

COMERCIO

REVISTA OFICIAL DE CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

GLOBAL

LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Tiene cara de *Mujer*



LIDERAZGO EMPRESARIAL

La comunicación en los equipos de trabajo

CONSEJOS MOTIVACIONALES

Modalidades híbridas de trabajo

SECCIÓN LEGAL

Contratación electrónica

ECONOMÍA Y FINANZAS

Efectos de un año político en la economía

Edición **39**



CCIT
CÁMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

www.ccit.hn



REGISTRO MERCANTIL DE FRANCISCO MORAZÁN



REGISTRO DE GARANTÍAS MOBILIARIAS



Servicios

- Inscripción de empresas
- Certificados registrales
- Oficial de información
- Ventanillas AMDC, IHSS, CCIT

www.ccit.hn/registromercantil



Beneficios de formalizar tu empresa

- Facilita el acceso a crédito
- Ampliación de las operaciones comerciales
- Permite el acceso al registro de propiedad intelectual para inscribir marcas, patentes, etc.

Pasos para la formalización de una empresa

- Otorgar documento de constitución
- Registrarse en Registro Mercantil y en Cámara de Comercio
- Obtención de RTN y permisos de operación
- Registrarse en el IHSS y RAP

Una empresa mercantil, puede existir como Comerciante Individual, o una Sociedad Mercantil que puede ser; Colectiva o Unipersonal, y se puede constituir de diferentes formas:

- Mediante Escritura Pública autorizada por Notario Público
- Mediante Contrato Privado
- En línea mediante: www.miempresaenlinea.org

Es un Registro en formato electrónico, que sirve para publicar la constitución de garantías mobiliarias, es decir cuando uno o varios bienes muebles sirven de garantía para el cumplimiento de obligaciones en favor de un acreedor, las inscripciones se llevan a cabo mediante formularios, los cuales son publicados y constituyen la notificación pública sobre la existencia de una garantía mobiliaria, la cual puede ser contractual o judicial.

El registro de garantías mobiliarias es un registro de notificaciones y datos sobre la existencia de garantías y se accede al mismo mediante:

www.ccit.hn/garantiasmobiliarias



(visite nuestro sitio web)

Bienes que se pueden ofrecer en Garantía

- Bienes Corporales
- Bienes Incorporeales
- Semovientes
- Cosechas
- Cuentas por cobrar
- Derecho sobre bienes Futuros
- Bienes Fungibles
- Derechos de Propiedad Intelectual
- Depósitos en cuentas bancarias y cuentas de inversión
- Acciones y partes sociales Representativas del Capital de Sociedades Mercantiles

**Oficina Principal: Tegucigalpa M.D.C., Edificio CCIT
Tel: 2232-4200**



SECURITY SIS

SERVICIOS INTEGRALES DE SEGURIDAD



Patrullas en todo el territorio



SERVICIOS:

- Oficiales de seguridad
- Protección a dignatarios
- Custodia de valores en tránsito
- Monitoreo y reacción
- Sistema CCTV
- Alarmas y monitoreo
- Control de acceso
- Sistemas GPS
- Detector de metales
- Sistema perimetral



TGU: Col. Lomas del Guijarro, Bloque C, L-I-A

Tel: (504) 2290-7100/02

S.P.S: El Benque, entre 9 y 10 calle, 12 avenida.

Tel: (504) 2580-1188/89

CONTENIDO

5

Carta del Presidente

José Luis Rivera

6

Editorial

José Ernesto Mejía Portillo

8

Perfiles de CCIT

Rina Aguilar

12

Pasión Cultural

Keyla Morel

16

Consejos Motivacionales

Modalidades híbridas de trabajo

20

Tecnología

Aplicación de los chatbot al entorno actual de negocios.

26

Tema de Portada

La reactivación económica tiene cara de mujer

30

Sección Legal

Contratación electrónica

34

Economía y Finanzas

Efectos de un año político en la economía

38

Liderazgo Empresarial

La comunicación en los equipos de trabajo

42

Marketing y Comunicación

Las 5 A del marketing que te ayudarán a ser la mejor opción para tus clientes

46

Conozca al Empresario

CONSEJO EDITORIAL

Director Responsable

José Ernesto Mejía Portillo

Director Ejecutivo

Rafael Medina

Gerente General

Karla Ruiz

Coordinador de Comunicación e Integración

Rolando Rivera

Marketing y Publicidad

Emyl Vanessa García

Diseño y Diagramación

Emilia Díaz del Valle

Producción Editorial:

Producción General y Comercialización
Departamento de Comunicación e Integración CCIT

Correo:

publicidad@ccit.hn

Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa
Blv. Centroamérica, Apartado Postal No. 3444
Tegucigalpa, M.D.C., Honduras, C.A.
PBX: (504) 2232-4200

Gráficos vectoriales diseñados por Freepik y Vecteezy.

“Honduras está creciendo en su consumo digital...”



JOSÉ LUIS RIVERA
PRESIDENTE CCIT

En la actualidad, los servicios financieros en línea han tenido un auge impresionante. Debido a la actual pandemia, los clientes de los bancos han optado por reducir considerablemente el uso de servicios bancarios presenciales, esto no solo por los decretos de cuarentenas y circulación, pero también para evitar espacios de mucha aglomeración. Muchos consumidores han optado por realizar sus trámites bancarios de forma virtual que estamos seguros será la norma de la banca del futuro.

El número de clientes que utilizaban servicios en línea paso de un 20% a un 50% a medida la pandemia iba agarrando fuerza. Según CentralAmericaData, a nivel centroamericano un aproximado de 16 millones de personas buscan servicios financieros por internet, y de esa población alrededor del 11% ha indagado sobre obtener una tarjeta de crédito. Se ha visto un incremento en el uso y en la oferta de Billeteras Digitales y el uso de dinero electrónico, un paso importante en la inclusión financiera para aquellos no bancarizados.

En Honduras, el sector financiero ha tenido que desarrollar nuevas y mejores herramientas tecnológicas para satisfacer la demanda de sus clientes, esto ha representado una oportunidad para poder ofrecer nuevas soluciones a través de plataformas o aplicaciones electrónicas, e inclusive hacer adecuaciones en los puntos de servicio. Las transacciones que los clientes realizan más frecuentemente son, depósitos, transferencias, pagos a terceros, consultas y pagos de servicios.

Inclusive el tema de los retiros vía ATM ha incrementado considerablemente, según informes de la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias, AHIBA, desde que inició la pandemia los montos se han duplicado y hasta la fecha casi triplicado de lo que normalmente se retiraban. Las personas acuden menos a los establecimientos y buscan alternativas más rápidas para retirar sus fondos.

En resumen esta crisis ha ayudado a derribar esa resistencia por las soluciones digitales, más usuarios utilizan las transacciones en línea. Esto ha sido un paso escalonado, no solo en el sector financiero, sino también en los diferentes trámites administrativos que diferentes organizaciones e instituciones han adoptado para una ágil y segura respuesta de atención para sus clientes.

Motivamos a las instituciones bancarias ha que sigan desafiando sus límites, viendo infinitas posibilidades para crear servicios confiables, seguros y de rápida gestión a través de las plataformas digitales. Honduras está creciendo en su consumo digital, las exigencias del 2019 no son las mismas que hoy y por ello es necesario adaptarse.

Femicidios en Honduras



JOSÉ ERNESTO MEJÍA PORTILLO
FISCAL CCIT

“Cobra importancia crear conciencia para visibilizar el problema y para que una mujer agredida acuda a la policía, ministerio público u otra institución de ayuda a interponer denuncia.”

Las cifras de asesinatos de mujeres en Honduras producen escalofríos, en lugar de disminuir, año con año van en aumento. No distingue condiciones, estatus social, religión ni ideologías, cualquier mujer está expuesta a la violencia que puede terminar con su vida. Según diversas publicaciones, Honduras tiene una de las tasas más elevadas a nivel mundial de muertes violentas de mujeres. De acuerdo con el Centro de Derechos de Mujeres (CDM) hasta el 31 de mayo del presente año, se han regis-

trado 122 muertes violentas de mujeres, siendo los departamentos de Francisco Morazán y Cortés los que presentan la más alta tasa de homicidios contra mujeres, con mucha diferencia respecto a los demás departamentos.

No todos los homicidios o asesinatos de mujeres pueden tipificarse como femicidios, la Organización Mundial de la Salud (OMS) considera que el femicidio es el asesinato intencional de una mujer por el hecho de ser mujer (OPS/OMS, 2013). Por su parte, para la ONU Mujeres y OACNUDH, el homicidio de una mujer es calificado como femicidio siempre que su muerte está relacionada con su condición de mujer o motivada por razones de género.

Independientemente de la motivación y la causa, el asesinato de un ser humano es un hecho deleznable y repudiable, pero cuando además se realiza teniendo como motivo el que la víctima tenga la condición de mujer, nos debe llevar a la reflexión y a analizar qué es lo que ocurre para que se produzca.

La pérdida de valores, la desintegración familiar, la falta de incidencia en las escuelas de una verdadera formación en valores y respeto a la vida, puede traer como consecuencia que en la vida adulta ante una situación extrema se reaccione sin pensar en consecuencias, con un resultado trágico.

Según un estudio publicado por el Banco Centroamericano de Desarrollo (BID) de marzo del 2019, el análisis realizado del femicidio “muestra que las características del femicidio en Honduras difieren de las tendencias en otros países de América Latina y el resto del mundo en los que una importante proporción de los casos corresponde al femicidio íntimo (por la pareja, ex pareja), mientras que en Honduras la mayoría son perpetrados por la delincuencia organizada y una importante cantidad son clasificados en la categoría sin determinar”.

“La pérdida de valores, la desintegración familiar, la falta de incidencia en las escuelas de una verdadera formación en valores y respeto a la vida, puede traer como consecuencia que en la vida adulta ante una situación extrema se reaccione sin pensar en consecuencias, con un resultado trágico.”

Ante una problemática de tal magnitud es imperativo que no solamente las instituciones gubernamentales relacionadas con la mujer sino toda la sociedad civil trabaje para erradicar o al menos disminuir de manera importante las cifras.

La mujer es la base de la familia y en nuestro país, con las altas tasas de desintegración familiar, es ella quien sostiene y educa a sus hijos, ejerciendo de padre y madre, por lo que, al faltar, la tragedia se redimensiona dejando hijos huérfanos de padre y madre y provocando un drama que augura un futuro incierto para los hijos desprotegidos.

Por todo ello, no solamente las instituciones gubernamentales están obligadas a velar por la integridad física y mental de las mujeres, sino que la sociedad en general, a través de las distintas organizaciones civiles deben de unir esfuerzos para dar más y mejores oportunidades a las mujeres en Honduras.

La violencia contra la mujer se puede evitar con acciones tempranas por parte de la propia mujer, por supuesto, con el apoyo de las instituciones especializadas: las estadísticas señalan que menos del 40 por ciento de las mujeres que sufren violencia buscan

alguna forma de apoyo o de ayuda. En la mayoría de los países con disponibilidad de información sobre este flagelo, se comprueba que la mayoría de las mujeres que buscan ayuda lo hace con sus familiares y amistades. Un número poco significativo recurre a la policía -menos del 10 por ciento- o instituciones de ayuda. Por eso cobra importancia crear conciencia para visibilizar el problema y para que una mujer agredida acuda a la policía, ministerio público u otra institución de ayuda a interponer denuncia. Se podrían evitar muchas muertes controlando un comportamiento agresivo cuando esta comenzando, pero para ello es imperativo que sea la propia mujer la que asimile que solo visibilizar el problema la puede ayudar. De ahí la importancia de las campañas contra la violencia de género o para concientizar la cultura de la denuncia.

La Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa, como siempre, desarrolla programas de apoyo a la mujer no solamente para su formación como microempresarias y desarrollo de emprendimientos, sino también participando en distintos foros nacionales e internacionales dedicados a la mujer; unido a ello, en sus redes sociales se hace hincapié constante en la igualdad de género, en la cultura de denuncia de agresiones de cualquier tipo hacia la mujer y apoyo a cualquier iniciativa encaminada a evitar comportamientos nocivos contra la mujer y campañas para empoderarlas.

La CCIT hace su parte, pero no es suficiente; un problema de tal magnitud necesita del compromiso de toda la sociedad, pero, sobre todo, de la propia mujer para denunciar cualquier agresión, por pequeña que parezca.



RINA AGUILAR

ASISTENTE DE REGISTRO Y CERTIFICACIONES CCIT

“Para mi Cámara es mi segunda familia...”

