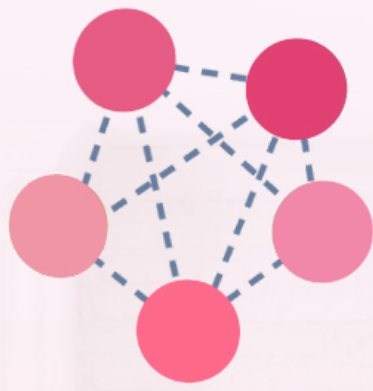




UPRM

E-Ship Network

WHERE INNOVATORS CONNECT *La Revista*

El Arte y el Mercadeo... ¿Se relacionan?

Yeleiska A. Torres Sáez

Construyendo tu Marca Personal

Dra. Guisell Larregui
Candelaria

Antes de Contratar a un Empleado, sabías que...

Glennys Rivera

Creativamente Libre
Frances Yanis

Tabla de Contenido

- 03** Mensaje de Nuestra Directora
- 04** Mensaje de Nuestra Editora
- 05** Antes de Contratar a un Empleado, sabías que...
- 10** El Arte y el Mercadeo... ¿Se relacionan?
- 14** Construyendo tu Marca Personal
- 18** ¡CRECEN
- 21** Entrevista: Hue Code Studio
- 32** ¡Conoce a Nuestro Equipo!

Mensaje de Nuestra

Directora

Leí una frase que dice: "La pasión nunca desaparece porque la pasión es por amor y el amor es eterno." En el caso del emprendedor una de las características que lo distingue de los que solo generan ideas o tienen buenas intenciones es que la pasión los mueve a accionar. Es como si sintieran una llama por dentro que los impulsa a emprender en algo que personalmente los apasiona. Esa pasión los lleva a desarrollar su proyecto como algo muy personal. Tanto que muchas veces se refieren como "su bebe". Una expresión que muestra su gran amor por aquello que han visto nacer y crecer.

Walt Disney dijo: ¡Para los emprendedores apasionados no hay límites!

La pasión es esencial para emprender en la vida. El amor es lo que te hace permanecer aun cuando las situaciones sean retantes.

En este mes del amor y la amistad te invitamos a que te autoexámines y busques muy dentro de ti que es lo que te apasiona y con ello te muevas a emprender tu caminar. Recordando que en el camino podrás encontrar escollos, pero será el amor por lo que estás haciendo lo que te ayudará a sobrepasar cualquier reto.

Moraima Delgado Ruperto

Dra. Moraima de Hoyos Ruperto
Directora CNDE





Mensaje de Nuestra

Editora

Hace un tiempo atrás recuerdo haber escuchado la pregunta: ¿Cómo pronuncias la palabra amor? Una pregunta que en el momento no sabía cómo podía ser contestada. Con el pasar del tiempo, a través de muchas experiencias vividas puedo decir que el amor no se trata de cómo lo pronuncias sino que es algo que se siente. Cuando tenemos metas y sueños que deseamos cumplir, el camino para lograr lo que tanto deseamos muchas veces está lleno de obstáculos. Tal vez te enfrentes a muchas preguntas como: "¿Realmente vas a estudiar esa carrera? ¿Estás seguro que serás exitoso con esa idea de negocio? ¿Estás seguro que estás tomando la decisión correcta? ¿Piensas ser uno más del montón?". En la vida te encontrarás con personas que te cuestionarán y no entenderán tu proceso de la manera en que tú lo visualizas. He aprendido que no todo el mundo tiene que entender el porqué tomas ciertas decisiones, a veces la única persona que tiene que entenderlo eres tú. Por eso, disfruta tu proceso (las altas y bajas), equivócate, aprende de tus errores, pero sobre todo ama lo que haces.

Muchas veces tu orgullo te puede decir: "Es imposible". Mientras que tu experiencia te puede gritar: "No lo hagas, es demasiado arriesgado". La razón te puede susurrar: "Carece de sentido". Pero tu corazón fuertemente te recalca: "Solo intentalo". Por más que sientas que debes escuchar todos esos pensamientos que te frenan, nunca olvides seguir tu corazón.

Grace Matos

Grace M. Matos Vazquez
Editora



Foto por: Sebastian Herrmann

Antes de Contratar a un Empleado, sabías que...

Por: Glennys Rivera, MBA

Los empleados son el principal activo de un negocio y/o empresa. En muchas ocasiones son la cara del negocio, los que tienen contacto directo con los clientes, los que con sus acciones hacen que el cliente regrese como viceversa espante a los mismos. Por tal razón, el empleado debe sentirse parte del negocio, sentirse motivado y se le considere al momento de tomar decisiones. Para que esto se logre, el futuro patrono debe reconocer las cualidades del personal idóneo que debe tener en su negocio. Debe identificar los puestos que ocuparán, sus responsabilidades, la paga y hasta los beneficios (si alguno). Toda esta información no es otra cosa que la descripción de puesto.

Una vez los futuros patronos estén listos para proceder a contratar los empleados, se deben realizar una serie de trámites. A continuación, se presentan algunos de ellos:

1. Verificar elegibilidad de empleo – todo patrono debe verificar la identidad y autorización de empleo de las personas contratadas. El formulario I-9 (Verificación de Elegibilidad de Empleo) es el documento donde el empleado debe dar fe de su autorización de empleo. En el siguiente enlace puede obtener el formulario I-9 e instrucciones <https://www.uscis.gov/i-9>. Este formulario no tiene que presentarlo a ninguna agencia gubernamental, sin embargo, el patrono

debe guardarlo como parte del expediente del empleado y tenerlo disponible en caso de inspección del gobierno de EE.UU.

2. Solicitar Seguro Social Patronal o Número de Identificación del Empleador (EIN) por sus siglas en inglés – el EIN se emite para fines tributarios, es decir, para radicar y pagar el seguro social, medicare y desempleo federal (FUTA) de sus empleados y/o income tax federal, si aplica. Puede solicitarlo por teléfono llamando al IRS (Internal Revenue Services) al número 1-800-829-4933 o por internet accediendo <https://sa.www4.irs.gov/modiein/individual/index.jsp>. El formulario para solicitar el EIN es el SS-4.

Luego que validen la información recibirá su EIN de inmediato. Es importante señalar, que una vez reciba su EIN, podrá utilizarlo de inmediato para abrir una cuenta bancaria, solicitar alguna licencia o permiso que requiera el EIN y/o completar las planillas trimestrales. Sin embargo, no podrá realizar los pagos de forma electrónica de las planillas trimestrales hasta tanto no se registre en la plataforma EFTPS (Electronic Federal Tax Payment System), del Departamento del Tesoro de los EE. UU (<https://www.eftps.gov>). Deberá crear una cuenta y deberá esperar hasta recibir, a través del

del correo postal, la confirmación del registro. Este documento oficial le indicará un número de PIN, el cual será necesario cada vez que usted acceda a realizar sus pagos por EFTPS.

La planilla trimestral se radica cada tres meses, es decir, enero a marzo/abril a junio/julio a septiembre/octubre a diciembre. Dichas planillas deben ser radicadas y pagadas en o antes del último día del mes siguiente al trimestre. Los formularios para pagar las cantidades retenidas a los empleados y la aportación del patrono son 941PR (seguro social, medicare e income tax federal) y 940PR (FUTA). Ambos formularios puede accederlos en la página electrónica del IRS.

Cabe señalar que las planillas se radican por correo postal y se pueden pagar en línea o junto a las planillas, por correo postal. Recuerde que el matasello debe tener fecha en o antes del último día del mes siguiente al trimestre.

3. Informe de Número de Identificación – Organizaciones (Patronos) – Para que el Departamento de Hacienda le asigne un número de identificación como contribuyente, es obligatorio completar el formulario SC4809



Foto por: Cytonn Photography



Foto por: LinkedIn Sales Solutions

y radicarlo a través de SURI, con una copia de la certificación emitida por IRS (forma SS-4 o SS4PR). Por lo tanto, este paso se realiza una vez obtiene el EIN.

4. Departamento del Trabajo y Recursos Humanos (DTRH) – a través del Portal de Servicios a Patronos (<https://patronos.trabajo.pr.gov>), deberá solicitar el número patronal estatal para el pago en línea trimestral del Seguro por Desempleo Estatal (SUTA) y el Seguro por Incapacidad No Ocupacional (SINOT). En este portal también debe informar los nuevos empleados que su negocio a contratado, declarar los salarios, radicar las planillas trimestrales, entre otros. Para poder utilizar el portal del patrono debe solicitar acceso al mismo, en la misma plataforma del DTRH.

