significa que quienes crean los videos buscan ofrecer ayuda a la audiencia aplicable en la práctica y así contribuir a la sobrevivencia de la empresa o proyecto de emprendimiento, a madurar la idea del negocio y a la disponibilidad u obtención de recursos, siendo YouTube el intermediario.

En cuanto al componente emprendedor, la tabla 4 presenta tres categorías de contenidos asociados. Su definición por autores se encuentra en la tabla 5.

De los videos sobre el componente emprendedores, más de 50% (9) presenta consejos y reflexiones para el emprendedor y 25% (4) se refiere a ideas sobre conocimiento sobre emprendimiento, que pueden conducir al usuario a considerar convertirse en un emprendedor (tabla 5). Asimismo, al emprendedor se le ofrece el video como producto-servicio.

Código	Número video/ marca de tiempo	Contenido
	12 (0'12")	<i>... estás pensando en iniciar un negocio un proyecto y de pronto querrás evitar ciertos errores que otras personas han cometido antes,....1. No tener sangre fría.....2. Querer resultados inmediatos...3. No focalizarse en una cosa, muchas veces empezamos un proyecto pero realmente tenemos muchas ideas, tenemos otros emprendimientos</i>
	17 (2'36")	<i>Liderazgo y el emprendimiento hoy día son casi sinónimas, el emprendimiento básicamente es trabajar por construir y cumplir tus sueños...y tiene que ver con la innovación, con la creatividad y con la capacidad de iniciar un proyecto y terminarlo.</i>
Conocimiento sobre emprendimiento	31 (3'21")	<i>es la única salida a la crisis, no es más que la vacuna contra la pobreza, ...la semilla de la prosperidad y el progreso, ... sin emprendimiento es imposible que haya producción,.. .que haya desarrollo. ....son esas personas que quieren buscar soluciones, ... realmente dedicarse a crear un producto, a venderlo, y hacer dinero con eso..... Cuando la situación está conflictiva hay que crear, básicamente productos, ser creativo, dejar de prestar atención al ambiente negativo, hay que ver que se puede hacer, ... Las franquicias son una alternativa, es un modelo probado de negocios, tiene una viabilidad y factibilidad bastante alta,</i>
	38 (0'53")	<i>el emprendimiento nace de una plataforma para impulsarse, el propósito de vida nace de ser responsable...eso es lo que forma los cimientos de un buen emprendedor,... Un mal empleado, un buen empleado, un excelente empleado, es lo que nos da la autoridad para emprender...Tiene derecho a emprender el que tiene una cuerda de vida, y una cuerda de vida es una profesión, por eso se estudia.</i>
	7 (1'02")	<i>desarrollando algunas habilidades, habilidades blandas como ventas, marketing, como liderazgo, educación financiera que no necesariamente las enseñan en universidades, en una escuela, nosotros somos una solución como una escuela de emprendimiento</i>
Marketing/ publicidad	13 (1'11")	<i>se solapa el mercadeo y las relaciones públicas, el mercadeo hace sus estrategias sobre vender el producto y el relacionista público se encarga de la forma de percibir, comunicación e imagen, las relaciones publicas se encargan de desarrollar tu branding personal en los medios tradicionales y digitales</i>
	14 (sólo visual)	<i>Llegada de jóvenes, encuentro, intercambio de ideas, momentos de recreación, exposiciones, plenaria, concursos, premiaciones.</i>

Consejos y reflexiones para el emprendedor	19 (2'11")	<p>los jóvenes si quieren salir de la pobreza tienen que dejar de ser conformistas, el mundo necesita que se revelen a la miseria ...necesita gente que tenga ambición sana,... el conformismo es mental, la pobreza es mental ... a los jóvenes les falta preparación, los jóvenes en pleno siglo XXI, se preparan para la economía de la era industrial ... si lo forman para empleado difícilmente tendrá una mentalidad de millonario, nadie se hace millonario trabajando para otro, ....fórmese para salir a generar empleo ... cualquier carrera que estudie hágalo como emprendedor..... encuentra un mentor que los impulse. ... nunca pares nunca te conformes hasta que lo bueno sea mejor y lo mejor excelente ,, que es lo que me motiva.</p>
	20 (0'04")	<p>impulsamos y reconocemos su esfuerzo, nomine su emprendimiento y participe, premio para la ganadora entrevista impresa más digital en la República, video sobre su empresa en la republica.net 2000dolares para invertir en su negocio, apoyo empresarial y personal Patrocinantes la República BAC Credomatic, voces vitales Costa Rica</p>
	21 (0'31")	<p>los negocios hoy en día son parte de una arquitectura inteligente de enfrentar las cosas, la suerte que hablan por ahí no es tal si uno no tiene un plan de negocios armado si uno no tiene claro los números, si no estás dispuesto a trabajar 15 horas diarias, la verdad es que.... Luchar por tus sueños, ponerte una meta grande, no importa si no lo logras, ya el camino de hacerlo te deja una enseñanza,... ser empresario la matemática es fundamental, el flujo de caja, manejar personal, tener liderazgo....</p>
	23 (0'01")	<p>Sabías que la vida comienza después de los 55, sabías que todo el pasado, se puede dejar en una bolsita lanzar a la basura y desmontar todas las creencias que tú quieras y reinventarte y crear un ser totalmente nuevo y ganador como muchos lo han logrado, tú estás en ese rango de edades, vas par allá..... La pregunta es ¿y tú que esperas?, voy a sentar a esperar que la vida me dé, no llevo la hora de dar... cuáles son tus temores?</p>
	32 (0'01")	<p>Alguna vez has pensado dejar tu trabajo de una vez por todas y emprender un negocio,..Tienes la motivación de ser tu propio jefe porque estas harto de tu trabajo? Muchas personas sueñan con tener un negocio ser sus propios jefes y ser dueños de su tiempo; sin embargo poco se analiza todo el esfuerzo que esto implica y se cae en el fracaso. Si ya has intentado ser tu propio jefe pero no salió como esperabas, es porque sin duda hiciste algo mal. En el video de hoy te daremos algunos consejos para poder tener un negocio y ser tu propio jefe y no morir en el intento</p>
	36 (0'23")	<p>entonces porque emprender?, a continuación te compartimos diez razones por las que vale la pena ser emprendedor</p>
	41	<p>Las prendas que tú eliges cada mañana puede que sean agradables para ti, pero el detalle esta que si quieres salir hacer negocios, no tienes que vestirte para ti sino para el éxito de esos negocios.</p>