Conozcamos a Rina Aguilar, originaria de Tegucigalpa, quien forma parte de la familia de la Cámara desde hace más de 30 años. Rina expresa que Cámara le ha dado la oportunidad de crecer como persona y como profesional. Cuando entró a laborar, inició trabajando como encargada de Hemeroteca, área donde se encargaba de buscar noticias económicas importantes para después archivarlas. Posterior trabajó como recepcionista, luego pasó al Departamento de Registro y Certificaciones, más adelante fue promotora de socios, trabajó en el área de contabilidad y actualmente labora en Registro Mercantil de Francisco Morazán como asistente de Registro y Certificaciones. Su trabajo actualmente consiste en registrar a las empresas, comerciantes individuales y sociedades. En la actualidad su jefa es la Ing. María Elena Romero. Ella comenta que su

experiencia ha sido muy gratificante ya que le ha permitido crecer como persona y como profesional. “Gracias a las autoridades de Cámara, estoy finalizando mis estudios y si Dios lo permite el otro año estoy terminando mi carrera. Ha sido una trayectoria enriquecedora. Para mi Cámara es mi segunda familia, he aprendido mucho, me he superado. Es maravilloso poder estar en CCIT. Me siento orgullosa de mi Cámara.” Una de sus satisfacciones es poder haber podido ayudar a los becados de cámara y verlos hoy en día como se han convertido en profesionales universitarios. “A mis compañeros agradecerles por la amistad, por ese trabajo en equipo. Juntos hemos podido engrandecer el nombre de Cámara de Comercio y poder atender a nuestros afiliados. A los ejecutivos de CCIT, gracias porque aun estoy aquí dando más del 100%”.



Inversiones Caribe

AGENTES ADUANALES

**30 Años
de Servicio
Aduanero**

**TENEMOS REPRESENTACIÓN EN
TODAS LAS ADUANAS DEL PAÍS**



Nuestros servicios:



Servicios aduaneros.



***Servicio de
transporte de carga
terrestre.***



***Manejo de
Importaciones desde
Asia (China - Corea
- Japón).***



***Asesoramiento en
Materia Aduanera.
Importaciones -
Exportaciones.***



Lic. Gustavo A. Chevez

Gerente General

Tel: (504) 2202-2289

Tel: 3173-0877 / 32928631

gustavochevez@hotmail.com

inversionescaribe1@yahoo.com

*Síguenos en nuestras
redes sociales como
Inversiones Caribe:*



<https://inversiones-caribe.com/>



Bicentenario de Independencia **Honduras 2021**

El 15 de septiembre de este año, 2021, se cumplen doscientos años de independencia de nuestra amada Honduras, en alusión a esa fecha tan importante escribí el poema que comparto a continuación.

De la misma manera, considero trascendental resaltar otro momento de relevancia para nuestro país y su futuro que tendrá lugar este año: el 28 de noviembre de 2021, día en que se llevarán a cabo las elecciones generales.

Ambas fechas conmemorativas, decisivas y muy importantes para la vida de todos los hondureños.

Creo firmemente que todos podemos comenzar a dejar a un lado la apatía y el egoísmo, poner nuestro granito de arena desde el lugar que tenemos, haciendo lo que nos corresponde, lo mejor que podemos.

Empecemos este año, en noviembre, sabiendo elegir a nuestros gobernantes, votando por los que han dejado de lado el egocentrismo y buscan un bien mayor. ¿Un sueño? ¡Quizás sí! Los invito a soñar conmigo una mejor Honduras.

"Te Sueño Libre"

Hoy, conmemoro prerrogativas y gritos de independencia,
que evocan al unísono mi ferviente sueño de libertad,
pretensión afín a la de mis antepasados, a su sapiencia
y a su constante lid por tu entereza a posteridad.

Hoy, exalto la gloria de briosos actos de liberación,
de patriotas ilustres que vislumbraron tu ascender
y sus genuinas expectativas de verte florecer,
cual orquídea de la virgen, con vigor, con distinción.

Hoy, celebro doscientos años de tu emancipación. Hoy, sé soñar
con la futura aurora. En mis sueños, yo, vuelo como guara roja,
con la fuerza del sol, con el poder del fuego —sin congoja—
¡y puedo verte —oh, Honduras— apta para despuntar!

¡Y te sueño libre —oh, Honduras— del arraigado egocentrismo,
de la estoica apatía, del constante desdén, del nefando absolutismo!
¡Hoy, quiero soñar! Trazar en el firmamento miradas con mil anhelos,
abrazos de paz, quimeras de libertad, y anular todos mis desvelos.

A las faustas estrellas que esta noche engalanan tu cielo, pido:
bailen conmigo mi vals de independencia, acompañen mi sueño.
¡Es hora ya —oh, Honduras— de conquistar tu libertad!,
como la de cada hondureño, en profusa hermandad.

© Paola Díaz Tomé

Keyla
MOREL

“En mis obras se pueden contemplar los colores tropicales con los que he estado en contacto por vivir y crecer en un país tropical, donde la mayoría del arte local está lleno de tonos cálidos y alegres”

Mi nombre es Keyla Morel. Soy originaria de Tegucigalpa Honduras, casada y madre de tres hijos.

Desde que tengo memoria, me encantó todo lo que tenía que ver con arte, manualidades y creatividad. Fui una niña bastante tranquila, de esas que no les dan problemas a sus padres. Tuve la dicha de ser alumna de mi mamá en la escuela primaria donde estudié, pues era maestra. De ella heredé el gusto y facilidad artística, fue ella quien cultivó en mí el apreciar no solo las artes plásticas, sino también la música y la poesía.

Recuerdo con agrado, como ella llevaba a nuestro grado a la casa de José Antonio Velásquez para verlo pintar y platicar con él acerca de su obra; por mis inquietudes naturales, yo deseaba regresar rápido a casa para poner en práctica todo lo observado, sin saber en ese momento que estaba frente a un hombre que quedaría en la historia del arte hondureño como uno de sus mayores exponentes. Mi mamá, también me proporcionaba los materiales que ocupaba para crear, y me inscribía en concursos de dibujo y pintura, en los cuales por lo general ganaba los primeros lugares.

Fue así, como reconocí en mí esa inclinación de nacimiento que me ha acompañado siempre, sin embargo, creo que más allá de poseer una facilidad

natural hacia las artes plásticas, lo que me hizo desarrollarme en el tema, fue un profundo apasionamiento por crear.

Siempre me gustaron los temas espirituales y psicológicos, así que ya en la adolescencia también desarrollé una afición por la lectura de temas de mi interés. Me gradué del colegio y luego entre a estudiar Licenciatura en Mercadotecnia y Ventas en UNITEC, recibiendo mi título en el año de 1996. Ese fue uno de esos momentos trascendentales en mi vida; yo tenía la posibilidad de trabajar en mi carrera o dedicarme a mi pasión: El Arte. Fue allí donde decidí tomar un riesgo calculado y trabajé en un negocio propio comenzando mi carrera como pintora paralelamente. En 1997, comencé a exponer en galerías de manera profesional. Siempre me fue bien en ambas cosas: negocio y pintura, sin embargo, no estaba completamente enfocada en ninguna de las dos cosas. En el año 2016, a consecuencia de una amenaza delincriminal más conocida como "impuesto de guerra" yo decidí cerrar mis negocios y trasladarlos al interior del país, pero luego de dos años en ese intento, me di cuenta que por distancia y otras ocupaciones, me era muy difícil manejar una empresa a larga distancia, y es en esa ocasión donde tuve que tomar una decisión importantísima en mi vida... yo siempre he dicho que fue un momento en el que hice un análisis existencial: estaba frente a la disyuntiva de si regresar a la actividad comercial con algún esquema diferente o dedicarme cien por ciento al arte... entonces me pregunté: "¿para que fui creada?" Y con todo el miedo del mundo, me respondí: "para crear". Pero eso significaba "quemar mis barcos" y sumergirme de cabeza en el arte. No es des-



conocido para nadie que vivimos en una sociedad en donde se cree que el artista que solo subsiste con la elaboración de sus obras pronto comenzará a morir de hambre, así que esa decisión no fue fácil para mí; para ese entonces, yo tenía mis clientes extranjeros que me compraban arte, pero ahora se trataba de vivir solo por y para el arte en términos monetarios. Le doy gracias a Dios, porque pasé por esa época y porque tomé la mejor decisión. Hoy por hoy, el arte es mi única actividad laboral, y El Señor me ha bendecido con muchas satisfacciones a lo largo del camino. En mi carrera artística he podido representar a Honduras dentro y fuera de sus fronteras; mis trabajos han sido expuestos en El Salvador, Miami, Nueva York, New Jersey, República Dominicana, Brasil, Corea, Taiwán, La India, Austria, Italia, Republica Checa, Suiza y próximamente de la mano de la reconocida curadora mexicana de arte Rocío Guerrero -quien ha llevado de gira colecciones tan importantes como la de Frida Kahlo a Paris o la de



Goya a México- estaré participando en una serie de eventos en Francia, México y Los Estados Unidos. Esta carrera tan linda, me ha permitido figurar en compendios asiáticos de los artistas contemporáneos latinoamericanos mas representativos de la región, también he sido invitada a ser parte de la Academia Mundial de Arte con Sede en Francia, he participado en giras de arte centroamericano en Europa en representación de Honduras, recientemente tuve el honor de exponer en el Palacio de las Naciones Unidas en Ginebra por haber sido elegida mi obra "Left behind" como una de las diez piezas mas votadas en un concurso mundial que promovió la ONU. El reconocimiento mas reciente que he obtenido, es el haber sido elegida para recibir el Premio Cinco Estrellas en Arte y Cultura, que otorga la institución "Marca País" a los cinco hondureños que más destacan en sus áreas de trabajo y que promueven la identidad nacional. También puedo decir que en esta última etapa de mi carrera artística he tenido satisfacciones como por ejemplo el crear mi Academia de Arte Keyla Morel, en donde tengo el privilegio de enseñar lo aprendido a muchas personas de todas las edades; esta iniciativa me impulso a entrar al medio de la educación virtual por el tema de la pandemia. También tengo una columna semanal en el Diario La tribuna llamada "Hablemos de Arte" y junto con una joven colega muy talentosa, soy copropietaria de la galería de arte MC Gallery. En fin, estoy involucrada en muchos proyectos y actividades que llenan mi corazón de satisfacción y alegría.



ACERCA DE MI OBRA

Mi especialidad son los rostros, sin embargo, mis obras están llenas de elementos que están presentes en diferentes estilos; tanto en el realista, como en el género del "Realismo Mágico", por lo cual mi trabajo no puede

"Creo que más allá de poseer una facilidad natural hacia las artes plásticas, lo que me hizo desarrollarme en el tema, fue un profundo apasionamiento por crear."

encasillarse fácilmente en un solo movimiento; aunque si se puede decir que es eminentemente figurativo. Yo utilizo en mis obras una combinación de acrílicos, pinturas fluidas, óleo y láminas de oro, plata y bronce, sobre lienzo, madera y canoa.

En mi trabajo predominan los rostros de mujeres y niños. La maternidad es un tema recurrente. El hecho de plasmar rostros, se me dio de forma natural desde la niñez. En mis inicios comencé haciendo muchas obras como reflejo de la sociedad hondureña, las hice bastante gráficas; utilicé muchas figuras femeninas de la raza negra de la etnia garífuna, también hice muchas mujeres y niños Lencas.

Pienso que el arte que de niña admiré en las Estelas Mayas de las Ruinas de Copan, me inspiraron de manera consciente e inconsciente



a usar “arreboles” y toda suerte de mantos y elementos que rodean como coronas a los protagonistas de mis obras.

Con el trascurrir de los años, mis creaciones se volvieron más universales; tomando el tema de la mujer como mi inspiración principal; sobre todo en lo que trata acerca de su emancipación y de su papel en asuntos existenciales como lo es ser generadora de vida y esperanza. En mis obras se pueden contemplar los colores tropicales con los que he estado en contacto por vivir y crecer en un país tropical, donde la mayoría del arte local esta lleno de tonos cálidos y alegres, sin embargo, he añadido a mi trabajo elementos como las láminas de oro, bronce y plata, para darle un sentido de realeza, dignidad y valor a las figuras que elaboro. A mi me gusta pintar mujeres y niños bellos, llenos de esperanza y confianza, no importando su raza ni condición social, esto, con la intención de que las personas que tengan la oportunidad de contemplar una obra mía, puedan ser afectados con una sensación confortable y agradable, y así generar sentimientos positivos, que son tan valiosos y necesarios en el día a día que la era actual nos entrega.

En la gran mayoría de mi obra se puede observar a la mujer cubierta con un manto de dignidad, seguridad y equilibrio e impregnada de sentimientos propios de su género, siempre desde un ángulo positivo, sensitivo y valiente. He añadido también elementos como caballos, pájaros, mariposas, armaduras, espadas, arboles, y en fin, todo aquello que resalte el mensaje y significado de cada una de mis creaciones.

