



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

---

---

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ARAGÓN

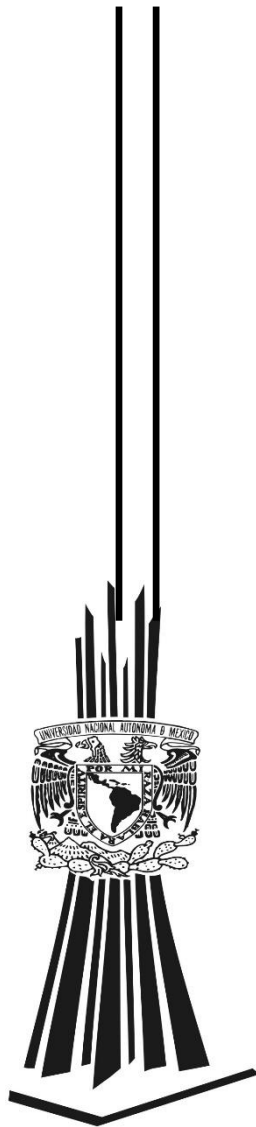
“TODOS PODEMOS EMPRENDER: EL PERIODISMO  
DIGITAL COMO AGENTE DE CAMBIO SOCIAL”

REPORTE DE DESEMPEÑO PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
PRESENTA:  
MARIO RAMÓN HERNÁNDEZ LÓPEZ

ASESOR:  
LIC. MARIO EFRAÍN LÓPEZ SÁNCHEZ

MÉXICO 2015



**FES Aragón**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**Gracias...**

**Baktún, por enseñarme a amar el sol... y demostrarme el valor de la vida... A ti, mi pequeño ángel guerrero, por reencontrarme con Dios, mi familia y mis amigos...**

**Infinitas gracias hijo, por apretar mi dedo, sonreírme y darme fuerza...**

**Zafiro, por el néctar de felicidad que cada instante inyectas a mi alma, porque contigo he aprendido que lo más grande está en los detalles. A ti mi campeona, princesa y motor de vivir...**

**Mami, por tus atenciones, cariños y enseñanzas, por ser mi mejor amiga, mi dualidad maya de padre y madre, porque sin tu consejo jamás habría llegado...**

**Aline, por llegar a mi vida y transformarme, por tu insistencia y motivaciones. A ti que en los momentos más oscuros me llenas de luz...**

**David Romero, por ser mi gran maestro en el oficio periodístico,**

**por ser mi amigo y siempre aplacar mis impulsos...**

**A los Hernández, porque son una familia ejemplar que me cuidó y acompañó hasta este momento y sin duda, por muchos más senderos que vienen...**

**A los López, porque siempre han creído en mí y siempre me mantiene en su núcleo con la misma fuerza...**

**A los Torres, por su aprecio, aceptarme como un nuevo integrante, sus consejos y demostrarme que con sencillez y unión familiar, se construyen los castillos más sólidos...**

**A mis amigos y colegas, por las andanzas, las enseñanzas y las aventuras que apenas comienzan...**

## Emprender



Desde el inicio, nuestros antepasados emprendieron el viaje a Aztlán.  
Con constancia y arduo trabajo fundaron la Gran Tenochtlán.  
Y en su búsqueda de las cosas: imaginaron, observaron y crearon lo que  
hoy sigue maravillando y sorprendiendo al mundo.

El 13 Baktún, predijeron los mayas, traería una era de luz y  
transformación que poco a poco comenzaría a manifestarse, pero  
antes, el cambio debería comenzar por uno mismo, siempre...  
“emprendiendo el viaje como un quetzal”... Mario Hernández.

## ÍNDICE

1	<b>Introducción</b>
4	<b>1 La travesía inicia en los medios tradicionales</b>
6	1.1 La Crónica de Hoy: el legado de David
13	1.2 Agencias de Monitoreo: punto y aparte
16	1.3 El Sol de México: ejemplo de esclavitud periodística
18	1.4 Atizapán: los beneficios de trabajar para el gobierno
22	1.5 Los Políticos de El Economista: aprovechar los recursos
24	<b>2 Al puerto de los sueños se llega emprendiendo</b>
25	2.1 Pros y contras del Periodismo Freelance
27	2.2 APP: innovación periodística empresarial
80	2.3 ConectaMx: los periodistas también podemos emprender
87	<b>Conclusiones</b>

## INTRODUCCIÓN

*“El poder para moldear el futuro de una República estará en manos del periodismo de las generaciones futuras”... Joseph Pulitzer*

En la presente obra, lejos de contarte de forma tradicional mi trayectoria periodística, te presento la realidad que se vive en el campo laboral y que en tus manos está cambiar no sólo en los medios de comunicación sino en cualquier carrera.

Te comparto mis inicios, fracasos y éxito, mi transición de la comunicación impresa hacia el universo digital, tratando de romper el tradicionalismo de un periodismo mexicano inundado en los vicios del amarillismo, la nota roja, farándula, política tendenciosa e interés empresarial de sus directivos.

En esta cronología te narro los once años en los que he trabajado como reportero de algunos medios de comunicación, periodista independiente y emprendedor; hasta lograr el Plan de Negocios de lo que hoy es la “Agencia Periodística Personalizada” (APP) y transformar una empresa en un emprendimiento con fin social, demostrando que la formación en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), puede salir a emprender y ser un líder en los negocios tradicionales y sociales.

La intención no es pintar un panorama totalmente oscuro del periodismo mexicano sino compartir caminos, formas y tendencias que se pueden aprovechar en la era digital para enfrentar con diversas herramientas las exigencias del campo laboral y la realidad que miles de pasantes en Comunicación y Periodismo -u otras carreras- tendrán ante sí una vez concluida su carrera profesional, en especial si su idea es ingresar al terreno de la prensa escrita (tradicional y/o digital) o el gobierno.



Este informe que tienes en tus manos, si bien tiene como finalidad aportar una experiencia profesional, su objetivo principal se centra en demostrar que todos y cada uno de nosotros –los universitarios de la máxima casa de estudios- podemos ser agentes de cambio, de transformación social, independientes creativos, profesionistas innovadores, emprendedores con impacto social, rompiendo el mito de que sólo aquellos que se formaron en escuelas privadas tienen la capacidad de realizarlo.

Lo anterior a través de un viaje que inicia por las experiencias adquiridas en el diario de circulación nacional **La Crónica de Hoy**, las agencias de monitoreo e investigación **Eficiencia Informativa** y **Especialistas en Medios**, el periódico **El Sol de México**, la jefatura de prensa del **Ayuntamiento de Atizapán de Zaragoza**, la reportada en el suplemento Los Políticos de **El Economista**, en el diario de finanzas **Capital de México** y la consultoría brindada en las agencias **Gaudelli MCW**, **Ingenia Group**, **Social Rocks**, así como mi última y actual parada como articulista freelance en las revistas **Forbes Centroamérica** y **Expansión**.

Cronicada dicha trayectoria paso a la segunda parte, la cual, más que plasmar las experiencias obtenidas en los diarios digitales **México Migrante** y **Punto por Punto**, comparto mi transformación profesional al tomar la decisión no sólo de trabajar por mi cuenta y convertirme en periodista independiente y ser una persona física con actividad empresarial sino de revelarme a mí mismo como un innovador al crear la Agencia Periodística Personalizada, una empresa que me ha dado grandes satisfacciones, especialmente porque pude brindar empleo a una veintena de jóvenes comunicadores que colaboraron en este proyecto.

Después, platico sobre la revista digital “**ConectaMx**”, donde creí encontrar, después de diez años de trayectoria periodística mi pasión, a lo que quería dedicarme toda mi vida: hacer periodismo en temáticas de emprendimiento social.

Con ConectaMx, emprendí uno de mis mejores viajes al universo del emprendimiento editorial, ya que innovo en temas de negocios sociales que muy escasamente tocan otros periódicos o revistas. Y lo hice convencido de que lo que se publica es lo que se fomenta en la sociedad y ésta merece nuevas miradas, opciones diferentes, menos más de lo mismo.

En este último apartado demuestro que con actitud, creatividad, decisión e imaginación los comunicadores y/o periodistas de la UNAM, así como todo egresado de cualquier carrera de alguna universidad pública puede emprender y vivir “feliz” de su proyecto si creé firmemente en éste, busca los medios de llevarlos a cabo, perfeccionarlos; y persevera en mantenerlos y hacerlos crecer, tanto para mejorar su economía como para lograr cambios de pensamiento y la transformación de sus comunidades.

Esta obra te lleva de la mano por ese viaje del periodismo al emprendimiento. Tú decides dónde te quedas o hasta dónde llegas. Acompáñame y emprende...

*“Para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas. Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias”... Ryszard Kapuscinski*



### Capítulo I. La travesía inicia en los medios tradicionales

*“El infortunio de las facultades de Comunicación es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo”... Gabriel García Márquez*

Cuando terminamos la carrera en Comunicación y Periodismo, lo primero que viene a la mente de la mayoría es: ¿y ahora en dónde voy a trabajar?, ¿en qué medio me voy a meter?, ¿en dónde me irán a aceptar? Entre muchas otras interrogantes de duda y escepticismo.

Pero lo cierto es que la minoría nos proponemos emprender. Y no lo hacemos por diversas razones: 1. Porque no fuimos preparados para ser emprendedores sino empleados de cualquier empresa, 2. Porque en la formación universitaria pública jamás se han impartido en el Plan de Estudios materias de emprendimiento para poder sacar emprendedores, 3. Porque nuestro limitado conocimiento de opciones se enfoca a los sectores gobierno o iniciativa privada.

Una realidad que se sabe y se conoce en todas las escalas de la UNAM, que aunque en los últimos años ha venido realizando foros y congresos sobre emprendimiento, sigue atrasada y rezagada en esta materia, misma que ha demostrado mayores posibilidades no sólo para quienes optan por emprender sino para la comunidad en general y para el desarrollo económico y social de una nación.

Si bien es cierto que a los economistas pumas se les da una embarrada sobre el emprendimiento, en el resto de las carreras este modelo de vida no se toca, no se aplica, no se implementa... y la carrera de Comunicación y Periodismo, es quizás, una de las que menos posibilidades tiene de soñar con este modelo educativo no porque las opciones para ejercer sean menores sino porque durante toda la carrera se adiestra al comunicador para estar en un medio de comunicación.

Los comunicólogos queremos ser famosos. Sí, esta es la realidad y ese pensamiento nos ciega de la inteligencia. Escasos son los que no desean firmar en un periódico o una revista, pasar la nota en radio o televisión, manejar la comunicación interna en una empresa, llevar las relaciones públicas en una agencia, participar en el área de prensa del gobierno, entre muchas otras funciones profesionales.

¿Y quién quiere emprender? Seguro: uno de diez...

¿Y en qué emprendería yo como comunicador? –No como periodista porque ese es un calificativo de muy alto honor, fama y prestigio dado por los propios líderes de opinión a ellos mismos-.

Así comienzo, además de presentarte mi trayectoria personal en estos once años de reportero, trato de escribirla de manera diferente, pues contiene un elemento adicional: valor. En este primer capítulo, te comparto lo que se vive en los medios de comunicación tradicionales, donde empecé mi carrera profesional.

Inicié como auxiliar de Redacción. Me esforcé y logré ser reportero en *La Crónica de Hoy*, casa editorial donde me formé de manera ética y responsable gracias a mis colegas: Leticia Robles de la Rosa, Alejandro Páez, Luciano Franco, Moisés Sánchez Limón, Octavio Juárez, Edgar Córdova, Silvia Arellano, Miriam Castillo, Alejandro Sánchez, Alfredo González, Emilio Viale, y por supuesto mi “sensei” David Romero Ceyde†.

*“Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos”... Walter Elias Disney*

### 1.1 La Crónica de Hoy: el legado de David

*“Si hubiera habido censura de prensa en Roma no tendríamos hoy ni a Horacio ni a Juvenal, ni los escritos filosóficos de Cicerón”... Voltaire*

Mi primer casa editorial. Si bien comencé a trabajar desde la preparatoria y laboré durante seis semestres en la Universidad para pagar mi carrera, puedo afirmar que al terminar mis estudios no salí al campo laboral con la “típica incertidumbre” del ¿y ahora qué hago? O ¿por dónde empiezo?

Pese a la confianza y seguridad que diversos empleos me arraigaron, cuando comencé a buscar trabajo, me topé con la cruda realidad del campo laboral periodístico: no hay vacantes, los espacios siempre están ocupados por los mismos, en algunos casos hay que pagar factura para ocupar un cargo, trabajar para los grandes medios haciendo interminables prácticas profesionales con la promesa de que <<pronto se abrirá algo>>, y la constante de todos los medios: te contrato por un sueldo “raquítico” para que seas un elemento más sin contrato laboral, horario, o prestaciones, y peor aún, sin protección para ejercer el periodismo.

Pero ello no me importó, ni lo vi con tal claridad porque estaba educado, formado y preparado para someterme a las condiciones laborales que hasta la fecha ofrecen la mayoría de los medios de comunicación tradicionales, los cuales sólo enriquecen a sus dueños y hoy despiden sin más ni menos a sus reporteros cuando bajan sus ingresos.

Tras una búsqueda infructuosa, pregunté a mi ex compañero Sergio Meléndez, quien se encontraba laborando en la sección de deportes de *La Crónica de Hoy*, si en este periódico no solicitaban gente. <<Pues vente a dar una vuelta y pregunta, yo entré haciendo prácticas y ya estoy reportando, aquí la mayoría inicia así>>, fue su respuesta.

Con la esperanza y confianza de entrar a la sección de cultura y luego ascender, visité la redacción del diario, donde me indicaron que hablara con el subdirector de Información, Rubén Cortés, quien me propuso ingresar, pero en la única sección donde requerían apoyo en ese momento: Nacional, es decir, Política o Información General.

Acepté e inicié a mediados de diciembre de 2004 como practicante de la sección Nacional del periódico, apoyando a quien fuera mi primer jefe de Redacción, Alfredo González y a su asistente Zulia Durán (hoy asistente del diario digital Punto por Punto), quien me enseñó lo que tenía que hacer como auxiliar de Redacción del turno vespertino en un horario de 15:00 a 22:00 horas.

El trabajo consistió en:

- Monitorear los portales de otros periódicos como *Reforma* y *El Universal*.
- Recibir los cables de la agencia de noticias del Estado, *Notimex*.
- Darles la vuelta a algunas notas que *Reforma*, *El Universal* o *Notimex* llevaran y el periódico no trajera, es decir “volarse la nota” de otros para disfrazar que este medio no se le había ido esa información –algo común y válido en todas las redacciones-.
- Revisar los correos de la sección para imprimir las invitaciones que las fuentes de Política como: dependencias de gobierno, partidos políticos y organizaciones mandaban y que por la noche el jefe de Redacción decidiría qué eventos cubrirían los reporteros al día siguiente mediante una Orden del Día o Asignación.
- Marcarles por teléfono a los reporteros para tomarles sus adelantos (los previos de las notas que más tarde mandaban para la edición del día) y acomodarlos en un archivo llamado Budget, el cual se le ponía en una carpeta de la red interna al jefe de Redacción para que él lo jerarquizara y le añadiera algunos otros adelantos de notas de otros medios o agencias que también el periódico podría llevar; una vez revisados los guardaba con

el nombre de BudgetOK, el cual indicaba que se podían mandar a imprimir en varios tantos para repartir en la primera junta con el subdirector de Información, el subdirector Editorial y los otros jefes de cada una de las secciones del periódico, a fin de discutir la edición del día en la segunda junta con el entonces director Editorial, Pablo Hiriart.

La guardia vespertina se iba volando entre el monitoreo informativo y la recepción de las notas de los reporteros por correo o bien dictadas por teléfono para imprimirlas en cinco minutos y entregarles su respectiva copia a los subdirectores Editorial y de Información, así como a los jefes de Redacción e Información, y una como respaldo del auxiliar de Redacción.

Mi desempeño como practicante dejó satisfecho al jefe de Redacción, quien me propuso dos semanas después ocupar una suplencia de su auxiliar, quien tomaría un descanso por motivo de su alivio de embarazo. Acepté y mi primer puesto en los medios fue el de Auxiliar de Redacción por un sueldo de tres mil pesos al mes.

Unas semanas después, en enero de 2005 hubo cambios internos, a Alfredo González lo pusieron como subdirector de Información y David Romero Ceyde† ocupó la jefatura de Redacción para poner orden en la sección, ya que los reporteros se movían por si solos y el área requería la conducción de una persona con mayor experiencia periodística.

En un par de semanas, David Romero Ceyde† logró no sólo un control de la sección Nacional sino que generó un gran ambiente laboral en la misma y una armonía entre los auxiliares y los reporteros, ya que estos últimos tendían hacer menos a los primeros.

Una de las primeras acciones del nuevo jefe de Redacción fue reasignar las fuentes, es decir, reacomodar lo que cada reportero tendría a su cargo para cubrir diariamente; y en esta reestructuración David Romero Ceyde† me dio la

oportunidad de cubrir mis primeras fuentes: Derechos Humanos, Obreras y Agropecuarias; así es que por la mañana reportaba y en la tarde me tocaba la guardia vespertina: un trabajo completo por la misma paga que pese a las casi 12 horas de trabajo, me emocionaba pues lo que deseaba era convertirme en reportero.

Poco tiempo después, me quedé con el puesto de Zulia Durán, convirtiéndome en el auxiliar de Redacción vespertino oficial de la sección de Información General y como reportero titular de las fuentes mencionadas, además de apoyar en otras fuentes como: religiosas, salud, diplomáticas y marina.

Al sentir una sobrecarga de trabajo, solicité a mi jefe un aumento de sueldo, ya que los traslados a los eventos cada día implicaban mayores gastos y en un par de semanas los tres mil pesos mensuales se convirtieron en quincenales, un estímulo que renovó mis ánimos de seguir reportando.

Sin embargo, a medio año de contratado, el periódico seguía sin brindarme seguridad social, situación que nuevamente arregló David Romero Ceyde†, por lo que me convertí en uno de los primeros reporteros en tener este derecho laboral en tan corto tiempo dentro de este diario ya que muchos empleados no lo pedían y el periódico se los daba hasta varios años después.

No obstante, mi jefe arregló con el área de Contabilidad y Publicidad el poder recibir el 10 por ciento de cada inserción publicitaria que ingresara de mis fuentes, especialmente del sector obrero, pero el único gremio que contrataba espacios en este medio era el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), el cual ya estaba arreglado con el columnista del Pepe Grillo, Emilio Viale, por lo que tuve que buscar sindicatos que se anunciaran en La Crónica de Hoy, y en poco tiempo logré la publicidad del Sindicato Minero.

Feliz por mi trabajo llegué a la sala de prensa de la Federación de Sindicatos de Trabajadores al Servicio del Estado (FSTSE) donde se estacionaban los reporteros y reporteras de la fuente laboral.

Fue en este bunker de periodistas donde aprendí a colaborar en equipo con los colegas de otros medios para manejar la información del día y saber explotar las fuentes para obtener información.

Desarrollando el gusto por los reportajes e historias de Derechos Humanos y laborales, el periódico me dio páginas completas los días domingos para publicar historias de negocios del Centro Histórico de la Ciudad de México; además de la oportunidad en 2005 de reportear otras fuentes más complejas y especializadas en política como: Legislativo, Gobernación y Partidos Políticos.

Pero el mayor aprendizaje lo obtuve cuando mi jefe de Redacción comenzó a asignarme toda clase de eventos a cubrir en otros estados de la República, siendo la presentación de la insulina humana inhalada durante un congreso médico, celebrado en Acapulco, Guerrero, mi primera cobertura fuera del Distrito Federal, para la sección Salud.