5. Registro Estatal de Nuevos Empleados - es responsabilidad del patrono registrar los nuevos

empleados con el fin de que ASUME pueda localizar a las personas no custodias con obligaciones de proveer alimentos (Ley Núm. 5 de 30 de diciembre de 1986).

Para reportar un nuevo empleado o re emplearlo, podrá realizarlo a través del portal para patronos específicamente en el enlace, "reportar empleado", enviando el formulario ASM-5 a través del correo electrónico a PATRONOSNH@trabajo.pr.gob o enviando el formulario a la dirección PO Box 190797, San Juan PR 00910-0797.

Se recomienda al futuro patrono asesorarse previo al contrato de los empleados. Considere que las leyes laborales y estatales pueden sufrir cambios que pueden afectar estos trámites.

LLEVA
EL ARTE EN
TUS PIES



smylee

f Smylee

smyleeart

smylee.co



La 5ta Juana Bisutería

la5tajuanabisutería f La 5ta Juana Bisutería

939.525.2024

El Arte y el Mercadeo...

¿Se relacionan?

Por: Yeleiska A. Torres Sáez
Estudiante Sub-Graduada

A lo largo de mi carrera universitaria a nivel de Bachillerato en el Colegio de Administración de Empresas de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez, he tenido que contestar innumerables veces la pregunta, ¿qué estudias en la universidad?, cuando respondo que me estoy preparando para las carreras de mercadeo y artes plásticas, mayormente obtengo 3 respuestas. La primera respuesta y la más utilizada es... el silencio, no responden verbalmente, sin embargo, el lenguaje corporal es una respuesta suficiente para que yo pueda llegar a pensar e interpretar que en sus mentes hay sin fin de preguntas y desconciertos inarticuladas. La segunda respuesta es, "¿pero por qué estás en esas dos carreras y qué tienen que ver una de la otra?"; y sí, a ti que estás leyendo tengo que decirte, esta respuesta me ha llevado a responder como tantos lo han hecho conmigo, con el silencio. La tercera respuesta, y me

atrevería a decir que tan pocas personas como los dedos que estoy utilizando para escribir este texto en la computadora son las que lo han expresado. Con una mezcla de asombro, alegría y un toque de desconcierto estas personas me responden "¡pero ¡qué interesante, no había pensado en la relación que tienen ambas carreras!". También me comentan que no habían conocido a alguien que uniera e integrara estas disciplinas para hacer una mezcla de profesiones, "definitivamente se necesitan más personas en el mundo laboral con esta composición de materias en sus estudios, pero lamentablemente son pocos los que se han percatado de eso".

Ahora yo voy a ser la persona que te realice la siguiente pregunta, ¿realmente podría haber alguna relación entre el arte y el mercadeo? Me



Foto por: Eleni Afiontzi



Foto por: Pauline Loroy

gustaría recibir tu respuesta cara a cara o por medio de un texto, pero, para mí es suficiente que al finalizar esta lectura analices todo lo que te voy a expresar y te brindes una respuesta a esta pregunta. Quisiera comenzar comparando un gavetero con muchos compartimientos y un gavetero con uno o dos cajoncillos, mientras más compartimientos tiene el gavetero más cosas de diferentes tamaños y formas puedes guardar, mientras que con uno que tenga pocos cajoncillos vas a poder guardar pocas cosas y probablemente con menos variedad. Voy a expresarte cómo veo el mundo laboral del mercadeo y el arte, hay un refrán que dice "quien mucho abarca, poco aprieta" y otra que dice "más vale poco y bien, que mucho y mal" y lo utilizan mayormente para decir que mientras más tareas hagas al mismo tiempo peor van a ser los resultados porque no te estás enfocando en una sola cosa, o también quieren decir que querer hacer muchas cosas a la vez al final no vas a poder hacer nada de manera eficiente, porque sabes de todo pero a la vez no sabes de nada en concreto.

El gavetero con muchos compartimientos va a tener más para ofrecer y con ello puedas utilizarlos en el momento que encuentres oportuno, ¿será cierto o será falso? Mi gavetero tiene muchos compartimientos de variedad de temas en el mercadeo, en el arte y hasta de desarrollo empresarial. El mercadeo se puede definir de varias maneras, como que es un conjunto de acciones estratégicas y variedad de procedimientos que se realizan para lograr suplir

las necesidades y deseos a través de los productos y servicios que tu empresa ofrece; también se dice que el mercadeo estudia las necesidades de las personas para entonces establecer variedad de estrategias para resolverlas a través de tu negocio. Hay muchas estrategias de mercadeo para atraer a los consumidores de tu sector empresarial y que finalmente se conviertan en tus clientes, si quieres tomar ventaja sobre tus competidores, aquí menciono el arte. Las artes plásticas expresan de manera física lo sensible que puede ser mundo real como también el mundo imaginario utilizando una amplia variedad de materiales para hacer fotografía, joyería, pintura, dibujo, caligrafía, arquitectura, escultura, entre tantas otras ramas del arte. En el proceso creativo se requieren una extensa diversidad de técnicas para poder cumplir con los objetivos que estableciste para poder reflejar el mensaje en tu obra. Se requiere tener conocimientos sobre la teoría del color, la psicología del color, entender sobre perspectiva, proporciones, movimientos, planos, objetos tridimensionales y bidimensionales, texturas, ¡hasta las emociones y sensaciones! En este mundo tan competitivo en el que estamos, vale la pena aprovechar las oportunidades en abarcar nuestros conocimientos en base a nuestras destrezas y talentos. Que nos atrevamos a diversificarnos en las cosas en el que somos buenos, como también los que nos apasiona practicar.

Nuestra vida es semejante a la rueda de colores, puedes combinar varios elementos de tu vida

según los conocimientos que vas adquiriendo durante el crecimiento académico, profesional y personal para lograr cumplir tus metas. El arte está firmemente establecido en todo nuestro entorno y sobre todo en el mundo de los negocios. En los tiempos antiguos para dar a conocer cualquier mensaje y hasta los productos y servicios hacían trabajos manuales, o sea, artes plásticas, las propagandas eran realizadas manualmente y había una persona en medio de las calles entregando y pegando carteles en todo lugar. En este mundo tan digitalizado y lleno de tecnologías podemos impactar a los consumidores a través de los sonidos de los anuncios televisivos, el contenido en las redes sociales y hasta los colores, composición y luces dentro y fuera de los establecimientos, solo por decir algunas. Las artes complementan la forma en que a través del mercadeo podemos mostrar y captar la atención de los consumidores y convertirlos en clientes. Si las empresas no tuvieran personalidad e identidad que sobresalga de los demás, ¿cómo nos invitarían a visitar su

Entre los cinco sentidos podemos tener opciones para aplicar el arte se manera efectiva dentro de todos los procesos que se realizan en el mundo del mercadeo, van más allá de analizar estadísticas, datos y revisión de literatura. Los clientes necesitan una experiencia, que los motive a visitar tu empresa a través de la primera impresión. El sentido de la vista es una de los más importantes para el mercadeo debido a que a través de la vista podemos presentar arte, atracción, sensaciones. Los libros ilustrados e infantiles son hermosos cuando son complementados con dibujos, los folletos informativos que con tan solo ver su tipografía quieres leerlo y conocer más de esa información, la comida tan atractivamente decorada cuando la entregan a tu mesa en el restaurante, los edificios que quieres adentrarte y no salir jamás, y tantas otras cosas. A través del tacto, las personas pueden percibir con sus manos las texturas, pueden tener una experiencia en que decidan comprar a través de tocar productos,

¿Qué puede ofrecer un gavetero con uno o dos cajoncillos?

establecimiento o participar con sus productos o servicios? Para lograr esto, se necesita el arte desde la identificación del problema, manufactura hasta la reacción poscompra de las personas.