PROYECTOS

Estoy por los momentos involucrada en muchos proyectos entre los que resaltan la enseñanza y promoción del aprendizaje artístico. Por la reciente crisis sanitaria mundial, he enfocado mis esfuerzos al área tec-

nológica y virtual, algo que en un inicio me genero muchas dudas y aprensión, pero que hoy manejo perfectamente bien. Los sábados doy clases de arte de forma virtual a tres grupos de estudiantes: Dibujo para adultos, dibujo para niños y pinturas acrílicas. También estoy en el proceso de traducir al inglés y comercializar todo este contenido por plataformas profesionales que llegan a todo el mundo. Por otro lado, estoy en el proceso de activar formas creativas de comercialización del arte en Honduras por medio de la galería virtual MC Gallery, en donde se tiene contemplado un canal de YouTube y experiencias interactivas entre admiradores del arte y los artistas. Además, se están abriendo oportunidades para nuevas exposiciones fuera del país y para iniciar con movimientos artísticos en proyectos que puntualmente contribuirán en el desarrollo de comunidades en el país. Si lo último se concreta, pronto lo estaré publicando en detalle.

CONSEJO A LOS ARTISTAS

Persigan sus sueños y vocación, han sido hechos con un diseño especial, procuren hacer del arte su trabajo, así serán felices siempre.

Modalidades **HIBRÍIDAS** de trabajo:

**ventajas para aumentar la
competitividad empresarial**

*Teresa Morales
Directora de Soluciones
HCM de Softland*

“El bienestar de los colaboradores impactará directamente en la continuidad del negocio, escuchar sus preocupaciones y acatar las medidas de los gobiernos es fundamental.”

Hace poco más de un año que el Covid-19 llegó a Latinoamérica y las organizaciones debieron redefinir sus estrategias en un muy corto plazo. Esta dura realidad, también se extrapoló a todo el personal cuando anunciaron medidas de movilidad y distanciamiento físico.

Ante lo anterior, surge la pregunta, ¿trabajar desde la casa, en la oficina, en espacios de coworking o una combinación de las anteriores? Dar oportunidad a estas dimensiones podría resultar beneficioso para todos. Aunque los cambios pueden tomar años, ya nos tocó maniobrar sobre este campo, evaluar y tomar acciones correctivas conforme se avanzó en esta práctica.

El estudio global “Resetting Normal” reveló que tres de cada cuatro personas quisieran una modalidad de trabajo híbrida, es decir trabajar en casa y en la oficina. Sin embargo, la forma de adoptar esta modalidad dependerá por supuesto del tipo de industria, giro, y actividades de cada empresa y el uso de soluciones tecnológicas que nos permitan comunicarnos con los colaboradores, ver sus avances de trabajo, dar feedback efectivo, realizar evaluaciones de desempeño, etc.

Los empresarios deben prepararse para que lo online se combine con lo offline y nuestros colaboradores puedan beneficiarse de ambos esquemas. Para

el empleador esto significará una reducción en costes fijos como alquiler de espacios y pago de servicios y para el personal significará la intersección de su vida personal con la laboral, permitiéndoles administrar su tiempo en función de ello.

FACTORES DE ÉXITO Y VENTAJAS DEL TRABAJO HÍBRIDO

CAMBIO CULTURAL

¿Cómo puedo hacer crecer el sentido de responsabilidad individual? Démosles a los profesionales de nuestras empresas confianza y autonomía para desarrollar su trabajo.

Aléjate del micromanagement y adopta plataformas que permitan la colaboración remota con herramientas como Softland HCM, que permitirán aumentar la eficiencia de las jornadas de trabajo.

Hoy las compañías deben crear culturas basadas en la orientación de resultados y no en el presencialismo y donde sus líderes tienen que aprender a gestionar desde la distancia y no a través del control. Diferentes estudios demuestran que las empresas aumentarán hasta en un 15% sus ingresos y disminuirán hasta en un 8% la rotación de personal si implementan esquemas de trabajo híbridos.

SEGURIDAD Y SALUD DEL PERSONAL

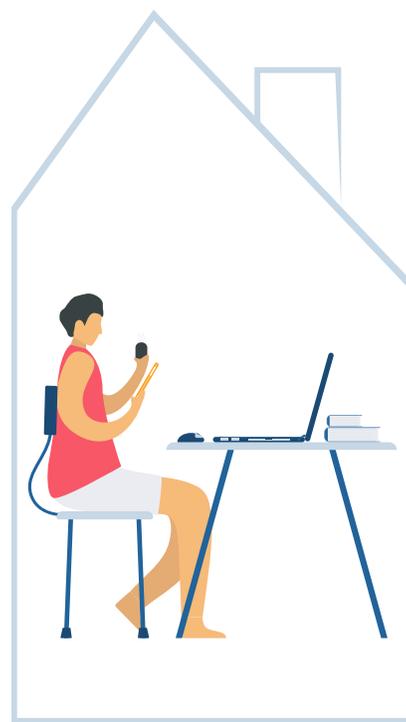
Debemos ser disruptivos y flexibles a la hora de adoptar medidas para cuidar a nuestra gente. El bienestar de los colaboradores impactará directamente en la continuidad del negocio, escuchar sus preocupaciones y acatar las medidas de los gobiernos es fundamental.

En la actualidad, velar por el bienestar de los colaboradores ayuda a resguardar su integridad física, psicológica y además contribuirá con la rentabilidad de la empresa. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) las iniciativas para velar por el bienestar del personal contribuyen a reducir el absentismo por enfermedad en un 27% y los costos de atención sanitaria para las empresas en un 26%.

En muy poco tiempo demostramos que el trabajo no es un lugar sino lo que hacemos con dedicación, esfuerzo y pasión en nuestras organizaciones.

FELICIDAD Y AUMENTO DE PRODUCTIVIDAD

Los modelos híbridos del trabajo permiten que parte de los empleados puedan seguir disfrutando de la oficina y otros de su trabajo de manera remota desde casa o espacios de coworking. Si se consigue este objetivo, el personal podrá evolucionar en el ámbito personal y



“En Latinoamérica, se conoce que los servicios profesionales, científicos y técnicos tienen 85% más probabilidades de trabajar de forma híbrida, seguido de la educación con 62%”

colectivo, permitiendo que su productividad sea mayor y busque comprometerse desde una visión holística.

Contar con políticas flexibles de trabajo, establecer las condiciones necesarias para que se concreten los objetivos laborales y trabajar en el desarrollo humano crea personas felices con mayor satisfacción laboral y altos índices de productividad.

CONTACTO HUMANO

En muchas oportunidades, se hace necesario convivir en espacios compartidos, especialmente si se trata de nuestro equipo de trabajo. La convivencia permite crear experiencias que trascienden en el tiempo y son clave para aumentar la productividad. La experiencia nos dice que dependemos de la presencia física y que pasar largas horas de trabajo en casa podría aumentar el estrés del personal.

¿QUÉ PASARÁ EN EL FUTURO?

La situación de emergencia mundial nos llevó a improvisar y a hacer del teletrabajo una potente herramienta para apalea los efectos del COVID-19 en nuestras organizaciones. Dando un vistazo en retrospectiva los modelos híbridos están en pañales.

Citrix indicó que, en 2022, el 50% de los empleados en todo el mundo serán móviles y trabajarán de forma remota y flexible. Arroja una importante realidad para que las organizaciones que quieran aumentar su competitividad se acompañen de tecnología y herramientas flexibles que empoderen a sus colaboradores y les permita obtener una ventaja diferencial frente a otras empresas de su sector o nicho.

En Latinoamérica, se conoce que los servicios profesionales, científicos y técnicos tienen 85% más probabilidades de trabajar de forma híbrida, seguido de la educación con 62%; finanzas y seguros con un 80% y bienes raíces con un 60%; esto justifica la integración de sistemas que faciliten la conectividad y garanticen el cumplimiento de los objetivos.

El futuro de esta modalidad laboral depende de la adaptabilidad a las nuevas formas de interacción. Testigo de ello son las compañías que suspendieron reuniones presenciales y cancelaron el desplazamiento de sus colaboradores a otros países, viéndose tremendamente beneficiados en ahorros y manteniendo el mismo nivel de productividad.

Para el crecimiento y mejora continua de las empresas, adaptarse para sobrevivir será siempre una prioridad.



“Debemos ser disruptivos y flexibles a la hora de adoptar medidas para cuidar a nuestra gente. El bienestar de los colaboradores impactará directamente en la continuidad del negocio, escuchar sus preocupaciones y acatar las medidas de los gobiernos es fundamental.”

Para más información:
Diego Villagra
diego.villagra@softland.cr
Content Marketing Softland
www.gruposoftland.com



CCIT
CÁMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

**SERVICIOS
DE CCIT**

Unidad de **Intermediación Laboral**

Le permite a las empresas afiliadas encontrar el capital humano idóneo, a través del acceso gratuito a nuestro portal de empleo.

Además, ofrece los servicios de evaluaciones psicométricas, herramientas que dan a conocer competencias, habilidades y características de personalidad del candidato.

Aplicación de
los chatbot
al entorno actual
de negocios
<Ventajas y desventajas>

Alejandro Olvera Lorenzo
IT Advisory Associate Partner
Crowe LATAM / Crowe México

“Un Chatbot suele ser de gran ayuda para responder consultas, pero es importante conocer las limitaciones para no dañar la imagen de la empresa”

Hoy en día las empresas tienen una manera de orientar sus esfuerzos centrándose en el cliente y al servicio para fortalecer su lugar en medio de la feroz competencia actual.

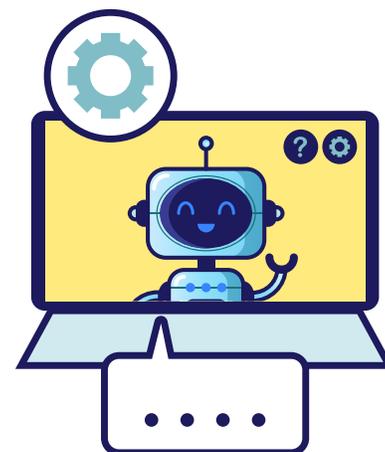
Los países poseedores de tecnologías avanzadas están creando diariamente mejores y más ágiles herramientas para facilitar la interacción entre los humanos y las computadoras. Con el uso de soporte de elementos como la Inteligencia Artificial (IA), asistentes virtuales y Chatbots, se están logrando crecimientos muy importantes y muy rápidos sobre todo para negocio emergentes de nuevos emprendedores con la máxima eficiencia. Las investigaciones sugieren que las empresas ahorrarán un total de 2.500 millones de horas de esfuerzo empresarial y comercial para 2023 con el uso de aplicaciones Chatbot (www.themediabulletin.com).

Los Chatbot, son robots virtuales basados en programas informáticos creados para simular conversaciones humanas, ya sea en un sitio web, una aplicación de mensajería o un asistente virtual. Con los clientes actuales esperando respuestas inmediatas, eficientes y personalización en sus interacciones con las marcas, la adición de los Chatbot como canal de comunicación se ha vuelto fundamental para el crecimiento del negocio. En su forma más simple, los Chatbot pueden ser programados para responder preguntas específicas, con frecuencia, ofreciendo una manera fácil de interactuar con los visitantes. Por otro lado, los Chatbot empoderados por la

IA pueden aprender del comportamiento del usuario y sus interacciones anteriores para predecir el comportamiento de un nuevo visitante y ofrecer información relevante. El uso de Chatbots ayuda a automatizar las interacciones y ofrecer accesibilidad instantánea en las funciones de ventas, mercadotecnia y servicio al cliente. (Crowe Global-The Art of Smart, 2021).

Aunque a la fecha la mayor aplicación de Chatbots está orientada a las áreas comerciales de las empresas, con el desarrollo galopante de la IA y las nuevas tecnologías híbridas, no es difícil predecir que en pocos años, su aplicación será cada vez más generalizada y abarcará prácticamente todos las áreas y procesos de negocios de las empresas.

Como todo, el uso de Chatbots presenta ventajas y desventajas, entre las cuales se encuentran las siguientes:



VENTAJAS DE UTILIZAR CHATBOTS

Servicio disponible 24/7

El proceso de atención expedita al cliente se puede mejorar con la ayuda de chatbots. Al ser un sistema de servicio robótico, los servicios chatbot están disponibles las 24 horas, 7 días a la semana. Puede ser de gran ayuda para consultas iniciales y respuestas genéricas a los clientes. Para las preguntas, solicitudes y situaciones complejas cada vez más complicadas de manejar, los Chatbots están programados para reenviarlos a un asesor humano para una mejor asistencia al cliente. Los Chatbots deben ser considerados por el momento, como un soporte adicional para los representantes de servicio al cliente para ahorrar tiempo y ayudar a casos más significativos que el genérico.

Respuesta a preguntas frecuentes de forma inmediata

El Chatbot es el primer eslabón en el proceso de venta digital. Un proceso cada vez más complejo que requiere un mayor compromiso por parte de la empresa para cumplir con las expectativas del consumidor, que suelen ser cada vez más altas y por ende, requieren de una capacidad de respuesta mayor por parte de las empresas. Con un Chatbot es posible automatizar la mayoría de las preguntas frecuentes y responder las consultas del cliente sobre nuestro producto o servicio de forma inmediata, logrando así una mejor interacción usuario-marca.