Como enviado especial viaje por primera vez en avión a este puerto donde todos los gastos de transportación y hospedaje corrieron por cuenta de la farmacéutica Pfizer, quien invitó al periódico a dicho congreso.

La encomienda sólo era la nota de la innovación médica, pero la curiosidad periodística y deseo de enviar mayor información (aunque no se me había solicitado ni ordenado) me llevó a realizar otra nota y un reportaje, la primera fue sobre un Festival de Cine Internacional Francés que comenzaría esa misma noche en el Centro de Convenciones de Acapulco; y el segundo habló sobre los famosos Spring Breakers, los cuales se habían hospedado en el mismo hotel.



En una sola misión, resultaron tres pájaros de un solo tiro: la nota de la insulina humana inhalada fue destacada de Salud; el artículo del Festival Internacional de Cine Francés se fue a la sección de Cultura, y el reportaje de los Spring Breakers se publicó un par de días después en el apartado de Nacional.



La pasión por escribir quedaba más que demostrada y ya no me conformaba con las notas del día y los encargos especiales de cada semana sino que ahora me adentraba en la investigación de documentos, archivos y reportes que otros reporteros no ahondaban en su curiosidad, complementándolos con textos de fondo y entrevistas exclusivas, para enriquecer los artículos.

**Nota de 8 columnas publicada el jueves 2 de marzo de 2006 en el periódico La Crónica de Hoy.**

Como uno de los primeros reporteros en este medio, logré publicar en casi todas las secciones del periódico: Nacional, Salud, Cultura, Economía y Ciudad, y con el objetivo de aprender más rápido para convertirme en reportero de tiempo completo y que me quitaran la guardia vespertina, solicité reportear en mis días de descanso –los viernes y sábados–, así es que me mandaron a cubrir como auxiliar de la fuente de Seguridad Pública para la sección de Ciudad, misma que no me gustó y aborté el barco de la nota roja y policiaca para escribir reportajes de negocios con historia dentro de la Ciudad de México.



Dichos reportajes agradaron al jefe de la sección Adrián Castillo y a esferas más altas, por lo que el encargado de Capital me propuso escribir una historia semanal en página completa, propuesta que acepté y en poco más de un mes abandoné por sobrecarga de trabajo en la sección Nacional, donde también tenía que presentar los especiales (reportajes) de mis fuentes.

La redacción y el estilo de las notas, entrevistas, reportajes y crónicas poco a poco fueron mejorando gracias a los consejos de excelentes compañeros reporteros de *La Crónica de Hoy*, como: Alfredo González, José Alejandro Sánchez, Leticia Robles de la Rosa, José Contreras Moreno, Moisés Sánchez Limón, Francisco Reséndiz, Alejandro Páez, Luciano Franco, Silvia Arellano, Elba Mónica Bravo, Emilio Viale, y especialmente, David Romero Ceyde†.

Además la convivencia con los reporteros de la fuente obrera me fueron adentrando en la forma de indagar, investigar y dar cobertura a eventos trascendentales a fin de cumplir en tiempo y forma con la entrega de la información. Algunos de ellos: Alejandro Olivares (*Ovaciones*) Arturo Damián (*MVS*), Patricia Carrasco (*La Prensa*), Julián Sánchez (*El Universal*), Jacqueline Rico y Armando Pineda (*Notimex*), Enrique Pelcastre (*Enfoque Noticias*), entre otros.

Fue a mediados del 2006 cuando se me da la oportunidad de convertirme en reportero de tiempo completo, pero no en política sino en Academia, una sección donde el entonces editor en jefe, Rigoberto Aranda, obstaculizó mi trabajo, motivo por el cual, decidí renunciar en enero de 2007.

*“La verdad y la solidaridad son dos elementos claves que permiten a los profesionales de los medios de comunicación convertirse en promotores de la paz”... Juan Pablo II*

## 1.2 Agencias de monitoreo: punto y aparte

Tras no encontrar trabajo en otro medio de comunicación, la desesperación me llevó a meterme a trabajar en enero de 2007 a la agencia *Especialistas en Medios*, donde colaboré como monitorista de fines de semana (sábados y domingos) durante diez meses transcribiendo los noticieros de radio y televisión.



Banner de la página electrónica de Especialistas en Medios ([www.emedios.com.mx](http://www.emedios.com.mx))

Sin embargo, para elevar un poco el bajo ingreso percibido en esta empresa, me metí a colaborar en otra agencia de monitoreo llamada *Eficiencia Informativa*, donde entré como Reportero Legislativo para laborar de lunes a viernes.

En Especialistas en Medios, la rutina diaria de transcribir las noticias de radio y televisión, poniendo especial énfasis en las menciones que se realizaran de los clientes de la empresa, terminó en noviembre de 2007.

En Eficiencia Informativa, la función era cubrir el Pleno y las reuniones de Comisiones, tanto en Cámara de Diputados como en el Senado de la República, a fin de que la Coordinadora reenviara “revisado” el reporte que realizábamos los reporteros sobre los temas de interés para los clientes de la agencia.



Área de fotocopiado dentro de las instalaciones de Eficiencia Informativa.

Sin embargo, renuncié a Especialistas en Medios por considerar que el cargo de monitorista no aportaba nada más en conocimiento periodístico y profesional, además de estar enterado de las noticias, en especial amarillistas, tendenciosas y políticas de los medios electrónicos.

Pese a que en Eficiencia Informativa sí reportaba, también decliné a los cuatro meses (enero de 2008) por considerar excesivamente mal pagada mi labor periodística comparado con el inestable horario laboral y la millonaria cantidad que pagaba el cliente por mi trabajo a la empresa.

Desde estas agencias comencé a notar el abuso de las grandes empresas por el trabajo de los comunicadores, donde se nos paga poco no sólo por nuestra falta de experiencia sino que además se nos impone un horario de más de 8 horas al día, sin pagarse las horas extra, con prestaciones muy por debajo de la ley y condiciones laborales deplorables.

Fue desde Especialistas en Medios donde comencé a pensar en la idea de poner mi propio negocio ya que al salir de La Crónica de Hoy fue muy difícil encontrar empleo de reportero y además en esta agencia de monitoreo detecté las debilidades y áreas de oportunidad para poder crear una compañía que cubriera esos vacíos donde estaba fallando. Es desde aquí donde inicia la chispa de lo que más tarde se haría realidad: mi Agencia Periodística Personalizada (APP).

*“Tu tiempo es limitado, así que no lo desperdicias viviendo la vida de alguien más. No te dejes atrapar por el dogma, que es vivir con los resultados de los pensamientos de otras personas. No dejes que el ruido de las opiniones de otros ahogue tu voz interior. Y lo más importante: ten el coraje de seguir a tu corazón e intuición. De algún modo ellos ya saben lo que realmente quieres ser. Todo lo demás es secundario”... Steve Jobs*



Pantalla de la portada del periódico digital  
Punto por Punto.

Tras renunciar a ambas agencias, desde septiembre de 2007, a sólo unos meses de su fundación, colaboré hasta enero del 2010 – antes de entrar a El Economista– como reportero digital y columnista de política de Punto por Punto ([www.puntoporpunto.com](http://www.puntoporpunto.com)), portal del periodista José Contreras Moreno –actualmente columnista de La Crónica de Hoy–.

En este medio digital mi labor consistió en reportear información de las fuentes: legislativas y políticas para el portal, así como buscar la venta de espacios publicitarios en las distintas dependencias de gobierno, sin embargo como el medio era nuevo y la comunicación digital aún no tomaba fuerza en México, esta

función se tornó compleja y frustrante ya que no logré vender ni un solo espacio publicitario.

Pese a que en este medio no tenía sueldo sino que tenía que conseguirlo de las comisiones que me tocarían por vender algún anuncio digital, es que decidí separarme del mismo, sin embargo su director José Contreras me dejó redactar mi primera columna en temas de cultura y política con una perspectiva juvenil.

*"No puedo estar sin escribir. Siempre digo que no tengo sangre en las venas sino tinta de imprenta mezclada con un poquillo de güisqui"... Enrique Meneses*

### 1.3 El Sol de México: ejemplo de esclavitud periodística

*"Siempre es mejor hacer las noticias que leerlas"... Winston Churchill*

Fue en enero de 2008 cuando ingresé a otro periódico de circulación nacional, ahora de la Organización Editorial Mexicana (OEM), *El Sol de México*, para cubrir como reportero titular la fuente del Senado de la República.

En este diario me forjé aún más como reportero, gracias al apoyo y mentoría que me brindó la propia directora editorial, Isabel Zamorano, de quien aprendí a reportear la fuente más difícil y absorbente de todas: la Legislativa.

Instalado diariamente en la sala de prensa de la vieja casona de Xicoténcatl, antigua sede del Senado, también aprendí a reportear con estilo propio gracias a los consejos de periodistas experimentados como: Leticia Robles de la Rosa (*Excélsior*), José Contreras Morenos (*La Crónica de Hoy*), Angélica Mercado (*Milenio*), Joel Saucedo (*La Prensa*), Mariano Rosales (*La Razón*), Rita Magaña (*Ovaciones*), y Liliana Padilla (*Milenio*).

Al observar la forma de reportear de cada uno de estos comunicadores y estudiar su estilo periodístico, logré satisfacer las exigencias editoriales de la Dirección Editorial de *El Sol de México* con la cobertura de la Reforma Energética del entonces presidente Felipe Calderón, y resaltando mi firma en casi todas las portadas con notas de ocho columnas.

Sin embargo, trabajar en este periódico de la Organización Editorial Mexicana implicaba sacrificar mi vida familiar y social, ya que esta fuente legislativa es una de las más desgastantes para cualquier reportero.





Reportaje publicado en la sección Nacional del periódico El Sol de México.

Además, como en muchos otros medios impresos, no existen los horarios de entrada ni salida, lo cual implica que mantener total disposición a la empresa periodística.

Si bien es cierto y respetable que a mucha gente le gusta y le apasiona vivir en un medio de comunicación, entregar su vida a una empresa que tarde o temprano termina, literalmente “pateándoles el trasero”, a mí no me agradó la idea de seguir esclavizado para sólo beneficiar a los dueños de este periódico.

Ganar la nota de ocho ya no era la atracción, pues implicaba dedicarle tiempo no sólo laboral sino el personal, pues la tarea se tenía que llevar a casa para poder tener la primicia de la nota antes que cualquier otro medio, cuestión que me obligó a indagar con los compañeros periodistas sobre otro empleo mejor remunerado a fin de poder satisfacer mis necesidades económicas, pues estaba por nacer mi primera bebé.

Y bien dice el dicho: “traía torta bajo el brazo”...

*“Solamente dos legados duraderos podemos aspirar a dejar a nuestros hijos: Uno, raíces; el otro, alas”... Hodding Carter*

### 1.4 Atizapán: los beneficios de trabajar para el gobierno

*“Ningún pueblo cree en su gobierno. A lo sumo, los pueblos están resignados”... Octavio Paz*

Pese a mi pasión por reportear, en abril de 2008 nace mi hija Zafiro, y por este tiempo, el colega periodista Octavio Juárez me recomendó con Guillermo González Casasola, entonces director de Comunicación Social del Ayuntamiento de Atizapán de Zaragoza, para ocupar el cargo de Jefe de Prensa.

Al pasarme el contacto, le solicité una cita al funcionario y tras pasar un examen y cubrir el perfil curricular, el 15 de mayo de 2008 me quedé con el puesto, convirtiéndome por primera vez en un funcionario de gobierno municipal al mando de todo un equipo de comunicación social.

Como Jefe de Prensa tuve a mi cargo al personal del área, un equipo conformado por cuatro personas directas: auxiliar, camarógrafo, editor de videos institucionales y fotógrafo; y otras indirectas: secretarias, síntesis, y diseño, a fin de sacar el trabajo diario de difusión con el objetivo de enviarlo a los medios de comunicación locales y nacionales.



**Ayuntamiento de Atizapán de Zaragoza, lugar donde me desempeñé como Jefe de Prensa.**

*“El pensamiento justo y la acción correcta por parte del pueblo no pueden dejar de incidir sobre el gobierno”... Indira Ghandi*

Como sub-coordinador del área de Comunicación Social, tenía las siguientes funciones:

1. Redactar y enviar los comunicados o boletines de prensa a los medios,
2. Cubrir los eventos del presidente municipal y del Ayuntamiento,
3. Dar atención a las solicitudes informativas de los reporteros,
4. Revisar los textos de los informes de gobierno,
5. Revisar las síntesis informativas a distribuirse en las diferentes direcciones del palacio.

Pese a que el trabajo era sencillo y bien remunerado, me enfrenté a un equipo desunido, desorganizado, indiferente, e incluso “holgazán”, ambiente propiciado por la falta de orden y liderazgo del director del área, Guillermo González Casasola, a quien no sólo desobedecían sino hasta ofendían en su propia cara sin que éste tuviera un control sobre su personal, y ello se debía a que la mayoría del personal eran sindicalizados y otros provenían de la campaña del presidente municipal Gonzalo Alarcón Bárcenas y eran intocables, pero principalmente porque el coordinador no atendía las solicitudes de los empleados, mientras que éste se la vivía en desayunos, comidas y cenas con directores de medios locales para pactar convenios publicitarios con la dirección a su cargo.

Incluso, mis propuestas sobre mejora continua en el área eran rechazadas tanto por indiferencia e ignorancia del coordinador como por falta de visión, por lo que tuve que sobrellevar el cargo y ajustarme al sistema durante casi dos años en una relación diplomática con el personal hasta mi salida en agosto de 2009, cuando el gobierno municipal tuvo que entregar la administración al partido rival ganador de las elecciones, el PRI, ya que el PAN perdió por una enorme diferencia y el puesto de Jefe de Prensa tenía que entregarse por ser un cargo de confianza.

Al ser despedido injustificadamente -como suelen hacer todas las nuevas administraciones de gobierno- me enfrenté ahora a una realidad aún más dura:



encontrar un empleo igual o mejor remunerado que la Jefatura de Prensa, el cual pese a contar la experiencia y un mejor currículum como para exigir cargos de nivel medio, se tornó casi imposible, ya que la crisis del 2009 pegó tanto en el sector público como en el privado, congelando o cerrando muchas plazas de trabajo por el quiebre de empresas.

Nuevamente al indagar sobre alguna vacante entre los compañeros periodistas, me enteré que mi exjefa de *El Sol de México*, Isabel Zamorano fue despedida del periódico y estaba desarrollando su propio medio digital, por lo que decidí buscarla y me contrató como su Programador de Contenidos, donde tuve mi primer acercamiento con el Periodismo Digital.



Portada del diario digital México Migrante

[www.mexicomigrante.com.mx](http://www.mexicomigrante.com.mx)

En *México Migrante* ([www.mexicomigrante.com.mx](http://www.mexicomigrante.com.mx)) mi función consistió en subir notas de la agencia *Notimex* al portal por medio del sistema **Wordpress** para programar la actualización de cada una de las secciones: Migración y Fronteras, México, Estados, Internacional, Economía, Deportes, Espectáculos y Cultura.

Sin embargo, el puesto en este portal duró sólo algunos meses ya que se trataba de medio tiempo y el sueldo era muy bajo, pero además la labor fue monótona y aportaba nada de aprendizaje periodístico, pues sólo se volaba las notas de *Notimex* con una embarrada de redacción y se subían a la plataforma con una ilustración sin calidad.

Pero fue gracias a esta experiencia donde pude ampliar la idea que ya había sembrado en mi cabeza de poner mi propio negocio, sólo que en esta ocasión le abonaba mis nuevos conocimientos digitales y se comenzó a formar un poco más clara la empresa que vislumbraba para poder emprender algún día.

Pero aún no estaba listo y tenía que seguir aprendiendo...

La programación de contenidos en este medio digital duró sólo medio año (Agosto 2009 a enero 2010) ya que se me presentó la oportunidad de trabajar en el suplemento *Los Políticos* del periódico *El Economista* donde tras un arduo proceso de reclutamiento fui elegido entre una decena de aspirantes para el puesto de reportero titular del mismo.

*“Trabajando de manera interactiva, el periodismo se convierte en un negocio sin fin que consiste en poner en las manos del público materiales informativos... Todo lo que hacemos será cada vez más discutible, más abierto a la interpretación”... Ian Rusbridger, director de The Guardian*

### 1.5 Los Políticos de El Economista: aprovechar los recursos

En este suplemento, el trabajo consistió en:

- Contactar académicos, especialistas, funcionarios, legisladores y políticos para entrevistarlos y publicar reportajes de temas políticos.
- Por tratarse del año del Centenario de la Revolución y Bicentenario de la Independencia, desarrollar especiales para la sección Mausoleo.
- Apoyar a la Editora del suplemento, Lariza Montero, en el armado y revisión del mismo antes de su impresión.
- Asistir a algunas entrevistas y coberturas de los suplementos: *Autos*, *Turismo* y *El Empresario*.



**Portada del martes 9 de febrero del 2010, donde destacan mis entrevistas realizadas a distintos políticos.**

En este periódico de economía mi jefa directa, Lariza Montero, fue una gran maestra en investigación y relaciones públicas, ya que me instruyó en la forma de contactar mejor a la gente y conseguir información de primera mano para poder desarrollar contenidos diferentes y originales.

Incluso, se apoyó mucho en mí para poder sacar las ediciones quincenales del suplemento, puesto que sólo éramos dos personas para trabajarlo y la directora de

suplementos de ese entonces, María Luisa Díaz de León, era bastante exigente con el contenido.

Pese a que en este suplemento los reporteros eran despedidos o bien no pasaban la prueba de los tres meses, mi trabajo convenció a la directora de suplementos y un día me mandó llamar para darme la buena noticia de que había aprobado el cargo con una calificación de 9.5, lo que significaba que el periódico me daba la Base como reportero.

Sin embargo, *El Economista* quería cotizar mis prestaciones ante el IMSS con un salario mínimo y mi sueldo era superior, lo cual consideré bastante desleal a sus trabajadores y decidí no aceptar su propuesta, por lo que tuve que darle las gracias a María Luisa Díaz de León y al periódico ya que además me iba de emprendedor.

18 MARTES 7 de marzo del 2010 LAS POLÍTICAS EL ECONOMISTA



**RUTH ZAVALATA SALGADO**, diputada federal del PRI.

**PROFESIÓN**  
Licenciada en Sociología por la UNAM. Fue integrante del Frente Democrático Nacional y fundadora del PSD, partido al que renunció el 25 de noviembre del 2009 por conflictos internos.

• En 1997 fue nombrada primera secretaria de Desarrollo Social del Gobierno del DF y en 1998 Secretaria de Finanzas.

• Del 2003 al 2007 fue Diputada de la Asamblea Legislativa del DF que dio lugar a la electa 11ª Legislatura del Congreso de la Federación.

• En el 2006 fue electa Diputada federal, donde fungió como Vicepresidenta de la Mesa Directiva y como Presidenta de la misma (2007-2008).

## La pobreza está feminizada

"Los aspectos más urgentes en la agenda de género son: el respeto al presupuesto de desarrollo transversal, salud, procuración de justicia y educación"

**MARILENY**  
"Apenas tenemos 500 años que a las mujeres nos reconocieron con alma. Antes creían que éramos una cosa, no teníamos ni espíritu."  
**Ruth Zavalata, política, es diputada federal.**

**MARIO HERNÁNDEZ**  
FOTO: GILBERTO MARQUEZ

**PARA PAGAR EL PARTO** de su primer hijo, Ruth Zavalata recibió apoyo económico de amigos y familiares, con donaciones de peso en peso ligero así como de su esposo. La experiencia pudo ser en carne propia la pobreza, pero su situación no fue tan obsecada para que pudiera convertirse en una de las pocas mujeres en poseer la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados (2007 al 2009).

