

Movere

La revista de los estudiantes

- Cultura y entretenimiento
- Investigación y opinión
- Tendencias de marketing
- Emprendedores digitales
- Eventos y vida universitaria
- Comunicación pública

**SAMMY
QUICENO**

SI ELLA PUDO, TÚ TAMBIÉN

Manuela / Nicolas / Sara / Valery

**LUIS CARLOS
RODRÍGUEZ**

**LA VOZ DE LA VERDAD EN
TIEMPOS DE RUIDO**

Chrisbell / Zharick

**LUZ STELLA
SÁNCHEZ**

SUEÑOS QUE SE VISTEN

Andrea / Simón / Tomás



2025

Edición especial



*Esta edición de la Revisión
miembros de nuestra comunidad
prematura, mientras*



Daniel Felipe Arias
Docente



Jorge Iván Ocampo
Docente



Anyie Milena Ocampo
Estudiante



Yeison Andrés Parra
Estudiante

¡Siempre

ta *MOVE* se produce en memoria de los
unidad universitaria que han partido de forma
cumplían con sus deberes académicos.



Alejandro Villada
Aux. Comunicaciones



Juan José Restrepo
Estudiante



Deiver Felipe Vargas
Estudiante



Luis Enrique Valencia
Estudiante



Andrés Felipe Villero
Estudiante



Thylan Marín
Estudiante

en nuestros corazones!

#LaHumboldtDeLuto

ón Universitaria Empresarial Alexander von

Humboldt

Filial de:



**CÁMARA
DE COMERCIO
DE ARMENIA
Y DEL QUINDÍO**

**Corporación Universitaria
Empresarial Alexander von
Humboldt**

**Diego Fernando Jaramillo López
Rector**

**Adriana Gutiérrez Salazar
Vicerrectora Académica**

**Diana Carolina Garzón Celis
Decana Facultad de Ciencias
Administrativas**

**Alejandro Montes García
Coordinador Académico
Marketing Digital y
Comunicación Estratégica**

**Maria Camila Colmenares Bernal
Coordinadora Académica
Administración de Empresas -
Gestión del Turismo Cultural y
de Naturaleza**

**Norberto Gutiérrez Posada
Coordinador de Investigación**

Edición No. 02 | Junio 2025

**Redacción y contenido -
Diseño y diagramación -
Fotografía**

Sara Aguirre Ibarra , Valery
Anduquia Laverde, Victor Manuel
Bedoya Grisales , Silvana Berrio
Hernández, Andrea Castro Usma,
Manuela Correa Quiceno, Simón
Gallego Sánchez, Nicolas
Granda Dávila , Mariana Grisales
Giraldo, Andrés Felipe Jiménez
Ospina, Chrisbell Alessandra
Kattan Perdomo, Juliana Laverde
Sánchez, Juan Pablo Pérez
Martínez, Zharick Alexandra
Quintero Riveros, María
Fernanda Rincón Aponte, Martín
Uribe Barrero, Daniel Valencia
Robledo, Thomas Alejandro
Vélez Molina, Jerónimo Villamil
Herrera .

**Comité editorial / Docentes
asesores**

Lina María López Jiménez
Comunicación Pública
Cristian Camilo Sánchez Galeano
Marketing de Contenidos
Jaime Andrés Echeverri Guerrero
**Redacción para Contenidos
Digitales**

Agradecimientos especiales

Jessica Hernández Flórez
Diseño y arte finalizado





La tercera edición de la revista de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt es un espacio académico que nace con el propósito de visibilizar y destacar las múltiples actividades, logros y procesos que fortalecen el quehacer universitario. Esta edición especial tiene un enfoque particular, el Programa de Marketing Digital y Comunicación Estratégica, el cual se constituye como una apuesta innovadora que responde a los desafíos del entorno digital y a la necesidad de formar profesionales capaces de liderar la transformación comunicacional de las organizaciones.

La revista es, ante todo, una vitrina del talento y la dedicación de nuestros docentes, estudiantes y egresados, quienes con su trabajo constante construyen conocimiento, generan impacto social y enriquecen la comunidad académica. Aquí encontrarán experiencias significativas, eventos de alto valor académico, proyectos destacados, investigaciones y reflexiones que dan cuenta del crecimiento de la facultad y de su compromiso con la calidad, la creatividad y la pertinencia en el contexto actual.

Invitamos a todos los lectores a recorrer estas páginas con una mirada abierta e inspirada, reconociendo que detrás de cada palabra, imagen y logro compartido hay una historia de esfuerzo, pasión y visión estratégica. Esta revista no solo informa, también conecta, impulsa y proyecta el potencial que existe en nuestra comunidad.

Alejandro Montes García
**Coordinador Académico Marketing
Digital y Comunicación Estratégica**

Tendencias en Marketing y Comunicación

María Fernanda Rincón / Martín Uribe



Andrés Díaz Cohen



“El éxito en marketing digital no depende solo de la tecnología, sino de la capacidad de generar resultados tangibles y construir una reputación sólida”

La entrevista con Andrés Díaz Cohen surge del interés por comprender cómo las nuevas generaciones están construyendo carreras exitosas en el mundo digital sin seguir los caminos tradicionales. Andrés representa a esa generación que aprendió haciendo, que se adaptó a los cambios tecnológicos con rapidez, y que hoy entiende el marketing digital como una herramienta no solo técnica, sino humana. La conversación con él permitió conocer no solo su trayectoria, sino también su manera de pensar, sus métodos de aprendizaje y su visión sobre el presente y el futuro del marketing.

Tendencias, I.A en el marketing digital y el impacto del branding en las marcas emergentes

Estratega digital venezolano especializado en tráfico pago y posicionamiento de marcas. Su enfoque une tecnología, datos y empatía para conectar con las audiencias.

El marketing digital y los medios de comunicación son entornos dinámicos donde la observación y la práctica constante son esenciales para aprender. *“Tengo una forma de aprendizaje intuitiva y repetitiva: al ver una acción varias veces, logro comprenderla y aplicarla”.*

INNOVACIÓN

CAMBIOS



“Mi principal consejo es nunca dejar de aprender. La curiosidad y la disposición para probar cosas nuevas son esenciales en esta industria”

¿Cuáles serán las principales tendencias en marketing y comunicación para el 2025?