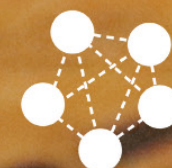
Hay que preguntarse qué tan atractivo es el producto, punto de venta, promociones y el precio; si el producto en el diseño y empaque son variados, la ubicación del establecimiento y el inventario atraen a las personas a entrar y permanecer realizando compras, la manera en que muestras los precios captan la atención o hacen que las personas piensen que no van a pagar esa cantidad y finalmente en la promoción, la publicidad, relaciones públicas y promoción de ventas son atractivos para aumentar el tráfico de personas y consumo en la empresa. Varios ejemplos que te puedo ofrecer son: ¿qué sensaciones provocan que decidas entrar a un establecimiento con solamente estar en el estacionamiento o cerca de la entrada principal?, vas a ser altamente influenciado desde la fachada, colores y la iluminación del lugar; los productos en los supermercados, ¿observas el empaque antes de decidir colocar el producto en el carrito de compras?; al entrar a una oficina médica, ¿los colores, los muebles y las obras de arte influyen en tu estado de ánimo?

piezas de ropa, artesanía, lienzos y realizar pruebas manuales donde puedan experimentar previo a la compra provoque una necesidad de adquisición. Los sonidos son fundamentales en el arte y el mercadeo ya que puedes crear una experiencia combinando ambos ya sea de tensión, paz o espera, donde el piano y los instrumentos de viento salen a relucir creando una atmósfera mental en el receptor. Podemos ser atraídos a través de resaltar sonidos que nos proyectan las bebidas gaseosas a mayor volumen y el sonido de esos hermosos tacones que viste en una vitrina, todo esto para llamar nuestra atención con cotidianidades que vivimos a diario, pero quizás no nos damos cuenta.

Quizás luego de esta lectura te preguntes; ¿entonces en qué industrias se pueden utilizar el mercadeo y arte?, las agencias de publicidad y mercadeo digital, arquitectura, manufactura, diseño de interiores y editoriales solo son algunas de las áreas, el mundo del arte y del mercadeo están llenos de maravillas por aprender y descubrir.



UN PROYECTO EN BUSCA
DE DOCUMENTAR, EXPONER
Y COMPARTIR EL ARTE
URBANO DEL OESTE Y SU
APLICACIÓN INNOVADORA EN
PUERTO RICO



UPRM
E-SHIP NETWORK
Where Innovators Connect



Construyendo tu Marca Personal

Por: Dra. Guisell Larregui Candelaria

Comencemos por describir el concepto marca que por definición es una huella, señal, sello o rastro. Según Aaker (1991) en el contexto empresarial la marca hace referencia a un nombre, signo o símbolo que representa bienes, servicios u organizaciones y que se utiliza para distinguirlos del resto de los competidores. Además, la marca protege a los consumidores a la hora de decidir, ya que diferencia los productos, servicios o empresas de aquellos que pueden parecer o pretenden ser idénticos. A través de la creación de estos signos distintivos las marcas aportan un valor intangible a quien las crea y las gestiona. Podemos aplicar esta definición genérica de marca a la marca personal la cual se describe como un conjunto de signos y símbolos que generan valor para su propietario (Pérez 2012, citado en Climent & Navarro, 2016). El concepto de marca personal proviene del término en inglés personal brand, entendida como resultado del personal branding. Entonces, podemos decir que la marca personal es un proceso de creación y gestión de nombres, signos y símbolos que identifican a una persona y que generan un valor para esta. Es decir, que la marca personal hace referencia a cada uno de nosotros de manera individual y a la huella que dejamos en las demás personas y hasta en las empresas con las cuales nos relacionamos en nuestra trayectoria profesional. La marca personal te facilita una forma rápida y eficaz de comunicar quién eres y lo que puedes aportar. Si eres capaz de construir una identidad poderosa, podrás dejar una huella memorable.

La pregunta sería ¿cómo puedo construir mi marca personal?



Foto por: Laura Chouette



Foto por: Gabrielle Henderson

Aquí te comparto algunos consejos prácticos que te ayudarán a gestionar con éxito tu marca personal:

1. **Piensa en lo que te inspira:** Es importante saber cuál es tu propósito ya que te servirá para guiarte a construir tu futuro.
2. **Evalúa quién eres:** Identifica todos los atributos que te hacen ser único y que agregan valor a tu vida ya que son la esencia que proyectarás como persona y profesional.
3. **Identifica lo que deseas comunicar:** Elabora un mensaje claro, corto y preciso que te haga diferente, te permita destacarte como especialista y que puedas ser reconocido.
4. **Analiza quiénes se beneficiarán con tu experiencia:** Selecciona un mercado (público) objetivo que pueda apreciar tu experiencia y que necesite de tus servicios, y más aún que este dispuesto a pagar por el valor superior que brindas.
5. **Debes ser visible:** es importante que tengas una estrategia de comunicación para que te des a conocer. Hoy día puedes aprovechar las ventajas que te ofrece el mercadeo digital, por ejemplo, las redes sociales que te permiten conectar con otras personas y empresas.

La marca personal es una huella. Si esa huella que plasmas está bien definida y la comunicas de forma efectiva podrás influir en las demás personas. Dejar tu marca es ocupar un espacio importante en la mente de otras personas y para lograrlo debes tomar acción para producir un efecto en alguien. Cuanto más sea ese impacto positivo de tu huella, más memorable será el recuerdo que tendrán de tu marca, o sea, de ti.

La marca personal es tu sombra. La marca personal va a tu lado siempre y representa lo que eres. De la misma forma en la que podemos recordar los logos, empaques y slogan de las marcas podemos desarrollar un vínculo emocional hacia las demás personas. Es por esto que ninguno de nosotros pasará como inadvertido.



Foto por: Nati Melnychuk

La marca personal refleja nuestra identidad. Tu marca personal refleja tus cualidades. Por lo tanto, debes hacer algo para que te conozcan, dejes un recuerdo memorable y puedas influir en tu entorno. Lo que la gente percibe de ti es el resultado de las acciones y de las decisiones que tomas a través de los años. Es por esto que tus acciones deben ser coherentes a la marca personal que deseas proyectar. La marca personal parte del concepto de la autenticidad, dado que se refiere a ser consecuente contigo mismo; es decir, mostrarse tal y como uno es. Así, como lo menciona Pérez (2011), se debe demostrar y no mostrar.

La marca personal evoluciona contigo. Es la suma de todos tus logros, actitudes y acciones a lo largo de tu vida. Aunque en este momento no sepas cuál es, ni cómo la has creado, tu marca se ha construido gracias a tus acciones a lo largo del tiempo.



Foto por: Gabrielle Henderson

Considera que la marca personal es una estrategia que se centra en uno como individuo, como una marca asociada a un conjunto de emociones y percepciones. Por lo tanto, es un activo intangible donde encontramos la impresión que podemos causar en el entorno y en el público. El objetivo de la marca personal es que esta impresión sea positiva y persistente en el tiempo. Por lo que construir la marca personal se considera un proyecto de vida que tiene la importancia de crear un plan de ruta que se fundamenta en los valores que rigen a cada ser humano, y de esta manera construir un valor agregado coherente, auténtico y visible en el entorno. Cuando puedas entender que eres una marca, estarás listo para reconocer cuál es el diferencial que tienes frente a las demás personas. Ahora el reto es distinguir esas cualidades o características que te permitirán ser reconocido y dejar una huella (Pérez, 2018).

La literatura académica destaca que las marcas personales exitosas establecen metas claras y toman acción para llegar a ella. Como estrategia buscan agregar valor, impactar en su entorno, tienen un mensaje y construyen una reputación. Por otro lado, es importante tener responsabilidad al construir una marca, pues debemos ser coherentes, consistentes y confiables para no defraudar nuestros principios y a nuestro público objetivo. Por eso, si bien todos tenemos una marca personal, que es la huella que vamos dejando a través de nuestra vida, no todos estamos comprometidos en hacer de ella nuestra herramienta de comunicación diferenciadora.

Desde hoy debes iniciar tu proceso de gestión

de marca personal te será muy útil comenzar a tener un plan que te servirá de guía al tomar decisiones, que pueden ser evaluar o cambiar las metas laborales y/o empresariales. Decidamos no ser marcas genéricas, recuerda que las marcas que gozan de un valor superior basadas en el beneficio que brindan a los consumidores son las que preferimos comprar.

Nuestra marca personal requiere dedicarle tiempo y hasta puede que requiera de inversión. Pero si deseas alcanzar el futuro profesional que tanto has anhelado, ese que siempre has soñado conllevará que te capacites para realizar más eficientemente tu actividad profesional. El hacerlo te dará la tranquilidad de saber que ante los cambios y desafíos laborales tendrás como activo tu marca personal con la que seguirás siendo competitivo.