**Tabla 4. Categorías y contenidos de los mensajes orientados al componente emprendedor**

Fuente: Elaboración propia

Categoría emergente/definición	Nº video	Total
Conocimiento sobre emprendimiento Contenido para desarrollar habilidades en la población económicamente activa para emprender facilitando el autoempleo con mayor grado de certidumbre para alcanzar una mejor calidad de vida (Ovalles-Toledo et al., 2018)	12, 17, 31, 38	4
Consejos y reflexiones para el emprendedor Mensajes a partir de ideas producidas por personajes con experiencia en emprendimiento	19, 20, 21, 23, 24, 32, 36, 41, 43	9
Marketing/ publicidad Mensajes de emprendimientos promocionados incentivar capacitarse o integrarse al mundo emprendedor (Muñiz, 2014)	7, 13, 14	3
Total		16

**Tabla 5. Categorías emergentes sobre orientación de los mensajes y contenidos al componente emprendedor.**

*Fuente: Elaboración propia*

En cuanto al propósito de los mensajes, emergieron cuatro categorías, codificadas como: TC (transferencia de conocimiento), al referirse a la experiencia y desarrollo de habilidades que se incorporan a una cadena de valor para obtener retorno económico, como lo plantea la Universitat Autònoma de Barcelona (The Visual Speech [Corporativa], 2019); M (motivación) (Ajello, 2003) para crear empresas y triunfar por sus propios méritos; MM (marketing mix corporativo motivacional), pues ciertos contenidos satisfacen las necesidades de la audiencia y a la vez motivan, al presentar historias exitosas o al pretender *vender* el producto del emprendimiento, y Mx (marketing mix corporativo), que refiere a contenidos que promocionan lo que el productor realiza a favor del emprendimiento, siendo así YouTube un intermediario en el mercado (Valderrama & Velasco, 2018).

La tabla 6 presenta los propósitos del mensaje, con algunos ejemplos. Hay contenidos que transfieren conocimientos según los cambios organizacionales y tecnológicos. Los usuarios integran lo que le interesa a una cadena de valor, crean otros emprendimientos y realimentan el contenido del mensaje en el proceso interactivo propio del prosumidor en la Web 2.0 (Castells, 2009; Islas & Arribas, 2010; Lash & Lury, 2007; Oliva, 2012).

También se observan mensajes motivacionales, en su mayoría dirigidos al emprendimiento inicial, afianzando el logro obtenido, superando crisis existentes, resaltando las características de personalidad del emprendedor y de sus colaboradores. Además, se motiva para acceder a los recursos en fase de lanzamiento de la empresa (Kantis, 2004)



Los contenidos relacionados con el marketing mix corporativo motivacional (MM) plantean al consumidor lo que representa la marca. En cuanto al contenido sobre marketing mix corporativo (Mx), cumple una función socializadora de lo que realiza la institución a favor del ecosistema de emprendimiento digital.

Propósito y orientación del mensaje	A la empresa, idea de negocio, obtención de recursos		Al emprendedor	
	Ejemplo	Total	Ejemplo	Total
Transferir conocimiento	<p>Nuevas ideas de negocio rentables con mínimo o normal inversión / (NegocioStart, 2018, 0'42")/42</p> <p>"...Qué estrategias para defenderte de toda esta competencia.... estrategia más eficaz... La diferenciación" (Emprendedor Eficaz 2016, 0'32")/6</p> <p>Establecer los objetivos de este/ (Fundación Emprenden, 2015, 0'20")/26</p> <p>"...Aporte a la sociedad mediante la comunicación, reconocer la era de la información, ... la radio convencional"/ (CANAL TRO, 2018, 2'54"; 6'03")/11</p>	14	<p>"En este momento estás pensando en iniciar un negocio un proyecto y de pronto querrás evitar ciertos errores que otras personas han cometido antes... 1. no tener sangre fría.....2. Querer resultados inmediatos.....3. No focalizarse en una cosa, muchas veces empezamos un proyecto pero realmente tenemos muchas ideas, tenemos otros emprendimientos" (Muralla Financiera, 2017, 0'12")/12</p>	4
Motivación	<p>Llevar adelante este plan de proyecto</p> <p>(Fundación Emprenden, 2015, 0'20")/26</p> <p>"Emprendimientos que resultan ser ideas innovadoras para entrar al mercado" (Hola Chile La Red, 2016, (0'59")/39</p>	4	<p>Mensajes que ofrecen al receptor estímulos a la creatividad, al riesgo, a la innovación y a fortalecer las habilidades que les pueden acercar a las competencias para ser emprendedores, así como a considerar sus sueños, necesidades y deseos (Mamani, 2017, 2'11")/19</p> <p>"...impulsamos y reconocemos su esfuerzo, nomine su... "(La República, 2018, 0'04")/20.</p> <p>"...Los negocios hoy en día son parte de una arquitectura inteligente de enfrentar las cosas..." (Mentiras Verdaderas La Red, 2016, 0'31")/21.</p> <p>"...Sabías que la vida comienza después de los 55, sabías que todo el pasado..."</p> <p>(BiiALAB, 2018a, 0'01")/23</p>	10