Permiten obtener los datos del cliente de forma amigable

Luego de responder las preguntas más frecuentes de los usuarios es importante continuar con el proceso de venta digital solicitando los

datos de contacto del prospecto. Un Chatbot permite obtener estos datos de forma eficiente, amigable y natural.

Ayudan a mejorar la imagen global de la empresa

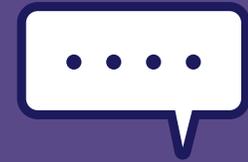
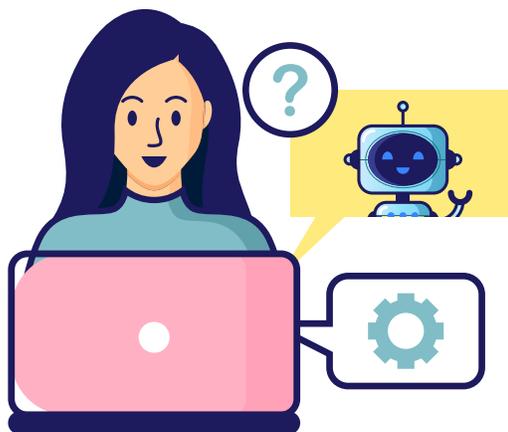
Hoy más que nunca es de gran importancia para las empresas lograr diferenciarse de los competidores ofreciéndole al cliente un valor agregado en sus productos, servicios, atención o cualquier otro aspecto de la empresa. Un buen punto de partida puede ser mejorar la atención al cliente para ofrecer una experiencia de usuario más satisfactoria, para lo cual es clave utilizar un Chatbot que se encuentre disponible las 24 horas del día para lograr calmar las ansias del cliente en tiempo real.

Facilitan la orientación de la empresa a mercados globales

Los Chatbots están programados basados en las políticas, los objetivos y, por lo tanto, una mejor representación de la empresa a escala global. Por otro lado, el negocio global depende mucho de la flexibilidad lingüística y los Chatbots también resuelven ese problema. La capacidad de tratar con clientes en diferentes idiomas internacionales es uno de los factores de refuerzo más significativos para el crecimiento de la empresa. Los Chatbots son un gran traductor de idiomas. El uso de un Chatbot añade una fuerte estrategia de marketing global, ya que se pueden entender los problemas de los clientes en diferentes idiomas, para después, traducir la consulta al idioma de la empresa, obtener la respuesta y después cambiar de nuevo al idioma de los clientes para transmitir el mensaje sin problemas, logrando negocios globales ininterrumpidos.

Se potencia la generación de oportunidades de negocio

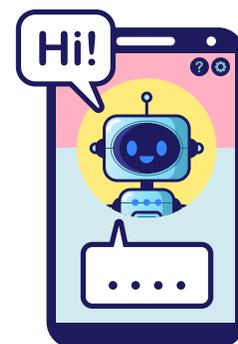
Un Chatbot simple puede ser mucho más que solamente un medio de comunicación. Mientras sostiene una conversación con los clientes, un Chatbot puede recopilar información diversa y ayudar a construir una relación con el cliente o prospecto. Un Chatbot puede preguntar acerca de las consultas importantes y relacionadas, convencer al cliente y generar clientes potenciales para una empresa. A través de la información que recibe, la empresa puede segregar fácilmente a sus usuarios para un mejor servicio más personalizado. Los Chatbots garantizan que el flujo de proceso se lleva a cabo en la dirección correcta para producir altas tasas de conversión. Con un Chatbot, los clientes tienen fácil acceso para comenzar a comunicarse al instante con nuestra empresa.



Son Altamente Rentables

Se espera que el mercado global de Chatbots alcance entre 2.600 y 9.400 millones de dólares para 2024, a una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta del 29,7%, según un nuevo informe de Business Insider. Una de las razones detrás de su alta demanda en el mercado actual es su rentabilidad. Dado que es una solución robotizada, permiten la asociación con numerosos clientes de inmediato y eficazmente. Al utilizar las ventajas de un Chatbot que complementan a los ejecutivos humanos, una empresa no sólo ahorrará dinero en los costos de los empleados, sino que también mantendrá una distancia estratégica de los problemas provocados por los errores humanos para hacer efectivo el fondo de comercio de la empresa. El servicio de un Chatbot es tan eficaz que la mayoría de las empresas internacionales prefieren el apoyo de un Chatbot que del tradicional apoyo humano para garantizar la precisión y el profesionalismo.

“Los Chatbot, son robots virtuales basados en programas informáticos creados para simular conversaciones humanas, ya sea en un sitio web, una aplicación de mensajería o un asistente virtual.”



DESVENTAJAS DE UTILIZAR CHATBOTS

Un Chatbot no reemplaza al 100% la atención humana

Uno de los potenciales de un Chatbot es la capacidad de reconocer sus limitaciones y derivar los temas complejos. Es clave saber distinguir los procesos monótonos y posiblemente automatizables para reservar el esfuerzo humano a tareas más complejas.

Las consultas de clientes existentes suelen ser difíciles de predecir o automatizar

Algunas cosas sí pueden automatizarse y, en general, un Chatbot suele ser de gran ayuda para responder consultas, pero es importante conocer las limitaciones para no dañar la imagen de la empresa.

Manejo ineficiente de datos sensibles

Algunas empresas u organizaciones manejan información y datos sensibles (consultas médicas, soporte técnico de servicios críticos, datos financieros, etc.). En este caso es importante tener muy claras las limitaciones del Chatbot y aplicar a su uso las más estrictas normas de seguridad de datos.

Uso inadecuado de los Chatbots

No todos los procesos requieren o se les puede aplicar el uso de un Chatbot. Si no se hace un buen análisis de costo-beneficio y funcionalidad a resolver, las empresas pueden caer en gastos innecesarios tratando de implementar este tipo de herramientas y en vez de dar agilidad a sus procesos y mejorar el servicio a los clientes, pueden producir un efecto contrario.

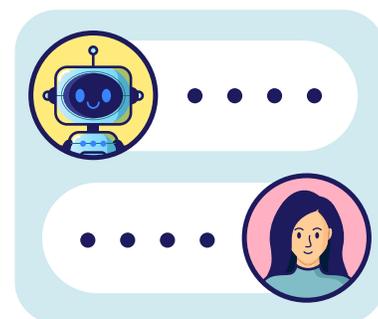
Ofrecen respuestas limitadas

Los Chatbots ofrecen un servicio al cliente más rápido, pero no son perfectos y solamente proporcionan respuestas a los clientes limitadas por

su programación de base y sus criterios previos establecidos, por lo tanto, no todos los clientes encontrarán el tipo de respuestas que están buscando a través de un Chatbot.

En muchos casos generan frustración en los clientes

Debido a que los Chatbots generan sus respuestas a partir de bases de dato limitadas, pudieran improvisar en algunos casos si se confunden con las respuestas del interlocutor, de manera que la conversación entre el Chatbot y el cliente puede caer en un camino circular sin salida, en el cual no se podrá llegar a conclusiones acertadas, causando por lo regular altos niveles de frustración entre los clientes interlocutores.



Los Chatbots complejos son todavía muy costosos

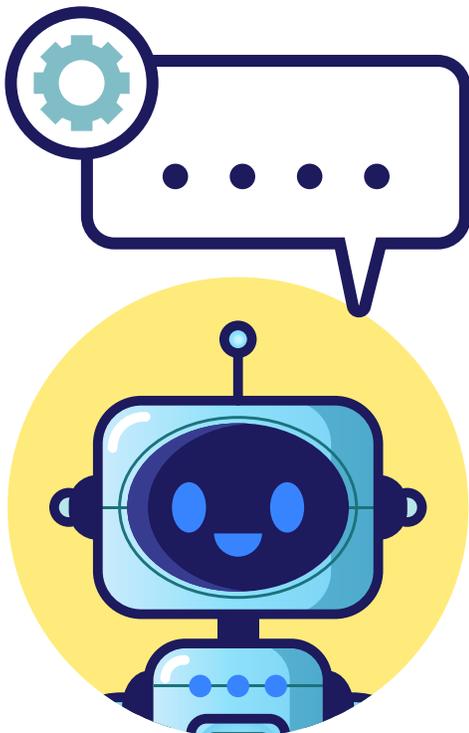
Aunque los Chatbots pueden ser suficientemente sofisticados para aminorar las desventajas mencionadas anteriormente, el costo de lograr un mayor grado de eficiencia y contar con un Chatbot más sofisticado y complejo, podría ser muy alto comparado con el de un Chatbot simple. De ahí que el propósito de un Chatbot de ahorrar recursos financieros resulta en un fracaso.

Los Chatbots no son rentables ni aplicables para cualquier tipo de negocio

Para los negocios de profesionales autónomos de servicio se requeriría programar Chatbots con suficientes respuestas y sería muy costoso para que fueran realmente eficientes.

Conclusión.

Si se está considerando agregar al arsenal de herramientas comerciales de su negocio el uso de Chatbots, la sugerencia es que cada empresa debe tomar en cuenta la viabilidad y beneficios reales que su aplicación podrían representar, dado que como toda herramienta tecnológica, los beneficios inherentes de los Chatbots están directamente relacionados con la verdadera factibilidad en su aplicación en cada caso.



“Los Chatbot, son robots virtuales basados en programas informáticos creados para simular conversaciones humanas, ya sea en un sitio web, una aplicación de mensajería o un asistente virtual.”

Autor:

Alejandro Olvera Lorenzo

alejandro.olvera@crowe.mx

Office:+52 33 3316 9503 | Cel:+521 33 38091871 |

Fax:+52 33 3616 9505

Con la Colaboración de:

Eduardo Ponce de León

Asociado de TI (Expertise) | Crowe México

eduardo.ponce@crowe.mx

Citas bibliográficas:

-Crowe México y Crowe LATAM (www.crowe.com).

-Crowe Global-The Art of Smart Bulletin, 2021).

-Expertise Servicios Profesionales (www.expertise.com.mx).

-The Media Bulletin (www.themediabulletin.com).

- The Business Insider, 2021



Bases Forradas

Tú lo **IMAGINAS**
nosotros lo
FABRICAMOS



Auditorio



Cubículos de Atención al Cliente



Counter de Atención



Kiosco

www.ipsa.hn

[@ipsahn](https://www.instagram.com/ipsahn)

[f ipsaHonduras](https://www.facebook.com/ipsaHonduras)

[9441-8404](tel:9441-8404)

TEGUCIGALPA
2239-3066

LA CEIBA
2440-4026

COMAYAGUA
2772-7092

SPS PRINCIPAL
2553-3029

SPS SUCURSAL
2527-4178



BC-00011003

LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Tiene cara de *Mujer*

Ángela Ospina de Nicholls
Directora APC Colombia



“Muchos nos hemos preguntado cómo será la “nueva normalidad” después del COVID-19. La respuesta, sin duda, es que el futuro es femenino, diverso y con un propósito.”

El impacto que ha tenido la pandemia del COVID-19 en los países y las diferentes industrias es indiscutible. En los próximos meses los gobiernos y las instituciones financieras tendrán que recolectar información para medir el impacto económico que deja esta emergencia sanitaria y conocer con certeza las pérdidas que tendremos que afrontar en el futuro, así se podrán establecer metodologías y brindar herramientas que permitan apoyar a los emprendedores y a las PYMES. Dos de los grupos más afectados durante el último año.

Las pymes se han posicionado como actores fundamentales para incrementar el crecimiento económico potencial de América Latina. Estas pequeñas y medianas empresas se caracterizan por la gran diversidad de productos, mercados, tecnologías y capital humano, así como por su vinculación con otras empresas, factores que afectan su productividad, capacidad de exportación y potencial de crecimiento. Las PYMES representan alrededor de 99% del total de empresas y dan empleo a cerca de 67% del total de trabajadores de América Latina.¹

Como una forma de reconocimiento a la importancia de las pequeñas y medianas empresas en Centroamérica y con el fin de continuar ampliando el alcance de la Estrategia Regional y nacionales de Honduras, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Costa Rica, Belice y República Dominicana en

materia de emprendimiento y fortalecimiento empresarial para los servicios empresariales de las Cámaras de Comercio, la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional, APC-Colombia, la Unión Europea, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, Cámara de Comercio de Bogotá, Cámara de Comercio y Servicios de Nicaragua, Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa, Ministerio de la economía de Guatemala, Ministerio de economía e Industria de República Dominicana, CENPROMYPE y la Secretaría de Desarrollo Económico de Honduras suscribieron un contrato para la realización de un proyecto de Cooperación Triangular en el año 2016. Gracias a este convenio, se realizaron las 2 primeras fases exitosamente, logrando diversificar y apoyar a las empresas y emprendedores para acceder a soluciones orientadas a la consolidación de las MYPIMES.