Construye tu marca personal basada en la autenticidad que te destaca de los demás, trabaja en descubrirla para que puedas comunicarla con éxito. Recuerda que una marca personal no se tiene, se deja.

HANDMADE IN
PUERTO RICO
FOR OUTDOOR
L♥VERS



MANU
VILLANU

#HECHOAMANU

MANUVILLANU.COM

@MANUVILLANU

¿ERES DESEMPLEADO O EMPLEADO A TIEMPO PARCIAL?

ESTE VALENTÍN PREPÁRATE, CRECE Y EMPRENDE CON CRECEN



¡REGÁLATE EL CRECIMIENTO
QUE TANTO DESEAS!

Con CRECEN podrás
encaminarte para alcanzar tus
metas. ¡Solicita para recibir
mentoría, asistencia técnica, y
oportunidades de
capacitación!

Escanea el QR
code con tu
celular y
solicita
utilizando tu
correo
electrónico.



- ✓ Capacitación y asistencia técnica personalizada a las necesidades del participante.
- ✓ Mentoría y cursos libres de costo.
- ✓ Asistencia en el proceso de crear un resumé, prepararse para entrevistas, y establecer redes sociales.
- ✓ Ofrecimiento de capacitación a corto y/o largo plazo.

crecen@uprm.edu

f CRECEN.UPRM

in CRECEN UPRM

ig crecen.uprm

www.uprm.edu/crecen/

rayajos.pr

@RAYAJOS.PR



crea
TIVa
mente”
libre



HUE CODE STUDIO

BRANDING | IDENTIDAD VISUAL | DISEÑO

1. Queremos conocer su historia, ¿De dónde surge la idea de Hue Code Studio? y ¿Cómo se establece luego el negocio?

Yo realice mi bachillerato en Diseño Gráfico Digital en Atlantic University College en Guaynabo. Trabajé por un periodo de 10 años en una agencia de publicidad como Directora de Arte en el Departamento Creativo. Durante esos 10 años trabajé con muchísimas marcas (tanto globales como locales) desde L'oreal Paris, Garnier, Cold Stone, Snapple, el Instituto de Arte y Tecnología de Puerto Rico, entre muchas otras.

Cuando llegó la pandemia, comencé a trabajar de forma remota. Trabajaba de 9:00 am a 6:00 pm remoto desde mi casa para la agencia a la cual pertenecía y cuando salía de trabajar a las 6:00 pm, comenzaba a trabajar con clientes. Poco a poco fui creando las redes y contenido. Para mí lo más importante en ese momento, cuando estaba comenzando, era lanzar contenido allá fuera. Esto incluía aportar valor, enseñar, ayudar, hablar sobre mi expertise y debido a eso los clientes fueron llegando gracias a Dios. Historia larga corta, eso fue durante el mes de marzo.

En agosto de ese mismo año, seis meses después, yo le decía a mi esposo: “Yo tengo que hacer algo, trabajo de 9:00 am a 6:00 pm en la agencia. Después, me pongo a trabajar con los clientes cuando salgo del trabajo y hasta los fines de semana continuo trabajando con ellos. Estoy exhausta, me voy a quemar.” Entonces, tuvimos una conversación filosófica y profunda. Este cambio era uno sumamente importante para ambos ya que éramos una familia y teníamos deudas que pagar. Es en ese

Tu propósito es más importante que tu velocidad

@HUECODESTUDIO

momento, cuando después de hablar con mi esposo y conversar un poco con mi almohada, decido renunciar. Ver lo que yo estaba viviendo y lo que había pasado esos seis meses me hizo sentirme más segura cuando dije: “Tengo clientes. Estoy bien.” Mi esposo entonces me dice: “Estamos en agosto. Lo que vas a hacer es tratar de *bookear* clientes de aquí a fin de año. Lo que tú te sientas cómoda.” Eso fue lo que hice. *Bookie* todos los proyectos de identidad visual en lo que quedaba de ese año. Al ver que había podido *bookear* clientes hasta el fin de año, me sentí más segura y es ahí cuando comencé.

Renuncié a mi trabajo cuando literalmente cumplía los 10 años y para mí fue más especial todavía porque el mes de agosto es un mes de muchos cambios en mi vida. En el mes agosto yo me gradué de la universidad, comencé

a trabajar en la agencia de publicidad, renuncié y comencé con mi negocio. Así es como nace Hue Code Studio y una de las razones del porque nació es porque yo como diseñadora desde que comencé en la industria siempre veía que el Departamento Creativo estaba dominado por hombres. Entonces yo decía: “¿Por qué? ¿Pero por qué no hay más mujeres diseñadoras?”.

Cuando renuncié me propuse que mi negocio iba a estar inspirado en mujeres. En el presente yo le proveo mis servicios a las marcas que están lideradas por mujeres. La razón de esto es que yo quiero ser esa mujer que otras mujeres no tienen; ya sea porque su industria está liderada por hombres o por la razón que sea. Yo quiero ser ella, para ellas. Por lo que trabajo solo con mujeres. No es nada negativo que tenga en contra de los hombres, sino que siempre tuve esa espinita de hacerlo de esa manera. Ahora teniendo mi negocio, que es algo en donde puedo tomar mis propias decisiones sobre el mismo, decidí trabajar solo con mujeres. Me dedico a trabajar la identidad visual completa de las marcas de mujeres.

2. ¿Cuáles son algunas decisiones difíciles que tuviste que tomar para llegar a dónde estás hoy?

Quizás eso mismo, renunciar porque sé que en ese momento yo lo sentía. Se lo digo a todo el mundo, tú lo vas a sentir dentro de ti tan profundamente que nadie más lo va a poder entender como tú. Fue difícil porque habían pasado solo seis meses desde que habíamos comenzado con el lockdown. Había mucha incertidumbre, mucho miedo, había de todo. Muchas emociones corriendo y no te puedo mentir o decir que no fue una decisión difícil porque obviamente ya yo había bookeado hasta diciembre, pero yo no sabía cómo iba a ser el 2021. Esta pandemia llegó y nos alboroto. ¿Si no hubiese llegado la pandemia, yo hubiese renunciado? ¿Estaría en la agencia de publicidad o tendría mi propio negocio? Yo me cuestiono muchas veces estas cosas porque esos momentos y eventos son los que te hacen salir de tu zona de comfort y te mueven a hacer esos cambios. Te puedo decir que eso realmente fue una decisión complicada, pero la mejor que he tomado.

3. ¿Cómo es tu día típico de trabajo?

Yo trabajo en mi casa y eso para mí es una... no te puedo explicar lo brutal que es. Porque, aunque yo soy dueña de mi tiempo y puedo ser flexible, yo sigo teniendo un horario de trabajo. Yo no me he dicho a mí misma: "Ah, vas a estar ahí de vaga toda la mañana y te vas a poner a trabajar a la 1 de la tarde". No. Realmente, yo me puse el horario de 9:00 am a 4:00 pm. Todo lo que es de mi trabajo lo trabajo de 9:00 am a 4:00 pm. Un día regular en mi vida, me levanto a las 6:00 am porque voy a hacer ejercicio a las 7:00 am. Es algo de mi rutina que no puedo eliminar. Es mi momento de drenar, de sacar todo, de olvidarme de todas las cosas que están pasando y tener ese momento para mí. Lo disfruto mucho, aunque me tenga que levantar temprano. Realmente, cuando se trata de algo que uno quiere hacer y uno está comprometido con eso y forma parte de tu estilo de vida pues lo vas a hacer. Voy al gimnasio y cuando regreso me baño, trato de tomarme mi té, desayunar, escuchar un podcast cortito y entonces comienzo a trabajar.

Las mañanas para mí son las horas más productivas. Es por esto por lo que comienzo a trabajar con algo que me consume mucho tiempo como, por ejemplo, trabajar en un diseño. Lo cual es algo

que requiere mucha concentración. Ya por las tardes lo dejo más para cosas administrativas como ver el email y trabajar con esas cositas que no son tan divertidas. Esto se debe a que en mi negocio estoy yo solita y lo hago todo. Que si la contabilidad, que si el aspecto legal, tengo que estar pendiente a todas esas cosas. Pero, por lo general, las primeras horas del día trabajo con las cosas que requieren más creatividad de mi parte y luego en el día hago cosas más relax. También, siempre estoy pendiente de mis redes; subo contenido, le contesto los mensajes a las personas e interactué con mis seguidores. Eso me gusta y eso para mí es muy importante. Ahora mismo, Instagram, te puedo decir que es la red número uno de dónde recibo clientes. Así que a mí me gusta cuidarla mucho. No es que viva en el celular, tengo un buen balance, pero me gusta cuidarla porque el 90% de mis clientes vienen de ahí. El otro 10% son referidos de clientes.