Marketing mix corporativo Motivacional	Mensaje que le dice al consumidor lo que representa la marca presentada en el video (NP Noticias, 2018, 0'10")/1	8	Ofrece publicidad y mercadeo a un emprendimiento que contribuye al cultivo de habilidades blandas (Súmate al Éxito, 2018, 1'02")/7	3
Marketing mix corporativo	La institución gubernamental hace público un programa que soporta al emprendimiento. (Ministerio TIC Colombia 2016, 0'07")/29	1		

**Tabla 6. Propósito del mensaje y ejemplos**

*Fuente: Elaboración propia.*

### **PAPEL DE LA PLATAFORMA YOUTUBE CON RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO.**

Los mensajes presentan contenidos que contribuyen a la formación del emprendedor. Se ofrecen ideas para generar ingresos con poca inversión, estrategias para gestionar el emprendimiento o solucionar conflictos, empleo de herramientas digitales, conocimiento del ecosistema de su emprendimiento, ventas, publicidad y marketing de emprendimiento, y visibilizar la marca, contando su historia y evolución. Además, se ofrecen consejos y reflexiones, se suministra información para que se aprenda del contenido presentado o se forme en cursos, conferencias, entre otros, cuyos creadores son emprendedores.

Del total de videos, 28 se orientan a la empresa o idea de negocio (tabla 3). En cuanto a mensajes orientados al emprendedor (16), nueve se relacionan con consejos y reflexiones (tabla 5). De los 24 videos asociados con la empresa, idea de negocio y disponibilidad u obtención de recursos, el contenido más frecuente se vincula al conocimiento sobre el ecosistema emprendimiento, solución de conflictos y estrategia (ocho videos, tabla 3). Le siguen evolución de la marca y penetración (6), ya que permiten contar su historia y a la vez hacerla visible en la comunidad global. También son relevantes los mensajes sobre tecnología, como herramienta para realizar negocios, gestionar y posicionar marca (5). Por su parte, del componente emprendedor (16 videos, tabla 5), cuatro mensajes están dirigidos al aporte de conocimiento sobre emprendimiento de un modo muy similar a los contenidos sobre venta, publicidad y marketing del emprendimiento del lado del negocio.

### **CONCLUSIONES**

De lo anterior se desprende que YouTube es un espacio para consumir contenidos sobre emprendimiento y para su promoción, que incluye a emprendedores, instituciones, empresas emergentes de emprendimientos, *youtubers* e *influencers*. Además, facilita la identificación de la cultura del emprendimiento (Lash & Lury, 2007; Castells, 2009) y aumenta el conocimiento emergente de los prosumidores (Sued, 2010), contribuyendo a la identidad e inspiración hacia el emprendimiento.

Al transferir conocimiento, YouTube es un espacio para informar y formar hacia el emprendimiento (Toca, 2010). Desde un escenario informal, se realiza un proceso comunicacional sobre elaboración de proyectos, ideas de negocio, toma de decisiones para impulsar el desarrollo de habilidades, ante la presencia de un sujeto que quiere aprender a emprender y que es productor activo de su propio conocimiento. Así, emerge un escenario que puede fortalecer el modelo de negocio de YouTube, al involucrarse como intermediario en la transferencia de conocimiento.

YouTube también se presenta como un soporte para emprender. Permite visibilizar la imagen corporativa de la empresa y al emprendedor, quien aprovecha la oportunidad del contexto digital y del lenguaje audiovisual para mostrar su producto o empresa. No solo hace marketing; además, transmite a la audiencia un mensaje para estimular su espíritu emprendedor. Asimismo, otros contenidos ofrecen ideas para que la audiencia reflexione acerca de modos de vida diferentes. En este sentido, YouTube se está transformando en un escenario del emprendimiento, pues cuando el productor se plantea un modelo de negocio relacionado con el *partnership* se le facilita obtener ganancias, pudiendo ser emprendedor en el mundo digital. En el estudio se hallaron videos con anuncios/publicidad.

También se denota la intermediación de YouTube hacia la cultura del emprendimiento, con contenidos que promueven la adhesión a las dimensiones de identidad cultural, individualismo y comunalismo (Lash & Lury, 2007).

Como elemento del ciberespacio, Youtube potencia la presencia en la esfera pública de voces hasta ahora ocultas, fomentando la inclusión, al mediar el diálogo y la participación como ejes centrales, convirtiéndose en un apoyo de las transformaciones en las cuales la persona ocupa el centro (Gumucio, 2011). En el caso del emprendimiento, se potencia el diálogo y la participación intercultural en pro de los intereses de las audiencias creativas. En ese sentido este medio tiene un rol de soporte y de escenario para el emprendimiento, pues procura a la persona la posibilidad de socializar su experiencia, ofrecer su producto, o presentarlo a modo de marketing/publicidad.