Actualmente, se está ejecutando la tercera fase del convenio y aunque se presentaron dificultades causadas por el COVID-19, la Cámara de Comercio e Industria de Tegucigalpa, en el Marco del proyecto EDEM, dio apoyos especiales de acompañamiento técnico para la necesidad de los emprendedores hondureños y consolidó el modelo logrando una oportunidad de acompañamiento bajo el Modelo Integral de Servicios Empresariales (MISE).

A pesar de todas las dificultades que trajo la pandemia, se ha presentado un efecto secundario positivo: un reinicio global que nos ha dado la oportunidad de reflexionar, aprender a trabajar con nuevas metodologías desde la virtualidad y recalibrar causas como la diversidad y el medio ambiente. El año 2020 también fue el año de la solidaridad y el año en el que entendimos la importancia de la economía colaborativa. Esta economía colaborativa se basa en las nuevas tecnologías y redes cooperación. Se

presta, se intercambia, se vende, se alquila o se compran productos o servicios, basándose en necesidades y en la colaboración entre las personas. Esto es muy importante porque las grandes protagonistas de los nuevos emprendimientos y MYPIMES son las mujeres.

Los emprendimientos o las startups de hoy son las grandes empresas gigantes del futuro. A pesar de que las empresas creadas por mujeres han tenido grandes obstáculos a lo largo del tiempo; hoy en día, la evidencia demuestra que las mujeres empresarias son una fuente importante de crecimiento y valor para las empresas, los inversores, las instituciones financieras y las economías. Estos logros son aún más importantes si tenemos en cuenta que las emprendedoras,

“Los emprendimientos liderados por mujeres tienen una característica muy especial. Estos negocios fueron creados con un propósito e iniciaron con el fin de hacer una diferencia en el mundo.”

“Un reinicio global que nos ha dado la oportunidad de reflexionar, aprender a trabajar con nuevas metodologías desde la virtualidad y recalibrar causas como la diversidad y el medio ambiente.”

en su gran mayoría, han tenido que asumir responsabilidades adicionales al cuidar de sus familias, incluso han enfrentado una mayor cantidad de trabajo y violencia doméstica mientras están en sus casas.

Las MIPYMES y emprendimientos liderados por mujeres han tenido que adaptarse rápidamente a modelos comerciales digitales debido a la pandemia. En APC-Colombia hemos tenido que trabajar virtualmente con comunidades que cuentan con una alta participación femenina y me siento orgullosa de afirmar que las mujeres latinoamericanas demuestran todos los días una capacidad sorprendente de adaptarse a nuevas situaciones, están dispuestas a aprender y a reaprender, dejan en evidencia un gran liderazgo en términos de digitalización, capacitación, participación en seminarios virtuales y en el desarrollo de iniciativas educativas que traigan beneficios a sus entornos.

Los emprendimientos liderados por mujeres tienen una característica muy especial. Estos negocios fueron creados con un propósito e iniciaron con el fin de hacer una diferencia en el mundo. Las empresarias están impulsadas por un sentimiento de bien común a diferencia de los hombres que se sienten más impulsados a crear un negocio debido a la oportunidad. La mayoría de las mujeres, según el Banco Mundial, están invirtiendo en causas y preocupaciones que les importan, no solo buscan ganar dinero. Las mujeres se centran en promover la salud, el medio ambiente, la sostenibilidad, la igualdad de género y otras formas de justicia social. Las mujeres quieren actuar y hacer algo sobre los problemas de hoy e iniciar un nuevo negocio es una forma poderosa de lograrlo.²

Otra característica importante de los emprendimientos femeninos es el gran trabajo de investigación y capacitación que realizan las mujeres en el momento de formar una empresa. Esto se debe en gran medida a que la virtualidad ha permitido que mucha información se encuentre disponible y haya una gran facilidad para acceder a la información, estudiar casos de éxito, aprender el uso de redes sociales y crear contenido de interés para los clientes, estudiar el entorno y presentar propuestas

estructuradas e impactantes a los posibles inversionistas. El resultado notable, durante la última década se han reducido las barreras a financiar y aprobar un proyecto de emprendimiento. Los gobiernos, las instituciones gubernamentales y financieras, los grandes empresarios y la cooperación internacional tenemos la misión y el deber de trabajar unidos para brindar acceso a nuevas las mujeres emprendedoras y continuar brindando el apoyo y la ayuda que necesitan.

Muchos nos hemos preguntado cómo será la “nueva normalidad” después del COVID-19. La respuesta, sin duda, es que el futuro es femenino, diverso y con un propósito. Este es el momento oportuno para aumentar la participación de las mujeres rurales en la economía digital, el marketing digital y el comercio digital.



¹Definición de la CEPAL.
²Jessica Schnabel, Global Head of IFC's Banking on Women business in the Financial Institutions Group. Measuring the Impact of COVID-19 on Women Entrepreneurs



EL SUV QUE ESTABAS ESPERANDO



NUEVO **COROLLA**
CROSS
HYBRID



TECNOLOGÍA HÍBRIDA:
MAYOR EFICIENCIA



DISEÑO SUV:
SOFISTICADO Y URBANO

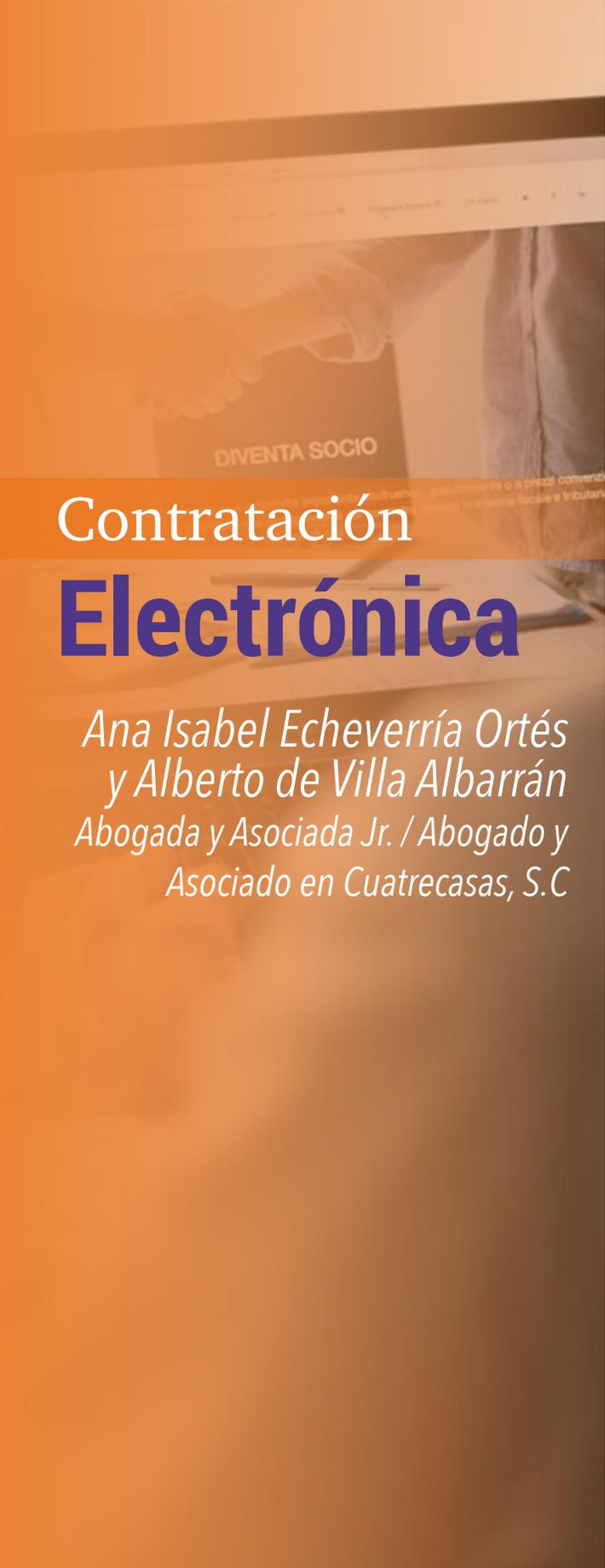


SEGURIDAD:
7 BOLSAS Y FRENO ABS



• Tegucigalpa Col. El Prado: 2216-4000 / Anillo Periférico: ext. 1722, 1723 • San Pedro Sula: 2561-8600 • La Ceiba: 2442-4140 • Choluteca: 2782-2524

/toyotahonduras www.toyotahonduras.com



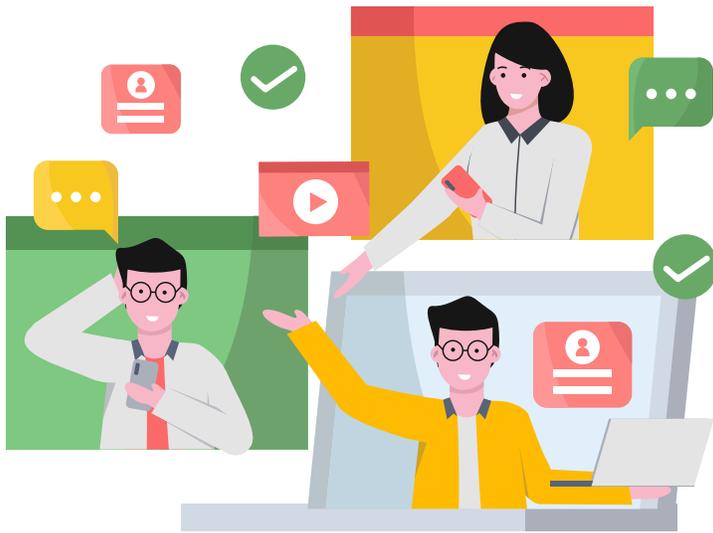
Contratación Electrónica

*Ana Isabel Echeverría Ortés
y Alberto de Villa Albarrán
Abogada y Asociada Jr. / Abogado y
Asociado en Cuatrecasas, S.C*

“La contratación electrónica es algo que, si bien se ha ido cultivando en las últimas décadas, hoy resulta esencial para desarrollo económico de un país.”

Vivimos en una nueva realidad, en la cual la evolución tecnológica no permite que la sociedad, o el Derecho se queden rezagadas. Como muchos autores lo han recogido en sus textos, el Derecho positivo es una respuesta por parte de los Estados para reconocer las costumbres y acuerdos tomados por las personas, para efecto de dar certeza y protección a los ciudadanos. La realidad que hemos vivido desde la tercera revolución industrial, que trajo consigo la llamada “sociedad de información”, ha venido evolucionando hasta llegar a la etapa que estamos viviendo y que muchos denominan la “cuarta revolución industrial”, marcada por la convergencia de tecnologías digitales, físicas y biológicas. Esta situación se ha visto acelerada derivado de la situación actual, propiciada por la pandemia del virus SARS-CoV-2, la cual ha generado un mundo en el cual el comercio electrónico es más importante que nunca.

Los comerciantes siempre han buscado la manera de solucionar los problemas derivados de globalización, empezando por los comerciantes que cruzaban de Europa a Asia en busca de especias y telas, hasta los comerciantes de épocas recientes que vienen desde Asia hacia América con mercancía para todo el continente americano. Las soluciones han venido en forma de, entre otras, títulos de crédito, creación de instituciones internacionales, tanto para regular el comercio exterior como para resolver las disputas que éste puede originar y acabando en soluciones



más innovadoras y sencillas que, como lo son las relacionadas con contrataciones electrónicas, han permitido que el comercio internacional llegue a las manos de cualquier persona que tenga a su disposición una computadora o un celular.

La discusión y problematización de la digitalización del mundo del comercio electrónico es una conversación que ha ido creciendo y se ha convertido en un tema central en los últimos siete años. Si bien, no existe mucha literatura formal que hable del tema, derivado en gran medida del abandono de dichas prácticas, la cantidad de artículos, congresos, foros y blogs que generan discusión sobre el tema va en aumento cada día.

La novedad de poder celebrar actos jurídicos de manera remota, a través de medios y plataformas electrónicas que están al acceso de cualquier persona y no solamente de grandes instituciones, hace que el tema cobre especial relevancia, esto sumado a la situación actual que vivimos en donde el distanciamiento social y el trabajo remoto, se ha convertido en algo cotidiano. Es por eso que es imprescindible que los distintos jugadores en esta realidad, como lo son los Estados y las organizaciones internacionales, establezcan los instrumentos jurídicos idóneos, empezando por la internalización de leyes modelos, directrices emitidas por la Organización de las Naciones Unidas, a través de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil, en adelante y para efectos de eficiencia la CNUDMI y buscando la implementación de las mismas, ya sea a través de la celebración de tratados internacionales que busquen la adopción de mecanismos estandarizados en las distintas jurisdicciones o a través de la implementación directa de dichos modelos.

Como se menciona al principio del texto, el derecho no es más que una

respuesta por parte del Estado a las costumbres adoptadas por los individuos, por lo que, buscar la implementación de un mecanismo análogo a lo largo de diversos países no es una tarea fácil, ya que hay que recoger las costumbres y prácticas de las distintas personas, además de reconocer la realidad de las distintas jurisdicciones.