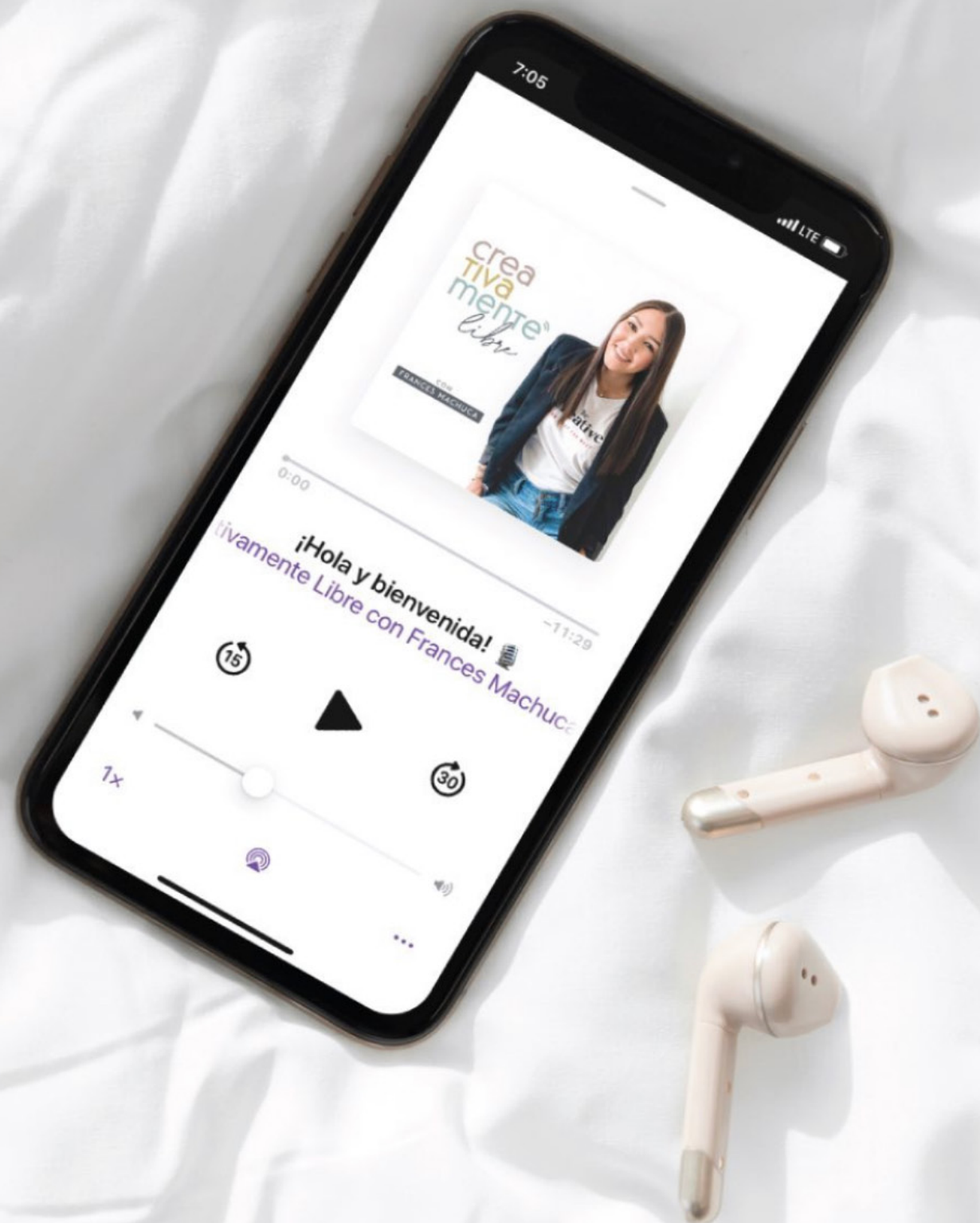
4. ¿Qué es lo que encuentras más desafiante de ser una mujer emprendedora?

Bueno, ya puedo decir que la industria se ha diversificado. Hay muchas más mujeres. Ya no es tan difícil decir: "Hey, soy diseñadora. Puedo hacer un buen trabajo igual que un hombre dentro de esta industria". Gracias a Dios eso no está pasando tanto y me gusta. Siempre cuando estaba por ejemplo en publicidad, lo decía. Quiero que más mujeres estudien esto y que haya más mujeres en los departamentos creativos de las agencias. Hoy día te puedo decir que es así.

Adicionalmente, te podría decir que cuando estás empezando con tu negocio, empezar solito/a es bastante intenso. Obviamente mi negocio soy yo en el aspecto de que el servicio que yo ofrezco nadie más lo puede hacer. No es como el tipo de negocio en el que la persona vende los productos, pero no los hace. Pues mi servicio depende mucho de mí y entonces yo soy la diseñadora y todo cae sobre mí. Encima, tengo que trabajar con lo que les había mencionado anteriormente. Estar al día con la contabilidad, registrar las marcas, los contratos, etc. Es bien fuerte. Emprender es maravilloso y extraordinario cuando vives de lo que amas hacer, pero es un reto. Yo no voy a tapar el sol con un dedo ni quizás decir cosas maravillosas sin mencionar el otro lado porque hay de las dos.

DISPONIBLE EN

APPLE PODCAST | SPOTIFY | GOOGLE PODCASTS



NO MENOSPRECIAS UN
LOGRO POR MÁS
"PEQUEÑO" QUE SEA.
ESE LOGRO ES EL
PRIMER PASO PARA
AVANZAR A TU GRAN META.

5. ¿Cómo te mantienes actualizada con las necesidades cambiantes de los clientes?

Yo pregunto mucho, demasiado diría. Soy Mrs. Pregunta en mis *stories* de Instagram y Mrs. Encuesta por correo electrónico. A mí me encanta y mi comunidad lo puede decir. Me encanta saber que ellos necesitan, que están buscando. Todas estas cosas las hago constantemente. A fin de año siempre hago una encuesta de las necesidades en general y en las diferentes etapas del año hago unas por *email* que son un poco más privadas. Esto es porque como había mencionado anteriormente el 2020 nos revolcó y en todos los sentidos nos ha cambiado. Al consumidor lo cambió completamente, las personas hoy consumimos de una manera bien distinta a lo que usualmente consumimos en el 2019 o antes. Igualmente, no todos aquí estamos en las mismas circunstancias. Hay personas con unas necesidades diferentes a las otras y a mí me gusta entender eso. A mí me gusta saber, por ejemplo: Si hay una persona que la está pasando difícil en cuanto al aspecto financiero. Me gusta saberlo porque uno puede buscar la manera de darle la vuelta a las cosas para ofrecerle algo que le pueda funcionar de una manera más accesible. Si yo tengo un paquete que cuesta \$3,000 dólares por darte un ejemplo y la persona está necesitada de tres cosas que incluye ese paquete, pues le buscamos la vuelta para ver que funcione.

6. ¿Cuáles han sido sus fracasos más significativos y qué pudiste aprender de ellos?

Quizás pensar que yo soy para todo el mundo. Me explico. Yo soy una diseñadora que a través de los años he creado un estilo bien particular de diseño cuando se refiere a lo que son las identidades visuales y el tipo de logos que trabajo. Por ejemplo, yo no trabajo con logos que sean demasiado cargados. Que oye, no es que esté mal hacer un logo muy cargado, lo que pasa es que yo como diseñadora no llego ahí. Mi estilo es un estilo minimalista, delicado y femenino ya que trabajo solo con mujeres. En ocasiones he trabajado con mujeres que sus negocios apelan a tanto mujeres como hombres y entonces ahí buscamos la vuelta de cómo no necesariamente en el diseño, pero si en la paleta de colores podemos apelar a ambos.