El estudio permitió observar cómo los emprendedores se promocionan en algunos casos como ejemplos de buenas prácticas, mediante mensajes motivadores y, en otros como un ejercicio publicitario del propio negocio o para comercializar productos de emprendimientos, aprovechándose así el alcance latinoamericano y global de la plataforma.

Se encontraron videos sobre acciones de instituciones públicas o privadas para favorecer al emprendedor. La plataforma YouTube es un espacio hipermediático que permite, ver, oír, y evidenciar el estímulo para emprender, intermediando hacia la cultura del emprendimiento.

Por otra parte, la audiencia en la América de habla española recibe mensajes que transfieren conocimiento hacia el negocio o al emprendedor. Esto es importante para adquirir capacidades y competencias emprendedoras que desafían el inicio de un negocio o su evolución, al llenar vacíos existentes en quienes emprenden y que en muchos casos poseen muy poco conocimiento sobre crear o gestionar empresa. Dicho conocimiento implica crear valor en la estrategia del negocio. Así, YouTube es intermediario para la transferencia, sirve de asiento para quien posee el conocimiento y para aquel que lo captura para transformarlo en valor.

YouTube es un escenario digital para emprender, donde surgen perfiles de emprendedores creadores de contenidos para los interesados o según la demanda, obteniendo a cambio ingresos al adherirse al programa *partnership* en la medida en que su video es visitado. El contenido es un instrumento de publicidad para el productor/creador, una herramienta de marketing al conjugar los cuatro elementos de la mercadotecnia: plaza, promoción, producto y precio. Se evidenció la presencia de videos de asesores, consultores y formadores. Junto con los propósitos de motivación y transferencia de conocimiento, está el marketing de su propio emprendimiento, como modelo de negocio en YouTube.

YouTube, según el estudio realizado, puede ser una herramienta oportuna para promover el emprendimiento en América de habla española, al propiciar un proceso comunicacional abierto y transparente, en donde la transferencia dialógica de contenidos provoca transformaciones a partir de las ideas compartidas.

### **FINANCIAMIENTO**

Proyecto de investigación *Capacidades de la mujer desde la perspectiva de la empleabilidad y el emprendimiento como contribución a la productividad regional del Norte de Santander* (C2031840117-2017).  
Universidad Simón Bolívar – sede Cúcuta – Colombia.

## REFERENCIAS

- Aced, C., Arqués, N., Benítez, M., Llodrá, B., & Sanagustín, E. (2009). *Visibilidad: cómo gestionar la reputación en Internet* (Visibility: how to manage reputation on the Internet). Gestión 2000.
- Ajello, A. M. (2003). La motivación para aprender (The motivation to learn). In C. Pontecorvo (Coord.), *Manual de psicología de la educación* (Manual of educational psychology) (pp. 251-271). Popular.
- Arias, C. & Giraldo, D. (2011). Condiciones para la generación de emprendimientos en Medellín y su área metropolitana (Conditions for the Generation of Entrepreneurship in Medellín and its Metropolitan Area). *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (34), 138-161. Retrieved from <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/333/638>
- Barrios, E. (2017). *Ciclo de vida de un producto y sus estrategias relacionadas* (Life cycle of a product and its related strategies). Universidad Nacional de la Patagonia Austral.
- Berrocal, S., Campos, E., & Redondo, M. (2012). Comunicación Política en Internet: La tendencia al “infoentretenimiento” político en YouTube (Political Communication on the Net: The trend to political “infotainment” in YouTube). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(2), 643-659. [https://doi.org/10.5209/rev\\_ESMP.2012.v18.n2.41037](https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2012.v18.n2.41037)
- BiiALAB. (2018a, February 6). *Mauricio Zambrano- Momento de Romper Creencias* (Mauricio Zambrano- Moment of Breaking Beliefs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=9Jn9pAhf4RE>
- BiiALAB. (2018b, January 26). *Herramientas Digitales para Emprendedores y Empresarios - Josué Moya* (Digital Tools for Entrepreneurs and Businessmen- Josué Moya) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=RRNEqaKOKz4>
- BiiALAB. (2016, July 25). *Cómo conseguir dinero para tu emprendimiento por Jürgen Klarić* (How to get money for your venture by Jürgen Klarić) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=yWSQVRaNh9g>
- Camel Hub. (2017, June 25). *Programa de Emprendimiento Ambiental 2016* (2016 Environmental Entrepreneurship Program) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=J35KYgmNMhI>
- CANAL TRO. (2018, February 28). *Emprendimiento en periodismo digital* (Entrepreneurship in digital journalism) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=mY48DYIOQa0>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder* (Communication and Power). Alianza Editorial.
- Chávez, R. (2014). *Diseño de un modelo de negocios para una academia de producción audiovisual para la plataforma YouTube* (Design of a business model for an audiovisual production academy for the YouTube platform) (Thesis, Universidad de Chile). Retrieved from [http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116607/cf-chavez\\_rs.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/116607/cf-chavez_rs.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración* (Introduction to the general theory of management). McGraw Hill.