Si bien la sociedad y, en particular las grandes empresas transnacionales, han ayudado a implementar la contratación electrónica a lo largo de los últimos años, la realidad que en la que vivimos hoy en día hace que individuos que no cuentan con los recursos, experiencia o conocimientos que tienen estas empresas transaccionales, sean los principales actores del comercio internacional, muchos de ellos

“Contrataciones electrónicas, han permitido que el comercio internacional llegue a las manos de cualquier persona que tenga a su disposición una computadora o un celular.”

“Buscar la implementación de un mecanismo análogo a lo largo de diversos países no es una tarea fácil, ya que hay que recoger las costumbres y prácticas de las distintas personas, además de reconocer la realidad de las distintas jurisdicciones.”

sin siquiera saberlo, por lo que resulta indispensable que se adopten mecanismos para garantizar la certeza jurídica de las personas que pretenden celebrar estos actos.

Para resolver esto, la comunidad internacional ha realizado enormes esfuerzos para garantizar la seguridad jurídica de los comerciantes, y por último, pero no menos importante, para reforzar y reconocer los requisitos de existencia y validez de un acto jurídico consentido a través de medios tecnológicos.

Es a partir de 1996 y hasta el día de hoy que, la CNUDMI ha emitido distintas leyes modelo con el objetivo de crear un marco jurídico base o guía para que los Estados Miembro de la Organización de las Naciones Unidas adoptaran, en la medida de lo posible, ciertas disposiciones aceptadas internacionalmente a su sistema normativo interno. En este sentido, la internalización de dicha normativa es el primer paso para intentar combatir los obstáculos que la normativa interna de cada Estado Miembro pudiera llegar a oponer para la implementación de normas de comercio electrónico. La Ley Modelo de Comercio Electrónico (expedida en 1996 y

modificada en 1998) reconoce por primera vez el comercio electrónico a través de mensajes de datos y se fundamenta en los principios de equivalencia funcional, neutralidad tecnológica, no discriminación del uso e implementación de documentos electrónicos, compatibilidad internacional y autonomía de la voluntad.

Es con esta Ley Modelo que se



**CONTROLAMOS
CUALQUIER TIPO
DE PLAGAS**



**CONTROLAMOS
CUALQUIER
MICROORGANISMO**



Virus Bacterias Hongos

+ 504 3210-4795 / info@fumiza.hn



mencionó en un principio, aunque resulte complicado, el Derecho no se puede quedar rezagado ante los inminentes cambios tecnológicos, tenemos que ser capaces como sociedad de aprender del pasado, para poder ser creativos en el futuro y fomentar el uso de recursos tecnológicos que faciliten la contratación electrónica entre los distintos jugadores del mundo del comercio.

empieza a reconocer legislativamente el comercio electrónico, para poder adaptarse a una nueva realidad respecto del cambio en la manera de comerciar y contratar a través de medio electrónicos.

De manera complementaria, la CNUDMI ha ido poco a poco complementando la normativa aplicable para la regulación, reconocimiento y estandarización de la contratación electrónica con la emisión de la Ley Modelo de la Firma Electrónica (expedida en 2001) y la Ley Modelo sobre los Documentos Transmisibles Electrónico (expedida en 2017). La primera tiene por objetivo reconocer el uso y facilitar la implementación del uso de las firmas electrónicas tomando como base el principio de equivalencia funcional para demostrar que una firma electrónica hace las veces de una firma autógrafa, siempre y cuando cumpla con ciertos requisitos de fiabilidad Y, la segunda, tiene por objetivo reconocer que los documentos transmisibles por su naturaleza, como lo podría ser el pagaré, deben de reconocerse como funcionalmente equivalentes a aquellos emitidos en papel si cumplen con los requisitos establecidos en ley y se utiliza, para su emisión un método o sistema fiable que garantice el reconocimiento de un documento único, el control del documento y la modificación o, en su caso, inalterabilidad del mismo.

En resumen, la contratación electrónica es algo que, si bien se ha ido cultivando en las últimas décadas, hoy resulta esencial para desarrollo económico de un país. Es interesante ver como cada Estado internaliza estos criterios internacionales con el objetivo de intentar armonizar y actualizar su sistema jurídico interno que brinde las herramientas y certeza jurídica necesaria a los comerciantes para que poco a poco la contratación electrónica sea una realidad y no una simple opción. Como se

“La novedad de poder celebrar actos jurídicos de manera remota, a través de medios y plataformas electrónicas que están al acceso de cualquier persona y no solamente de grandes instituciones, hace que el tema cobre especial relevancia...”

Efectos de un año **POLÍTICO** en la economía

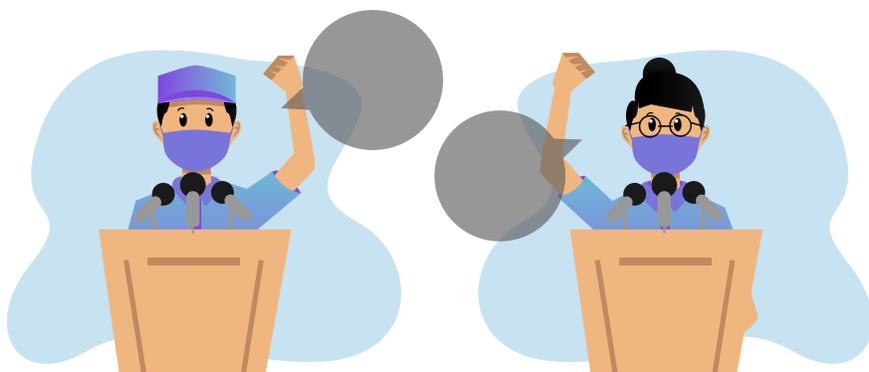
Santiago Israel Herrera Valle
Master en Economía Empresarial
Gerente de Política Económica del
COHEP

“El actual gobierno parece dar tumbos en cuanto a políticas de cualquier orden: salud, educación, empleo, relaciones con actores, incluida la empresa privada, y en general sobre la economía del país.”

En países como Honduras, los años políticos nunca inician y tampoco acaban; sin embargo, los años electorales, esos que se celebran cada 4 años, con procesos primarios e internos de los partidos políticos para elegir candidatos y luego competir en las elecciones generales, introducen un desgaste generalizado provocando incertidumbre de manera persistente. Esta incertidumbre limita el apoyo de países amigos y organismos multilaterales, dado que estos difieren sus préstamos y procesos de desembolso hasta que se conozca o instalen los nuevos gobiernos. Por otra parte, los agentes económicos, empresas y hasta las personas, difieren sus procesos y decisiones de inversión y privilegian el ahorro hasta ver qué pasa. Los cambios de gobierno implican, generalmente, y aun siendo del mismo partido, cambios de funcionarios públicos al más bajo nivel, sumado a la falta de una carrera administrativa (salvo en contadas instituciones) provoca que se posterguen o abandonen procesos o proyectos iniciados, por muy buenos que estos sean, generando efectos negativos sobre la economía, las empresas y las familias.

Hemos de ver y reconocer la actuación de los actores políticos, sea que estén en el poder y pretendan volver a ganar un proceso electoral para quedarse o en la oposición, donde generalmente atacan las ac-

tuaciones de quien está en el Ejecutivo y no siempre, plantean alternativas verdaderas o propuestas concretas para enfrentar los problemas como país. En ese debate político-electoral de alta intensidad mediática impulsado muchas veces por las redes sociales, se sacrifica profundidad analítica y se desperdicia la oportunidad de presentar propuestas reales, favoreciendo con ello un mensaje que pretende ganarse la voluntad del electorado, más que de verdadera preocupación por los problemas y las crisis que actualmente afrontamos. Sumado a esto, los grandes gastos que se dedican a publicidad y campaña electoral, que más buscan manipular la voluntad del votante que ofrecer soluciones reales a los problemas, además que su origen es de dudosa procedencia, falta de transparencia y opacidad en su uso.



En Honduras, la falta de un análisis real y claro de la situación ha conllevado decisiones como las adoptadas por el Presidente Zelaya en 2009, que incrementó el salario mínimo en más de un 68%, provocando graves problema de desempleo en el país. O como en 2013, donde el Congreso de turno, presidido por el que sería presidente, pasó el paquetazo, lo que provocó que en menos de 10 años fueran duplicados los ingresos tributarios y entre ambos tipos de decisiones, se afectó gravemente la sostenibilidad de las empresas y la salvaguarda de los empleos.

En ese contexto, Honduras y su economía, afrontan un año electoral 2021 con características muy particulares, donde los grados de libertad son casi nulos, puesto que venimos y aun sufrimos los efectos de la Pandemia covid-19 y los impactos de las Tormentas ETA e IOTA, que nos dejaron la peor caída histórica de nuestra economía - 9% del PIB según el Banco Central de Honduras- con desplomes en prácticamente todas

las ramas de actividad económica (salvo telecomunicaciones, sector favorecido por la disrupción generada por la misma pandemia con el uso de tecnología de comunicaciones), provocando que el desempleo abierto alcance un máximo histórico de 10.9% de la Población Económicamente Activa. La informalidad ha llegado a casi el 70% y se presume un incremento de 536,000 nuevos pobres, haciendo que 7 de cada 10 hondureños sean pobres y casi 5 extremadamente pobres. Toda esta situación puede ser un grave riesgo para la estabilidad social del país, en un año político electoral, donde tradicionalmente se exagera la polarización, se cuenta con una gran desconfianza en la democracia y en la institucionalidad del país.

“Las consecuencias políticas de la crisis se acentúan en dimensiones verificables como la tensión del sistema político...”

Cabe destacar, que la administración del actual partido de gobierno, que se ha mantenido en el poder por casi 12 años, ha venido postergando útiles e importantes reformas para el país, como la transformación del Sistema de Protección Social, la reforma del sector e implementación de la Ley de Industria Eléctrica, la Reforma de las leyes Tributarias, las reformas en los Sistemas de Educación y Salud y otras que pudieran contribuir a garantizar la seguridad jurídica, la protección social, la inversión y el desarrollo económico inclusivo, y que permitan visualizar en el dialogo social, la posibilidad de reducir la polarización y deshacer el nudo que hoy nos tiene sumergidos en la desconfianza, la corrupción y el pobreza.

Las consecuencias políticas de la crisis se acentúan en dimensiones verificables como la tensión del sistema político, las dificultades para la consolidación del Estado de derecho y los límites a la integración regional. El argumento central es que la crisis genera desafíos a la gobernabilidad democrática que no pueden enfrentarse solo con propuestas económicas, sino mediante un fortalecimiento de la política y la institucionalidad nacional. Sin embargo, como podemos denotar en Honduras, la clase política ha tardado en ponerse de acuerdo en la reforma de leyes electorales, los cambios han sido espurios y no satisfacen a la mayoría y dejan muchas dudas sobre si estas contribuirán a garantizar la certidumbre necesaria de los resultados electorales y la tranquilidad y esperanza en que un nuevo gobierno pueda ser capaz de enfrentar la grave problemática que enfrenta el país.



La informalidad ha llegado a casi el 70% y se presume un incremento de 536,000 nuevos pobres, haciendo que 7 de cada 10 hondureños sean pobres y casi 5 extremadamente pobres.

Incertidumbre es el mejor concepto para definir la situación actual sobre el desarrollo y la evolución de la crisis en los distintos países de la región, y sobre la velocidad y profundidad con que ha afectado a los distintos sectores en cada país. Incertidumbre, también, respecto a cuáles son las principales vulnerabilidades que presenta el país y la región y cómo deberían priorizarse las respuestas en un contexto de grandes restricciones, tanto políticas como económicas. Pero también la incertidumbre marca la evolución de la crisis en el contexto global y en la capacidad de aplicación de las respuestas por parte de los países desarrollados y los cooperantes. La incertidumbre se refleja en las dudas sobre los conocimientos efectivos que poseen los economistas acerca de las me-

didadas que deben ser tomadas, en el corto y en el mediano plazo e incluso podemos señalar una perplejidad en el liderazgo mundial frente a esta crisis, que marca un cambio de era, puesto que sabemos que la economía, el empleo, la tecnología y la sociedad no volverá a ser lo que antes era y debemos enfrentarla de manera diferente.

Es en este marco, en el que se desenvuelve Honduras durante el 2021. Transcurridos 6 meses del año y apenas superamos el 1% de la población vacunada, muy lejos de la inmunización de rebaño, que de no alcanzarse en este 2021, provocará que el próximo gobierno enfrente esta problemática desde muy temprano, limitando sus opciones en el corto plazo, lo que postergará aún más el periodo de recuperación, reconstrucción y reactivación de nuestra economía.