Nickel en Tipacocho, Guerrero, es trasladado a la ciudad de México en busca de su carrera. En medio de una cultura machista, luego su objetivo y se siente "muy respetada". Zavalata es calificada como una luchadora social y rebelde, aunque en el caso de la diputada del PSD, decidió participar en los círculos gubernamentales y trabajar en el gobierno. Fue ahora trabaja con un grupo de jóvenes vinculados a la ideología socialdemocrata, dice: "Tratamos de buscar una forma novedosa que rompa paradigmas para lograr una participación política con suspiros de los que traga a los jóvenes y a los sectores marginados".

Rivero que participa con mujeres que realizan actividades políticas, sociales y de justicia. "Esas comisiones siempre son muy resultantes en términos políticos y de impacto en el trabajo colectivo".

**¿Cuál es su opinión sobre el papel de la mujer en el ámbito político?**  
"Muchas veces tenemos comisiones de fuerza y no podemos limitarnos más por el colegio que nos da, porque la mujer en México ha podido tener logros importantes, espacios que se le permitieron desarrollar la responsabilidad social del hogar sin tener el apoyo económico ni moral de los padres".

**¿Qué espacio perdieron en sus expectativas?**  
"La estructura económica, las condiciones laborales de las mujeres son mucho más desfavorables comparadas con las de los hombres. La pobreza está feminizada, mientras haya pobreza en el país la mujer va a sufrir más debido a que es la responsable directa de los hijos, 40% de las mujeres en México son responsables de la responsabilidad total del hogar sin tener el apoyo económico ni moral de los padres".

Entrevista publicada el Día Internacional de la Mujer (9 de marzo) del año 2010 como parte del especial de Las Políticas en El Economista.

EL ECONOMISTA LOS POLÍTICOS MARTES 26 de enero del 2010 7

**Mausoleopolítico** promotor de la Independencia

**Ignacio Allende**  
FOTO: HUGO SALAZAR

Hijo de Domingo Narciso de Allende y Paredy y María Ana de Urzúa, Ignacio José de Allende y Urzúa nació en San Miguel el Grande (hoy San Miguel de Allende), Guanajuato. En 1802 se incorporó al ejército virreinal de la Nueva España y ascendió bajo las banderas de Félix María Calleja. Como capitán de las tropas de Jalisco, en 1808, inicia el movimiento de independencia del reino español.

**JUSTO EN MEDIO** de la columna del Ángel se encuentra grabado el nombre del héroe.

**HÉROE NACIONAL QUE NI MUERTO PARÓ DE ANDAR**  
Allende no descansó con su muerte, por el contrario, fue el peor de sus martirios. Tras ser fusilado y decapitado en 1811, su cabeza fue colgada en uno de los ángeles de la Alhóndiga de Granaditas. 10 años después, el general Anastasio Bustamante la hizo quitar con la intención de reunirlos con el resto de su cuerpo. El 19 de julio de 1823, el Congreso lo declara Benemérito de la Patria. Por ello, sus restos se exhibieron para depositarlos en un monumento en la Catedral de México. Así, la cabeza del héroe por fin se reuniría con el cuerpo, que estaba en la Iglesia guajuatense de San Sebastián. A mediados de septiembre de ese año, la cesantía llegó a la Villa de Guadalupe, y un día después fue depositada en el Convento de Santo Domingo de la capital. Luego fue llevado a la catedral de la ciudad, pero los canónigos y las autoridades acordaron retirarlo de la capilla donde estaba y buscarle otro sitio. Es hasta 1925 cuando Plutarco Elías Calles ordenó el traslado de los restos a la Columna de la Independencia.

**LUCHADOR HASTA EL FINAL**  
Allende poseía diversas cualidades de organizador: también fundó calzones, barones peleros, fabricó amas de polvera. Podía comandar al mismo tiempo los grupos militares que se le encomendaban.

• Durante su juicio fue muy educado, pero al ver que el juez lo trataba con desprecio Allende rompió las espaldas que traía y con un pedazo de cadena le dio un golpe en la cabeza.

• El 19 de julio de 1823, un decreto del Congreso lo declaró Benemérito de la Patria en grado heroico.

• En la Catedral de México comparte capilla con el cadáver de Miguel Alemán y Juan O'Donnell.

**MOMENTO DE LA EMBOSCADA.** Un grupo de Allende, en 1806, en el Valle Nacional de Historia. Muestra la emboscada que preparó Ignacio Allende en contra de Ignacio Aldaco en Acuña de Bajío.

**CAMINO A SU MUERTE.** Grabado que representa su momento previo al fusilamiento de Allende. En Chihuahua, Allende fue procesado por rebelión social y el Comandante de la Provincia en 1812.

**TRAYECTORIA**

1793 Nace en Ejercito, donde recibe formación militar.

1797 Obtiene el grado de Capitán bajo las banderas de Félix María Calleja.

1808 Comanda sus primeros batallones en Texas, Estados Unidos, bajo las banderas de Félix Calleja, cuando conquistó a Nacogdoches y Nacogdoches, en un enfrentamiento resultante.

1809 Comanda a participar con la idea de independencia de la Nueva España del reino español.

1810 Regresa de la independencia en Texas a su pueblo natal a combatir los Dragones de la Reina, un regimiento de caballería de élite.

1811 Fue desleal con la nueva independencia en favor de la independencia mexicana en Valladolid (hoy Morelia).

1812 Participa con el grupo de la independencia encabezado por Miguel Hidalgo.

1813 Comanda las acciones militares y durante la lucha se adelantó a Hidalgo para imponer respeto a los realistas.

1814 Es fusilado luego de perder la batalla en Acuña de Bajío por traición de Ignacio Aldaco.

Investigación para el Mausoleo Político que se desarrolló dentro del suplemento *Los Políticos* como parte del Centenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana.



## Capítulo II. Al puerto de los sueños se llega emprendiendo



Emprender. Su concepto va más allá de abrir un negocio, es una palabra que evoca soñar, viajar, planear. Es ir más allá de... y encontrar el camino de la felicidad por medio de lo que nos apasiona. Imagen tomada de <http://poemasfuturistas.blogspot.mx/>

*“El emprendedor siempre busca el cambio, responde a él y lo utiliza como oportunidad”... Peter Drucker*

## 2.1 Pros y contras del Periodismo Freelance

Antes de emprender, decidí trabajar de manera independiente y debido a la experiencia ya obtenida, mi primera parada como freelance fue en la agencia de relaciones públicas Gaudelli MCW como jefe de Redacción.

En dicha agencia me tocó elaborar los comunicados de prensa de los relacionistas públicos que tenía esta empresa, ya que “irónicamente” su personal no sabía escribir un boletín, debido a que tenían pésima ortografía, cero capacidad de síntesis y falta de estilo periodístico.

En esta compañía tuve mi primer acercamiento con las redes sociales, ya que también tenía a mi cargo la elaboración de los calendarios de publicaciones semanales de diversas cuentas de Facebook y twitter, como: Los Cabos, La Paz, Riviera Maya, Campeche, Hoteles Banyan Tree, Hoteles NH, entre otras.

Debido a una diferencia que tuve con una de las empleadas, la cual suele hacerle bullying a la mayoría de sus compañeros, misma que cuenta con el respaldo total del dueño de la empresa, decidí por salud, abandonar esta compañía por el “horrible ambiente de trabajo” que se respira en esta.

Gracias a los conocimientos que adquirí en dicha agencia, tuve la oportunidad de entrar a trabajar en Ingenia Group, una de las agencias de marketing más prestigiadas del país, como Content Community Manager.

Por mi trayectoria periodística, en esta empresa me contrataron tanto para redactar contenidos informativos para los portales de Finanzas Prácticas como Red de Empresarios Visa y además elaborar las publicaciones semanales de las redes sociales de ambos medios en Facebook y twitter.

Mi trabajo le gustó a la empresa, por lo que en un mes me promovieron para trabajar de Inplant dentro del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Una gran oportunidad que a la vez se convirtió en una desventaja ya que tenía que reportarle a un sinnúmero de personas.

Aunque mi trabajo me gustaba mucho, el puesto implicaba reportarle a varias jefas: la de redes sociales, la de contenido, la directora de comunicación de la institución y su auxiliar, funcionarios del INADEM... Por lo que la labor que en un principio era fascinante, se terminó volviendo difícil, fastidiosa, tediosa y una pésima experiencia que me llevó a renunciar al cargo.

Poco tiempo después ingresé como Consultor de la agencia Social Rocks, donde fungí como SEO Content Marketing para el portal Negocios360.com.mx, periódico digital que me tocó abrir desde cero, diseñar su plataforma, proponer las secciones, seleccionar y contratar a la community manager y reportera de este medio, así como planes de trabajo editorial y estrategias de posicionamiento web.

Mi paso por esta empresa fue breve, ya que sólo se trató de una consultoría para dejarles armado y bien posicionado un medio de comunicación digital especializado en negocios y finanzas.

Uno de los principales pros de trabajar como periodista independiente o freelance, es que uno tiene un amplio margen de movilidad y libertad para trabajarle a quien quiera y tratar de buscar las mejores opciones en cuanto a tiempo y paga.

Sin embargo, como freelance, siempre se lleva la desventaja de no poder ir generando ahorros personales para educación, salud, vivienda y retiro, debido a que Hacienda se queda con una gran parte de las ganancias como independiente por todos los impuestos que se tienen que pagar al gobierno (más del 46% de lo que uno gana).

Si bien es cierto que trabajar como independiente también nos brinda tiempo para nosotros o nuestra familia, en ocasiones ser freelance nos consume más tiempo que si se estuviera trabajando de manera fija dentro de una empresa, y ello en parte a que nadie nos conoce y nos la vemos más duras para poder ganar clientes.

La única ventaja de ser freelance y tener su propio negocio, es que siempre se verán resultados económicos de nuestra perseverancia, pero a un largo plazo. Lo mismo que ocurre con aquellos que dedican su vida a un solo empleo. La diferencia es que mientras alguien vivió en un mismo sitio toda su vida laboral, el emprendedor ya fue y vino, hizo y deshizo, conoció y aprovechó, fracasó y se levantó, contrató y despidió, lloró y rio...

*“El mayor placer de la vida es hacer lo que la gente dice que no puedes” ...  
Walter Bagehot*

## 2.2 APP: innovación periodística empresarial

*“El verdadero periodismo es intencional... Se fija un objetivo e intenta provocar algún tipo de cambio. El deber de un periodista es informar, de manera que ayude a la humanidad y no fomentando el odio o la arrogancia. La noticia debe servir para aumentar el conocimiento del otro, el respeto del otro. Las guerras siempre empiezan mucho antes de que se oiga el primer disparo, comienza con un cambio del vocabulario en los medios. En los Balcanes se pudo ver claramente cómo se estaba cocinando el conflicto”... Ryszard Kapuscinski*

La diversidad de experiencias en medios tradicionales, digitales, monitoreo y relaciones públicas, me llevaron a tomar la decisión de emprender por seis principales razones:

- I. Tener tiempos más libres para atender a mi familia.
- II. Ganar más por lo que sabía hacer, es decir, exigir sueldos más justos.
- III. Mejorar mi salud, ya que el estrés y la insana alimentación por andar siempre al servicio de los medios derivó en enfermedades gastrointestinales y trastornos de ansiedad.
- IV. Buscar la satisfacción y felicidad laboral que difícilmente se consigue de empleado porque se está sujeto a obligaciones e intereses de terceros.
- V. Ser un generador de empleos para nuevas generaciones, especialmente de la comunicación, el periodismo, el diseño y la publicidad.
- VI. Aportar con mi granito de arena al mejoramiento de la economía del país y por ende el desarrollo de mi comunidad.

Desde que entré a trabajar como Programador de Contenidos del diario digital *México Migrante*, comencé a formalizar la idea de mi propia empresa editorial, sin embargo ante la falta de recursos, decidí aprovechar el auge de los medios en Internet, e incursionar como emprendedor de una agencia digital con la experiencia adquirida en gobierno, medios tradicionales y digitales, así como en agencias.



Cuando entré al suplemento Los Políticos de *El Economista*, ya había desarrollado en paralelo el proyecto Agencia Periodística Personalizada (APP). Durante el día reportaba y al llegar a casa, con el apoyo de mi esposa, perfeccionaba el estudio de mercado de la empresa.

Entre ambos, definimos el logotipo, el nombre de APP y el eslogan “Información que sirve y que vale”, la redacción de los servicios, la construcción del primer sitio con la plataforma gratuita Google Sites, así como la coordinación del trabajo de los colaboradores, el área de redacción y comunicación externa.



**Del lado izquierdo, el primer logo de la agencia y del lado derecho la última imagen del logotipo transformado.**

El objetivo de la agencia era innovar con un servicio denominado Prensa Estratégica, el cual consiste en cubrir las reuniones de comisiones y del pleno del Congreso de la Unión (Cámara de Diputados y Senado de la República), y elaborar reportes de lo acontecido y enviarlos a las empresas o particulares que lo contratan.

La idea surgida desde *Eficiencia Informativa*, aquella empresa de monitoreo donde realizaba coberturas del Poder Legislativo, detecté que:

- 1) La agencia era inexperta en reporteo legislativo y contrataba al personal inadecuado para estas funciones.
- 2) Carecía de un proceso eficiente de comunicación y control de calidad del servicio.

- 3) Tenía costos excesivos, de los cuales el reportero (a) que sacaba el trabajo sólo ganaba una mínima parte sin una capacitación a fondo del sector.

Durante los dos años siguientes me dediqué a investigar la competencia para APP a fin de lanzar una empresa diferente, innovadora y con propuesta de valor. Dicha investigación la realizaba mientras coordinaba la jefatura de prensa en el municipio de Atizapán de Zaragoza, donde aprovechaba el tiempo de una manera positiva y la mejor forma posible, logrando afinar el proyecto en un 90 por ciento al finalizar mi cargo como funcionario.

Al pasar a *México Migrante*, avancé otro cinco por ciento del proyecto APP ya que como Programador de Contenidos trabajaba medio tiempo y finalmente al entrar a *El Economista* terminé la agencia con el otro 5 por ciento faltante, logro que no pude haber realizado sin el apoyo de Aline Torres (hoy coordinadora de información web del portal *UnoTv*) como co-fundadora de APP.

Fue en *El Economista* donde tuve contacto directo con diputados, senadores, y funcionarios, función que aproveché para ofrecer por primera vez los servicios de APP, aunque los políticos no eran el mercado meta principal sino los corporativos.



**Aline Torres Osorio, cofundadora de la Agencia Periodística Personalizada durante la Expo Web 2.0 en Expo Reforma, en el 2010.**

Al percatarme de la viabilidad y potencialidad de aceptación del servicio, renuncié a *El Economista* el mismo día en que María Luisa Díaz de León, entonces jefa de suplementos me dio la noticia de que, con una evaluación de 9.5 a mi prueba de 3 meses, me había ganado el contrato Base.

Así, pese a que mi trabajo en Los Políticos me apasionaba, decidí aventurarme en la creación de mi propia empresa por varias razones, las cuales vale la pena citar con puntualidad ya que forman parte de las características de un emprendedor:

1. **Por tiempo.** Reportear en un medio es literal estar “esclavizado”, ya que se trabaja de sol a sol, sin poder disfrutar de momentos familiares o personales, lo que a la larga repercute en estrés generalizado e incluso hartazgo del trabajo, especialmente porque en la mayoría el salario es excesivamente bajo.
2. **Salario indigno.** La mayoría de los medios ofrecen un salario injusto, nada acorde al tiempo laboral, al riesgo de los reporteros; además no brindan prestaciones ya que casi la totalidad contratan por honorarios, por contratos de uno a tres meses de prueba para no hacer antigüedad, e incluso cuando el sueldo es regular, los medios cotizan al empleado con el mínimo ante el Seguro Social.
3. **Rotación del personal.** Como reportero, eternamente se será empleado y aunque se logren mejores puestos, el riesgo de ser despedido injustificadamente siempre está presente. –Ejemplo claro han sido los líderes de opinión que incluso salen por decisiones directivas o porque así lo pidió el gobierno-.
4. **Generar empleos.** Como empleado, es cierto que se tiene un sueldo fijo, pero como independiente se pueden abrir las puertas a colaboradores, es decir, generar empleos para las nuevas generaciones, a las cuales los grandes medios les cierran las puertas por falta de experiencia.

5. **Dejar huella.** ¿Por qué no? ¿Por qué conformarse? Si se puede aportar un granito de arena al desarrollo económico del país y contribuir al mejoramiento de nuestras comunidades.
6. **Estabilidad económica.** Si bien es cierto que emprender tiene sus riesgos, también es verdadero que con perseverancia se puede lograr una estabilidad económica.
7. **Trabajar en lo que te gusta.** Un emprendedor nunca estará a gusto en un empleo que no le llena, especialmente si no le apasiona su labor porque siempre busca algo más, siente el deseo de aportar, crear, sembrar...

Pese a ganar ocho mil pesos mensuales, menos los respectivos impuestos en *El Economista* decidí arriesgarme y tras dar las gracias al medio por dejarme reportear para Los Políticos, especialmente por ofrecerme la planta, me fui decidido, orgulloso y convencido.

Sin embargo no renuncié sin tener un ingreso extra ya que durante una entrevista con el diputado federal del PRI del Grupo de Jalisco en la LXI Legislatura, David Hernández Pérez, me aventé a ofrecerle mis servicios como independiente y tras una contraoferta en el tema de los honorarios logré colocar APP en la Cámara de Diputados con el servicio que contrató este legislador, así es que ya tenía un nuevo trabajo.

Así, en abril de 2010 APP tuvo su primer cliente. Pese a presentar una carpeta de 30 láminas –lo cual no es recomendable-, el diputado federal de Jalisco en la LXI Legislatura le dio una revisada a la presentación, y tras preguntar y negociar el costo, decidió contratar los honorarios de la agencia recién creada por un servidor.

Por falta de experiencia en las negociaciones de venta y no perder ese primer contrato, tuve que aceptar un pago inadecuado de 24 mil 500 pesos por los siete diputados, es decir, 3 mil 500 pesos por cada uno, y con la condición de no facturarles el servicio, situación que me beneficiaba porque parte de estos

ingresos –descontada la paga que se les daba a las reporteras y la coordinadora- los reportaba a favor con las respectivas facturas de gastos al SAT.