Al principio, aunque estaba bien claro que solo

quería trabajar con mujeres, pensaba que todas eran mis clientes. Con el tiempo fui descubriendo que no por diferentes aspectos. Estos incluyen que mi estilo no va con lo que ellos están buscando porque yo no trabajo en todas las industrias tampoco, aunque sean de mujeres. Por ejemplo, yo no trabajo en la industria *fitness*. Esto es porque si tú ves la industria *fitness* su imagen es fuerte y pesada. Así que quizás ese fue un error que cometí al principio al pensar que yo era para todos los negocios de mujeres, pero al final del día no era así. Arreglé ese error identificando qué negocios si podía trabajar porque iban alineados a mi estilo de diseño y era algo que nunca iba a cambiar. Yo le digo a todo el mundo: "Ustedes saben cuántos diseñadores hay allá fuera maravillosos y talentosos? Es solo cuestión de encontrar el suyo. Si mi estilo de diseño no va contigo, no quiere decir que se acabó el mundo". Inclusive, yo recomiendo colegas para que cuando veas su portfolio digas: "Esta es la persona". Hay personas que me dicen: "Es que yo quiero que seas tú porque es que yo veo tu trabajo y no quiero que sea nadie más". Cuando uno hace el click y conecta cliente con diseñador es maravilloso. Descubriste quién es la persona para ti. Digo que fue un error porque me afectaba, no me di la tarea de yo misma entender cuál era mi estilo.

7. Si pudieras decirle algo a la Frances de hace 5 años, ¿qué le dirías?

Uff... Renuncia. Cuando estaba estudiando en la universidad yo siempre tuve bien presente en mi mente que yo no siempre iba a trabajar para otra persona y en adición a eso a mí siempre me gustó el branding. Siempre decía que cuando yo tenga mi propio negocio va a ser de *branding* porque amo hacer eso. Así que si la Frances de ahora hubiese hablado con la Frances de hace cinco años le diría... 'mira en cinco años tú estarás aquí y tú vas a estar haciendo esto' y yo hubiese dicho: 'ok mientras recojo mis cosas y me voy'.

Te puedo decir que atreverme, en aquel momento haber confiado más en mí y en lo que yo sé que puedo dar, en la experiencia que yo tengo, el amor que yo tengo por lo que hago, en las ganas que tengo de seguir ayudando a más mujeres a crecer y a realmente construir esas marcas con base sólida que realmente se sientan con toda la seguridad de que han construido

una buena y completa marca. Me pasa mucho que llegan muchas personas a mí, que los puedo entender completamente, que por la misma necesidad hicieron algo y lanzaron. Entonces al pasar del tiempo, se dan cuenta que algo no está funcionando... algo no encaja y cuando tengo conversaciones con ellos todo se resume a lo mismo no hubo mucho pensamiento, no se creó una estrategia de la marca, no se creó un posicionamiento de la marca ni siquiera saben cuáles son sus valores, misión, visión cosas que son las bases de una marca los fundamentos. Eso es lo que quiero seguir haciendo y hace cinco años me hubiera encantado hacerlo. Le diría 'renuncia, cree en ti, confía en lo que estás haciendo, confía en el proceso, ten paciencia (porque las cosas tampoco llegan de la noche a la mañana) y disfruta lo que estás haciendo (porque al final del día todo eso se ve y así es como atrae a la gente). Mucha gente, cuando llega a mi acabando de empezar a seguir y me escribe un DM y me dice "acabo de encontrarte y siento que amas tanto lo que haces como que se ve en tu contenido y al final del día es eso. Al final del día, si nosotros decidimos emprender y dedicarnos a algo todo el tiempo y por muchos años y despertar todos los días a hacer lo mismo pues tenemos que disfrutarlo de cierta manera y tratar de transmitir eso afuera al contenido, video a todo lo que tu hagas por ahí.

8. ¿Quién es tu mayor inspiración y por qué?

Pues mira... A mí me inspira un muchacho oriental llamado Chris Do quien es un diseñador con mucha experiencia y que ahora mismo tiene una academia llamada The Future. El enseña en la academia a vivir haciendo lo que amas. Entonces me siento muy conectada con él y me inspira todo lo que él hace porque siento que tenemos maneras similares de pensar. El hecho de que enseña a otros diseñadores a vivir haciendo lo que aman y yo siempre he tenido ese pensar y soy feliz haciendo lo que amo. Me hace sentir que estamos relacionados de cierta manera además de que me encanta su trabajo, todo su contenido es maravilloso, él es espectacular y siento que es una de mis figuras inspiracionales.

9. Como emprendedora, ¿cómo defines el éxito?

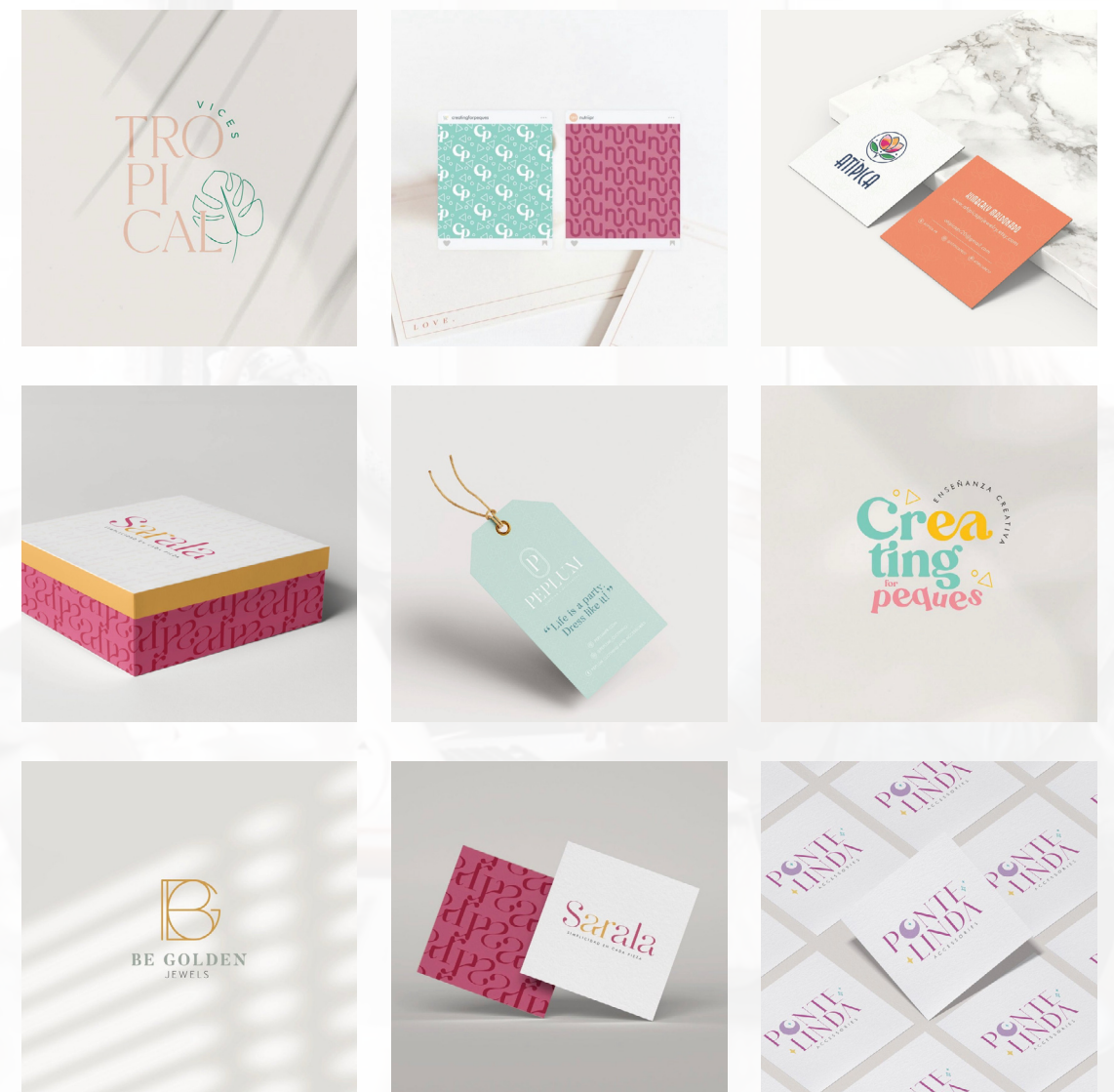
Para mí el éxito es el saber que cuentas con una comunidad de personas que creen en ti.