Es sobre esta base que preocupa el hecho de que, el actual gobierno parece dar tumbos en cuanto a políticas de cualquier orden: salud, educación, empleo, relaciones con actores, incluida la empresa privada, y en general sobre la economía del país. Esta situación nos obliga a mante-



neros firmes en nuestras posiciones como sector privado, a potenciar nuestra capacidad para hacer propuestas, mantener el pulso con los partidos y candidatos presidenciales, forzarlos a debatir sobre sus planes de gobierno. No hay tiempo para postergar decisiones, debemos enfrentar la situación ya, no hay tiempo para perder, los recursos son escasos y la problemática grande. Honduras requiere de todos, es tiempo de dialogar y concertar alrededor de propuestas concretas y viables, para retomar el ritmo de crecimiento inclusivo, la generación de empleo, la reducción de la pobreza, disminuir la inequidad, e impulsar el mejoramiento de la calidad de vida de los hondureños, solo así talvez, podemos aspirar a alcanzar los objetivos de Desarrollo Sostenible contenidos en la Agenda 2030.



CONTROLAMOS CUALQUIER TIPO DE PLAGAS



CONTROLAMOS CUALQUIER MICROORGANISMO



Virus



Hongos



Bacterias

+ 504 3210-4795

info@fumiza.hn



La comunicación en los equipos de trabajo

*Guillermo Fiallos A
Consultor Nacional e Internacional*

“La comunicación debe estar siempre en evolución y nunca puede quedarse estática pues a medida que todos van progresando e innovando en sus tareas, productos o servicios, se buscan nuevas formas o alternativas de informar sobre esos logros.”

Referirse al tema de la comunicación en los equipos de trabajo no es nada simple, pues el mismo pasa por un laberinto intrincado que conlleva etapas de los equipos y tipos de comunicación existentes.

La investigación realizada a través de los años y la experiencia acumulada ha concluido que, en general, los equipos de trabajo pasan por cuatro etapas claramente definidas y surgidas en forma secuencial: Formación, Tormenta, Normatividad y Desempeño (Cameron y Whetten, 1984 y Quinn y Cameron, 1983).

Cada una de estas etapas tiene sus características particulares y las relaciones entre sus miembros difieren; desde luego, la comunicación también presenta sus características singulares en cada una de dichas etapas.

En cuanto a la comunicación en los equipos, se puede afirmar que en la misma se encuentran las siguientes modalidades: la escrita -incluye la digital-, la verbal y la corporal (gestos y ademanes). Estas tres desarrollan o impiden el progreso de los equipos pues va a depender de la forma cómo se apliquen y reciban.

Sería una labor casi imposible describir con propie-

dad, en unos cuantos párrafos, los diversos tipos de comunicación en las distintas etapas de los equipos. Por ello, y para tratar de condensar en este artículo el uso de una comunicación activa, se centrará en la cuarta etapa en la cual los equipos ya están más sólidos y consolidados: la de Desempeño.

A manera de síntesis, se puede decir que en la etapa de Desempeño el equipo se encuentra en un terreno más conocido, donde el impulso de mejoras constantes a través de la innovación y la velocidad con la que se afrontan los cambios, le permitirá seguir obteniendo éxitos al mismo. La integración de todos los miembros juega un papel decisivo en el avance, así como también, el liderazgo puesto a prueba de quienes dirigen este conglomerado humano que tiene metas comunes.

En la etapa de Desempeño, los integrantes del equipo además de ser eficientes cumplen su labor con eficacia. Su nivel de empoderamiento es tal que ya han logrado un compromiso personal y una visión trascendental de su misión. Cada uno está consciente de su rol y su nivel de lealtad hacia el equipo; constituyendo ello, una de las mayores ventajas para establecer una buena comunicación.

Es en esta etapa donde atributos específicos y singulares aportan cohesión a la comunicación en el entorno que están sus miembros, pues se llevan a cabo prácticas sorprendentes de una creatividad que siempre busca la superación constante. Por medio de la comunicación se pretende no quedarse en un statu quo paralizante que, aunque no es malo

“La comunicación será siempre la piedra angular y el eje transversal para que los equipos se mantengan con vida”

en determinado instante, permite a mediano o largo plazo el estancamiento del equipo.

Otro punto importante en esta etapa es la categoría de confianza y credibilidad que se tienen unos a otros, para poder realizar con buen suceso su labor. Debido al grado de desarrollo y de la comunicación vinculante al mismo, no existen dudas y desconfianzas entre los integrantes del equipo; antes bien, todos creen en cada uno y están seguros que hacen su trabajo sin necesidad de vigilar o dudar siquiera de la responsabilidad de su contraparte. El espíritu del equipo está en su rendimiento más alto, por lo que facilita la comunicación en los múltiples niveles y, además, ha sido precisamente la comunicación, la que ha logrado esos altos estándares de relaciones interdependientes entre ellos.

Ahora bien, la comunicación debe estar siempre en evolución y nunca puede quedarse estática pues a medida que todos van pro-



gresando e innovando en sus tareas, productos o servicios, se buscan nuevas formas o alternativas de informar sobre esos logros. Es aquí cuando una comunicación clara, fluida y sincera debe circular por todo el ADN de la organización -y por ende, del equipo-; para que así sus diversos componentes se vean beneficiados y motivados para seguir encontrando veredas de progreso.

“En la etapa de Desempeño, los integrantes del equipo además de ser eficientes cumplen su labor con eficacia. Su nivel de empoderamiento es tal que ya han logrado un compromiso personal y una visión trascendental de su misión ”

Un aspecto letal en la comunicación -que en algunos casos y contra todo pronóstico, se puede dar en la etapa de Desempeño-, es el llamado Vasos Comunicantes Desnivelados. Este consiste en que, debido a una falsa imagen, a un celo profesional individualista o al egoísmo en algunos miembros, no se transmite la información de manera estandarizada a todos los niveles. En ciertos momentos, esta se envía más tarde a ciertos grupos, o se hace llegar incompleta o, simplemente, no se comparte.

Lo anterior en comunicación tiende a crear los famosos guetos auto marginados que no miran el bosque (el equipo) sino sólo el árbol (su función básica o unidad).

Los estudiosos de la Comunicación saben que este problema ha destruido a más de un equipo y una organización, por lo cual, se hace necesario tomar las medidas para que se reinstaure una Comunicación de Apoyo, que aborde las diversas situaciones de una forma precisa y honesta sin arriesgar las relaciones de los integrantes de la agrupación.

Este tema de la comunicación no es fácil y muchas veces es menospreciado por las instituciones, sobre todo, cuando estas se encuentran en momentos de gloria o en la cúspide de sus ganancias y creen que la forma en la que se transmite el conocimiento, la información y el calor humano a través de las relaciones interpersonales, ha dejado de tener importancia. Este es un error que ya ha traído no solo la ruina de equipos



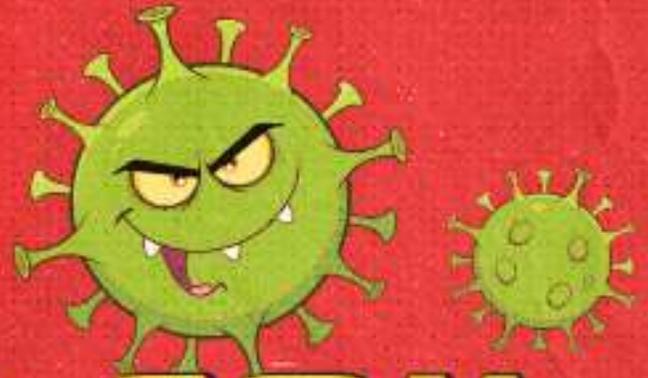
enteros, organizaciones completas, sino también, de imperios que se creía perdurarían para siempre.

La comunicación será siempre la piedra angular y el eje transversal para que los equipos se mantengan con vida, capacidad innovadora y agilidad contemporánea para surfear ante las grandes e inesperadas olas que trae consigo el cambio de los tiempos.

Referencias:

- Quinn, R. E. *The Road to Empowerment Seven Questions Every Leader Should Consider*. Organizational Dynamics. 1997
Whetten D. y K. Cameron, DHD, 2005

OJO!

IBIO-
SEGURIDAD!

CHIVAS CON EL COVID

TODOS PONGÁMONOS CHIVAS

GARANTICEMOS LA SALUD DE TODOS.

- ▶ EXIGÍ A TUS COLABORADORES QUE ADOPTEN MEDIDAS PERSONALES Y QUE INFORMEN LA PRESENCIA DE SÍNTOMAS.
- ▶ NO PERMITÁS LA DISCRIMINACIÓN CONTRA COLABORADORES AFECTADOS.
- ▶ SI ELLOS SE ENCUENTRAN EN GRUPOS VULNERABLES, QUE CONSULTEN A SUS MÉDICOS.

PARA MÁS
INFORMACIÓN VISITA
NUESTRO SITIO WEB
WWW.CHIVASCONELCOVID.HN



CCIT
CAMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

CON EL APOYO DE LA



Organización
Internacional
del Trabajo

Las 5 **A** del
marketing que
te ayudarán a ser
la mejor opción
para tus clientes

Pamela Flores
Máster en Dirección de Marketing
Marketing Manager en Grupo
Espacio Creativo

“Tus soluciones deben adaptarse a las necesidades de tu Buyer Persona. No pierdas de vista qué es lo que está pasando en su vida y cómo te adaptas para mejorar su vida.”

Todos queremos ser la mejor opción para nuestros clientes, así que el ejercicio de todos los días debe ser preguntarnos cómo podemos ayudarles a crecer, mejorar e incluso, evolucionar juntos.

Solo si entendemos que el cliente es el centro de nuestro negocio trabajaremos en conocerle tanto, que lograremos ser su mejor opción, porque estamos pensando en sus necesidades actuales y futuras que nos sirven como inspiración para diseñar productos y servicios que le brindan satisfacción, confianza y felicidad.

Un cliente feliz no solo te va a retribuir económicamente con su lealtad, sino también con su apoyo al convertirse en embajador auténtico de tu marca, usando tus productos, recomendándolos y promoviéndolos voluntariamente. ¡Ninguna publicidad se compara a la opinión de un cliente que tuvo una experiencia real y positiva con una marca!

¡Lograr esto es un gran reto para todas las empresas! Es por eso que debes conocer e implementar cuanto antes el Modelo de las 5 A del Marketing para crear mejores estrategias que permitan que tus clientes te elijan como su mejor opción gracias a todo lo que tu marca le ofrece.

1. APORTAR

Analiza la forma en la que puedes darle valor a tus clientes a través de tus acciones de comunicación. Aprovecha todas las plataformas de comunicación que tengas disponibles (página web, redes sociales, correo electrónico y blogs) para brindarles constantemente información útil y relevante, contenido que realmente valoren; cuéntales de una forma creativa cómo tu producto o servicio les brinda todo lo que necesitan para alcanzar sus objetivos de ser los mejores, lograr crecer y avanzar.

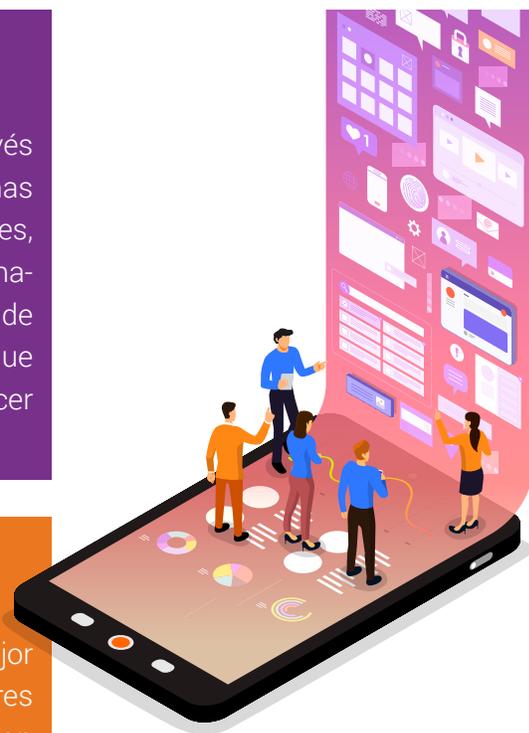
2. AYUDAR

¡Tu marca debe ser capaz de rescatar a tu cliente! Porque eres la mejor opción, no fallas, siempre estás allí cuando tu cliente te necesita y eres quien le ayuda a ser exitoso en lo que desea realizar; relaciónate con ellos para ganar su confianza a través de todo el contenido valioso que puedas brindarle y obtén su retroalimentación, para que con esa información puedas innovar constantemente tus productos y servicios.

Enfocarte en educar, guiar y asesorar a tu cliente hará la diferencia y será la razón por la cual tu cliente potencial te elija y un cliente actual te prefiera. Si un cliente te contacta por cualquier plataforma digital, respóndele lo más pronto posible y de forma eficiente, hazle sentir que estás allí para ayudarlo en todo lo que necesita, de la misma forma como si sucediera de forma presencial.

3. ANTICIPAR

La regla a seguir es siempre ir un paso adelante. Si estás analizando constantemente el comportamiento de tu cliente y obteniendo su retroalimentación, además te informas de las actualizaciones o novedades en tu rubro, seguro lograrás encontrar una nueva forma de sorprender a tu cliente y anticiparte incluso en aquello que el cliente no está consiente que podría ser una solución a sus deseos. Con toda la información digital que tienes disponible en las plataformas y las experiencias de tus clientes al usar tus productos o servicios seguro podrás ir generando constantemente nuevas estrategias o perfeccionado las existentes.