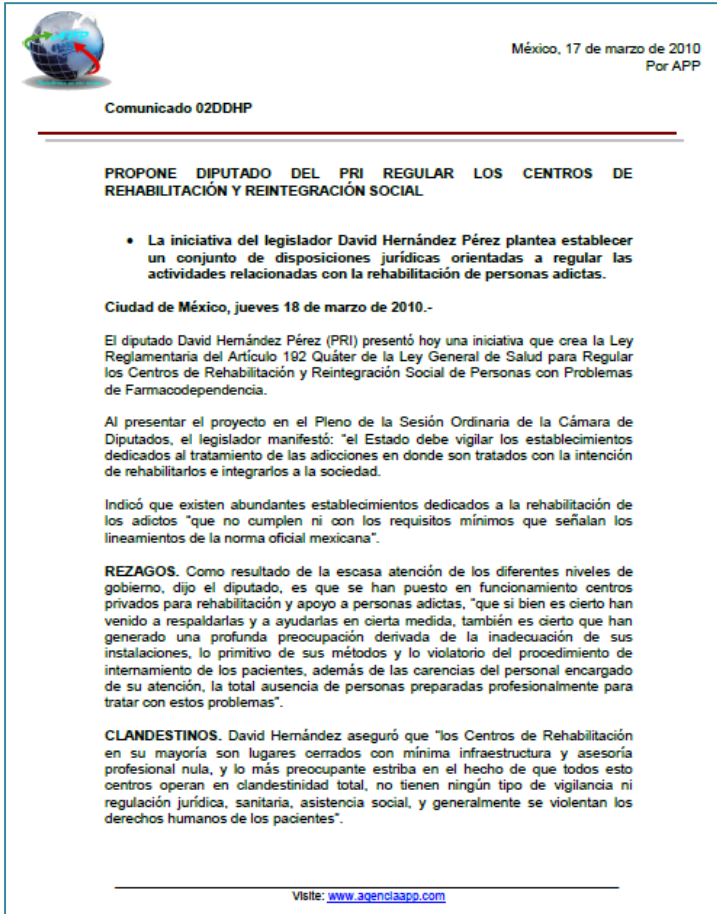
Aceptadas las condiciones, tuve que negociar también el esquema de trabajo del servicio a fin de no ser afectado de “mucho trabajo por poca paga” –como querían los legisladores aprovecharse- ya que ésta no era la filosofía de APP, pues de lo contrario se convertiría en otra agencia más del montón en el mercado.

Las reporteras se organizaban con Katia Bedolla, coordinadora del servicio, quien a su vez se coordinaba con los particulares de los diputados para cubrir sus eventos y también me reportaba el avance del trabajo, la satisfacción del cliente, entre otros aspectos.



**Diputados federales del PRI de Jalisco en la LXI Legislatura, David Hernández Pérez (izquierda) y Salvador Caro Cabrera (derecha), primeros clientes particulares de APP.**

Por tratarse de mi primer cliente, tenía que atender en persona esta cuenta y a su vez continuar con las ventas de la agencia, ya que el proyecto aún no daba como para contratar personal de apoyo y tendría que seguir como Emprendedor Orquesta –aquel que hace de todo en su negocio por falta de equipo humano-.



**Formato de un Comunicado de Prensa que se le generó al primer cliente de APP, el diputado federal David Hernández Pérez.**

El trabajo con el diputado David Hernández Pérez consistía en aplicar la Prensa Estratégica por primera vez y gracias a mi experiencia como reportero pude aprender el manejo de medios, logrando resultados positivos que dejaron más que satisfecho al legislador: APP lo tenía contento, lo cual motivó al congresista a recomendar con dos de sus compañeros de grupo el servicio: Salvador Caro Cabrera y Olivia Guillén Padilla, quienes más tarde también contrataron mis honorarios.

Por las buenas referencias y consciente de la importancia de la difusión de imagen, antes de contratar el servicio, el diputado Salvador Caro Cabrera, además de manifestar su interés por la labor periodística de APP, me propuso brindar la Prensa Estratégica a los doce legisladores del PRI-Jalisco en un paquete, confirmándose que el servicio se vendía por sí solo y sólo habría que encontrar las personas y empresas adecuadas e indicadas.

Cinco meses después, en septiembre de 2010, gracias a que Salvador Caro Cabrera literalmente vendió el servicio con el resto de sus compañeros, siete de doce diputados contrataron el primer paquete personalizado de APP, sin embargo,



yo solo no podía atender a todo el grupo, por ello decidí ascender como reporteras legislativas y una coordinadora de cuenta a cuatro practicantes de la agencia.

Pero ¿cómo lograba tener practicantes en una empresa recién creada que más bien era aún un proyecto tratando de ser compañía formal? Como fundador tenía que buscar colaboradores y la mejor opción la encontré en la plataforma de Computrabajo (<http://www.computrabajo.com.mx>), un portal electrónico de empleo donde se puede de forma gratuita registrar la empresa y publicar las vacantes que se requieran.

The screenshot shows the user interface of the Computrabajo platform. At the top, there are banners for 'TELEVISOR LED 32" HD' with a '99 semanas' logo, a 'SAMSUNG' TV, and a 'FAMSA' logo. Below these, the user's profile is identified as 'Cinelandia Mx' with a 'Servicio contratado: gratuito' status. A section titled 'Ofertas publicadas' shows a legend for 'Oferta activa', 'Oferta por revisar', 'Oferta desactivada', and 'Oferta rechazada', followed by the message 'No tiene ninguna oferta publicada.' and buttons for '[Publicar nueva oferta]' and '[Eliminar todas las ofertas desactivadas y rechazadas]'. The 'Datos de la empresa' section provides contact information for Cinelandia Mx, including the website <http://www.cinelandiamx.org>, address (Los Reyes La Paz, Estado de México), and contact details (Mario Hernández, 58577734). A sidebar on the left contains a menu for 'Empresas' with options like 'Página Principal', 'Panel de control', 'Publicar oferta', etc. Logos for 'BOLSA DE TRABAJO COMPUTRABAJO' and 'Este sitio acepta VISA' are also visible.

**Pantallazo del Panel de Control de la plataforma de empleo Computrabajo.**

En dicho portal de búsqueda de empleo, subí las primeras vacantes de Reporteros Practicantes para que comenzaran apoyarnos a los dos fundadores. Como líder del proyecto me dedicaba a la venta de los servicios y Aline Torres coordinaba el departamento de Redacción, la parte informativa de la empresa, es decir, la revista digital de APP que en un principio estaba dentro del mismo portal y eso comenzó a hacer confuso el quehacer de la agencia, pues comenzó a confundirse como una

Agencia de Información, que aunque no era su línea, terminó por ser una fortaleza para la misma puesto que nos habría muchas más puertas con mayor facilidad.

Así nos dividimos las funciones: la cofundadora organizaba la agenda diaria de coberturas en las fuentes públicas y privadas que poco a poco acreditaban la agencia y un servidor se encargaba de reclutar practicantes (para que éstos pudieran ascender a reporteros en un corto tiempo).

APP se daba a conocer en el medio, pero no como una empresa de servicios periodísticos personalizados sino como un portal digital informativo, lo cual sirvió para conseguir de forma accesible las acreditaciones como medio de comunicación, pese a que no era el objetivo inicial del proyecto.

Ante la aceptación como una agencia de noticias por parte del sector público y privado, el camino se desvió, pero había que aprovechar las ventajas que un medio brinda y dos de éstas eran las puertas que se abren para obtener información y los contactos que se logran para poder realizar las ventas que todo proyecto sin recursos necesita, como bien era el caso de APP.

Pero un medio informativo, así como cualquier empresa, por muy pequeño que sea, necesita de personal para poder generar la información de su portal, por lo que pensé en dos formas de conseguir colaboradores sin tener que invertir mucho dinero –al menos por el momento, ya que no se tenían los recursos como para hacerlo-. Así es que conseguí colaboradores de dos formas:

- 1) La primera, como ya expliqué, mediante el portal Computrabajo ([www.computrabajo.com](http://www.computrabajo.com)) donde subí los primeros anuncios a esta página luego de hacer el registro de la agencia sin costo en esta plataforma de empleo on-line.
- 2) La segunda forma, consistió en solicitar permiso en la jefatura de carrera de Comunicación y Periodismo de la FES-Aragón, para poder pegar carteles



en el edificio de esta licenciatura y conseguir colaboradores practicantes, ya que el proyecto APP aún no contaba con los recursos suficientes para poder solventar sueldos, ya que el contrato con los legisladores llegó varios meses después.

Ambas estrategias, las cuales requirieron mínima inversión, dieron excelentes resultados en un principio ya que el correo de contacto de la agencia recibía diariamente decenas de currículos y cartas de interesados e interesadas en cubrir las vacantes de practicantes de reporteros, debido al plus que se ofertaba y que una vez en APP, la mayoría consiguió trabajo en empresas de renombre.

Desde el principio, a quienes se interesaban en colaborar los entrevistaba y les aclaraba que si no se podían contratar en poco tiempo como reporteros con un sueldo, ellos elegían si seguían practicando o se salían de la agencia para buscar un empleo estable –ya que estaban en todo su derecho-.

Y así sucedió, poco a poco terminaban sus prácticas y buscaban empleo, pero esta experiencia como Director General de una microempresa me dejó una enorme satisfacción, ya que muchos de los practicantes se capacitaron de manera intensiva, como si hubiesen trabajado en cualquier otro medio tradicional por muchos años, pues los formé con una retroalimentación que no se obtiene en otros medios. Dichos comunicadores brincaron directamente a periódicos como Milenio, Excélsior, El Universal, y Reforma, donde ejercen actualmente gracias al legado de su primera experiencia en APP.

Cuando se aceptaban a los practicantes o colaboradores de la agencia, se les asignaba un evento a cubrir de dos a tres eventos entre semana en las fuentes que rápido acreditaban a APP por demostrar su profesionalismo. La nota la mandaban por la noche para que ésta se publicase al siguiente día como Las Relevantes del Día.

Una vez que se evaluaba al personal para ocupar una plaza con sueldo, se les daba a firmar un contrato a fin de que todo estuviera en regla y no existiesen abusos de confianza.

A continuación el ejemplo de un Contrato Laboral como Patrón que utilicé al principio de mi labor como independiente, en la contratación de colaboradores y practicantes para que todo estuviera conforme a la Ley.

**CONTRATO VOLUNTARIO DE PRESTACION DE SERVICIO QUE CELEBRAN POR UNA PARTE LA AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL SEÑOR MARIO RAMÓN HERNÁNDEZ LÓPEZ (“EL PATRÓN”) Y POR LA OTRA EL SEÑOR JOSÉ LUIS CORONA GUTIÉRREZ (“EL PRESTADOR”) POR SU PROPIO DERECHO DE CONFORMIDAD CON LAS SIGUIENTES:**

#### **DECLARACIONES**

- I. Declara **EL PATRÓN** que:
  1. Es una agencia web, debidamente constituida en términos de la legislación mexicana, tal y como consta en el RFC ante el Servicio de Administración Tributaria, institución dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, comprometiéndose La Empresa en esta declaración a entregar copia del referido instrumento debidamente registrado en cuanto lo tenga, con su correspondiente folio mercantil.
  2. Su representante legal es el señor Mario Ramón Hernández López, quien acredita su personalidad mediante la alta como persona física con actividad empresarial en la SHCP, con RFC HELM8012146S6, de fecha diez de diciembre de dos mil cuatro, otorgada ante la fe del Servicio de

Administración Tributaria, poderes que no le han sido revocados ni limitados de forma alguna a esta fecha.

3. Su domicilio fiscal se encuentra ubicado en Cerrada Horacio Zúñiga, No. 14 colonia Los Reyes Acaquilpan, Municipio La Paz, Estado de México.
4. Es su deseo contratar los servicios previamente ofrecidos por EL PRESTADOR mismos que más adelante se detallan.

### II. Declara **EL PRESTADOR** que:

1. Cuenta con la capacidad legal para celebrar y obligarse en los términos del presente contrato.
2. Ser de nacionalidad mexicana, contar con la facultad, así como con el registro correspondiente ante las autoridades para desarrollar estas actividades, según consta en su Registro Federal de Causantes y que señala como domicilio para efectos del presente el ubicado en \_\_\_\_\_.
3. Cuenta con los recursos necesarios para proporcionar a LA EMPRESA los servicios que se detallan en el presente contrato.

### III. Declaran ambas partes por medio de sus representantes legales que:

1. Se reconocen expresamente la personalidad con que se ostentan y manifiestan su conformidad en asumir los derechos y obligaciones que se adquieran en virtud del presente contrato, sujetándose a las siguientes:

## CLÁUSULAS

**Primero:** EL PATRÓN contrata de manera indefinida a EL PRESTADOR, para que preste los servicios de Reportera, bajo el esquema de trabajo que defina EL PATRÓN.

**Segundo:** EL PRESTADOR deberá cumplir con los parámetros editoriales que le sean definidos y con la fecha y hora máxima de entrega que se establecerá en cada caso.

**Tercero:** EL PRESTADOR se obliga a cubrir los eventos asignados en de lunes a viernes en el horario señalado por el jefe inmediato y enviar el material de la manera especificada previamente, antes de las 22 horas del día de la cobertura.

**Cuarto:** EL PATRÓN se compromete a pagar taxis en horarios nocturno extras (siempre y cuando se entreguen los tickets correspondientes) y a reponer tiempos al PRESTADOR si se rebasa el tiempo laboral.

**Quinto:** Por el presente contrato EL PRESTADOR se obliga a:

1. Entregar o enviar por mail los trabajos asignados a desarrollar para las secciones previamente indicadas por los directivos o la coordinadora editorial.
2. Ser PUNTUALES en la cobertura de los eventos asignados, deberán llegar con anticipación al evento para hacer contactos.
3. Mostrar disponibilidad, RESPONSABILIDAD y capacidad en la elaboración de un tema, evitando el plagio de información (la violación a este punto es causa inmediata de baja de APP).
4. Asistir a su semana correspondiente de CAPACITACIÓN en la Redacción, esta será avisada en la agenda de coberturas del grupo interno de la empresa en Facebook.
5. Asistir a las juntas informativas y editoriales MENSUALES con los directivos (3 inasistencias no justificadas continuas serán causa de baja).

6. Es obligatorio enviar los CONTACTOS hechos durante las coberturas para enviar sus notas periodísticas e incrementar la base de datos de la agencia donde son leídos. ([agenciaapp@gmail.com](mailto:agenciaapp@gmail.com))
7. No hay justificación alguna en el retraso de 2 días de sus trabajos asignados (SERÁ CAUSA DE AMONESTACIÓN EN SU HISTORIAL).
8. Reportar los descuidos o ERRORES que se detecten respecto a la página.
9. Seguir al pie las CONDICIONES DE TEXTO y del MANUAL DE ESTILO a la hora de enviar las tareas asignadas.
10. Informar a la ASISTENTE DE DIRECCIÓN sobre el interés por los servicios de APP que muestren un particular o una empresa.
11. Mantener una relación de RESPETO Y COLABORACIÓN con toda la estructura que labora en APP.

**Sexto:** EL PATRÓN pagará al PRESTADOR, por lo convenido en plática con el representante legal de la agencia. Un total de \$580.00 pesos m/n por cada cobertura.

**Séptimo:** EL PATRÓN podrá dejar de requerir los servicios del PRESTADOR en cualquier momento, pues el presente contrato no obliga a LA EMPRESA a asignar un volumen determinado de encargos, ni el hecho que haya sido de una determinada forma en el pasado, lo obliga actualmente o en el futuro a mantener dicho volumen de encargos.

**Octavo:** Se deja expresa constancia que las obligaciones que emana para las partes en razón de este contrato son de exclusiva naturaleza civil, sin que se genere para ellas vínculo laboral de ninguna especie, pues el PRESTADOR no se encuentra sujeto a vínculo de subordinación o dependencia respecto de LA EMPRESA, sólo asume respecto de la agencia el deber de cumplir de buena fe las obligaciones que este contrato expresa.

**Noveno:** El presente contrato de prestación de servicios tendrá una duración indefinida, pudiendo EL PRESTADOR ponerle término mediante aviso por escrito a la contraparte con a lo menos 10 días de anticipación a la fecha de término propuesta, y EL PATRÓN en el día que así lo decida (ya sea por escrito o vía telefónica).

**Décimo:** El PRESTADOR garantiza a LA EMPRESA:

El cabal cumplimiento de las funciones previamente convenidas con el representante legal de LA EMPRESA en torno al cargo a desempeñar durante la prestación del servicio a la agencia.

**Undécimo.- CONFIDENCIALIDAD.**

En virtud del presente contrato y de lo establecido en el capítulo único del título tercero de la Ley de Propiedad Industrial, EL PRESTADOR se obliga salvo previa autorización por escrito de LA EMPRESA a abstenerse de divulgar, comunicar, revelar o publicar a cualquier persona datos, especificaciones, técnicas, secretos, sistemas, estudios y en general cualquier información catalogada como “confidencial, a la que tenga acceso, en el entendido de que le es revelada con la única finalidad de poder ejecutar los servicios para los que se le ha contratado, así mismo se obliga a abstenerse de explotar comercialmente la información que se le proporcione.

EL PRESTADOR se obliga a mantener en absoluta confidencialidad la información mencionada en el párrafo anterior durante la vigencia de este contrato y hasta 5 (cinco) años posteriores a la conclusión del mismo. En caso de existir duda sobre si determinada información es considerada como “confidencial” se le dará el mismo tratamiento que a esta, salvo los caso de excepción que establece el tercer párrafo del artículo 82 de la ley de Propiedad Industrial.



EL PRESTADOR acepta de este momento que el incumplimiento de la presente cláusula, podrá encuadrarse dentro de los supuestos previstos por el artículo 223 en sus fracciones III, IV y V de la mencionada ley, sin perjuicio de las sanciones que establezcan las leyes civiles y penales.

### JURISDICCIÓN.

Ambas partes convienen que para la interpretación y cumplimiento de este contrato deberán obligarse y sujetarse a la jurisdicción de la Junta Federal de conciliación y arbitraje.

El presente contrato se celebra y firma por duplicado en la Ciudad de México, D.F. el día 30 de noviembre del año 2010.

**José Luis Corona Gutiérrez**  
**EL PRESTADOR**

**Mario Ramón Hernández López**  
**EL PATRÓN**

Una vez que aceptaban formar parte de APP, los nuevos colaboradores recibían su credencial de la agencia para poder cubrir los eventos asignados.



**Diseño de las primeras credenciales de algunos de los colaboradores que tuvo APP en sus inicios.**

Para seleccionar a los cuatro elementos que apoyarían con el servicio de los siete primeros diputados que APP tuvo como clientes, se lanzó una convocatoria para que los practicantes con mejor desempeño atendieran en Cámara de Diputados a nuestros primeros clientes.

Una vez contratados formalmente, organicé una Capacitación para todos los colaboradores, misma que tuvo una excelente aceptación y logros, ya que ésta sirvió para que varios comunicadores se lograran colocar en otros medios de comunicación.

Dicho programa lo elaboré de acuerdo a investigaciones que realicé de los temas en distintos libros sobre periodismo como el de Beatriz Escalante titulado “Curso de Redacción para Escritores y Periodistas”, así como de la experiencia en campo obtenida en distintos medios de comunicación y jefe de Prensa en gobierno.

## **PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DE DICIEMBRE DEL 2010**

### **Semana 1 (Dinámicas y experiencias en APP)**

Lunes 20

- Inducción APP
- La camiseta en la empresa
- El perfil del personal en la agencia
- Propuestas generales para la mejora de la revista digital

Martes 21

- Experiencias de reporteo (Director)
- Experiencias de reporteo (becarios)
- Experiencias de reporteo (reporteros)

- Conclusiones generales

Miércoles 22

- Práctica de campo de reporteo (entrevistas ciudadanas)

Jueves 23

- Desarrollo de temas especiales
- Intercambio de experiencias de aprendizaje

### **Semana 2 (Los estilos periodísticos)**

Lunes 27 (La Nota)

- La diferencia entre un boletín y un comunicado de prensa.
- ¿Cuál es la nota?
- Los tipos de notas: inauguración, conferencia, seminario...
- Revisión de notas de becarios y reporteros.

Martes 28 (La Crónica)

- El correcto uso del tiempo en la narración.
- La importancia de la observación.
- El recurso de los detalles.
- Revisión de Crónicas de los becarios y reporteros.