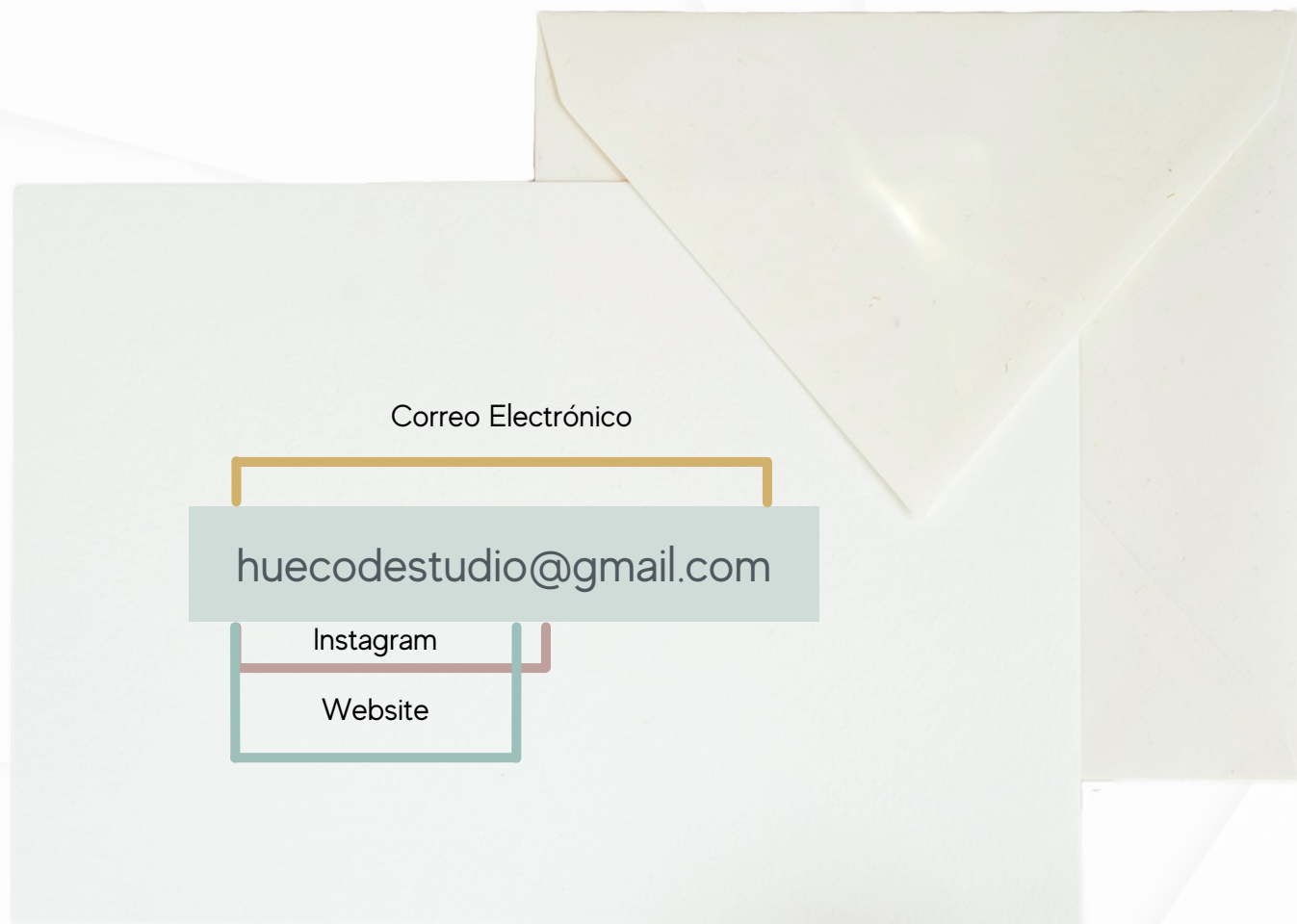
Uno de los miedos que yo tenía antes de emprender, y es un miedo tonto porque uno sabe lo que da, era el no llegar a la gente, no tener clientes o no poder conectar con ellos. Era una cosa bien rara y hoy en día las personas que están en mi comunidad yo te puedo decir que eso para mí es éxito. El yo saber que allá afuera hay personas que leen todo lo que tú dices, creen en eso, lo ponen en práctica, confían en tu trabajo ya que ponen en tus manos su proyecto para que tú lo hagas realidad eso es éxito para mí. Al final del día, yo soy diseñadora y lo que hago es convertir ideas en una realidad. A mí me gusta hacer eso y qué mejor vivir de hacerlo... es un éxito no te puedo decir otra cosa. Para mi tener personas que confíen, tener una comunidad de mujeres espectaculares que igual tú ves que se apoyan entre ellas y siguen creciendo juntas, inclusive muchas han colaborado juntas eso es de verdad para mí y verdad tener la oportunidad de seguir, aunque pasen los años seguir teniendo la dicha y la oportunidad de hacerlo de esa manera ver crecer a mujeres y apoyándose eso es éxito para mí.

10. ¿Cuál ha sido tu logro más significativo?

Pues mira...Fue curioso porque cuando yo renuncié, un mes antes de yo renunciar, yo había trabajado una campaña para la Asociación de Agencias de Publicidad de Puerto Rico y yo renuncié y unos cuantos meses me entero de que esa campaña se ganó un Premio Cúspide. Un Cúspide es un premio de publicidad y ya yo estaba con mi negocio ya había renunciado, pero fue una emoción que a mí me dio que no te puedo explicar. Yo había ganado SME antes no un Cúspide. Cúspide está por encima de un SME fue súper gratificante una campaña bien bonita positiva que hablaba de esto mismo emprender. La campaña se llamaba así mismo Reinventarse es volver a nacer y hablaba de cómo estas personas en medio de la pandemia habían decidido dejarlo todo y reinventarse haciendo cosas totalmente diferente a lo que hacían y nosotros los exponíamos, pero dándole un giro distinto. Tú sabes que en los periódicos salen los obituarios en donde salen las personas fallecidas, pero nosotros convertimos los obituarios en nacimientos. Nacieron porque como se reinventaron pues volvieron a nacer. Cogimos la página de los obituarios y lo transformamos en nacimientos en vez de las palomitas y esas cositas poníamos un sol con

YO NO HAGO LOGOS, YO DISEÑO MARCAS





unas nubes y hablábamos de cómo esta persona volvió a nacer a través del emprendimiento que hizo. Realmente, la campaña fue súper linda en verdad a mí me encanto y ganamos ese premio y para mí fue brutal y sobre todo saber que, aunque ya no estaba en la agencia recibí mucho apoyo de los que eran mis compañeros.

11. ¿Qué consejo le darías a una persona que quiere desarrollar su idea de negocio?

Que tengan claro su propósito. Una de las cosas que me cuesta un poquito en todo este tema es cuando realmente salen las cosas porque sí. Por qué sí es algo que está un poco vacío si te soy honesta porque no hay una intención o propósito por eso decía que deben reconocer su propósito. Porque estás haciendo esto o porque entiendes que lo que estás haciendo puede aportar, como realmente tu negocio puede cambiar vida o mejorar vidas; ir más allá. No necesariamente para mí es pensar en dinero. El dinero es una consecuencia de lo que tú vas a hacer o vas a vender/ ofrecer, pero no puede ser de entrada tu pensamiento inicial porque tu realmente estás empezando el mal camino. Entiende tu propósito y conoce bien a quien es que se lo venderás.

12. ¿Cuáles son los tres hábitos más importantes para ser un emprendedor/a exitoso/a?

Disciplina mucha disciplina; estar ahí consistente, no quitarte. Hay momentos difíciles, hay momentos que tú dices: "Dios mío que es esto" pero cuando tienes disciplina tú vas a sacar esa fuerza ni de donde sabías que tenías.

No dejar de aprender y yo pienso que uno de los errores más grandes es pensar que solo basta con todo lo he aprendido y eso está equivocado. Todos los días se aprende algo nuevo, la vida es demasiado cambiante este mundo del emprendimiento es muy cambiante si nosotros nos estamos en constante aprendizaje, aunque sea, o sea no te estoy diciendo que vas a estudiar dos profesiones más te estoy diciendo que tienes que nutrirte de información, tendencias, cosas nuevas e innovadores que están pasando en la industria o cursos para que puedas ofrecerle otro servicio a tu cliente ayudarlos de otra manera. La educación continua es clave. Por último, mucha paciencia confiando en el proceso; poco a poco un día a la vez. Hay personas que, pues se pasan

comparándose con el proceso de otro o porque él lo hizo más rápido que yo, pero hay que tener paciencia mi gente. Cada cual lo hace a su paso como dije anteriormente no todo el mundo vive en la misma circunstancia y como decía mi mamá lo bueno toma tiempo y uno tiene que entender eso y disfrutar lo que uno hace.