- Chiavenato, I. (2001). *Administración de recursos humanos* (Human resources management). McGraw Hill.
- Chiriboga-Mendoza, F., Cedeño-García, R., & Aguaiza-Tenelema, J. (2018). YouTube e Instagram como medios de comunicación masiva en emprendimientos (YouTube and Instagram as mass media in university ventures). *Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa REICOMUNICAR*, 1(2), 21-27. <https://doi.org/10.46296/rc.v1i2.0005>
- Club de Emprendedores. (2017, September 28). *Pasos para iniciar una franquicia exitosa* (Steps to start a successful franchise) (Video). YouTube. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=Kyz\\_38fbOT8](https://www.youtube.com/watch?v=Kyz_38fbOT8)
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2003). *El espíritu empresarial en Europa* (Entrepreneurship in Europe). Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0027&from=ES>
- CEPAL. (2019). *Panorama social de América Latina 2019* (Social Panorama of Latin America 2019). Santiago, Chile: Naciones Unidas. Retrieved from [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44969/5/S1901133\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44969/5/S1901133_es.pdf)
- CONEP RD. (2016, June 14). *Diálogos Emprendedores - Pedro Brache e Iván Gómez* (Entrepreneur Dialogues - Pedro Brache and Iván Gómez) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=H6TGxwPO3mI> <https://www.youtube.com/watch?v=C79Rmm19vP4>
- Corbetta, P. (2010). *Metodología y Técnicas de investigación social* (Methodology and Social Research Techniques). McGraw-Hill.
- Cruz, M. (2016, April 21). *Video emprendimiento animado* (Animated entrepreneurship video) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=fixRdLY4BqE>
- David, F. (2009). *Planeación Estratégica* (Strategic Planning). Mexico: McGraw Hill.
- De los Santos, S., Carrillo, J., Plascencia, I., Villavicencio, D., & Esparza, I. (2017). *Ecosistemas de Innovación en la frontera norte. Tijuana, B. C.* (Innovation ecosystems in the northern border. Tijuana, B. C). Colegio de la Frontera Norte.
- Di Pietro, M., Manes, J., Núñez, P., Pérez, N., Poli, S., Rojas, G., & Tischelman, N. (2011). *Youtube: Una Ruptura con los Estereotipos de Identificación Establecidos* (YouTube: A Rupture with Established Identification Stereotypes). In *Proceedings of the III Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVIII Jornadas de Investigación* (III International Congress of Research and Professional Practice in Psychology XVIII Research Conference) (pp. 89-94). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Elite Group Producciones. (2017, May 29). *Verdaderos emprendedores. Soy venezolano* (True entrepreneurs. I'm Venezuelan) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ptnplm8mycm>
- Emprendedor Eficaz. (2016, December 23). *¿Cómo eliminar la competencia?* (How to eliminate competition?) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Boq5jxv8uCA>
- Emprender simple. (2017, June 24). *7 Negocios Rentables para jóvenes en Argentina* (7 profitable businesses for young people in Argentina) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=7CbYMjyYiUQ>



- Entrepreneur en Español. (2018, February 15). *Los OTROS emprendedores del mezcal* (The OTHER mezcal entrepreneurs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=lgOLXm1Q1Vw>
- EVTV MIAMI. (2016, August 9). *Especial de Emprendedores Venezolanos - Chic Magazine 09-08-2016* (Special for Venezuelan Entrepreneurs - Chic Magazine 09-08-2016) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=LkOSlOewq2o>
- Fundación Emprenden/Teodosio Cayo. (2015, February 3). *Plan de Negocios para Emprendedores: Paso a Paso* (Business Plan for Entrepreneurs: Step by Step) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=IOfXqTyJrd0>
- Gelo, J. (2017). *Emprendimiento periodístico a través de YouTube* (Journalistic entrepreneurship through YouTube) (Thesis, Universidad de Sevilla). Retrieved from <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/64468/TFGgelo.pdf?sequence=1>
- Globovisión videos. (2016, December 8). *Retos para el emprendimiento en Venezuela 2017* (Challenges for entrepreneurship in Venezuela 2017) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=WpitElgp928>
- Gumucio, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave para el desarrollo participativo (Communication for Social Change: A Key to Participatory Development). *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26-39.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación* (Research methodology). McGraw Hill.
- Henrique, D. & Da Cunha, S. (2008). Práticas didático-pedagógicas no ensino de empreendedorismo em cursos de graduação e pos-graduação nacionais e internacionais (Didactic-Pedagogical Practices In The Entrepreneurship Education In National And International Graduate And Post-Graduate Courses). *Revista de Administração Mackenzie*, 9(5), 112-136. Retrieved from <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/RAM/article/view/187>
- Hola Chile La Red. (2016, November 10). *4 grandes ejemplos de emprendimientos en Chile* (4 great examples of ventures in Chile). (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=zuhZxDpT4Tg>
- Inteligencia emprendedora. (2018, February 25). *Motivación para emprendedores. Domina tu actitud* (Motivation for entrepreneurs. Dominate your attitude) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=XiKwQnVURqk>
- Islas, O. & Arribas, A. (2010). Comprender las redes sociales como ambientes mediáticos (Understanding social networks as media environments). In A. Piscitelli, I. Adaime, & I. Binder (Comps.), *El proyecto Facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (The Facebook project and post-university: social operating systems and open learning environments) (pp. 147-163). Ariel.
- Junior Achievement Ecuador. (2017, August 2). *Foro de Emprendimiento Nacional 2016* (2016 National Entrepreneurship Forum) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Em399BTp2Nw>