Miércoles 29 (La Entrevista)

- El perfil del entrevistado.
- El entrevistador define las reglas.

- Entrevistador=Profesionalismo
- Revisión de entrevistas de becarios y reporteros.

Jueves 30 (El Reportaje)

- Los elementos “debe” en un reportaje.
- La objetividad y trascendencia del reportaje.
- Las fuentes: el arma del reportaje.
- Revisión de reportajes de becarios y reporteros.

### Semana 3 (Las fuentes y las bases)

Lunes 03 enero

Las fuentes que se cubren en los Medios de Comunicación:

- Agrarias
- Capitalina
- Culturales
- Científicas
- Deportiva
- Diplomáticas
- Económicas
- Educativas
- Estilo
- Internacional
- Justicia
- Legislativas
- Políticas
- Policiaca

Martes 04

- Rastreo de fuentes
- Descarga de contactos

Miércoles 05

- Armado de Bases de Datos

Jueves 06

- Envío de pruebas y reenvío de bases confirmadas

**EMPRENETIP.** Para poder contratar personal y poder cobrar como independiente algún trabajo, es necesario y obligatorio que cuentes con alta en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), órgano fiscalizador dependiente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para expedir la Factura Electrónica –que exige tanto el sector público como el privado-. El trámite lo puedes realizar con algún contador público o de manera gratuita en un Centro de Atención al Usuario del SAT.

Aunque la agencia era bien aceptada, como emprendedor tenía que fortalecerla para poder vender más servicios, lograr más contratos y generar más empleos mejor pagados, por ello investigué la forma de hacerlo y encontré que para obtener un financiamiento (público o privado) había que cumplir con un sinnúmero de requisitos, entre ellos contar con un Plan de Negocios, el cual se obtenía en una Incubadora de Empresas junto con la Carta de Viabilidad del proyecto.

Fue así que aproveché el tiempo más libre que me dejó delegar responsabilidades y presenté el proyecto de la agencia ante el Comité de la Incubadora de Empresas de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), Campus Texcoco, donde fui aceptado para incubar la empresa.

En esta incubadora recibí un apoyo del Fondo Pyme del 90 por ciento y el resto lo tendría que cubrir como emprendedor, donde pagué sólo 3 mil 500 pesos por todo el proceso de incubación, el cual tenía un costo de 35 mil pesos.

**EMPRENETIP.** Si vas a presentar un proyecto a un Comité de Incubación, por experiencia, te recomiendo que:

1. Hagas una presentación corta (máximo 10 láminas) donde expongas de manera breve, clara y precisa la viabilidad del proyecto.
2. Realizar una presentación creativa, que sorprenda a los evaluadores, le debes meter más imágenes que texto y un video de máximo 3 minutos en donde se hable lo mejor posible de tu idea.
3. Preparar un juego de copias del negocio para cada uno de los integrantes del Comité.
4. Asistir lo más presentable posible y con al menos 30 minutos de anticipación con un acompañante que te apoye durante la presentación de tu proyecto.
5. Hablar fluido y seguro del negocio, poniendo énfasis a las dudas del Comité y resolverlas con confianza lo más claro posible.

Dado el avance del proyecto, la incubación tardó menos de 6 meses y en un tiempo récord, obtuve mi Plan de Negocios y la Carta de Viabilidad para poder buscar financiamiento: al momento todo iba viento en popa, sin embargo, al llegar la convocatoria para Capital Semilla por parte de la Secretaría de Economía (SE), el barco detuvo su viaje en plena alta mar, ya que vi frustrado el avance del negocio porque no contaba con uno de los requisitos que impone el gobierno: tener un bien inmueble que sirva como respaldo o garantía.


Por el momento, el barco APP tuvo que esperar y continuar con sus servicios a fin de seguir adelante aunque fuese al mismo ritmo: con escasos recursos, pero nuevas estrategias.

Gracias al trabajo en equipo, el 10 de febrero de 2011, se logró un contrato con Grupo MFV, donde APP apoyó al entonces encargado de Relaciones Públicas, Mario Antonio Morales a cubrir la 34 Feria Internacional de Franquicias en el World Trade Center de la Ciudad de México.



El trabajo para esta área de la FIF consistió en redactar los Comunicados de Prensa que el departamento de RP enviaría a los medios de comunicación para su posible publicación al día siguiente en sus impresos.

La estrategia para dar cabal cumplimiento a este contrato fue apoyarse con los reporteros que ya cubrían eventos para el portal informativo de APP, así como el pago a una colaboradora de contenidos. Tanya Casasola, me apoyó trabajando directamente con Mario Antonio Morales en la realización de entrevistas a dueños de franquicias, así como en la elaboración de los comunicados de prensa.



**CONTRATO HONORARIO  
AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA**

---

LUGAR Y FECHA: México, a 10 de febrero de 2011.

EMPRESA O PERSONA:  
Grupo MFV

SERVICIO(S) A CONTRATAR:  
Prensa Estratégica ( )      Fotoreportaje ( )      Relaciones Públicas ( X )  
Investigación ( )      Publireportajes ( )      Cobertura Legislativo ( )

PERÍODO CONTRATADO:  
10 febrero de 2011 a 10 de marzo de 2011

PAGAR VÍA HONORARIOS A:  
R.F.C.: HELM8012146S6

POR CONCEPTO DE:  
Servicios de Investigación y Desarrollo en ciencias sociales y humanidades prestadas por el sector privado.

FORMA DE PAGO:  
Convenio ( )      Efectivo ( )      \*Deposito Bancario ( X )

\*CON ATENCIÓN A:  
NOMBRE: Mario Ramón Hernández López  
CARGO: Representante Legal  
DIRECCIÓN: Cerrada Horacio Zúñiga No. 14, col. Los Reyes Centro, Municipio La Paz, Estado de México, CP. 56400  
Cuenta Bancaria: Bansefi No. 0103782595

TELÉFONO(S): 26424685      CELULAR: 0445518146528  
CORREO ELECTRÓNICO: comunicacion@agenciaapp.com


FECHA EN QUE INICIARÁ EL SERVICIO: 10 de febrero de 2011

ANTICIPO: \$12,760.00      RESTAN: \$12,760.00      TOTAL: \$25,520.00 MN

**OBSERVACIONES:**  
Contratación de Servicio Periodístico Personalizado a Grupo MFV con previo acuerdo con el representante del área de Relaciones Públicas y consentimiento del director general de la empresa. Se firma contrato-convenio por servicio especial, teniendo la agencia APP el derecho a un Stand dentro del evento contratado y obligación a entregar puntualmente los directorios específicos solicitados por la contraparte.

CONTRATANTE: \_\_\_\_\_  
(Nombre y Firma)

POR LA AGENCIA: Mario Ramón Hernández López  
(Director General / Representante Legal)



---

México, 2011. Visite: [www.agenciaapp.com](http://www.agenciaapp.com)

**Aquí el primer contrato logrado por APP con  
una Expo para cubrirle y generarle sus  
contenidos editoriales.**

**COMPROMETIDOS CON TU RESULTADO**

Tabla	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
Grupo Familia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Informatos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
La Jornada	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
La Prensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
La Voz de la Frontera	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Milenio	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Multimedia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Mundo Ejecutivo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Noticias del Sur de La Laguna	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Que Digital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Periodico Sintesis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Primera Plana Digital	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Publinter	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Radio 92.7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Radio Trece 1200 AM	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SoyEmprenneur.com	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tribuna de San Luis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tu Decides	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Vanguardia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
World Trade Center Nuevo Leon	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Yahoo! Finanzas Mexico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yahoo! News Mexico	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Yanqui	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
El Sol de Acapulco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fue tal el éxito con esta expo, que en agosto del mismo año, la agente de Relaciones Públicas del evento competencia de la Feria Internacional de Franquicias, Ana Laura Sarmiento, de “El Salón de las Franquicias” me contactó para hacer lo mismo (cubrir y generar contenido para los medios).

Aquí la tabla de resultados de impactos en medios que se lograron por el trabajo en conjunto de Mario Antonio Morales y APP.



Primera participación de APP como Expositor dentro de la Expo “El Salón de las Franquicias”.



México, D.F. Lunes 21 de febrero de 2011.

### COMUNICADO DE PRENSA

#### Tintorerías Max, una franquicia noble en expansión

- Busca inversionistas que vean este modelo de negocio como proyecto de vida.
- En la FIF 2011 más de 35 mil emprendedores buscarán ideas creativas a la hora de transferir su negocio familiar, crear su propia franquicia o invertir en una de ellas.

Todo inició en Argentina, pero en México, su modelo de negocio emprendió el primer equipo desarrollador de franquicias con la premisa de: "el mejor planchado es el nuestro"; así, con la experiencia de planchar, lavar, tratar prendas, químicos y hasta mantenimiento de máquinas, Tintorerías Max se ha convertido en líder en el mercado nacional.

A sus 40 años no presenta ninguna arruga, por el contrario busca mayor madurez, experiencia, expansión, despegue nacional.

Su servicio se caracteriza por la limpieza en el menor tiempo, con absoluta calidad y a un precio razonable para todas las clases sociales, pues de acuerdo con sus máximos directivos, la tintorería express es una necesidad básica, popular, no exclusiva de ningún sector social.

Con la idea de que México es un país para invertir, Tintorerías Max busca consolidar su tendencia de crecimiento a través del modelo de la franquicia y llegar a los 32 estados de la República.

Por esa razón, la empresa participará en la Feria Internacional de Franquicias que se llevará a cabo los días 3, 4 y 5 de marzo en el WTC de la Ciudad de México.

A los inversionistas interesados siempre les dejan claro que su objetivo no es sólo vender franquicias, sino hacer de un grupo de emprendedores los operadores también. "No es vender por vender, por entregar una cuota de franquicias, sino consolidar las que se tengan, muchas o pocas", destacan sus directivos.

Por ello, Tintorerías Max busca inversionistas que vean este modelo de negocio como proyecto de vida y emprender para que en los próximos cuatro años, sean parte del reto Tintorerías Max: alcanzar 100 aperturas más.

Telefónica | 

**Ejemplo de los Comunicados de Prensa realizados por APP para la 34 FIF.**

Sin embargo, con la directora general de El Salón de las Franquicias, América Maldonado, se logró un Contrato-Convenio que beneficiaba a ambas partes, pero sobre todo, proyectaba el trabajo de APP, ya que además de recibir una paga por la cobertura de la expo, la agencia tuvo un stand dentro del evento, así como el nombre dentro del directorio de expositores y los *banners* de entrada, lo cual además de presencia, la hacía ver como una empresa fuerte y consolidada, cuando en realidad apenas era una microempresa con un buen equipo de colaboradores jóvenes, responsables y entusiastas.



**Reconocimiento obtenido por la participación de APP en El Salón de las Franquicias 2011.**

**El éxito no se logra sólo con cualidades especiales.**

*“Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización”...*

*J.P. Sergent*



Dado el potencial de contactos y ventas que deja participar como expositor en una feria, busqué la forma de estar en otra expo y me encontré en Internet un evento llamado Expo Web 2.0, el cual se desarrollaría en Expo Reforma, el centro de convenciones de la Cámara Nacional de Comercio (Canaco); investigué y me dieron un stand gratuito para ofrecer los servicios periodísticos de la agencia.

En esta expo, aunque no se logró una sola venta, sirvió para promocionar y dar a conocer la agencia entre otras empresas, así como para generar tráfico a nuestra página web y potenciar su aparición en las búsquedas de Google.

Ante los resultados de nuestra participación en una tercer Expo, no me di por vencido y tenía que captar la atención de más diputados y reforzar la presencia de APP en el Congreso de la Unión, puesto que se estaba descuidando este potencial mercado de ventas por la atención a las expos.

Por ello, organicé en conjunto con el diputado Salvador Caro Cabrera, integrante de la Comisión Especial de Acceso Digital en la LXI Legislatura, el Primer Foro “Medios de Comunicación Digitales. Su influencia en el desarrollo democrático de México”, en el recinto legislativo de San Lázaro.

En el siguiente enlace se puede ver mi participación en dicho foro:  
<http://www.youtube.com/watch?v=zCShxjxIrbg&feature=c4-overview&list=UUEUXmI2nFlxIqNuDb5uIN3w>



**Pantallazo en Youtube sobre el Primer Foro sobre medios digitales en Internet organizado por APP y la Cámara de Diputados en la LXI Legislatura.**

En este foro, pionero en hablar de medios digitales y redes sociales como tendencia de la información web, se lograron varias publicaciones en diferentes Medios de Comunicación, donde se coincidió en la importancia y potencial de la comunicación digital a través de los nuevos medios en Internet y las redes sociales, destacando los siguientes puntos de vista:

**PUNTO POR PUNTO.** ([www.puntoporpunto.com.mx](http://www.puntoporpunto.com.mx)) José Contreras Moreno, director general de este diario digital, señaló que los medios digitales se han multiplicado y surgen por la necesidad de interactuar e informar a los usuarios.

Sobre los retos a los que se enfrentan estos innovadores medios, destacó el financiamiento y la sustentabilidad y puntualizó que “deben existir normas publicitarias en donde la publicidad gubernamental no tenga favoritismos y todos los medios tengan cabida.”



"Debe haber una regulación para terminar la relación perversa entre gobierno y medios", enfatizó el primer ponente de dicho foro, organizado por el diputado priísta Salvador Caro Cabrera y la Agencia Periodística Personalizada.

Contreras Moreno dijo que los medios digitales tienen una responsabilidad muy grande pues deben ofrecer información basada en investigación, hechos y documentación, e indicó que una de las metas es romper con el periodismo que sólo busca dar la nota basada en declaraciones de reacción.

"Se debe perseguir hacer un medio serio y responsable para ser referentes en la agenda pública", sentenció el también columnista del periódico de circulación nacional La Crónica de Hoy.

**PODER CIUDADANO.** ([www.poderciudadano.com.mx](http://www.poderciudadano.com.mx)) Natalia Colmenares, periodista de SDP Noticias, alentó a los ciudadanos hacer suyas las redes sociales pues son una plataforma para levantar la mano, opinar, debatir y cuestionar la situación del país.

Ante la información filtrada y limitada que proveen los medios tradicionales, exhortó a los medios digitales "dar batalla para contrarrestar el empoderamiento de periódicos, televisoras y estaciones radiofónicas".

Para ejemplificar el impacto de los medios digitales, citó el caso de Irán en tiempos electorales y cómo la participación ciudadana fue punta de lanza para dar a conocer al mundo los verdaderos acontecimientos de aquel país.

**DE OBSERVADOR PASIVO A PARTICIPANTE ACTIVO.** Antonio Martínez Velázquez, director de Criticapura.com, aseguró que se tiene un desafío muy grande ante los medios convencionales, pues sólo 30 millones de mexicanos tienen acceso a Internet.

A pesar de esto, dijo que el furor causado por los medios digitales se debe a la necesidad que tiene la sociedad de más información, así como por el salto que da el usuario, pues pasa de ser audiencia a ser productor de contenidos.

En su experiencia, apuntó que por medio del blog logró llegar a la agenda pública. "Hay temas que sólo se discutían en los medios digitales, como el tema de ACTA (Acuerdo comercial anti-falsificación, por sus siglas en inglés) y del que fuimos severos críticos, hoy son conocidos y retomados por los medios tradicionales. El objetivo es ese, incidir en la agenda pública. Dar información útil y articulada, logrará un impacto en la esfera pública", expuso.

Contrario a lo que se podría pensar sobre la calidad de información, la virtud de los medios digitales es anular datos erróneos con ayuda de la comunidad que los sigue, comunidad que genera gran cantidad de información, explicó.

Ante el cuestionamiento de una asistente respecto si es más importante cantidad que calidad, el director de [criticapura.com](http://criticapura.com), reveló que "(En los medios digitales) funciona la cantidad de información para tener calidad, pues la cantidad mata documentación falsa y puede ser corregida de inmediato".

**FINANCIACIÓN Y EDUCACIÓN.** [www.nomadadigital.net](http://www.nomadadigital.net) Raúl Luna, director de Nómada Digital, hizo hincapié en que la educación es fundamental para marcar la diferencia periodística en el país.

"La profesionalización de los periodistas es primordial, hoy los medios, todos, toman a los jóvenes recién egresados para explotarlos y después dejarlos. No respetan los derechos de los empleados", denunció.

Luna refutó la teoría de los medios independientes pues, dijo que las noticias son un negocio y dependen del financiamiento. "Nadie va a trabajar gratis", afirmó.

Debido a la necesidad de solventar la plantilla de trabajadores, aseveró que "el país necesita empresarios para que los nuevos medios sean rentables. No se debe hacer a un lado al gobierno y sus apoyos, pues los medios digitales necesitan recursos para sacar adelante sus proyectos".

**REDES SOCIALES: MOTIVO DEL EMPODERAMIENTO CIUDADANO EN LA INFORMACIÓN.** [www.adigital.org](http://www.adigital.org) Emilio Saldaña Quiñones, director de la empresa mediática ADigital, afirmó que las redes sociales como Twitter y Facebook, han forjado en los internautas cualidades que antes eran inimaginables y ahora quien tiene acceso a múltiples fuentes de información es quien ostenta poder.

Durante la tercera mesa "Las redes sociales como nuevas herramientas digitales de la información y su impacto en la libertad de expresión" del Primer Foro de Medios de Comunicación Digital en México Organizado por la Agencia APP y la Cámara de Diputados, el empresario afirmó que gracias a la colaboración del público, la información es más veraz e inmediata.

"Una de las muestras más interesantes del poder que implican los medios digitales con la sociedad, es que hoy se lleve el tema a la Cámara de Diputados, lo que se está observando es un empoderamiento del ciudadano", afirmó Saldaña-

**SE ROMPE EL MONOPIOLIO DE LOS MEDIOS TRADICIONALES.** Por su parte, Mario Campos Cortés, conductor del programa Antena Radio del Grupo IMER, manifestó que gracias al uso de los medios digitales y las redes sociales "se rompió el monopolio de los medios como enlace entre el hecho y la audiencia".

Y agregó que: de esta manera se democratiza el acceso a los espacios públicos que ofrece la red. Asimismo, aseguró que la participación de la sociedad en el manejo de la información mediante las redes sociales, implica que la clase política

responda más rápido ante las presiones de las personas que desean conocer cierta información,

Señalo que incluso los medios de comunicación son afectados por el poder que adquieren los ciudadanos: “lo que observamos es un medio más parejo (...) como medio, tienes que aprender a conversar con las personas y formar comunidades”.

**LAS REDES SOCIALES, NUEVOS MEDIOS INFORMATIVOS.** José Merino, editor del medio digital La Lonchería.com, resaltó que a través de redes como Twitter se crea un modelo de comunicación deliberativo e informativo debido a que los usuarios crean un diálogo entre ellos.

Aseguró que a través del uso de las redes sociales en la información, la comunicación se convierte a un modelo más horizontal, donde si bien se corre el peligro de leer algo que no es cierto, el mismo exceso de información te corrige la información en muy poco tiempo.

A decir del experto, las redes sociales pueden beneficiar a los medios tradicionales al convertirlos en una Lupa, y “de esta manera la parte de la sociedad que ingresa a las redes sociales, provoca que el profesional de la información se convierta en un mejor periodista”.

**LOS MEDIOS TRADICIONALES CON EL RETO DE CONVERGER.** [www.animalpolitico.com](http://www.animalpolitico.com) Hugo Maguey integrante del grupo de información instantánea virtual Pájaro Político, mencionó que el ejercicio de la libertad de expresión que motivan las redes adquiere un nuevo sentido.