“¡Utiliza la tecnología a tu favor! Plataformas, sistemas, redes sociales, te permitirán optimizar el tiempo, recursos y procesos de tal manera que obtengas resultados de calidad en toda tu gestión de marketing.”

4. ANTICIPAR

Las personas estamos cambiando siempre debido a nuestras decisiones, por lo que en 12 meses o menos, una persona puede pasar de soltero a estar casado, de ser una familia de 2 a ser 3, de vivir en casa de sus padres a adquirir una casa, de tener un vehículo a comprar 2 o uno más amplio. Es por eso que tus soluciones deben adaptarse a las necesidades de tu Buyer Persona. No pierdas de vista qué es lo que está pasando en su vida y cómo te adaptas para mejorar su vida.

5. AUTOMATIZAR

¡Este punto es muy importante! ¡Utiliza la tecnología a tu favor! Plataformas, sistemas, redes sociales, te permitirán optimizar el tiempo, recursos y procesos de tal manera que obtengas resultados de calidad en toda tu gestión de marketing, lo que contribuirá a mejorar la gestión de ventas y el desarrollo e innovación de productos y servicios. Automatizar te tomará un tiempo de implementación, que además te exigirá un tiempo de evaluación de los resultados para hacer las correcciones respectivas e ir perfeccionando tu gestión. Así lograrás estar preparado en el presente y futuro para sobrellevar una crisis o contar con las bases sólidas para alcanzar un nuevo nivel en el proceso de crecimiento.



Este modelo de las 5 A del Marketing es la forma en la que perfeccionarás tu gestión de marketing, eso sí, solo si los implementas, porque ordenar tu negocio te permitirá ayudar a tus clientes con más creatividad, adaptarte rápidamente a los cambios que surgen en el entorno y mejorar constantemente para mantener u ofrecer mayor calidad en tus productos y servicios y sobretodo generar las mejores experiencias a tus clientes. Por lo tanto, estos esfuerzos tendrán un resultado que verás reflejado positivamente en las ventas gracias a la importancia de aportarle a tu cliente ese valor que te diferencia y no solo enfocarte en venderle.

Debes tener en cuenta que el paso más importante es empezar, lo que sigue va a requerir de constancia. El camino no es fácil, pero los resultados son satisfactorios, además alcanzarás un nivel de excelencia que probablemente tus competidores no podrán igualar fácilmente, tus clientes lo valorarán, tu empresa permanecerá en un crecimiento constante, estarás preparado para descubrir nuevos caminos y siempre listo para la acción. ¡Se creativo, innovador y muy constante con el modelo de las 5 A del Marketing para que seas la mejor opción para tus clientes!



CCIT
CÁMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

**SERVICIOS
DE CCIT**

Fab Lab CCIT

Cuenta con maquinaria para plásticos, electrónica, trabajo en madera o textil, impresoras 3D y circuitos los cuales están a disposición de los empresarios hondureños, con el objetivo de apoyarles en las soluciones empresariales.

2232-4200 ext.791 / fablab@ccit.hn

Conozca al
EMPRESARIO



A1 ARMOR

TECNOLOGÍA DE BLINDAJE
♦ SEGURO ♦ LIVIANO ♦ RESISTENTE

SERVICIOS

- Blindaje y Re-blindaje automotriz
- Blindaje arquitectónico
- Mantenimiento Automotriz
- Pintura Automotriz
- Renta de vehículos blindados
- Soluciones de Seguridad

Dirección: Blvd. Kuwait, entrada a Residencial Las Vegas, Plantel Diamond Steel, Bodega No. 1

Teléfono: 2205-0180 / 3191-8529

Correo: info@a1armorhn.com

www.a1armorhn.com

Facebook: a1armorhonduras



Agencia Aduanera



Fernandez Herrera
Operador Logístico

Orientado al servicio al cliente de excelencia, ofreciendo un servicio rápido y amigable a los importadores de cualquier tamaño, brindando el mejor servicio a sus necesidades de importación y Exportación.

Horario de oficina

Lunes-Viernes: 8:00 a.m. - 5:00 p.m.

Sábados: 8:00 a.m. - 12:00 m.d.

Dirección: Tegucigalpa, Honduras, Colonia 15 de Septiembre. Calle Las Acacias, 11112 PA

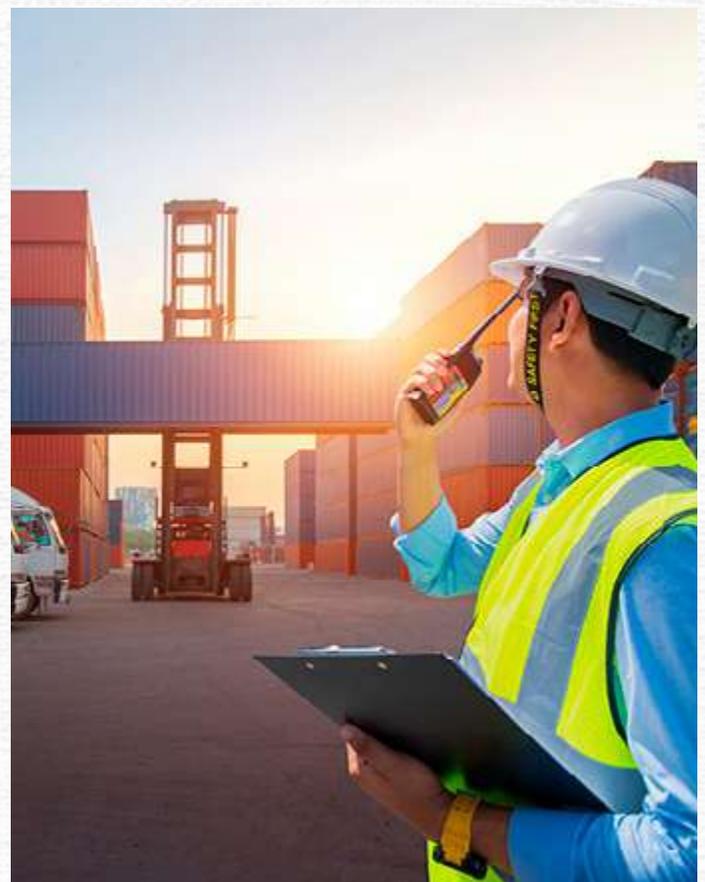
Teléfonos: (504) 2246-2286 / (504) 9722-9814/ (504) 9948-0438

Correo electrónicos:

cesarfernandez@grupoferh.net

nohemiherrera@grupoferh.net

ventas@grupoferh.net





Orientado a la consolidación y certificación en procesos para exportación a Pymes, apoyando el desarrollo de productos nostálgicos 100% originarios de Honduras y encontrando clientes potenciales en mercados internacionales mediante alianzas estratégicas. Acompañándolos en procesos de desarrollo, capacitación, acompañamiento, mercadeo, compra y venta de productos con fines de exportación al mercado de Estados Unidos y el mundo.

Horario de oficina

Lunes-Viernes: 8:00 a.m. - 5:00 p.m.

Sábados: 8:00 a.m. - 12:00 m.d.

Dirección: Tegucigalpa, Honduras, Colonia 15 de Septiembre. Calle Las Acacias, 11112 PA

Teléfonos: (504) 2246-2286 / (504) 9722-9814/ (504) 9948-0438

Correo electrónicos:

cesarfernandez@grupoferh.net

nohemiherrera@grupoferh.net

ventas@grupoferh.net



Nuestro equipo de trabajo se ha especializado en brindar Servicios Legales, Administrativos, Tributarios, Técnicos y Contables para MiPymes, la Sociedad Civil y para ONG Nacionales e Internacionales .

SERVICIOS PARA MIPYMES:

Se apoya en la creación de todo tipo de empresas, se gestionan las inscripciones de estas ante las instituciones del Gobierno, la Alcaldía y la obtención de los permisos correspondientes y tramites de exoneraciones.

SERVICIOS PARA ONG:

- Obtener personerías Jurídicas para ONGD y Cajas Rurales.
- Elaboración y presentación de informes anuales narrativos y financieros ante la DIRRSAC.
- Registro o cambio de Junta Directiva.
- Solicitud de constancias: de Inscripción, de Representante Legal, de entrega de informes, de Junta directiva vigente, entre otras.
- Tramite de exoneraciones
- Representacion de ONG Locales e internacionales.
- Tramites ante El Servicio de Administración de Rentas (SAR)

Dirección: Colonia La Primavera, Tegucigalpa, Honduras

Teléfono: 9673-4345

Correo: grupoconexito.hn@gmail.com

www.grupoconexito.net





CONSULTORES AMBIENTALES

Development Environment Sustainability

Empresa especializada en gestión y trámites de licencias ambientales ante la SERNA y Alcaldías y elaboración de informes ICMA, asesoría ambiental en general

SERVICIOS:

- Asesoría en trámites de Licencias Ambientales
- Elaboración de Informes Ambientales ICMA
- Estudios, Memorias Técnicas, Auditorías Ambientales
- Planes de Gestión o Mejoramiento Ambiental
- Asesoría en Seguridad e Higiene Industrial



CONTACTO

Oficina: 2228-7105 / 3306-7787

Móvil: 9798-6210

Correo: consultoresdes504@gmail.com

www.consultoresdes.com



- Servicio de transporte privado dentro y fuera de la ciudad
- Traslados por contrato.
- Encomiendas.

Contactos: 9555-1798 / 3155-1921

Facebook: Urbanos Taxi VIP

Instagram: [urbanos_taxi_vip](https://www.instagram.com/urbanos_taxi_vip)

Correo: urbanosvipn@gmail.com





Somos una empresa de tecnología, específicamente en el área de Software, atendiendo diferentes tipos de empresas, con nuestro producto ERP & CRM.

Proporcionar las tecnologías más innovadoras a medida de las necesidades empresariales, con el objetivo de incrementar su competitividad y productividad. Para ello implementamos soluciones adaptadas a sus necesidades

Correo: sammercadeo@gmail.com

Teléfono: 9992-4217

Windows
Linux
Apple

Múltiples Organizaciones
Múltiples Grupos Empresariales
Múltiples Idiomas
Múltiples Monedas
Múltiples Almacenes

SOFTWARE ERP-CRM

Contabilidad Inventarios
Activo Fijo Facturación
Bancos Cofinanciones
Compras Tesorería
Cuentas por Pagar/ Cobrar Mantenimiento de Talleres
Importaciones Ventas
Usuarios (Roles por Usuario) Producción Sistema Configurable

SEGUIMIENTO DE CLIENTES
USUARIOS ILIMITADOS

Solicite Información: **+504 9992-4217**
sammercadeo@gmail.com



Somos una empresa líder integrada por profesionales especializados en capacitación para formar, impulsar e incrementar la productividad laboral a través de la actualización, desarrollo de competencias, habilidades y talentos en el capital humano de las organizaciones.

- Le atendemos a nivel nacional e internacional
- Nos adecuamos a sus requerimientos puntuales de capacitación
- Satisfacción garantizada

Dirección: Col. Hato de En medio Calle Principal Sector 9, Bloque 7 No. 5407 Tegucigalpa, Honduras, C.A.

Página web: edutec-capacitacion.principalwebsite.com

Whatsapp: api.whatsapp.com/send?phone=+50498333015

Teléfonos: 2202-2601 | 9833-3015

Correos: edutec.capacitacion@yahoo.com / edutec.capacitacion@gmail.com





Antipastos, salsas y encurtidos productos envasados gourmet sin preservantes artificiales; para personas que demandan alimentos saludables con calidad, ubicados en la ciudad de Tegucigalpa, Honduras.

CONTACTO PARA TUS PEDIDOS

Celular: 3325-3598

Correo: pdelafuentehn@gmail.com

f De La Fuente Dominique

@ [delafuente.hn](https://www.instagram.com/delafuente.hn)

Contamos con servicio a domicilio



Empresa Danlidense dedicada a la producción, procesamiento y comercialización de café, salsas picantes y mermeladas, café de altura producido arriba de los 1200 msnm, salsa picante de chile cabro, salsa picante con jamaica y salsa picante de chile habanero.

CONTACTO

Celular: 9885-6560

Correo: dalehsainformacion@gmail.com

f [Cafedalehsa](https://www.facebook.com/Cafedalehsa)

@ [dalehsa](https://www.instagram.com/dalehsa)





**Una buena forma
de darle la mano a tus
colaboradores y además
cumplir con la Ley.**

**Inscribe tu
empresa al RAP**



Fondo de Cesantías

Acumularás recursos necesarios en efectivo para cubrir un porcentaje de las prestaciones de tus colaboradores.



Fondo de Pensiones

Contribuyes a generar un ahorro para el futuro de tus colaboradores.