La inteligencia artificial no es el futuro, es el presente. Su impacto en la creación de contenido, la personalización de estrategias y la optimización de comunidades digitales es innegable. En 2025, será aún más determinante.

Lo fundamental es entender que la inteligencia artificial no reemplazará a los profesionales, sino que optimizará procesos en áreas como logística, facturación, análisis de mercado.

que optimizará procesos en áreas como logística, facturación, análisis de mercado y marketing digital. Aquellas empresas que no la adopten corren el riesgo de quedar rezagadas, al igual que ocurrió en su momento con las compañías que no tuvieron presencia en internet. La inteligencia artificial es una herramienta poderosa para la segmentación de audiencias, la personalización de mensajes y la optimización de clientes.



“Es importante especializarse en un área específica y aportar un valor real a los demás”



Me motiva ver cómo mis acciones generan un impacto real en los negocios y en las personas, ayudándolas a crecer.

¿Cuáles son los errores más comunes que cometen las marcas pequeñas al intentar posicionarse en el mercado?

Uno de los errores más frecuentes es querer abarcar demasiado sin definir un público claro. También es común publicar contenido sin una estrategia definida, lo que diluye el impacto y la efectividad de la comunicación.

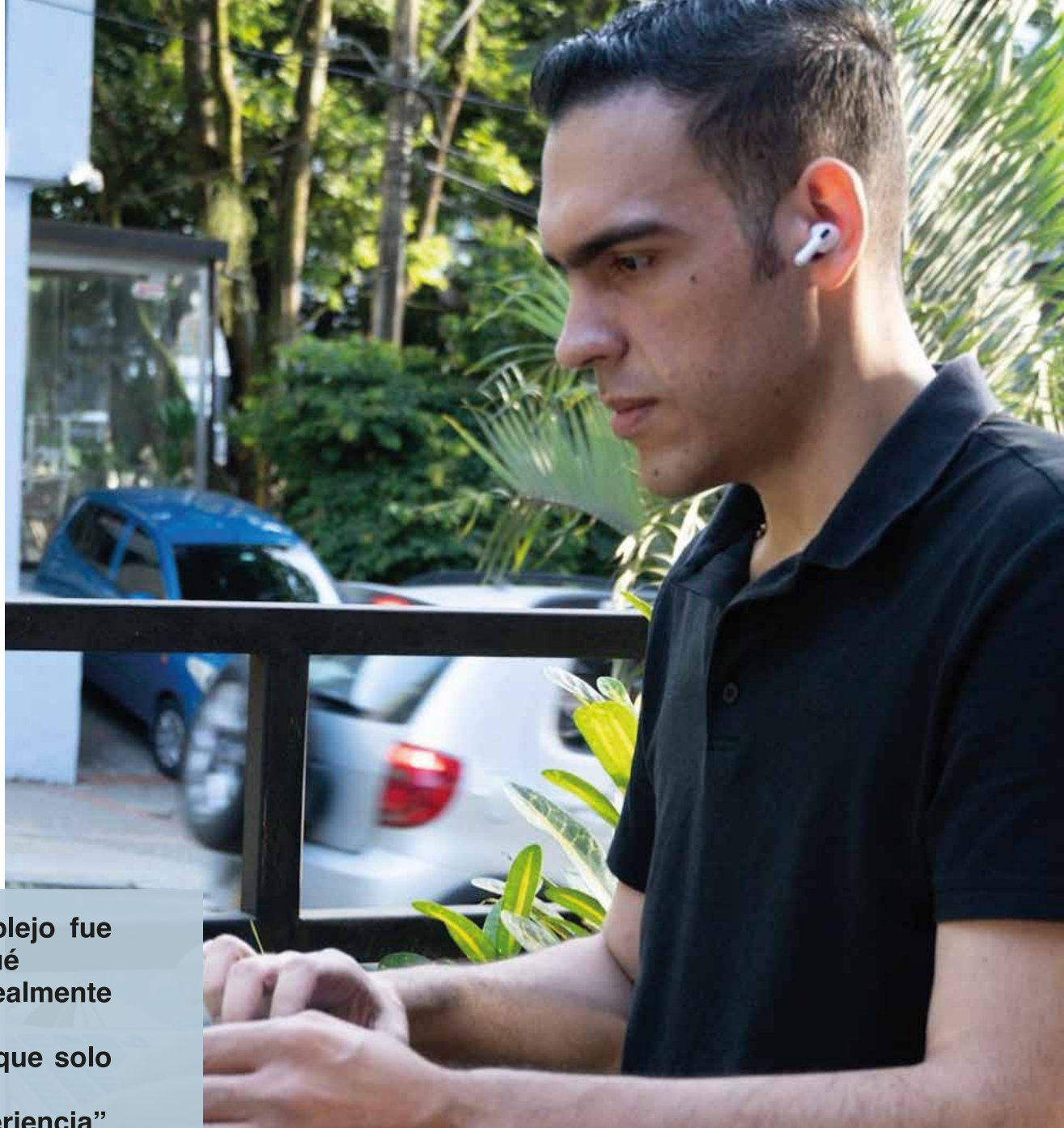
Algunas marcas creen que la clave está en la frecuencia de publicación, pero lo realmente importante es la calidad del contenido y la correcta inversión en publicidad digital.

¿Qué elementos son clave para que una marca nueva construya una identidad sólida y reconocible?

El branding efectivo no se basa en lo que el creador considera atractivo, sino en lo que resuena con su público objetivo. Un ejemplo claro es el de mi esposa, quien es psicóloga y sexóloga. En su caso, hablar de ciertos temas en redes sociales genera una conexión profunda con su audiencia, esto puede representar un desafío debido a las restricciones de las plataformas. Desde el inicio, me atrajo la posibilidad de obtener resultados rápidos y medibles.

“Uno de los errores más frecuentes es querer abarcar demasiado sin definir un público claro”

IMPACTO



“Lo más complejo fue comprender qué estrategias realmente funcionaban y por qué, algo que solo se logra con práctica y experiencia”

¿Qué consejo les daría a los estudiantes de marketing digital que buscan destacarse en un mercado laboral cada vez más competitivo?