- Kantis, H. (2004). Un enfoque sistémico de la creación de empresas (A systemic approach to the creation of companies). In H. Kantis, P. Angelelli, & V. Moori (Eds.), *Desarrollo emprendedor América Latina y la experiencia internacional* (Entrepreneurial development Latin America and international experience) (pp. 21-34). Washington, DC: Inter-American Development Bank. Retrieved from <https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/442/Desarrollo%20emprendedor.pdf?sequence=2>
- Kenji, Y. (2018, January 29). *Yokoi Kenji | Emprendimiento* (Yokoi Kenji | Entrepreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=YZi5vam33ow>
- La República. (2018, February 2). *La República premia al mejor emprendimiento femenino novedoso* (La República awards the best innovative female entrepreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=X3ki5tU-X48>
- Larios, S. (2016, April 13). *8 consejos de imagen personal para emprendedores* (8 personal image tips for entrepreneurs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=cKEhhih5Ojk>
- Lange, P. (2007). Commenting on Comments: Investigating Responses to Antagonism on YouTube. In *Proceedings of the 2007 Annual Meeting - Tampa Global Insecurities, Global Solutions, and Applied Anthropology in the 21st Century* (pp. 163–190). Annenberg Center for Communication.
- Lash, S. & Lury, C. (2007). *Global culture industry: The mediation of things*. Cambridge: Polity.
- Lederman D., Messina, J., Pienknagura, S., & Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina Muchas empresas y poca innovación (Resumen)* (Entrepreneurship in Latin America Many companies and little innovation (Summary)). Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. Retrieved from [https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina\\_resumen.pdf](https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf)
- Löbler, H. (2007). Learning Entrepreneurship from a Constructivist Perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 18(1), 19-38. <https://doi.org/10.1080/09537320500520460>
- López, B. (26, March 2018). *Qué es YouTube, cómo funciona y qué te puede aportar* (What YouTube is, how it works and what it can bring) (Video). YouTube. Retrieved from <http://www.ciudadano2cero.com/youtube-quees-como-funciona/>
- Mamani, T. (2017, September 30). *La mejor conferencia educación para emprendedores* (The best education conference for entrepreneurs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=yHfXTEgFk2Q>
- McCleary, K., Rivers, P., & Schneller, E. (2006). A diagnostic approach to understanding entrepreneurship in health care. *Journal of Health & Human Services Administration*, 28(4), 550-577. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/25790672>
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de masas* (Introduction to the theory of mass communication). Paidós.
- Mentiras Verdaderas La Red. (2016, September 21). *Las claves para crear un emprendimiento* (The keys para create a enterpreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=K5XhpLiuCko>

- Miller, H. (1996). Internet mirada desde algunas de las grandes ideas (Internet from the perspective of some of the great ideas). *Cuadernos de información*, (11), 81-83. Retrieved from <http://ojs.uc.cl/index.php/cdi/article/view/24791/20027>
- Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. (2014). *Uso de TICs en los Emprendimientos* (Use of ICTs in Entrepreneurship). Retrieved from <https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2014/03/Boletin-Uso-de-TICs-en-los-emprendimientos-EME-3.pdf>
- Ministerio TIC Colombia. (2016, December 16). *¿Qué son los Bootcamp de emprendimiento?* (What are entrepreneurship Bootcamps?) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=6lKivY9Eq4Y>
- Moreno, G. (2018, May 28). *¿Cuántos usuarios de Internet hay en América Latina?* (How many Internet users are there in Latin America?). *Statista*. Retrieved from <https://es.statista.com/grafico/13903/cuantos-usuarios-de-internet-hay-en-america-latina/>
- MUAbYCANCHITA Edery. (2016, June 16). *CANCHITA - Historia de Emprendimiento* (CANCHITA - Story of Entrepreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ujb2RX15hrc>
- Mundo Ejecutivo TV. (2018, January 18). *Tips para los empresarios y emprendedores en este 2018* (Tips for businessmen and entrepreneurs in 2018) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=QXhyp8b5-zY>
- Muñiz, R. (2014). *Marketing en el Siglo XXI* (Marketing in the 21st Century). Editorial Centro de Estudios Financieros de Madrid.
- Muñoz, C. (2018, January 17). *Emprendimiento de primer mundo* (First World Entrepreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=n3xBTOGMnYU>
- Muralla Financiera. (2017, September 1). *Errores comunes de los emprendedores 2018 | 3 errores que cometí al emprender mis proyectos* (Common mistakes of entrepreneurs 2018 | 3 mistakes I made when undertaking my projects) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=032NOSLDNd8>
- Murolo, N. & Lacorte, N. (2015). De los bloopers a los youtubers. Diez años de YouTube en la cultura digital (From bloopers to youtubers. Ten years of YouTube in the digital culture). *Questión*, 1(45), 15-29. Retrieved from <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2407/2128>
- Negocios y Emprendimiento. (2018a, March 28). *10 Emprendedores exitosos que Crearon su Empresa después de los 40* (10 Successful entrepreneurs who created their company after 40) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=xdcO744nVws>
- Negocios y Emprendimiento. (2018b, March 2). *Historias de Emprendedores: Jefferson Valencia, fundador de Cronch Artesanalmente Obleas* (Stories of Entrepreneurs: Jefferson Valencia, founder of Cronch Artesanalmente Obleas) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=ObhERU3HeKc>
- Negocios y Emprendimiento. (2018c, February 9). *10 Pasos para Crear tu Empresa con Lean Startup* (10 Steps to Create your Company with Lean Startup) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=bx3aMRy-sXw>