“Hay que hacerse responsables de cada publicación (...), hay que aceptar y contestar las críticas, esto demostrará que Internet es el medio más democrático que tenemos”, ahondó el experto en redes sociales.

“Twitter es incipiente, pero ya da señas de una revolución en la manera de informar, a consecuencia de la interacción, Twitter nos pone en el mismo nivel a todos”, enfatizó Maguey.

Asimismo, mencionó que los medios tradicionales tienen un enorme reto al converger al espacio digital, puesto que se enfrentan con mucha competencia, y concluyó: “en internet, cabemos todos y solamente se queda fuera el que quiere”.

**URGENTE RECONOCER A LOS MEDIOS DIGITALES.** Hoy en día, la tecnología es parte del sistema de vida de todas las sociedades y avanza a un ritmo vertiginoso; internet, por su parte, proporciona una amplia variedad de opciones que han alcanzado a la mayoría de las áreas y sectores que se adaptan a estas nuevas necesidades de la humanidad.

Tal es el caso de los medios de comunicación que han tratado de integrar este nuevo estilo a su área, por lo que actualmente se encuentra en expansión una nueva forma de informar y de difundir información: los medios de comunicación digitales.

Durante la segunda mesa “Reconocimiento de los medios de comunicación digitales como empresas editoriales en línea: publicidad, periódicos, revistas, y agencias”, realizada en el foro “Medios de Comunicación Digitales: su influencia en el desarrollo democrático de México”, especialistas coincidieron en la necesidad de impulsar estas plataformas informativas.

**NO TODOS LOS PORTALES SON CIBERMEDIOS.** El doctor José Luis López Aguirre, coordinador del Departamento de Periodismo de la Universidad Panamericana, indicó que no cualquier medio o página que está en la red, se puede calificar como ciber medio, ya que tiene que cumplir con una serie de características, rasgos y debe de aprovechar las nuevas posibilidades que están la web para que realmente se considere un nuevo medio.

Ejemplificó que un grupo de periodistas durante un congreso en España, desarrollaron indicadores que puntualizan que para que un medio de comunicación pueda ser llamado digital es necesario cumplir con requisitos como la frecuencia de actualización, interactividad, la hipertextualidad y la multimedialidad.

Con base en eso, indicó que el panorama en México de la prensa digital es muy irregular, debido a que la mayoría de los medios de comunicación, no ha aprovechado dichas capacidades.

**EL EMPRESARIO.** Carmen Castellanos, editora de [elempresario.mx](http://elempresario.mx), expresó que el motivo de cubrir el sector de las pequeñas y medianas empresas (Pymes), fue porque es una parte importante a nivel económico en México que aporta casi el 50 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y genera 7 de cada 10 empleos en el país, mismas que requerían información específica y no había quien se las proporcionara.

Tras explicar el nacimiento del suplemento El Empresario, del periódico El Economista, la periodista en economía destacó que además de contar con su página, se basa en otras vertientes o herramientas para poder ofrecer un producto integral.

Precisó que dichas herramientas, son: un boletín electrónico, una sección semanal dentro de El Economista donde se cuenta con una parte periodística al cien por ciento, así como las redes sociales de Twitter y Facebook.

Indicó que “además de analizar, informar, y denunciar, el periodismo también es educar y formar, y en este sentido, El empresario también es un asesor, ya que especializa a periodistas en dichos temas para así generar una propuesta editorial y general”.



**APP.** Como fundador de la Agencia Periodística Personalizada (APP), manifesté que con los medios digitales se contribuye al cuidado del medio ambiente en comparación con los impresos.

De igual forma, destacué que económicamente, resulta benéfico para las empresas incursionar en lo digital, pues los costos se reducen de forma considerable con esta nueva tendencia de informar.

“En México no existe el concepto de medios de comunicación digital, sin embargo ya estamos presentes aunque la mayoría no contamos con inyección de capital empresarial o político”, dije.

Como periodista exhorté a los jefes de prensa, directores de comunicación social, encargados de relaciones públicas y marketing del sector público y privado que brinden a los nuevos medios digitales un trato justo y equitativo como empresas editoriales serias.

**E-CONSULTA.** Por otra parte, el director general de E-Consulta, Rodolfo Ruiz Rodríguez destacó que su empresa es una muestra de que sí se puede hacer periodismo digital, ya que se ha mantenido en la Web durante ocho años y ha ganado dos premios nacionales de periodismo.

Señaló que el exponencial crecimiento del periodismo en la Web ha contribuido a formar un país más democrático, tolerante y plural, así como a amplificar los márgenes de la libertad de expresión.

Aprovechar el uso del uso de la tecnología, redes sociales, internet y el correo electrónico ha logrado una mayor interacción con los ciudadanos, haciendo realidad el “periodismo ciudadano”, género que fue designado por un video aficionado argentino el 7 de marzo de 1981; apuntó Rodolfo Ruiz.

“A pesar de la penetración de los periódicos digitales, su mayor reto reside en su financiamiento ya que los presupuestos asignados para su contratación, continúan siendo marginales y un problema que presentan es la escasez de recursos humanos”, explicó.

Asimismo, indicó que un periódico on-line puede ser un negocio y E-Consulta puede ser un ejemplo de eso. “El periodismo digital puede ser una herramienta útil y eficaz para que México deje de ser un país de ciudadanos imaginarios”, acotó.

Rodolfo Ruiz Rodríguez consideró necesario que legisladores, autoridades y sociedad, faciliten el acceso a la información como un instrumento que genere condiciones de igualdad entre los mexicanos, y que además garantice el derecho a la información pública, la intimidad, protección de datos personales y la libertad de expresión.

**ERNESTO PIEDRAS.** Finalmente el director general de The competitive Intelligence Unit, Ernesto Piedras subrayó que hablar de los medios de comunicación digital, de tecnología y contenidos, “es tratar temas de desarrollo integral del país”.

Señaló que estos medios “necesitan una articulación legislativa, un marco operativo, una profesionalización y capacitación”, pero la sociedad continúa dudando si debe o no acceder a ello.



LA AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA  
Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS  
INVITAN AL:



### “PRIMER FORO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN MÉXICO”

- 10:00 horas. Inauguración. Mesa I “La realidad de los Medios de Comunicación Digitales en México. Experiencias, retos y desafíos; su impacto informativo”.
- 12:00 horas. Mesa II “Reconocimiento de los medios de comunicación digitales como empresas editoriales en línea: publicidad, periódicos, revistas, y agencias”
- 15:00 horas. Mesa III “Las redes sociales como nuevas herramientas digitales de la información y su impacto en la libertad de expresión.
- 17:00 horas. Mesa IV “La Nueva Ley de Medios y su impacto en la red digital. La Radio y Televisión comunitarias”
- 19:00 horas. Clausura.

Salón Legisladores de la República, Edif. "A", Cámara de Diputados.  
Av. Congreso de la Unión No. 66, Col. El Parque, Delegación Venustiano Carranza.  
Tel. 5036-0000 Ext. 55142, 55175  
Lada sin costo 01800 122 6272

#### Invitación en la página de la Cámara de Diputados al Foro.

Tras esta enriquecedora experiencia del foro, el 30 de abril del 2010 también conseguí un contrato indefinido con el periódico Publímetro, donde el trabajo de APP consistió hasta enero de 2013, en cubrir los eventos que solicitaba el medio sobre sus marcas.

La entrada a este medio de comunicación impreso se dio gracias al profesionalismo con que venía trabajando APP y a que el Director Editorial de Publímetro era quien fuese mi primer jefe de información en La Crónica de Hoy, Alfredo González, quien además ya tenía referencia de mi desempeño periodístico.

*“Las personas cambian cuando se dan cuenta del potencial que tienen para cambiar las cosas”... Paulo Coelho*

40 Especial

MARTES 08 DE FEBRERO DE 2011

# La fiesta del Super Bowl XLV

Comparten emoción y alegría invitados a la Fiesta VIP del Super Bowl organizada por Publímetro y Fox Sports

**KO** Organizadora por el periódico Publímetro y la cadena televisiva Fox Sports, clientes, asociados y socios estables, se reunieron en el pasado domingo en el The Plaza Restaurant, del hotel Presidente InterContinental, para disfrutar de la gran fiesta VIP del Super Bowl en su edición XLV, donde por más de cuatro horas Conn Barry y Pittsburgh Steelers colgar y girar de emoción a los invitados.

Felix Barco, director ejecutivo de Marketing de Fox Sports, se mostró satisfecho por esta reunión deportiva y reconoció que "el objetivo primordial es celebrar con los clientes más allegados a la fiesta el evento deportivo más importante del año que es el Super Bowl", y se congratuló por ser la organización televisiva en México en poder transmitir esta definición. Los ganadores olímpicos Paola Espinosa y Rommel Pacheco agradecieron a Publímetro y Fox Sports la invitación al evento. "Hoy es día para celebrar y disfrutar este partido, ya me gustaría incorporarme a los entrenamientos, el juego está increíble, pero estoy convencido de que Pittsburgh va a ganar el partido y va a ganar", señaló Pacheco.

"A mí me divierte mucho el juego y es un momento importante en el que te reúnes con los amigos, te voy el equipo de los Engañadores porque a nosotros le va la Academia, sería la fiesta de la familia", comentó sobre la medallista olímpica, quien ya se prepara para la serie mundial en el mes de mayo.

También, Ivan Dominguez, integrante de la famosa banda Timbiriche, disfrutó de esta gran fiesta del Super Bowl, y dijo que el fútbol americano es su pasión, y mejor aun cuando se disputa con los amigos, pero aseguró que a solas no es igual, pues siempre hace falta la presencia de alguien que pueda jugar y apoyar a los amigos favoritos.

Durante el juego, los patrocinadores del evento aprovecharon las plazas para disfrutar entre los asistentes juegos de mesa en mesas decoradas con taracotas, botellas de champagne, libros, lentes, muñecos, coques y balones oficiales de la NFL, lo que aumentó aún más la alegría de los invitados.

Por su parte, Gabriela González Solares, Gerente Senior de Promoción y Relaciones Públicas de la National Football League (NFL), destacó el trabajo en conjunto entre organizadores y patrocinadores para hacer este evento "se está haciendo patente lo que hemos hecho, el interés de que las personas estén disfrutando el juego es algo para todos nosotros".

Los clientes y asociados de Publímetro y Fox Sports coincidieron por separado en que la NFL está comprometida con la red de mensajería y en ella se lucha por combatir la obesidad.

"Tenemos en mente un proyecto para conseguirlo, no hay sólo impulsando el fútbol americano, sino también con una serie de filmos muy parecidos, pero que pueden hacer la diferencia en los resultados", dijo Gerardo Cárdenas de la cadena Fox.

Cabe señalar que Publímetro y Fox Sports, así como Mitsubishi Motors, NFL, Colombia, Techdata, Carey Foundation, Webcor, IBM, 360, Government and Public Administration, Palm Restaurant y Presidente InterContinental, están preocupados por un México más saludable y único, y es gracias al apoyo del fútbol americano lo que promueven entre la gente los valores y el juego de conjunto, mismo que puede ser llevado y aplicado en las actividades de nuestra vida cotidiana.



**El objetivo fue celebrar con clientes y asociados el evento deportivo más importante del año.**

1. Oscar Contreras gana robot conmemorativo NFL. 2. Gerardo González y Jorge Lopezerra. 3. Santiago Puente y Gerardo Farfán. 4. Martín Pareda, Vespí Vargas, Gabriela Elizalde, Patsy y Elizabeth Ibe. 5. Conrado García Viveros, Samantha Cuevas y El Mondria. 6. Santiago Alejo Nieto. 7. Susa Santoyo recibe premio viaje.

Nota pagada por el diario Publímetro a APP.

06 publímetro noticias

www.publímetro.com.mx

MIÉRCOLES 18 DE JUNIO DE 2011

## Desfilan globos gigantes

El GDF dio el banderazo a las actividades de verano con un desfile en Paseo de la Reforma

Personajes de películas y de música mexicana cautivaron a los niños

En una travesía de color que partió de la escultura del Caballito a la Torre Mayor, cerca de 150 mil capitalinos, entre menores, familias y paseantes, presenciaron al Primer Gran Desfile de la Ciudad de México con el cual el GDF recibió los votos de verano.

El desfile contó con La Carriña, El Ratón Vaquero, Mickey Mouse, La Rana René, personajes de la cinta Rio, entre otros. Formaron parte de los 13 globos gigantes que desfilaron sobre Paseo de la Reforma.

Con La Carriña se rindió homenaje al ilustrador José Guadalupe Posada (1862-1933) con C+C-CI se reconoció al compositor mexicano

Francisco Gabilondo Soler (1900-1990) tanto con su personaje El Ratón Vaquero, pues celebra 75 años de su creación.

Las animadas canciones disfrutaron de 12 caravanas artísticas la participación de la banda Desfilas de Jalisco Veracruz y de más de mil artistas mexicanos, entre acrobatas, bailarines, payasos y músicos.

Al decir de Telcel, uno de los principales operadores, "el objetivo del desfile fue promover los más altos valores familiares, como la unión y el mutuo respeto" y refrendar su compromiso por promover eventos de arte, cultura y entretenimiento en el país. **RESUMEN**

**13** figuras monumentales cruzaron sobre la Avenida. Cada una es sostenida por una veintena de personas.

**150** mil capitalinos el evento, la mitad de lo previsto por el Gobierno local.

**2** horas duró este evento. Comenzó a las 12:05 y concluyó mucho antes de lo previsto, alrededor de las 14:00.

**1800** policías guardaron la seguridad.

A pesar de la tarde cálida, cientos de familias se congregaron para observar el desfile.

**Las novedades**  
Productos curiosos de la feria.

1. Licores de la suerte. Son solicitados por las personas que gustan de los juegos de azar como la lotería y el bingo.

2. Los ángeles más admirados son San Gabriel y San Miguel.

3. San Antonio Abad es el santo más solicitado por quienes buscan sanación y recuperación.

**¿Requieres Dinero? TENEMOS LA SOLUCIÓN**

Planes Preferentes No importa tu hora de crédito. Lo que más acordemos.

9000-4765

**FIMEX** FINANCIEROS INTEGRADOS

**Consultas esotéricas contra la inseguridad**

La seguridad y la suerte en los juegos de azar son dos aspectos que los regionistas buscan mejorar en su vida, por lo que reconocieron a las tarotistas y jibones milanesas para conseguir el día que les permita ganar y ganar cuanto invierten.

El público que más gusta de estos productos y servicios en la región son las empresas. Para mejorar la seguridad, su suerte y obtener protección, la población acudió este fin de semana a la Expo Esotérica en busca de lecturas y amuletos que aljen este problema.

De acuerdo a las estimaciones que ofrece los locatarios, las ventas en ese evento se han incrementado cerca de 40%.

**KARLA BELSANGA** locataria de Publímetro

Cobertura pagada a APP para cubrir el Desfile de Telcel para el periódico Publímetro.



Otra experiencia que se tuvo con APP, fue la cobertura del “Mobile Commerce México and Central América Summit 2012”, donde gracias a los resultados obtenidos en El Salón de las Franquicias, Ana Laura Sarmiento, publicirrelacionista de Frecuencia On-Line, revista organizadora del evento,



Cobertura de la “Mobile Commerce México and Central América Summit 2012” por parte de APP.

recomendó nuestro trabajo para hacer las notas informativas del evento, las galerías de fotos y las video-entrevistas con los ponentes de la expo.

APP se daba a conocer en internet y para muestra, la empresa Kenwin me contactó para realizar la cobertura de un evento privado sobre tableros de control para el seguimiento de calidad dentro de las compañías. Tema que aunque no era mi especialidad, tuve que investigar a fin de entregar el material adecuado, lo cual se logró a cabalidad y la empresa contrató los servicios de APP para un segundo evento unos meses más tarde.



Oficinas físicas de APP en Los Reyes La Paz.

En julio de 2012, abrí las primeras oficinas físicas de APP en el centro de Los Reyes La Paz, Estado de México, a fin de captar el mercado del Oriente de la Ciudad y municipios aledaños, renté un local de 76mts<sup>2</sup> por 4 mil pesos mensuales, los cuales se pagaban del *banner* –publicidad digital- que contrató la Asamblea Legislativa del

Distrito Federal (ALDF) dentro de nuestra página web.

## EMPRENDEDOR SOCIAL INAUGURA AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA EN LA ZONA ORIENTE DE LA CIUDAD DE MÉXICO Y EL EDOMEX

- **Uno de los objetivos, incursionar en una zona marginada por las agencias de publicidad: dice periodista fundador del proyecto.**
- **La empresa brinda servicios de impresión en gran formato, cursos de emprendimiento creativo, campañas publicitarias, coberturas periodísticas, y creación de invitaciones.**

**Ciudad de México. Agosto de 2012.-** Dada la saturación de agencias de publicidad que existen en el Distrito Federal y la proliferación de consultorías sobre redes sociales en la capital, un reportero pasante de la UNAM, con su Plan de Negocios en mano, inauguró este fin de semana la primera APP (Agencia Periodística Personalizada) del país, en la zona Oriente de la Ciudad de México y el Edomex.

Con la intención de cambiar la perspectiva sobre una de las zonas más conflictivas del DF y zona metropolitana, así como de apoyar a los habitantes y microempresarios de Los Reyes, La Paz, Estado de México, el periodista Mario Hernández López, acompañado de emprendedores, familiares, y funcionarios del Ayuntamiento, realizó el corte de listón de APP.

Pese a que el proyecto recibió su Plan de Negocios y Carta de Viabilidad por parte de la Incubadora de Empresas de la UAEM Texcoco, y participar en Capital Semilla 2012, el emprendedor decidió transformar su proyecto empresarial a un emprendimiento periodístico con mayor finalidad social, rechazando su primer Plan de Negocios e incluso su participación en Capital Semilla de este año.

Lo anterior, explicó el reportero emprendedor social, “porque la agencia era un proyecto para generar dinero y ahora se volvió a incubar porque queremos lograr

la primera agencia emprendedora social que la haga diferente de todas, una empresa que no sólo genere recursos financieros, sino que el objetivo primordial sea ayudar a la gente de la zona Oriente, generar empleos profesionales en nuestra localidad, así como educar y cultivar desde el enfoque del emprendimiento con impacto social”.

Y lo vamos a lograr, agregó emocionado al explicar que: “ahora se trata de un innovador proyecto que fusiona los servicios de: **comunicación para grandes empresas, publicidad y promocionales para pymes, e invitaciones y recuerdos para la sociedad en general**; además de que contamos en la oficina con nuestro colectivo social Sembrando Raíces, el cual consiste en un **cinclub gratuito** para niños y jóvenes todos los fines de semana, y una **tienda de artesanías** para recuerdos”.

El emprendedor, reveló que al terminar el nuevo Plan de Negocios para la Agencia Periodística Personalizada, no sólo buscará Capital Semilla por parte del gobierno sino que el objetivo será convencer a ángeles inversionistas ya que el capital para lograr su consolidación es de aproximadamente 25 millones de pesos debido a que dentro de la empresa existen proyectos sociales que requieren de mayores recursos económicos por el nivel de impacto que se desea.

Si desea conocer más sobre APP, se puede consultar la página [www.appcontent.com.mx](http://www.appcontent.com.mx) y estará presente en el pabellón de emprendedores, en un stand de la Incubadora de Empresas de la UAEM, durante la Semana Nacional Pyme 2012.

ooooooo

[Comunicado enviado a los medios sobre el cambio de imagen y apertura de las nuevas oficinas]



Pero el anuncio no sólo se hizo a los medios de comunicación locales y nacionales, sino que también se informó, a través de flyers, a los vecinos y locatarios conocer las instalaciones de la agencia.