Recomiendo utilizar herramientas de inteligencia artificial de manera estratégica. Actualmente, plataformas como Meta

presentan desafíos técnicos y requieren una optimización precisa para maximizar la inversión publicitaria.

Intentar hacerlo todo solo puede ser agotador y contraproducente. Delegar tareas, construir alianzas y mantener buenas relaciones con los clientes facilitará el crecimiento profesional y empresarial.

“Para construir una marca fuerte, es crucial conocer a la audiencia, entender su comportamiento en redes sociales y adaptar el mensaje en función de esos insights”



BIENESTAR QUE TRANSFORMA

Manuela Correa / Nicolas Granda /
Sara Aguirre / Valery Anduquia

En Comfenalco Quindío, la responsabilidad social no es solo una estrategia; es el alma de su labor. Su enfoque está en generar bienestar real para las familias afiliadas y la comunidad con acciones que responden a las necesidades del territorio.

Esta filosofía se refleja en programas que impactan directamente la calidad de vida: formación para el empleo, subsidios de vivienda, apoyo al emprendimiento, actividades culturales y recreativas, y educación financiera. Con una visión integral del desarrollo, Comfenalco ha liderado una transformación silenciosa, pero profunda, en el Quindío.



Comfenalco
Quindío



Uno de los pilares fundamentales de esta transformación ha sido la capacidad de Comfenalco para comunicar de manera efectiva sus iniciativas. La entidad ha desarrollado una estrategia multicanal que abarca desde redes sociales y medios tradicionales, hasta el contacto directo con las comunidades a través de líderes barriales, eventos y alianzas institucionales. Esta comunicación con propósito no solo busca informar, sino también inspirar y empoderar a los usuarios. Al compartir historias reales, testimonios de vida y resultados concretos, la organización construye confianza, fortalece el sentido de pertenencia y posiciona su labor como un referente de impacto social en la región.

EL ÉXITO QUE LLEVA SU NOMBRE



En el corazón del Quindío, una mujer se levantó con la determinación de cambiar su destino y convertirse en un referente de éxito. Sammy Quiceno, una voz reconocida en la radio durante más de 15 años, decidió en 2017 dejar la estabilidad de los medios y apostarle a su sueño. Con miedo, sí, pero también con una convicción firme. Su historia no la escribiría el destino, la escribiría ella misma. Con un celular y una caja de maquillaje como única inversión, comenzó a vender productos de belleza por redes sociales. Al principio, todo era incierto, pero su autenticidad y cercanía la ayudaron a construir una comunidad fiel.

En 2019, su catálogo creció e incluyó productos capilares y de bienestar. Y en 2020, en plena pandemia, mientras muchos negocios cerraban, Sammy se mantuvo firme. Su apuesta por el marketing digital le permitió alcanzar cientos de envíos diarios, consolidando su marca.



SAMMY QUICENO

Si ella pudo, tú también:
La historia que despertará tu deseo de triunfar



El crecimiento continuó, en 2021 abrió su primer centro de depilación láser, un espacio que ofrecía más que un servicio, una experiencia. En 2023, lanzó Yasum, su propia marca de productos de bienestar. La fibra natural fue solo el comienzo de una línea pensada para mejorar la vida de sus clientes. Cada paso ha sido una muestra de su visión y compromiso con el bienestar real. Sammy no solo es empresaria. Es madre, amiga, y una mujer que también ha tenido miedo, ha caído, pero siempre se ha levantado.

Ha aprendido a delegar, a confiar, a no rendirse. Sabe que el éxito no es inmediato, que se construye con esfuerzo, caídas, paciencia y mucho corazón. Su historia conecta porque es real, porque muestra que los grandes logros empiezan con decisiones valientes.

Hoy, con más de un millón de seguidores, Sammy sigue inspirando. No solo vende, transforma. Su mensaje es claro: empieza con lo que tengas, hazlo con el alma y nunca dejes de soñar. **¡Porque si ella pudo, tú también!**

LA VOZ DE LA VERDAD EN TIEMPOS DE RUIDO

Chrisbell Kattan / Zharick Quintero

El aire de la mañana traía consigo el silencio de una ciudad que despertaba, acompañado del aroma inconfundible del café recién hecho. Entre las calles tranquilas de Armenia, una pequeña cabina de radio se convertía en el escenario de un encuentro donde la verdad intentaba abrirse paso entre el ruido ensordecedor de la desinformación.

Luis Carlos Rodríguez, periodista de alma y voz firme, ajustó el micrófono con la destreza de quien ha pasado años construyendo historias con palabras. No era un simple comunicador; era un guardián de la realidad en un mundo donde la mentira se disfraza de verdad.



Influencers vs. Periodistas

¿Quieren ser periodistas o influencers? nos preguntó con una mirada que pesaba tanto como sus palabras.

El silencio se instaló en la sala. La era digital había cambiado las reglas del juego. Ahora, el impacto se medía en “likes”, la noticia se volvía espectáculo y la información se consumía con la rapidez de un clic. Luis Carlos nos recordó que el periodismo no es entretenimiento, sino un compromiso.

En un mundo saturado de información, donde cada clic puede manipular opiniones y cada titular puede influir en decisiones, comprendimos que no podemos ser solo transmisores de mensajes, sino guardianes de su impacto. La línea entre informar y desinformar es delgada, y es nuestro deber, como futuros profesionales, no cruzarla.

Luis Carlos Rodríguez

Una Reflexión Personal

Lo que comenzó como una simple tarea se convirtió en una reflexión profunda. Como estudiantes de marketing digital y comunicación estratégica, entendimos que nuestro rol va más allá de generar engagement. Nos enfrentamos a la misma responsabilidad ética que el periodismo; construir discursos con veracidad y sentido social.



“Cada libro, cada nota olvidada en la calle, cada conversación con un desconocido puede esconder una historia o una denuncia que merece ser contada”, expresó.

Y nosotras estamos totalmente de acuerdo. El aprendizaje constante es lo que permite a un periodista evolucionar, comprender mejor el mundo y contar historias con responsabilidad.

El oficio vivido

Las redes sociales, admitió Luis Carlos, son herramientas poderosas, pero nunca deben reemplazar la esencia del periodismo: la búsqueda incansable de la verdad.

“Son como la pluma de un poeta o el violín de un músico. Sirven para transmitir emociones, pero la magia... la magia está en el alma de quien las usa”.