- NegocioStart. (2018, February 20). *20 ideas de negocios rentables y originales con mínima o normal inversión* (20 profitable and original business ideas with minimal or normal investment) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=h9d1cGhfFoc>
- NP Noticias. (2018, March 2). *Asesorías Integrales de Antioquia, un ejemplo de emprendimiento empresarial* (Asesorías Integrales de Antioquia, an example of entrepreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=QKTOEwPQLJE>
- Ovalles-Toledo, L., Moreno, Z., Olivares, M., & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico (Entrepreneurship skills and abilities: a bibliometric study). *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-234. Retrieved from <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23477/23686>
- Peñalosa, M. (2005). El mix de marketing: una herramienta para servir al cliente (The marketing mix: a tool to serve the customer). *Revista Venezolana Actualidad Contable Faces*, 8(10), 71-81. Retrieved from <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/17368/articulo6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pico, L. & Coello, R. (2017). Relación entre el ciclo de vida de las Pymes en redes sociales y el emprendimiento en la ciudad de Guayaquil (Relationship between the life cycle of PYMES in social networks and entrepreneurship in the city of Guayaquil). *INNOVA Research Journal*, 2(5), 2017, 125-136. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.233>
- Oliva, C. (2012). Comunicación 2.0, visibilidad e interactividad: fundamentos de la imagen corporativa de las Universidades Públicas de Madrid en YouTube (Communication 2.0, visibility and interactivity: fundamentals of corporate image of Public Universities in Madrid on YouTube). *Fonseca: Journal of Communication*, 5, 114-135. Retrieved from <http://revistas.usal.es/index.php/2172-9077/article/view/12084/12435>
- OCDE, CAF, & CEPAL. (2016). *Perspectivas económicas de América Latina 2017: Juventud, competencias y Emprendimiento* (Economic Perspectives of Latin America 2017: Youth, Competencies and Entrepreneurship). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/leo-2017-es>
- PANAL centro de emprendimiento. (2017, December 27). *Emprendedores Berracos: Alex Torrenegra de VoiceBunny* (Entrepreneurs Berracos: Alex Torrenegra of VoiceBunny) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=5JE-U20TEBQ>
- Pérez, J. & Gómez, F. (2013). Nuevos formatos audiovisuales en Internet: cuando el usuario es quien innova (New audiovisual formats on the Internet: when the user is the innovator). In E. Mira & M. de Salas. (Eds.), *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI* (Prospects and trends for communication in the 21st century) (pp. 1-13). CEU Ediciones Madrid.
- Ramos, R. (2016). *Cambio en los modos de producción y de consumo del audiovisual por efecto de las exigencias parámetros de estructura comunicacional de las redes sociales como YouTube y Facebook: el caso de Enchufe.tv* (Change in the modes of production and consumption of the audiovisual due to the requirements of the communication structure parameters of social networks such as YouTube and Facebook: the case of Enchufe.tv) (Master's thesis, Universidad Andina Simón Bolívar). Retrieved from <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5452/1/T2163-MC-Ramos-Cambio.pdf>

- Rodrigo, I. (2014). YouTube y el documental global: ecuatorianos en el proyecto (Life in a Day YouTube and the global documentary: Ecuadorians in the Life in a Day project). In Ch. León (Ed.), *El documental en la era de la complejidad* (The documentary in the age of complexity) (pp. 83-101). Quito, Ecuador: Casa de la Cultura Benjamín Carrión.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial (New perspectives to understand business entrepreneurship). *Pensamiento & Gestión*, (26), 94-119. Retrieved from <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/864/508>
- Rogoff, E. (2007). Opportunities for Entrepreneurship in Later Life. *Generations*, 31(1), 90-95.
- Sánchez, J. & Contreras, P. (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0 (Facing the prosumer: production and consumption empowering 3.0 citizens). *Icono 14. Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 10(3), 62-84. <https://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.210>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de comunicación digital interactiva* (Hypermediations: elements for a theory of interactive digital communication). Gedisa.
- Sued, G. (2010). Pensando a Facebook, una aproximación colectiva por dimensiones (Analyzing Facebook, a collective dimensional approach). In A. Piscitelli, I. Adaime, & I. Binder (Comps.), *El proyecto Facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje* (The Facebook project and post-university: social operating systems and open learning environments) (pp. 56-69). Ariel.
- Súmame al Éxito. (2016, October 24). *Aprende como está formado un ecosistema de emprendimiento* (Learn how an entrepreneurship ecosystem is formed) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=JJHtjvWHguY>
- Súmame al Éxito. (2018, February 23). *Descubre qué es la formación de emprendimiento con Rompe tus límites* (Discover what is entrepreneurship training with Rompe tus límites) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=H6TGxwPO3mI>
- TEDx Talks. (2018, March 9). *Identidad, liderazgo y emprendimiento* (Identity, leadership, and entrepreneurship) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=DQS2N0vLT58>
- TelmexHub. (2016a, July 24). *¿Qué es el Emprendimiento Social? por Juan del Cerro* (What is Social Entrepreneurship? by Juan del Cerro) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=qxB0XJyM7yg>
- TelmexHub. (2016b, July 23). *Redes Sociales para Emprendedores* (Social Networks for Entrepreneurs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=vA0XnInE3Mw>
- The Visual Speech [Corporativa] (2019, July 12). Universitat Autònoma de Barcelona (Cast). [Vídeo]. (Autonomous University of Barcelona (Cast)). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=FNrAlg-pUC8>
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: Explorando nuevos ámbitos y posibilidades (Considerations to the entrepreneurship formation: exploring new domains and possibilities). *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70133-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70133-9)