Previo a la apertura, mandé hacer un Análisis de Viabilidad de Ventas de los servicios de APP con la empresa especializada en ventas Bullish, la cual conocí durante mi primera participación como expositor emprendedor en el Pabellón de Emprendedores de la UAEM, dentro de la Semana Nacional Pyme 2012.



## Proyecciones de ventas Canal 1: PyMes, Expos y ferias

La labor de campo se focalizará en identificar los clientes potenciales de cada nicho, permitiendo concentrar las llamadas de salida y visitas en clientes con factibilidad alta para eficientar los recursos.

# de servicios / productos vendidos en el año	Importe de ticket promedio	Importe de ventas totales (anuales)
37	\$15,360	\$564,019

Nombre del producto	Servicio / Producto	Precio
Mix de servicios		\$15,360.00
Nombre del producto		
Precio promedio del producto / servicio	\$15,360	
Servicios / productos por ticket	1.00	
Ticket de venta promedio	\$15,360	
Hábitat de ventas del último periodo (anual)	N/D	
Hit rate	15%	
Proyección Canal 1	Hit Rate por nivel	Año 1
		Mes 0 Mes 1 Mes 2 Mes 3 Mes 4 Mes 5 Mes 6 Mes 7 Mes 8 Mes 9 Mes 10 Mes 11
# de contactos	NA	0.0 80.0 100.0 140.0 160.0 160.0 200.0 200.0 200.0 200.0 200.0 160.0 140.0 1700.0
# de prospectos potenciales	45%	0.0 27.0 45.0 63.0 63.0 72.0 90.0 90.0 90.0 90.0 90.0 72.0 63.0
# de citas agendadas	50%	0.0 13.5 22.5 31.5 31.5 36.0 45.0 45.0 45.0 45.0 45.0 36.0 31.5
# de citas atendidas	80%	0.0 10.8 18.0 25.2 25.2 28.8 36.0 36.0 36.0 36.0 36.0 28.8 25.2
# de propuestas emitidas	80%	0.0 8.6 14.4 20.2 20.2 23.0 28.8 28.8 28.8 28.8 23.0 20.2
# de cierres	15%	0.0 1.3 2.2 3.0 3.0 3.5 4.3 4.3 4.3 4.3 3.5 3.0
Canal 1	Venta por ticket	Año 1
		Mes 0 Mes 1 Mes 2 Mes 3 Mes 4 Mes 5 Mes 6 Mes 7 Mes 8 Mes 9 Mes 10 Mes 11
Mezcla de servicio promedio	\$15,360	\$0 \$19,907 \$33,176 \$46,449 \$46,449 \$53,084 \$66,355 \$66,355 \$66,355 \$66,355 \$53,084 \$46,449 \$564,019

Aquí una de las hojas de la presentación del Plan de Ventas realizado por la empresa Bullish, la cual demostraba la viabilidad de los servicios de la agencia.

Todo marchaba bien y en este tiempo, APP fue invitada por la coordinadora de la Incubadora de Empresas, Rosa María Contreras Murillo, a la Semana Nacional Pyme 2012 por ser uno de los proyectos más innovadores y contar con su Plan de Negocios dentro de esta institución educativa.

La participación exitosa de APP en esta semana Pyme no hubiera sido posible sin el apoyo familiar de Nohemí Romero López y Ramón Hernández Barranco, quienes se pusieron la camiseta desde un principio por creer en el proyecto.



Participación como emprendedor y representante de la Agencia Periodística Personalizada, en el pabellón de emprendedores de la Semana Nacional Pyme 2012.

Durante la Expo, me turné con los colaboradores de la agencia para asistir al Centro Banamex ya que estaba tomando un Taller de Formación de Cineclubes por parte de la Red de Enlace Cineclubista en el Centro Cultural España y también supervisaba la adecuación del local para dividirlo en dos: la parte empresarial y el lado social, sin saber que con este paso me estaba convirtiendo en un emprendedor social.

Ello debido a que mis objetivos, meta, misión y visión ya no consistían solamente en lucrar sino en el aporte a la comunidad, el beneficio social, contribuir a la cultura de la zona, además de apoyar los negocios locales y aledaños.

Cuando se terminó la remodelación del local, APP quedó en un espacio más reducido que el que se dejó para el lado social de la empresa, al cual se le llamó “Sembrando Raíces”, mismo que no sólo consistía en un Cineclub voluntario, también en la primera tienda de productos hechos por artesanos y emprendedores en el Oriente de la Ciudad y el Estado de México.



Fachada del local de la Agencia APP con su lado empresarial y su parte social con el cineclub “Sembrando Raíces en Los Reyes La Paz, Estado de México.

*“Pensar es el trabajo más difícil que existe. Quizá sea ésta la razón por la que haya tan pocas personas que lo practiquen”... Henry Ford*





Interior de la agencia en su lado social del Cineclub, donde se desarrollaron debates cinematográficos, educativos y sociales.



Casa llena en una función universitaria dentro del Cineclub de APP.

Las cosas cuadraban y salían bien para la agencia, y para aprovechar el auge, durante la Semana Nacional Pyme 2012 redacté un oficio para invitar al resto de los emprendedores del pabellón donde se encontraba el stand de APP a vender sus productos en la Tienda Sembrando Raíces, la cual estaría dentro del cineclub, propuesta que los emprendedores aceptaron con gusto ya que les convenía tener un lugar de exhibición más donde mostrar sus productos.

Los emprendedores me vendieron a mitad de precio sus artículos, otros me dieron precios de mayoreo aunque llevase menudeo, generando así nuestras primeras alianzas con otros emprendedores para vender sus productos en el cineclub de la agencia.

Pero no todo es miel sobre hojuelas en un proyecto, pues como todo micro empresario orquesta, me llegó un tiempo difícil a finales de 2012: se acabó el contrato de publicidad con la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y se terminó el contrato con los diputados priístas de Jalisco, además Publímetro ya no solicitaba coberturas de eventos, lo cual redujo a cero, a nada mis ingresos, ocasionando el cierre del local de APP.

**EMPRENETIP.** En cualquier profesión, especialmente el Periodismo, si vas a trabajar como independiente, te sugiero:

- 1) Definir tu nicho de mercado.
- 2) Utilizar diferentes medios de llegar a tus posibles clientes.
- 3) Vender sólo lo que sabes hacer, es decir, delimitar tus servicios. No quieras hacer de todo un poco.
- 4) Armar presentaciones de ventas cortas, creativas y claras.
- 5) Si no eres empresario, especializarte en negocios e incubar tu empresa para asegurar y confirmar la viabilidad del proyecto y buscar financiamiento.
- 6) Dedícale la mayor parte del tiempo a las ventas, ya que sin contratos no hay ingresos.

- 7) Crear una página web empresarial y abrir y explotar las redes sociales que más convengan a tu negocio.
- 8) Ofrece tus servicios en el mayor número de eventos posibles como: expos, ferias, reuniones, etc.
- 9) Mantén tus finanzas sanas por si alguien le interesa invertir en tu proyecto.
- 10) Crea una imagen corporativa atractiva de acuerdo a tu giro empresarial.
- 11) Quizás uno de los puntos más importantes es generar alianzas que potencialicen tu labor empresarial.
- 12) El valor marca la diferencia. Ofrecer servicios con valor agregado y social, harán que destagues entre la competencia. Es esencial que seas diferente en cómo realizas tu trabajo, innovador en tus servicios y creativo en tus formas.

**EMPRENETIP.** Si decidiste ser un emprendedor y no cuentas con recursos o grandes capitales y trabajas en otra empresa para poder ser tu propio jefe, te recomiendo:

- 1) No mezclar las funciones que pueden afectar tu empleo fijo o la imagen y el nombre de tu proyecto.
- 2) Separar los gastos personales y familiares de la inversión a tu proyecto.
- 3) Si tienes la visión de crecer, incuba tu idea para sacar un Plan de Negocios y buscar financiamiento público o privado. Si emprendiste, por qué no crecer, con ello generarás más empleos.
- 4) Agendar bien tus tiempos personales, familiares, laborales y empresariales.

Tiempo antes de que se cerrarán las oficinas de la agencia logré la fidelidad de varios clientes de la zona que requerían de publicidad impresa, pues fue un servicio que se implementó a fin de tener un ingreso más constante, ya que los servicios tardaban en contratarse y de alguna forma se buscaba solventar el pago de la renta del local.



Como otra estrategia, tuve que impartir cursos a microempresarios de la localidad. El primero fue un curso-taller de Emprendimiento Creativo, el segundo uno de Redes Sociales para Negocios, y el tercero otro de Comunicación Digital para universitarios, los cuales se muestran en los siguientes carteles:

# CURSO TALLER

## EMPREDEDURISMO CREATIVO

AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA

**“Emprender cualquiera lo hace, dejar huella no cualquiera”**

¿Emprendes para vivir o sobrevivir?  
 ¿Emprendes con visión?  
 ¿Tu idea es común o diferente?  
 ¿Emprendes motivado o necesitado?

Objetivos del Curso:

- Descubrir el maravilloso mundo del Emprendedurismo desde una forma creativa (historia, conceptos y términos)
- Aprender a utilizar los recursos a tu alcance para brindar una mejor imagen y atraer más clientes (apoyos familiares y sociales, experiencia, capacitación, y financiamientos creativos)
- Aprovechar las aplicaciones y herramientas gratuitas en Internet, convirtiéndote en una empresa a la vanguardia en lo digital (aplicaciones, blogs, redes sociales herramientas para pymes en Internet)

Deja de ser Dueño de un negocio y un Emprendedor común, conviértete en un Emprendedor Creativo con Impacto Social

El Curso abordará 4 aspectos fundamentales en todo emprendimiento creativo:

1. Motivación
2. Creatividad Empresarial
3. Liderazgo
4. Felicidad Laboral

Duración: 48 horas

Del lunes 20 de agosto al viernes 12 de octubre de 2012

Horarios: Lunes y Viernes de 16 a 19 horas (1 hora de teoría, 2 horas de prácticas, casos de éxito y multimedia)

Costo de Recuperación \$800.00 todo el curso o bien \$300.00 por Bloque (4 en total), Incluye material creativo.

Olvídate de los cursos aburridos, aquí aprenderás con:

- Prácticas innovadoras
- Dinámicas
- Material Creativo
- Slides
- Videos

Imparte: Agencia Periodística Personalizada (www.agenciaapp.com)  
 Confirma tu asistencia al teléfono 58566584  
 o al correo: comunicacion@agenciaapp.com

Cartel del Curso-Taller de “Emprendimiento Creativo” que impartí dentro de APP.



# CURSO TALLER



AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA

## “Cómo posicionar mi negocio en Internet para vender más y satisfacer más”

En el curso conocerás las tendencias y resultados efectivos de venta utilizando de manera correcta los blogs y las redes sociales.

Sabrás aprovechar las aplicaciones y herramientas digitales que ofrece la web de forma gratuita para explotar y promocionar tu negocio.

Con el taller realizarás de forma profesional un blog para tu negocio o idea empresarial que te ayudará a captar clientes y dar una mejor imagen.

Utilizarás de manera efectiva el alcance y poder de las redes sociales como lo hacen las grandes empresas para lograr una mayor difusión de tu negocio o idea en Internet.

Dirigido a:

Emprendedores  
Ejecutivos  
Empresas  
Directivos  
Dueños de Negocios  
Funcionarios  
Gerentes  
Universitarios

Asiste al curso de inducción gratuito el sábado 4 de Agosto de 2012 a las 12:00 horas en Calle San Francisco No. 13-C, Planta Alta, Colonia Los Reyes, Municipio La Paz.

El Curso – Taller inicia el sábado 11 de Agosto y se impartirá todos los sábados de 11:00 a 14:00 horas (1 hora de teoría y 2 de prácticas), terminando el sábado 1º de Septiembre de 2012.

Al finalizar te entregaremos Constancia del Curso Taller

Imparte: Agencia Periodística Personalizada ([www.agenciaapp.com](http://www.agenciaapp.com))

**Confirma tu asistencia al teléfono 58566584**

Cartel del Curso-Taller “Como posicionar mi negocio en internet para vender más”, que impartí en APP.

# CURSO TALLER Mi futuro como Periodista En los medios de Comunicación Digital Y el social media



**Conoce**  
las tendencias de la comunicación y el periodismo  
en la era de las redes sociales y las TIC's.

**Descubre**  
fabulosas aplicaciones y herramientas que te  
ayudarán a convertirte en un profesional del  
ciberperiodismo.

**Aprenderás**  
En el curso aprenderás a utilizar de forma práctica  
en tu profesión periodística: aplicaciones, blogs,  
redes sociales, herramientas digitales, plataformas  
multimedia

**Inicio:** Sábado 6 de Octubre y termina el 8 de  
diciembre de 2012. (10 sábados)

**Horario:** Todos los sábados de 11:00 a 13:00

Inscripciones abiertas al 58566584 o al correo  
comunicacion@agenciaaapp.com

**Cuota de recuperación:** 1,000 pesos.

**No dejes pasar la oportunidad.  
Cupo limitado.**

Imparte  
(Empresa pionera en organizar el Foro de Medios de  
Comunicación Digitales y Redes Sociales)

AGENCIA PERIODÍSTICA PERSONALIZADA

Cartel del Curso-Taller "Periodismo Digital" que impartí a estudiantes universitarios.



*“El cambio es ley de vida. Cualquiera que sólo mire al pasado o al presente, se perderá el futuro”... John Fitzgerald Kenned*

Con el nuevo enfoque empresarial-social, APP se definió como un **Emprendimiento Social Periodístico** pionero en apoyar a Empresas y Particulares en la Generación de Contenidos, mediante la Cobertura de Eventos, una empresa social que apoya áreas de Relaciones Públicas, Marketing, Cabildeo, Comités Organizadores de Expos y Seminarios, entre otras.

Debido a que seguía trabajando como independiente y no podía hacer todas las actividades solo, decidí que la agencia podría operar como una compañía de jóvenes profesionales independientes que con ideas creativas, frescas e innovadoras en los ramos de la comunicación, el periodismo, la investigación y la publicidad podrían conseguir el éxito sin arriesgar sus empleos fijos para poder impulsar de una manera más sólida el proyecto periodístico y una vez obtenida su estabilidad financiera, logrará ser un emprendimiento sólido generador de empleos estables y bien pagados para las nuevas generaciones de profesionistas.

Este emprendimiento no sólo tenía el más firme objetivo sino la más clara visión que desde el periodismo se pueden hacer otras cosas, como: trabajar de forma independiente para empresas y particulares cobrando bien por nuestros conocimientos –no sólo por la experiencia- y además concientizar y aportar a la sociedad con labores sociales como ningún periódico, revista o medio electrónico hace de manera permanente para ayudar a los que menos tienen, ya que su principal y único interés es ganar audiencias y sacar la de ocho antes que su competencia.

Bajo la premisa de que la información es poder y compartirla lo es aún más, la agencia se dedicaba a cubrir eventos para brindar información a sus clientes, los cuales podrán implementar estrategias internas y externas para lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Coordinar con éxito la Jefatura de Prensa del departamento de Comunicación Social del Ayuntamiento de Atizapán de Zaragoza, me dio la experiencia para implementar estrategias efectivas de difusión ante la opinión pública, mismas que ofrecía en la agencia como servicios de Comunicación Social y Corporativa.

También Relaciones Públicas, experiencia que obtuve al haber colaborado durante un año para una asociación civil dependiente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), llamada Consejo para el Desarrollo de los Pueblos de Latinoamérica (CADEL), así como de la Agencia Gaudelli, donde me desempeñé como Jefe de Redacción; motivo por el cual pude implementar este servicio gracias a una alianza con otros profesionales expertos en esta área y poder así brindar un servicio integral de evolución digital denominado Prensa Estratégica.

Haber organizado uno de los primeros foros de redes sociales y medios digitales en México, me dio la oportunidad de aprender a fondo estos temas y contactarme con expertos en dichos rubros, elementos que aproveché para implementar el servicio de Redes Sociales o Social Media dentro de la agencia.

Pero para posicionar la página de nuestros servicios, en internet no bastaba sólo con subir un portal electrónico sino darle vida, generar contenidos para que aparezca en los primeros lugares de búsqueda a la hora de googlear una palabra relacionada con su quehacer periodístico.

Por ello, además de la optimización SEO, agregamos varias pestañas en las que subía constantemente información que posicionaba la agencia en el mundo 3.0.

**EMPRENETIP.** Si eres emprendedor o MyPyme de cualquier rubro, te recomiendo poner una pestaña de noticias o un blog en el cual puedas brindar información relevante e interesante sobre tu sector, a fin de que seas un referente para los ciberusuarios. Sin embargo, dependiendo a lo que te dediques, sabrás qué pestañas y qué contenido subir a tu plataforma para ganar terreno en internet.

En el caso de APP, los temas más convenientes para posicionar la página web, fueron:

- **Portafolio de Trabajos.-** Donde se remite algunos de los trabajos que la agencia ha realizado para diversos clientes particulares y empresas.
- **Emprendetips.-** Es una sección de Tips para emprendedores o Mipymes en la que se publican consejos de marketing y otras áreas a fin de posicionar su negocio en la web, así como lo hace la propia agencia con la publicación de contenido, el cual es leído por Google y coloca a la misma en los primeros lugares de búsqueda.
- **Infografías.-** Se trata de gráficos informativos que atraen tráfico a tu web, se recomienda subir infografías sobre el rubro de la empresa o negocio.
- **Documentos.-** A fin de darle confianza al usuario y clientes sobre el profesionalismo con el que trabaja la agencia, se suben a la página documentos o slides que sirven para implementar estrategias en los negocios.
- **Emprendimiento Social.-** Con el fin de distinguirse de la competencia, la agencia informa su lado social, el cual se puede consultar en el submenú de la página principal.
- **Únete.-** De forma transparente, la agencia publica su forma de trabajar y contratar personal, el cual opera bajo el modelo startup, donde se suma talento y no gente o empleados.
- **Valor Agregado.-** De suma importancia para ganar clientes, publicar lo que nos hace diferentes respecto a otras empresas y lo que se puede hacer al contratarnos, es conveniente precisar esta diferenciación en frases cortas.
- **La Agencia en los Medios.-** Para que los clientes o usuarios vean el profesionalismo y la experiencia con la que se trabaja y nos conocen en los medios, recomiendo como obligado este apartado con el objetivo de mostrar seriedad en la página.



**Participación de la Agencia Mariano Viral en la Expo Web 3.0.**

Gracias a la buena imagen que generó la actualización de la agencia, conseguí un intercambio en la Expo Web 3.0, celebrada el 4 y 5 de noviembre de 2013 en el World Trade Center de la Ciudad de México.

El intercambio consistió en gestionar las Redes Sociales de la Expo, realizar labores de RP con medios y cubrir de forma periodística el evento, y a cambio

obtuve un stand dentro del mismo, así como un patrocinio como Media Partner, por lo que la agencia estuvo presente en toda la publicidad impresa y digital de la expo, y aunque no se ganó dinero alguno, la estrategia se propuso con el Comité Organizador a fin de tener presencia con expositores y visitantes, lo cual fue conveniente para generar alianzas para toda empresa que no es conocida en el mercado.