Luis Carlos trabaja en una emisora 100% digital, una ventana abierta al mundo sin fronteras físicas. Pero, a pesar de la tecnología, su norte no está en las plataformas, sino en las calles, en las historias palpables, en la voz de la gente.

Un periodista no se construye desde la comodidad de una pantalla, sino caminando, escuchando y viviendo.

Nos dio un ejemplo claro: **“No puedes decir que un almuerzo barato es malo si nunca lo has probado. No puedes llamar insegura a una ciudad si jamás has caminado por sus avenidas al atardecer. No puedes decir que un libro es aburrido si nunca has leído sus páginas”.**

El Periodismo que conecta

El arte de hablarle al corazón

La radio para Luis Carlos, no es solo un canal de información, es un puente entre almas.

“Más que oyentes, tenemos compañeros de viaje”, dijo Luis Carlos con la certeza de quien sabe que en ese tren muchos se han subido para convertirse en los protagonistas de sus propias historias.

El periodismo, como el amor, se construye en la cercanía y en el compromiso. No basta con hablar; hay que tocar corazones y dejar huella.

“Si alguien te escribe, le respondes. Si alguien te escucha, le hablas. No hay nada más valioso que la confianza de quienes creen en tu voz”, puntualizó.

Pero la credibilidad no se gana solo con empatía, sino con preparación constante.



La amenaza de la IA

El tono de la conversación se tornó grave cuando surgió un nuevo actor: **la inteligencia artificial.**

Es una aliada si se usa con inteligencia, pero un monstruo si cae en manos equivocadas.

“La IA puede crear audios que nunca fueron pronunciados, imágenes de eventos que jamás ocurrieron, realidades manipuladas que confunden y desdibujan la verdad. En tiempos de crisis, en elecciones, la mentira se viste de noticia y juega con la confianza de las personas”, dijo.

“No podemos ser títeres de la desinformación”, advirtió con la voz de quien ha visto el peligro demasiado cerca.

En su emisora han decidido prepararse, conocer la IA, domesticarla, pero nunca dejarse arrastrar por su poder.



Amor por la verdad

Un amor que no se marchita

La charla llegaba a su fin. En la sala, nuestros rostros brillaban con determinación. Luis Carlos seguía pensativo. Quizá alguien reconsideraba su vocación. Pero todos, sin excepción, nos llevábamos algo con nosotros: una llama encendida en el corazón.

El periodismo sigue siendo una trinchera, un refugio para la verdad en tiempos de confusión.

No es solo un oficio, es una promesa. Ya no basta con escribir bien o hablar con elocuencia. Se necesita carácter, valentía y, sobre todo, un amor profundo por la verdad.

Porque el periodismo, como el verdadero amor, no se mide en números, no se negocia con modas, no se vende al mejor postor. Es un acto de entrega, un pacto con la realidad. Es mirar el mundo con ojos nuevos cada día y tener el valor de contar su historia.

KAREN



Juan Pablo Pérez / Daniel Valencia

¿Quién es?

Mi nombre es Karen Gaviria, soy comunicadora social y periodista de la Universidad de la Sabana. Soy especialista en marketing político y estrategias de campaña de la Universidad Externado de Colombia. Tengo una maestría en comunicación estratégica y una maestría en neuromarketing de la Universidad de Barcelona, en España.

GAVIRIA



¿Qué tipo de estructura debe tener una campaña POLÍTICA?

Y para concluir se requiere de una coordinación efectiva en áreas de comunicación, logística, política, jurídica e investigación. El éxito de una campaña radica en la capacidad del equipo para adaptarse y responder a los desafíos diarios, manteniendo siempre una estrategia clara pero bastante flexible.



“En mi punto de vista el candidato siempre debe centrarse en conectar con las comunidades, mientras que el gerente lidera y administra el equipo de trabajo de la campaña política.

En mis campañas políticas siempre debo tener una estructura organizada, similar a la de una empresa privada, donde asigno roles claramente definidos para evitar la desorganización y el desperdicio de recursos importantes”.





ENTREVISTA

¿Qué tan importante es gerenciar y diseñar estrategias con un equipo profesional?

Para mi, la gerencia en una campaña lo es todo. Sin una buena administración del equipo, del tiempo y de los recursos, es casi imposible ganar.

Las campañas no se improvisan; duran pocos meses y cada paso debe estar bien planificado. He aprendido que la diferencia entre ganar o perder esta en saber gerenciar con estrategia y claridad hacia un objetivo común.

¿Cuáles son las habilidades esenciales para un consultor político en la era digital?

En realidad para mi, las habilidades esenciales de un consultor político en la era digital son un tema de adaptación. Las redes sociales llegaron como un tornado a cambiar y aportar en toda la construcción de narrativas y los canales que nosotros teníamos para llegar al electorado. Hoy la democracia es más democracia cuando tenemos las redes sociales.

Hoy las personas a través de sus diferentes redes sociales pueden interponer quejas y también son capaces de proponer temáticas importantes, generar sentimientos. Y al final las redes sociales para nosotros son una herramienta poderosa de comunicación.





¿Qué la motivó a especializarse en comunicación política?