13. ¿Cómo debo invertir mi tiempo personal para convertirme en un mejor emprendedor?

Bueno en mi caso, mi tiempo personal es más bien de mi familia. Yo trabajo mucho todos los días menos los fines de semana entonces mi tiempo personal es como desconexión de cierta forma y siento que eso me ayudó a ser mejor emprendedora porque estoy cuidando de mí y obviamente yo sé que si no estoy bien mi negocio no lo estará. Te diría que tomarnos nuestros descansos; hay cosas de afuera que también te nutren, por ejemplo: cuando tienes conversaciones con amigos o vecinos te estas nutriendo y estas trayendo más cosas a ti para ser más profesional y ver las cosas desde otra perspectiva.

14. ¿Cuál es la lección más importante que has aprendido en tu vida?

Yo te puedo decir que el hecho de uno entender que uno es capaz de hacer lo que uno se propone sin necesariamente vivir o depender de lo que digan las demás personas. Esto viene desde que empecé a estudiar. Hubo muchas personas que me decían: "no, no estudies esa carrera, eso está muy saturado, eso no va para ningún lado". Había otras personas que me decían: "pero ¿qué es lo que estarás haciendo? ¿Dibujitos?" No entendían y yo decía: "Dios mío, qué frustrante" Te puedo decir que lo más importante que he aprendido es lo capaz que yo he sido de hacer todo lo que yo he hecho y mirar hacia atrás y ver todo lo que crecí y he logrado hasta el día de hoy.

*No renuncies ni te rindas,
Todo lo grande toma tiempo*

@HUECODESTUDIO

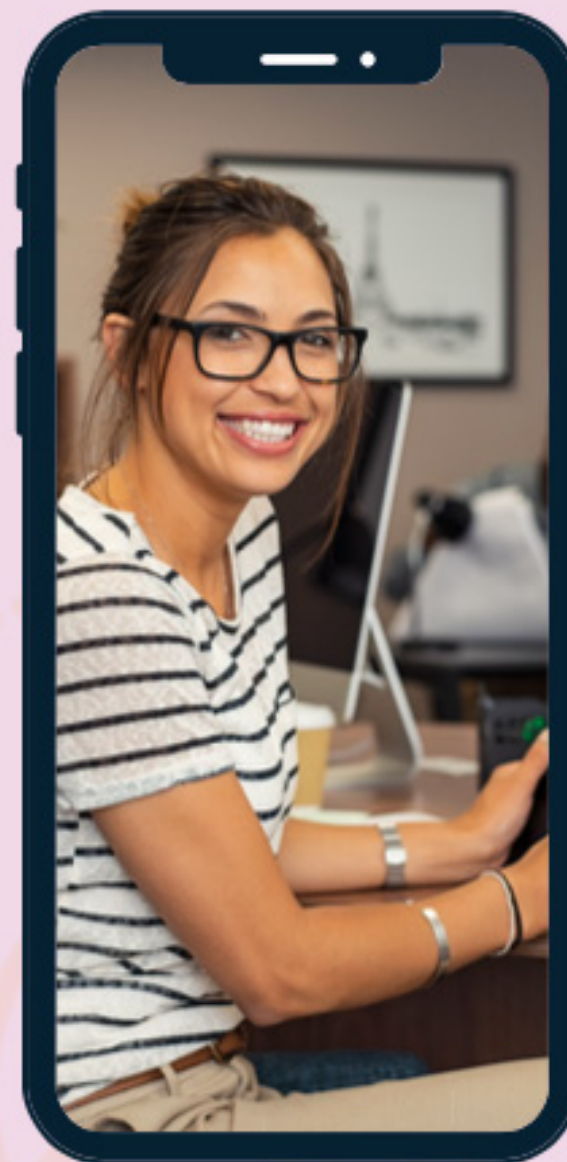


Hi bestie! Feliz sábado, espero que estés bien. Yo estoy bien feliz porque se va a acabar el primer día de Área-E. Van a ser 5 meses de aprendizaje y estoy bien emocionada por todo lo que aprenderé y luego aplicaré a Ludic Style.



Mara Martínez
propietaria de Ludic Style
16 años

participante de Área-E



REACTIVA TU EMPRESA

Área-E te provee ayuda libre de costo:

- Asistencia técnica y mentoría para el desarrollo de empresas locales por doce meses.
- Ayuda a los negocios para poner en marcha nuevas ideas, reducir costos y crear empleos sustentables y actividad económica.
- Ayuda para lanzar ideas viables rápidamente y atraer oportunidades de inversiones para los participantes.

Beneficios:

- Recibirá talleres en una variedad de áreas de administración de empresas
- Recibirá "coaching one on one"

Área-E es un grupo de programas que nacen de los fondos CDBG-DR del Departamento de Vivienda. Su objetivo es promover el desarrollo económico de Puerto Rico mediante el desarrollo de pequeñas empresas viables y sostenibles.

¿QUIERES SABER MÁS?
¡SÍGUENOS!

   @AREAEUPRM
787.832.4040 EXT. 5600

Requisitos:

- Negocios que hayan sido afectados por los huracanes Irma o María.
- Empresas que nacieron de una necesidad o idea que se concretó tras los huracanes.
- Negocios que sean propiedad de personas de ingresos bajos o moderados o que empleen a personas dentro de dicho renglón económico.





¡CONOCE A NUESTRO EQUIPO!

En esta edición te presentamos las frases favoritas de los integrantes de nuestro equipo.



Grace M. Matos Vazquez

Editora
grace.matos1@upr.edu

"The righteous man falls 7 times, but gets back up."

Dra. Moraima De Hoyos Ruperto

Directora
moraima.dehoyos1@upr.edu

"El mundo de emprendimiento no es de llaneros solitarios".



Dra. Mari Luz Zapata Ramos

Mercadeo & I-Corps
maril.zapata@upr.edu

"Pizza is life."



Prof. Glennys Rivera

Permisología
glennys.rivera@upr.edu

"Haz el bien y no mires a quien".

Dr. Jose Lugo

I-Corps
jose.lugo2@upr.edu

"Fail fast, learn faster."



Joankimberly Giovannetty

Asistente Administrativa
joankimbe.giovanetty@upr.edu

"Celebra tus propias victorias, porque nadie más entiende, lo que te costo alcanzarlas".

Valeria Rivera

Mercadeo
valeria.rivera43@upr.edu

"El éxito es la suma de pequeños esfuerzos repetidos día tras día".



Paula Tarazona

Asistencia Técnica
paula.tarazona1@upr.edu

"Si tienes una meta traza un plan, no dejes que se convierta en solo un sueño".



Linda P. Puche Mercado

Asistencia Técnica
linda.puche@upr.edu



"La vida es linda".

Valeria Cruz

Mejoramiento de Procesos
valeria.cruz9@upr.edu



"We don't grow when things are easy, we grow when we face challenges."



Amy Segarra

Contabilidad
amy.segarra@upr.edu



"Anything is possible if you've got enough nerve."

Dra. Leila Marcano

Mercadeo
leila.marcano@upr.edu



"Nacimos para ser felices y no perfectas".



¡EL CENTRO DE NEGOCIOS Y DESARROLLO ECONÓMICO LES DA LA BIENVENIDA EN ESTE NUEVO SEMESTRE ACADÉMICO!

El CNDE es un centro de desarrollo de iniciativas innovadoras impulsadas por estudiantes, ex-alumnos y profesores.
Solicita nuestros servicios.

1

Visita nuestra página web

2

Selecciona "Solicita Servicios"

3

Complete el formulario

4

Espere el correo electrónico de confirmación

¡Conecta con el UPRM E-Ship Network!



Síguenos en nuestras redes sociales para más contenido sobre innovación y emprendimiento



@eshipnetwork



@eshipnetwork



@eshipnetwork



UPRM E-Ship Network



[www.https://www.uprm.edu/eship/](https://www.uprm.edu/eship/)