**Participación como emprendedor de la Agencia Mariano Viral en la Expo Web 3.0, en Expo Reforma de la Ciudad de México.**

### 2.3 ConectaMx: pioneros en emprendimiento social

*“No hay secretos para el éxito. Este se alcanza preparándose, trabajando arduamente y aprendiendo del fracaso”. Colin Powell.*



**Logotipo de la revista digital Conecta Mx. Formado por una nube de dialogo, representa un ícono de comunicación social con tendencia digital.**

Aunque la Secretaría de Economía y consultorías en negocios estiman que el 82 por ciento de las Pymes mueren a los dos años de vida por falta de capacitación, profesionalismo, pero sobre todo, ingresos. APP no podía morir y entrar en esta estadística ya que demostré la viabilidad del proyecto al obtener el Plan de Negocios y un Estudio de Viabilidad de Ventas, donde ambos

confirmaban un alto potencial de crecimiento y pese a que las instalaciones físicas de la agencia se cerraron en octubre de 2012, este momento no lo vi como un fracaso sino como una experiencia enriquecedora de aprendizaje después de superar mi frustración, aceptar mis errores y reconocer que

sólo era un momento que me estaba aportando conocimiento empresarial.

Ante la situación, tuve que buscar un empleo fijo que me diera ingresos seguros para equilibrar mis deudas e impulsar de nueva cuenta el proyecto. Así es que en enero de 2013 ingresé al periódico *Capital de México* como Editor Web, en un horario de 15 a 21 horas, lo que me permitía reestructurar la revista digital en mis horarios matutinos.

Fue así que la información que antes se subía al portal de APP ([www.agenciaapp.com](http://www.agenciaapp.com)), decidí publicarla en un nuevo dominio como un medio de comunicación digital independiente y con un nombre diferente: *ConectaMx*



([www.conectamx.com.mx](http://www.conectamx.com.mx)), la primera revista digital en temas de emprendimiento social, un portal cien por ciento transformado en diseño y contenido.

Un par de meses después, el subdirector editorial de *Capital de México*, Israel Mendoza me ofreció salir a reportear las fuentes agrarias, energéticas y financieras, propuesta que acepté obligado por una necesidad y situación personal, pues mi ingreso subía de 7 mil a 10 mil pesos mensuales, los cuales, ni con el aumento, llegaban a la mitad de lo que ganaba como emprendedor, pero la publicidad la tardan en pagar en el gobierno hasta medio año después, por lo que no podía sólo depender de estos ingresos inestables.

Sin embargo, en junio de 2013, la compañía periodística Grupo Mac Multimedia atraviesa por un mal momento financiero y despide a más de 60 trabajadores de diversos medios, y entre ellos me tocó salir, no por mi desempeño sino porque era uno de los colaboradores con menos tiempo en el periódico.

Al salir de este medio, ya había logrado integrarme al padrón de proveedores del GDF como medio de comunicación digital, obteniendo el contrato por un año de publicidad on-line en el portal [www.conectamx.com.mx](http://www.conectamx.com.mx)



Dos de los *banners digitales* que logré colocar en mi revista Conecta Mx.

**EMPRENETIP.** Si eres periodista y decides abrir un medio de información digital, te recomiendo:

- 1) **Definir tu target** (tus lectores por rango de edad, nivel de estudios, status social y sexo). Aspecto básico no sólo en un medio de comunicación sino en cualquier negocio, ya que se trata del punto medular y de arranque cuando segmentaste tu nicho una vez realizado tu estudio de mercado o haber hecho las investigaciones pertinentes y a fondo sobre el mercado meta que quieres captar.

**Conecta Mx**  
"Leer para Emprender"

[www.conectamx.com.mx](http://www.conectamx.com.mx) / Media Kit

**¿QUIÉNES NOS LEEN?**

- 65% hombres de 20 a 45 años de edad
- 35% mujeres de 20 a 40 años de edad
- 80% con nivel de estudios superiores (30% licenciatura en curso, 50% licenciatura terminada)
- 80% puesto profesional alto (30% emprendedores, 20% directores, 20% profesionista, 10% gerentes)
- 20% ciberlectores universitarios
- NIVEL SOCIOECONÓMICO ABC+

**NUESTROS LECTORES**

- Consultores
- Emprendedores
- Ejecutivos
- Expositores
- Franquiciantes y Franquiciatarios
- Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
- Organizadores de Expos
- Universitarios

**SEGMENTO DE ANUNCIANTES**

- Ángeles inversionistas
- Aceleradoras de Negocios
- Instituciones Financieras (Bancos)
- Cámaras empresariales e industriales
- Expos, Congresos y Convenciones
- Financieras
- Gobierno (Municipal, Estatal, Federal)
- Incubadoras de empresas
- Iniciativa Privada
- Organizaciones Civiles
- Universidades

Contratación de Espacios: 58577734    [conectamx@gmail.com](mailto:conectamx@gmail.com)

Ejemplo del Target en el Media Kit de la revista Conecta Mx.

- 2) **Definir desde un principio la línea editorial**, ya que tu barco navegará sin rumbo y se convertirá en más de lo mismo si no aportas una línea que te distinga de los cientos de portales que día a día surgen en la red.
- 3) **Buscar un Consejo Editorial** con el cual puedas armar las estrategias técnicas y administrativas. Además que éste te puede aconsejar y complementar desde diferentes perspectivas lo que considera puede convenirle más al medio o empresa.



**Conecta Mx**  
"Leer para Emprender"

[www.conectamx.com.mx](http://www.conectamx.com.mx) / Media Kit

**CONSEJO EDITORIAL**

Conecta Mx es el único Medio de Comunicación Digital con un Consejo Editorial que asesora sobre las decisiones editoriales de la revista y los contenidos de la misma a fin de ser una fuente de información confiable, objetiva, sin tintes políticos ni empresariales.

	<p><b>Mario Hernández</b> Actualmente es el Presidente del Consejo Editorial. Es reportero y empresario. Un emprendedor social que ha laborado en diversos medios de comunicación masiva, principalmente escritos y digitales.</p>		<p><b>Ramón Sevilla Turcios</b> (Reportero del Diario 24 Horas) Cuenta con tres lustros de experiencia en medios escritos, algunos de ellos Reforma, La Crónica de Hoy, Publímetro, El Centro.</p>
	<p><b>José Contreras Moreno</b> (Director General del periódico digital Punto por Punto) Cuenta con 17 años de experiencia en el medio periodístico. Ha sido reportero de El Día, Notimex y La Crónica de Hoy.</p>		<p><b>Lariza Montero</b> Subdirectora Editorial de la revista Contenido a trabajado en diferentes medios nacionales como: El Universal, Reforma, Grupo Editorial Expansión, Radio 13, El Economista, entre otros.</p>
	<p><b>Oscar Oliver Contreras</b> Es Licenciado en Periodismo por la Escuela "Carlos Septién García". Su trayectoria inició cubriendo el proceso electoral federal 1999-2000 para Radio Noticias 1440 AM de Grupo 7 Comunicaciones. Posteriormente se desempeñó como reportero para el periódico Rumbo de México y Radio Capital.</p>		<p><b>Mario Antonio Morales.</b> Periodista con más de 25 años de trayectoria en los principales medios de información y desde hace una década, consultor en Comunicación y Difusión para el sector franquicias y oportunidades de negocios. Especialista en posicionamiento comercial y fortalecimiento de marca para las principales firmas del sector Franquicias.</p>

Ejemplo de un Consejo Editorial, en el caso Conecta Mx, presenta una foto y un perfil resumido de la trayectoria de los consejeros de la revista.

- 4) **Darte de alta en Hacienda** para poder expedir facturas, pues la mayoría de las dependencias de gobierno te las solicitarán para poder pagarte si te contratan publicidad.
- 5) **Elegir la plataforma web** con la que trabajarás tu medio digital, aunque existen sistemas gratuitos, siempre son más completos aquellos que pagas para definirlo a tu gusto y sin limitaciones.
- 6) **Definir tus secciones.** Si eres emprendedor orquesta, te recomiendo delimitarlas ya que poner muchas secciones te consumirá mucho tiempo, el cual puedes destinar a áreas más estratégicas como las ventas de publicidad, el principal ingreso en todo medio de comunicación.
- 7) En la medida de tus posibilidades, **contratar personal de apoyo** para las diferentes áreas del negocio. Por experiencia te recomiendo iniciar con una

persona que apoye en las ventas publicitarias, otra que ayude en la generación de contenidos para renovar el portal, y un encargado de las redes sociales.







Algunos de los colaboradores de APP y la revista Conecta Mx.

- 8) De preferencia, sacar un **Plan de Negocios** para buscar financiamiento y lograr crecer más rápido. Ya que, según el propio Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM): *“Hacer un plan de negocios eleva la posibilidad de tener éxito y crecer. Es importante investigar y analizar el mercado, la competencia y las tendencias, ya que esto nos proporcionará bases y herramientas para generar una visión de largo alcance.”*

ConectaMx tiene como slogan “Leer para Emprender”, pues estoy convencido que en base a lo que leemos es lo que hacemos y somos.

## NACIONAL



### Regulación laxa permite abusos de Sofipos

31 enero, 2015 Deja un comentario  
 Mario Hernández El Dr. Raymundo Tenorio, director de las carreras de Economía de la Escuela ... [Leer Más »](#)



**Destaca Alemania oportunidades en México**



**México líder en LATAM en protección de datos personales: IFAI**



**Ganan mexicanos premio Audi Urban Future**



**Apuesta SEP por más presupuesto a la educación superior**

## EMPRENDEDORES



### Creativos Prácticos: la primer franquicia mexicana de redes sociales

31 enero, 2015 Deja un comentario  
 Mario Hernández A sólo tres años de haber constituido su empresa de administración de redes ... [Leer Más »](#)



**Prestad.com acerca el crédito mediante internet**



**Para construir un ecosistema emprendedor más**



**En febrero se pondrá en marcha programa de apoyo a emprendedores**



**Impulsa UNAM el surgimiento de 123 nuevas empresas**

## ECONOMÍA



### Empresas familiares generan el 70% de los empleos en México

31 enero, 2015 Deja un comentario  
 Mario Hernández El panorama de las empresas familiares en las últimas dos décadas se ha ... [Leer Más »](#)



**Evoluciona el sector repostero en México**



**Perspectivas favorables para economía mexicana en 2015: Ortiz**

## POLÍTICA



### México incumple en derechos humanos

23 enero, 2015 Deja un comentario  
 Redacción ConectaMx Mientras la situación de derechos humanos en México respecto de la desaparición forzada ... [Leer Más »](#)



**ONU apoya la disolución de municipios en México**



**INE suspende spots del PVEM en cines**

## TURISMO



### El muelle en Puerto Vallarta

23 enero, 2015 Deja un comentario  
 Redacción ConectaMx Ubicado en la romántica zona de playa Los Muertos, el nuevo Muelle te ... [Leer Más »](#)



**Parapente en Valle de Bravo**



**Orizaba, un destino de adrenalina y cultura**



**Museo del mundo maya**



**Ballenas que buscan La Paz**

## CULTURA



### Toledo, el fin de la persecución y la venta de la historia por un peso

23 enero, 2015 Deja un comentario  
 AFP El artista plástico oaxaqueño Francisco Toledo hizo este martes una donación histórica al gobierno de México ... [Leer Más »](#)



**Supera expectativas exposición de Yayoi Kusama**



**Preparan primera edición del Festival Visual Art Week**



**A 102 años de la muerte de José Guadalupe Posada**



**Empresas mexicanas participan en exposición de vino y gastronomía**

## EMPRESAS RESPONSABLES



### Las 100 empresas más sustentables del mundo

23 enero, 2015 Deja un comentario  
 Redacción ConectaMx La empresa de biotecnología Biogen (EU), la farmacéutica Allergan (EU) y Adidas (Alemania) ... [Leer Más »](#)



**5 cosas que hacen las empresas sustentables**



**Premian campaña del Banco Interamericano sobre seguridad vial**



**Lanza Pernod Ricard campaña de salud prenatal**



**Nacional Monte de Piedad promueve la inclusión financiera entre los mexicanos**

## MULTIMEDIA



**Incentiva Empresas apoya CinelandiaMx**



**Feher & Feher apoya CinelandiaMx**



**Infografía "Usos de Internet en Latinoamérica"**



**Infografía "5 tips para estar activo antes del trabajo"**

## ESPECIALES



**Directorio de establecimientos Conecta Negocios**



**Primer Foro de Sustentabilidad BLISS 2013**



**1a. Semana Nacional del Emprendedor**



**"Aspectos Primordiales en las Franquicias"**

Algunas de las secciones que manejamos en la revista [www.conectamx.com.mx](http://www.conectamx.com.mx)

## Conclusiones

### *“Todos podemos emprender”*

No es una tesis, es algo demostrado y en mi experiencia lo comparto con la finalidad de que cada vez más, las nuevas generaciones opten por esta vía, que bien construida puede rendir frutos productivos para el país y en lo personal brindar muchas satisfacciones.

Pero para emprender, en el giro que se elija, el éxito dependerá de la constancia, la pasión y la profesionalización, elementos que deberán estar siempre acompañados del equilibrio entre nuestro estado físico, económico y emocional, pues pese a las adversidades, habrá que forjarnos una disciplina empresarial, la cual no tenemos los periodistas, pero con el acercamiento a las instancias adecuadas podemos adquirir en este campo a fin de saber llevar por buen camino nuestro negocio.

Los emprendetips están dados, aunque siempre son perfectibles, pues cada emprendedor tendrá diferentes experiencias e historias que enriquecerán nuestro conocimiento en el campo elegido, como en el presente reporte se toca desde la óptica periodística y emprendedora, ambas con un enfoque digital que pretende ser una guía en la era del internet y las nuevas tecnologías de la información.

Pero concluir esta obra con un capítulo último habría sido bastante común y lo que afirmé desde un inicio fue que este trabajo sería diferente, termino presentándote lo que hoy es APP y Conecta Mx.

Si algo me quedó bien grabado en la memoria fue aquel consejo que en una entrevista para la revista Conecta Mx me hiciera el empresario fundador de Naranya y padre de Internet en México, Arturo Galván: *“hay que tener enfoque”*.



En dicha ocasión, el también iniciador del periódico Reforma me explicó que los emprendedores cometen el error de querer hacer de todo, queremos involucrarnos en mercados que no conocemos y perdemos mucho tiempo y recursos tratando de comernos el mundo cuando lo que debemos hacer es segmentar bien nuestro mercado, definir bien nuestros productos y y/o servicios en función de lo que sabemos hacer y lo que nos apasiona.

Pero como dice el dicho: “uno no experimenta en cabeza ajena” y hasta que confirmamos en carne propia lo que otros más experimentados han vivido es que como emprendedores -casi literal- “nos damos de topes”.

Pero toda experiencia sirve de algo y hace madurar. Y así me pasó hasta el cierre de esta edición (como se cita en los medios cuando un acontecimiento sigue y puede cambiar).

Sin ahondar en APP y Conecta Mx (puesto que ya se conoce su historia), estos proyectos se pusieron en práctica probando su viabilidad con resultados positivos que habrían sido mayores con mayor inversión de capital, y que aun así sirvieron de base para la fundación definitiva de mi último emprendimiento: **CinelandiaMx**, una iniciativa que demuestra lo que lleva por título el presente trabajo “Todos podemos emprender: el periodismo digital como agente de cambio social” y que además daría para una tesis por separado o quizás un libro sobre un periodista que encontró su pasión y vocación en el ámbito del emprendimiento social.

**Emprendetip.** Antes de abrir o lanzar tu idea al público y/o mercado pregúntate si ¿es realmente lo que quieres hacer el resto de tu vida?, ¿si haces lo que te apasiona?, ¿si la empresa donde estas satisface todas tus necesidades?, ¿si tu proyecto es innovador, viable y sustentable?, ¿dónde ves tu iniciativa en corto, mediano y largo plazo?, ¿y si tienes la capacidad para hacer lo que ofreces?, ¿qué te hace diferente respecto a tu competencia y cómo vas atender el mercado?

Cuestionamientos te podría poner decenas, pero lo más importante es que ese primer negocio lo mantengas para toda la vida o de lo contrario perderás mucho dinero y esfuerzo.

En mi caso fue importante echar andar los proyectos, lanzarlos al mercado como una prueba piloto y ver que sí funcionaban y que juntos podrían darme muchos mayores beneficios no sólo en lo económico sino en lo personal y social.

Por ello, el presente reporte de desempeño es una demostración de que los comunicadores, especialmente los que egresamos de universidades públicas, no sólo podemos prepararnos para emplearnos en algún medio de información o como un elemento de comunicación interna, externa, social o relaciones públicas en alguna empresa, gobierno u organización sino que podemos salir a emprender, pero no sólo en el sentido de abrir un negocio o una agencia informativa, de publicidad o de RP sino desde una perspectiva social.

Los comunicadores egresados de universidades públicas podemos salir a emprender con una elevada propuesta de valor, podemos, sí así lo decidimos, ser agentes de cambio social, emprendedores de alto impacto, personas mucho más felices y propositivas en el mundo laboral. Así lo he vivido y lo comparto.

Aclaro que no estoy en contra de ser empleado, por el contrario, respeto todas y cada una de las actividades que las personas ejercen. Sin embargo, ante los graves problemas que enfrenta la sociedad en todos los aspectos –porque no hay tema que no se salve-, la invitación, el exhorto, la recomendación que hago como emprendedor a través de la presente obra, es cambiar nuestra mentalidad y trabajar día a día con responsabilidad social, ética, pasión...

Salir de nuestras casas con una sonrisa, andar por el camino sin empujarse, obstaculizarse o pelearse por llegar primero al trabajo; saludar al vecino, ayudar al discapacitado, reaccionar ante la violación a un derecho propio o de tercero; en

suma: darse el tiempo no sólo egoístamente para uno mismo sino para los demás, nuestra familia y comunidad.

Pero para encontrar el camino por el que queremos andar el resto de nuestras vidas, especialmente los emprendedores, no sólo hay que experimentar sino también actualizarnos, prepararnos... y en este punto tuve que cursar dos diplomados: el primero en “Actualización en Negocios y Emprendimiento” por el Tecnológico de Monterrey, campus Santa Fe; y el segundo en “Creación, Desarrollo y Dirección de Empresas Sociales” por la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Ambos diplomados me ayudaron a focalizar aún mejor mi idea de seguir por el sendero del emprendimiento social y asegurarme que realmente es lo que quiero vivir, hacer y contribuir para el desarrollo de nuestro país.

**EMPRENETIP.** Si eres periodista (o de cualquier profesión) y quieres emprender, te recomiendo, primero informarte; segundo, aterrizar la idea de tu negocio; tercero, incubar tu negocio; después, buscar colaboradores para que tu proyecto crezca; estar convencido y apasionado que el negocio va funcionar; además, tomar cursos, talleres o diplomados que te especialicen en lo que has decidido emprender; perseverar, perseverar y perseverar.

Colaborar, contribuir, cambiar, convivir...

Imaginar, idear, iniciar, innovar...

Pensar, proponer, persistir...

Aliarse, actuar, aportar...

Razonar, reflexionar, reaccionar...

Dimensionar, desarrollar disfrutar...

Pero para lograrlo hay que arriesgarse, ponernos a prueba, enfrentar los retos, saltar los obstáculos, informarse, automotivarse, apoyarse en los demás.

Como lo dije en un principio: *Esta obra te lleva de la mano por ese viaje del periodismo al emprendimiento. Tú decides dónde te quedas o hasta dónde llegas. Acompáñame y emprende...*

Gracias muy especiales te doy si llegaste hasta este punto final.

*“Me interesa el futuro porque es el sitio donde voy a pasar el resto de mi vida”. Woody Allen.*