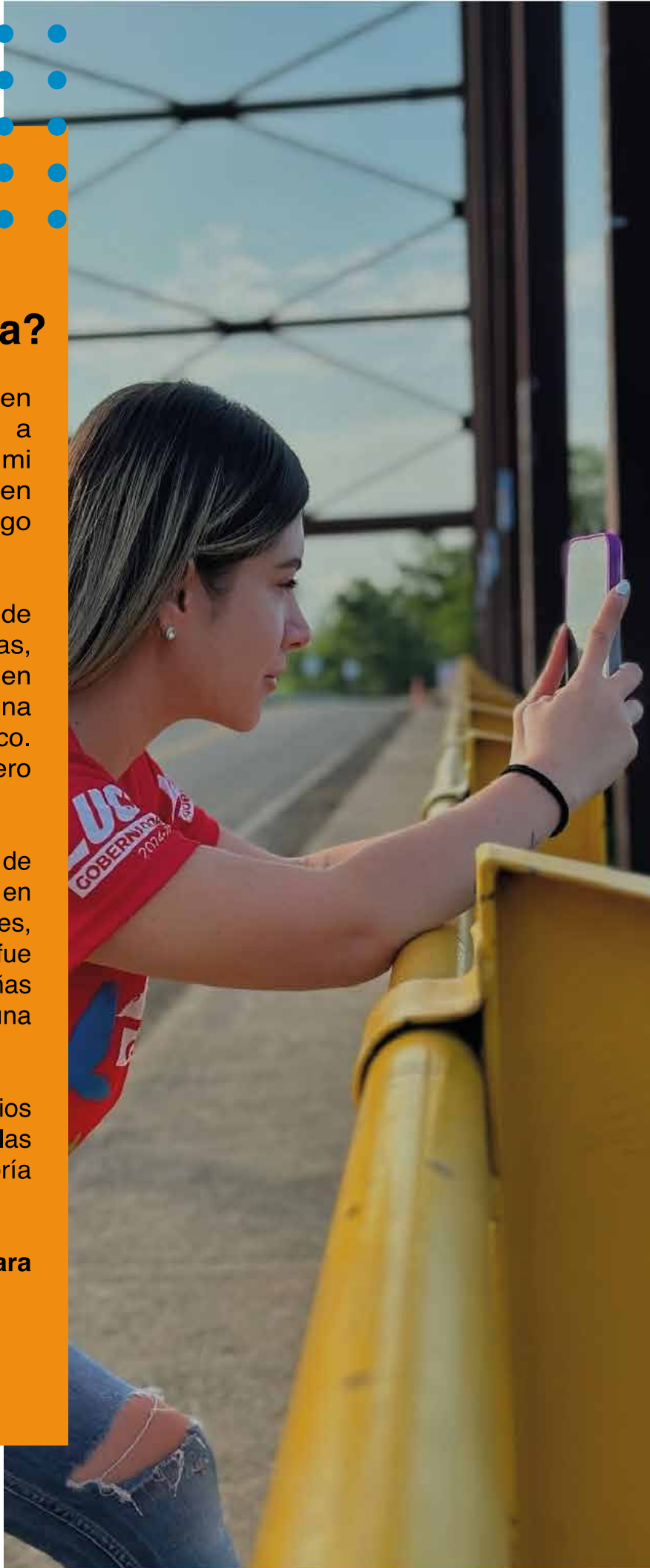
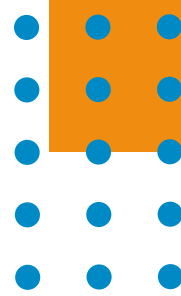
Mi motivación para especializarme en comunicación política nació gracias a mi papá, más allá de ser mi padre es mi mentor y motivador personal, quien desde pequeña vió en mi un liderazgo natural y único.

Aunque soñaba con ser directora de comunicaciones en grandes empresas, una invitación a capacitaciones en Washington D.C. despertó en mi una pasión profunda por el marketing político. Sentí que había encontrado mi verdadero propósito.

Mi trayectoria ha sido un camino de esfuerzo y resiliencia. Como mujer joven en un campo dominado por hombres, especializarme en estrategia electoral fue un gran reto. Comencé con campañas pequeñas en Colombia y hoy dirijo una precandidatura presidencial.

He sido reconocida con cuatro premios Napolitan Victory Awards y como una de las mujeres más influyentes en la consultoría política en América Latina.

Cada paso ha sido una oportunidad para dejar mi huella y dar lo mejor de mi.



Puedes conocer
nuestra oferta
académica
escaneando este
código QR



¡Somos LA MEJ del Depar

De acuerdo con los más recientes resultados
promedio, frente a otras Instituciones



¡Aquí tu formación no
Nuestros modelos pedagógicos
en con

Inscripciones abiertas en la web:

unihumboldt.edu.co

Universitaria Empresarial Alexander von

mboldt

Registada MinEducación

OR Universidad tamiento!

os obtenidos en las **pruebas Saber Pro**, en
s de Educación Superior del Quindío.



será solo en las aulas!

te llevarán a vivir un **aprendizaje**
texto.

Te asesoramos
vía WhatsApp **+57 315 392 1662**

DEVOREX

De los directos al marketing digital

Silvana Berrio / Andrés Felipe Jiménez

Un encuentro entre luces y cámaras

Eran las seis de la tarde en el Hotel Uko Urban Ekolodge, en Armenia, Quindío. La luz anaranjada del atardecer comenzaba a colarse por las ventanas y una brisa ligera recorría el ambiente, creando el escenario perfecto para una conversación tranquila. Entre luces improvisadas y grabadoras encendidas, se armó el set para la entrevista. La expectativa flotaba en el aire cuando Devorex llegó con puntualidad, saludó con amabilidad y se acomodó con naturalidad. Con una bebida fría en la mano y una sonrisa confiada, comenzó a contar su historia.



De streamer a estrategia digital

Juan Miguel Cardozo, conocido en el mundo digital como Devorex, pasó más de cuatro años transmitiendo en vivo en Twitch y Facebook Gaming, especializándose en Fortnite. Hoy, mientras estudia Marketing Digital y Comunicación Estratégica, reflexiona sobre cómo su trayectoria en las plataformas lo formó tanto como cualquier aula de clases.

El inicio de una pasión

“Todo fue coincidental”, dice, recordando su inicio. Aunque estudiaba Ingeniería de Software y le iba bien, su camino cambió cuando decidió hacer directos en Facebook Gaming. Era la época de la pandemia y su audiencia creció rápidamente. Pronto, ganar dinero con los directos dejó de ser un sueño lejano. Pero a pesar del éxito, sintió que necesitaba algo más. “No quería depender solo del streaming”, confiesa. Así fue como encontró su vocación en el marketing digital, una disciplina que le permitía combinar su pasión por las redes sociales con un enfoque estratégico.

La universidad como trampolín

El aprendizaje en la universidad no solo le dio herramientas teóricas, sino que le permitió entender mejor la industria. “Antes hacía las cosas con pasión, pero sin un rumbo claro”, admite. Gracias a sus estudios, aprendió a trabajar con marcas y campañas, comprendiendo el negocio desde dentro. Incluso, destaca la comprensión de sus profesores cuando tuvo que priorizar el streaming en momentos clave de su carrera.