- Torres, C. (2007). Hipermedia como narrativa web. Posibilidades desde la periferia. (Hypermedia as web narrative Possibilities from the periphery). *Signo y Pensamiento*, 25(50), 148-159. Retrieved from <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4618/3585>
- Universidad San Francisco de Quito. (2018, Febrero 2). *Speed Mentoring: solución de conflictos para emprendedores* (Speed Mentoring: conflict resolution for entrepreneurs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=E4KVLoutEfA>
- Uruguay XXI. (2016, December 19). *¿Cómo bajar la incertidumbre en un emprendimiento?* (How to reduce uncertainty in a business) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?V=3ncujjmn4>
- Valderrama, M. & Velasco, P. (2018). ¿Programando la creación? Una exploración al campo socio-técnico de YouTube en Chile (Programming creation? An exploration of the socio-technical field of YouTube in Chile). *Cuadernos.info*. (42), 39-53. <https://doi.org/10.7764/cdi.42.137>
- Valls, G. (2015). *Análisis de la figura de los principales youtubers españoles de éxito* (Analysis of the figure of the main successful Spanish youtubers) (Thesis, Universidad Politécnica de Valencia). Retrieved from <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/54192/VALLS%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20la%20figura%20de%20los%20principales%20youtubers%20espa%C3%B1oles%20de%20%C3%A9xito.pdf?sequence=3>
- Vinyamata, E. (2010). *Introducción a la conflictología* (Introduction to conflictology). Eureka Media.
- Vos TV. (2018, February 23). *La cosmética natural, una nueva puerta para el emprendimiento en Nicaragua* (Natural cosmetics, a new opportunity for entrepreneurship in Nicaragua) (Video). YouTube. Retrieved from [https://www.youtube.com/watch?v=omUICf\\_cg80](https://www.youtube.com/watch?v=omUICf_cg80)
- Weber, S. (2004). *The Success of Open Source*. Harvard University Press.
- Workana TV. (2018, January 26). *Workshop Emprendedores - Clase 2 - La importancia de las Redes Sociales para tu emprendimiento* (Workshop Entrepreneurs - Class 2 - The importance of Social Networks for your enterprise) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=J8sKOLLHW9g> YouTube. (n.d.). *Acerca de* (About). *YouTube.com*. Retrieved from <https://www.youtube.com/intl/es-419/yt/about/>
- 100 negocios Cursos. (2018, February 21). *Sé Tu Propio Jefe | Consejos para Emprendedores* (Be Your Own Boss | Tips for Entrepreneurs) (Video). YouTube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=OZ69OL4vkrw>

## SOBRE LAS AUTORAS

**MARÍA-ANTONIA CUBEROS**, doctora en Ciencias Gerenciales por la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Bolivariana, Venezuela. Integrante de los Grupos de Investigación: Altos Estudios de Frontera (ALEF) y En Modelamiento Científico e Innovación Empresarial (GIMCINE) de la Universidad Simón Bolívar, Colombia. Sus trabajos siguen las líneas de investigación: Gerencia, Tecnología y Sociedad y Estudios socioeconómicos de la Frontera Colombo Venezolana. Es investigadora categorizada Emérita por MINCIENCIAS Colombia.

 <https://orcid.org/0000-0002-5235-552X>

**MARISELA VIVAS-GARCÍA**, doctora en Innovaciones Educativas por la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Bolivariana, Venezuela. Integrante de los Grupos de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) y En Modelamiento Científico e Innovación Empresarial (GIMCINE) de la Universidad Simón Bolívar, Colombia. Sus líneas de investigación se centran en Gerencia, Tecnología y Sociedad y en Innovación y gestión organizacional. Es investigadora categorizada Senior por MINCIENCIAS Colombia.

 <https://orcid.org/0000-0002-8941-4562>

**RINA MAZUERA-ARIAS**, doctora en Derecho por la Universidad de Zaragoza, España. Integrante del Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar, Colombia. Sus líneas de investigación giran en torno a. Estudios sociales y culturales de la frontera. Estudios socio económicos de frontera. Es investigadora categorizada Senior por MINCIENCIAS Colombia.

 <https://orcid.org/0000-0002-9888-5833>

**NEIDA ALBORNOZ-ARIAS**, doctora en Ciencias Sociales y Jurídicas por la Universidad de Córdoba, España. Líder del Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar, Colombia. Investiga en las líneas. Finanzas y relaciones económicas y Estudios socio económicos de frontera. Es investigadora categorizada Senior por MINCIENCIAS Colombia.

 <https://orcid.org/0000-0001-7851-5985>

**MYRIAM TERESA CARREÑO PAREDES**, especialista en Orientación Educativa y Desarrollo Humano, Universidad El Bosque, Colombia. Integrante del Grupo de Investigación Altos Estudios de Frontera (ALEF) de la Universidad Simón Bolívar, Colombia. Sus líneas de investigación giran en torno a. Estudios socio económicos de frontera y Gestión para el desarrollo humano y organizacional. Es investigadora categorizada Asociado por MINCIENCIAS Colombia.

 <https://orcid.org/0000-0002-7572-5618>