Un mundo de competencia

La competencia en el mundo del streaming es feroz. Cada día, nuevos creadores de contenido buscan captar la atención del público. Devorex lo compara con un negocio: si el producto no se vende, desaparece. Por eso, recomienda a quienes quieren seguir este camino que se preparen y estudien. “Todo está migrando a lo digital”, afirma con seguridad. Y más allá del conocimiento técnico, destaca la importancia de la mentalidad: “Lo más importante es entender que el principal valor eres tú mismo. No necesitas el mejor equipo, sino confiar en ti”.

Construyendo su propio camino

Desde niño, su sueño había sido ser youtuber. Tras algunos intentos fallidos, encontró en Fortnite la plataforma perfecta para mostrar su talento. Primero subía videos, pero el tiempo de edición era excesivo. Transmitir en vivo se convirtió en la mejor alternativa: podía jugar, interactuar y recibir donaciones al mismo tiempo. “Era la excusa perfecta para jugar todo lo que quisiera”, dice entre risas.

Los desafíos del streaming

Pero no todo fue sencillo. Convertir la pasión en trabajo le enseñó que el esfuerzo constante es la clave del éxito. “Al principio, era pura diversión. Luego, se convirtió en un trabajo de ocho horas diarias, encerrado en casa”, explica. Sin horarios fijos ni jefes que le exigieran resultados, la disciplina fue su mayor reto.

Reflexión final

Mientras la entrevista llega a su fin, el ambiente sigue siendo relajado. Devorex agradece el espacio y la conversación amena. Con la brisa nocturna ya instalada en el lugar y el eco de sus palabras aún flotando en el aire, queda claro que su historia no es solo la de un streamer, sino la de alguien que supo convertir su pasión en una estrategia de vida.



LUIS MIGUEL MEJÍA BERNAL

EMPRENDER CON PASIÓN EN EL QUÍNDIO

Un encuentro entre naturaleza y negocios

El sol de la tarde iluminaba el Hotel Uko Urban Ekolodge, en Armenia, Quindío. Las sombras de los árboles se alargaban sobre las mesas de madera del espacio al aire libre donde, entre micrófonos y cámaras listas, todo estaba dispuesto para la entrevista. Luis Miguel Mejía llegó puntual, con paso seguro y mirada decidida. La brisa fresca y el canto de los pájaros acompañaron el inicio de una conversación que reflejaba la pasión de un joven por los negocios y el emprendimiento

Un espíritu empresarial desde la infancia

A sus 21 años, Luis Miguel Mejía Bernal lidera un emprendimiento de comercialización de propiedad raíz y vehículos usados. Su historia con los negocios comenzó desde muy pequeño, influenciado por sus padres comerciantes. “Siempre tuve el ejemplo en casa”, recuerda. La vocación fue clara: mientras otros niños soñaban con ser médicos o profesores, él se veía creando empresa. Con esa determinación, decidió estudiar Administración de Empresas en la Universidad Alexander von Humboldt, atraído por su modelo dual que le permitía aprender de manera práctica.

De la universidad a la realidad del mercado

La teoría adquirida en las aulas se convirtió rápidamente en herramientas aplicadas a su negocio. “Todo lo que aprendo me sirve”, comenta. Su proyecto, Inversiones Quindío, nació casi por casualidad, cuando publicó un inmueble en Facebook sin grandes expectativas. Una cliente mostró interés, él hizo seguimiento y, dos meses después, cerró su primera venta. Fue un momento de revelación: podía convertir esa habilidad natural para vender en una empresa real.

La carrera universitaria le ha enseñado a tratar con clientes más exigentes, gestionar recursos y estructurar su negocio de manera profesional. “Este semestre estoy viendo Gestión Humana, y eso me ha ayudado a mejorar el seguimiento con los clientes y a cerrar ventas de manera más efectiva”, explica con entusiasmo.



RETOS Y APRENDIZAJES EN EL CAMINO DEL EMPRENDEDOR

Como cualquier empresario en crecimiento, Luis Miguel ha enfrentado desafíos. “Los problemas siempre estarán, pero esa es la parte retadora y bonita de tener un negocio propio”, dice con convicción. Para él, cada obstáculo es una oportunidad de aprendizaje, y cada venta cerrada, una confirmación de que está en el camino correcto. En un mercado competitivo como el inmobiliario y de vehículos usados, no ve a otros agentes como amenazas, sino como posibles aliados. “Si no tengo un inmueble, pregunto a otro colega si lo tiene y lo trabajamos juntos”, afirma. Aunque reconoce que no todos comparten esta visión, él cree en las oportunidades de colaboración bajo una filosofía de ganar-ganar.

LA IMPORTANCIA DE LA PERSEVERANCIA Y LA PASIÓN

Luis Miguel está convencido de que estudiar Administración de Empresas le ha dado una base sólida para enfrentar los retos del mundo empresarial. Pero más allá del conocimiento académico, enfatiza la importancia de la actitud. “Ningún negocio crece de la noche a la mañana”, advierte. Para él, la clave está en la perseverancia y en la pasión por lo que se hace. “Si haces algo solo por obligación, se nota. En cambio, cuando te apasiona, todo fluye”. El brillo en sus ojos cuando habla de su trabajo lo dice todo. Captar un inmueble, editar su publicación, ofrecerlo y acompañar al cliente en el proceso de compra son pasos que disfruta genuinamente. “Eso es lo mío, y lo hago con gusto”, concluye con una sonrisa. Mientras la tarde avanza y la conversación llega a su fin, queda claro que Luis Miguel Mejía no solo está construyendo un negocio, sino también una visión de emprendimiento basada en la constancia, la estrategia y, sobre todo, el amor por lo que hace.

VIDA UNIVERSITARIA

Juliana Laverde / Victor Manuel Bedoya / Mariana Grisales / Jerónimo Villamil

Es una experiencia universitaria que va más allá del aula.

La Universidad Alexander von Humboldt de Armenia, Quindío, no solo forma profesionales, sino que cultiva experiencias inolvidables. Aquí, la vida universitaria se vive con intensidad y propósito. Cada semestre, los pasillos y espacios abiertos de la institución se llenan de energía gracias a una programación constante de eventos culturales, académicos, deportivos y sociales que conectan a estudiantes, docentes y la comunidad en general.

Desde ferias emprendedoras que revelan el talento local, hasta jornadas de bienestar, concursos creativos, simposios internacionales y celebraciones tradicionales, la Humboldt se convierte en un escenario donde el conocimiento y la diversión se encuentran. En estas páginas, te invitamos a recorrer los momentos más memorables, conocer a los protagonistas y descubrir por qué ser parte de esta universidad es formar parte de una experiencia única que marca la diferencia.





EVENTOS

Universitarios

El primer semestre del 2025 en la Universidad Alexander von Humboldt ha estado lleno de experiencias que fortalecen el bienestar, la integración y el talento estudiantil. Actividades como el Torneo Interno de Fútbol Sala, los encuentros culturales con la Red IQ, y la participación en la Batalla de las Voces han sido espacios clave para vivir la universidad más allá del aula.

El primer semestre del 2025 en la Universidad Alexander von Humboldt ha estado lleno de experiencias que fortalecen el bienestar, la integración y el talento estudiantil. Actividades como el Torneo Interno de Fútbol Sala, los encuentros culturales con la Red IQ, y la participación en la Batalla de las Voces han sido espacios clave para vivir la universidad más allá del aula.

El mes de mayo trajo momentos memorables como La Noche de los Mejores (8 de mayo), que reconoció la excelencia y el liderazgo estudiantil, y la Semana de la Salud (20 y 21 de mayo), dedicada al autocuidado y la prevención. Además, regresaron las queridas Tardes de Bienestar, un espacio para relajarse, compartir y seguir construyendo comunidad.



DEVIS BONILLA

En la vida hay giros inesperados, caminos que jamás imaginamos transitar y decisiones que, sin saberlo, marcan para siempre nuestro destino. Así le sucedió a Devis, un joven estudiante de Marketing Digital y Comunicación Estratégica, que pasó de soñar con batas blancas a encender las pantallas con ideas que venden.

“Siempre me ha gustado disfrutar los pequeños momentos”, confiesa con una sonrisa nostálgica, recordando cómo las reuniones familiares y las charlas con amigos han sido su refugio en medio del caos académico y laboral. Para él, el éxito no es cuestión de títulos o cheques, sino de esos instantes que se quedan para siempre.



DE ESTUDIANTE A CEO

Pero su historia, como toda buena historia, tiene un comienzo incierto. “Duré un solo día en premédico”, admite entre risas. Un día bastó para entender que su vocación no estaba en los quirófanos, sino en las ondas de la radio y en el vertiginoso universo de las redes sociales. “El marketing digital me llamó la atención, investigué y decidí intentarlo”. Y vaya que acertó.

Lo que Devis jamás imaginó es que su paso por la universidad no solo le entregaría conocimientos, sino que cambiaría por completo su plan de vida. “Emprender nunca fue parte del plan”, asegura. Sin embargo, una clase de emprendimiento y el impulso de un profesor visionario le abrieron los ojos a un nuevo horizonte: fundar su propia agencia de marketing y comunicación.

Hoy, a solo meses de graduarse, dirige su empresa con el coraje de quien sabe que los sueños no esperan. “Cada día es un desafío, pero también una oportunidad para aprender”, dice, consciente de que en este mundo digital solo sobreviven los que se atreven.

Su paso por la Corporación Universitaria Empresarial Alexander von Humboldt ha sido un laboratorio real. “Nos preparan para la vida real”, enfatiza, recordando aquellas evaluaciones que, lejos de ser exámenes fríos, se convirtieron en estrategias y planes para clientes de carne y hueso.

A quienes aún buscan su lugar en el mundo, Devis les lanza una invitación sin titubeos: “Si te gusta la estrategia y el mundo digital, esta carrera es para ti”. Porque más allá de los algoritmos y las métricas, lo verdaderamente importante es atreverse y la cercanía facilita el camino hacia el éxito”..



CULTURA Y ENTRETENIMIENTO

Andrea Castro / Simón Gallego / Tomás Alejandro Vélez

Influencia del marketing en la industria del entretenimiento

El marketing se ha integrado de forma natural en la industria del entretenimiento, transformándola en una poderosa herramienta para conectar marcas con audiencias de manera creativa, auténtica y emocional. Lo que antes eran simples espacios de ocio en redes sociales, hoy se ha convertido en plataformas publicitarias que combinan promoción y narrativa, llevando los mensajes comerciales a cada rincón de la vida cotidiana.

Esta fusión ha impulsado a los creadores de contenido a reinventar sus estrategias, buscando un equilibrio entre la publicidad y la autenticidad, para contar historias que reflejen la esencia de una marca sin perder la conexión genuina con el público.

Así, el entretenimiento se convierte en el escenario perfecto para construir una cultura visual en constante evolución. El marketing no solo impulsa productos, sino también tendencias y nuevas formas de consumo.

VIVIANA CAICEDO

Creadora de contenido en Quindío con 33.8K seguidores, enfocada en tips de belleza y en su podcast No es mi historia, es mi voz. Dueña del spa Esencia y creadora de contenido para su página.

“El marketing irrumpió en la industria del entretenimiento y la convirtió en una herramienta poderosa para comercializar productos, servicios y marcas



EL PODER DE SER TÚ EN LA ERA DIGITAL

En el universo del marketing digital y el entretenimiento, Viviana ha construido un camino distintivo, combinando su faceta como empresaria, influencer y creadora de contenido. Dueña de su propio spa y creadora del podcast "No es mi historia, es mi voz", comparte cómo las redes sociales transformaron la industria y abrieron nuevas oportunidades para quienes desean contar historias con autenticidad. Su experiencia refleja el impacto que puede tener una estrategia digital bien enfocada, siempre guiada por valores personales firmes.

El marketing, según Viviana, ha revolucionado el entretenimiento al convertirse en una herramienta clave para promocionar marcas y conectar con audiencias. Las redes sociales dejaron de ser un espacio solo recreativo y se convirtieron en la principal vitrina publicitaria del momento.

Con esta visión, Viviana decidió diversificar sus canales de comunicación, expandiendo su presencia de Instagram a plataformas como YouTube y Spotify, lo que le permitió llegar a un público más amplio y afianzar su comunidad. Uno de los puntos de inflexión en su carrera fue su participación en el podcast "Vos Podés", que impulsó su número de seguidores y fortaleció su marca personal.

Pero más allá de las cifras, Viviana pone énfasis en la calidad de sus colaboraciones, asegurando que solo trabaja con marcas en las que realmente cree. Para ella, la disciplina, la paciencia y la coherencia con sus valores son claves en la construcción de una comunidad digital sólida y genuina.

A portrait of a woman with long, wavy brown hair, wearing a white blazer over a black top and a gold chain necklace. She is looking directly at the camera with a slight smile.

"Si quieres tener un negocio o una marca personal hoy en día, no puedes prescindir de las redes sociales"

Viviana destaca la importancia de asumir con responsabilidad la influencia que se ejerce en redes sociales. Ser figura pública implica un compromiso con el contenido que se comparte y con el impacto que este puede generar en las personas. Por eso, insiste en que la autenticidad no es solo una estrategia, sino un principio ético. En un entorno donde la imagen lo es todo, su apuesta por la transparencia y la honestidad se convierte en una poderosa herramienta de conexión con su audiencia.

Finalmente, Viviana ofrece una visión realista sobre la viralidad en redes sociales: si bien puede depender en parte de la suerte, el esfuerzo constante y la capacidad de adaptación a las tendencias son fundamentales. Aconseja a los nuevos creadores mantenerse fieles a sí mismos, porque lo que realmente conecta con la audiencia es la autenticidad. Su historia es un ejemplo de cómo es posible construir una carrera exitosa en la era digital sin perder la esencia personal.

SUEÑOS QUE SE VISTEN

Las grandes historias no siempre comienzan con planes perfectos. Algunas nacen de la necesidad, de la incertidumbre y, sobre todo, del deseo inquebrantable de cambiarlo todo. La historia de Antojitox es una de esas. No empieza en una oficina con presupuestos definidos ni con una inversión abrumadora. Empieza con una maleta. Una maleta cargada de sueños, de miedos y de esperanzas.

Cristian Felipe y Luz Stella nunca imaginaron que su vida tomaría un rumbo tan desafiante. Con dos hijos pequeños, Simón y Gabriel, el día a día se convirtió en una lucha constante por brindarles un mejor futuro. No había certezas, solo una idea... y una maleta cargada de productos.

Era el inicio de un camino que pondría a prueba su resistencia, su amor y su fe en lo imposible. El primer viaje fue una mezcla de nervios y esperanza. Subieron al carro con la mercancía... y un corazón inquieto. Recorrieron pueblos y ferias, enfrentaron miradas de indiferencia y escucharon muchos “no” antes de recibir un “sí”.

Con cada suceso negativo, el cansancio pesaba más. Pero Simón y Gabriel, a pesar de ser niños, parecían entender la importancia de lo que sus padres estaban haciendo. Con manos pequeñas ayudaban a acomodar la mercancía; con sonrisas ingenuas, daban fuerzas a sus padres. Eran testigos del sacrificio, pero también de la perseverancia.

Cada noche, al regresar a casa, contaban las pocas ganancias del día. Había días buenos, y otros en los que ni siquiera alcanzaba para la gasolina. Las dudas los alcanzaban; la pregunta “¿valdrá la pena todo esto?” flotaba en el aire. Pero entonces, Simón y Gabriel llegaban corriendo, los abrazaban y, sin saberlo, les recordaban por qué no podían rendirse.



Ellos eran la razón, la fuerza silenciosa que los impulsaba a seguir adelante. Con el paso de los meses, las pequeñas victorias comenzaron a acumularse. Clientes que antes los ignoraban, ahora los buscaban. El voz a voz empezó a hacer su magia. Las noches de angustia se volvieron menos frecuentes y, aunque las dificultades no desaparecieron, la esperanza se convirtió en una compañera constante.

“ Si solo hubiésemos dependido de voz a voz, no habríamos crecido tanto. Gracias a las estrategias digitales, las marcas pueden llegar a más personas y conectar directamente con su público ”



LUZ STELLA SÁNCHEZ

Creadora de contenido y emprendedora del Quindío con 26,3 mil seguidores. A través de su marca Antojitox, especializada en pijamas y lencería, comparte productos y videos de humor basados en su vida diaria y su experiencia como empresaria, logrando una conexión cercana y entretenida con su audiencia.

El día en que lograron alquilar un pequeño espacio, supieron que todo el esfuerzo había valido la pena. No era una gran tienda, pero era suya. Era el fruto de noches sin dormir, de viajes agotadores y de días enteros bajo el sol, tratando de vender una prenda más. El día de la inauguración, Simón y Gabriel fueron los primeros en entrar. Con los ojos brillantes, recorrieron cada rincón de aquel pequeño local. “Es hermoso, mami” dijo Gabriel, mientras Simón, con la madurez de alguien que ha visto a sus padres luchar, solo sonrió con orgullo. Fue un momento que ninguno de los cuatro olvidaría jamás.

Los años pasaron y Antojitox creció. Abrieron más puntos de venta, fortalecieron su presencia digital y llegaron a clientes que nunca imaginaron alcanzar. Pero nunca olvidaron de dónde venían. Aún hoy, en cada prenda, en cada pedido que sale de su tienda, está la esencia de aquellos días en los que todo parecía imposible. Simón y Gabriel crecieron con la historia de Antojitox tatuada en sus corazones.



No existe una fórmula exacta para saber qué se volverá viral; a veces lo planeado falla y lo inesperado triunfa.



Aprendieron que el éxito no es un regalo, sino el resultado de la perseverancia y la pasión. Que los sueños no se cumplen de la noche a la mañana, que hay que trabajarlos, protegerlos, alimentarlos con esfuerzo y amor.

Hoy, Antojitox es más que una marca. Es un testimonio de que los sueños se pueden construir con las manos; de que la familia es el pilar más fuerte; de que no hay obstáculo que pueda detener a quienes creen en su propio camino. Porque, al final del día, no se trata solo de vender ropa. Se trata de historias, de sueños cumplidos, de sacrificios que valieron la pena. Y en cada prenda, en cada cliente que sonríe al recibir su pedido, sigue latiendo aquella primera ilusión, aquella chispa que un día, sin que nadie lo imaginara, encendió el fuego de un sueño eterno.



2025