

COMERCIO

REVISTA OFICIAL DE CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

GLOBAL

HERRAMIENTAS y TENDENCIAS

digitales

CONSEJOS MOTIVACIONALES

Motivarse o Morir

ECONOMÍA Y FINANZAS

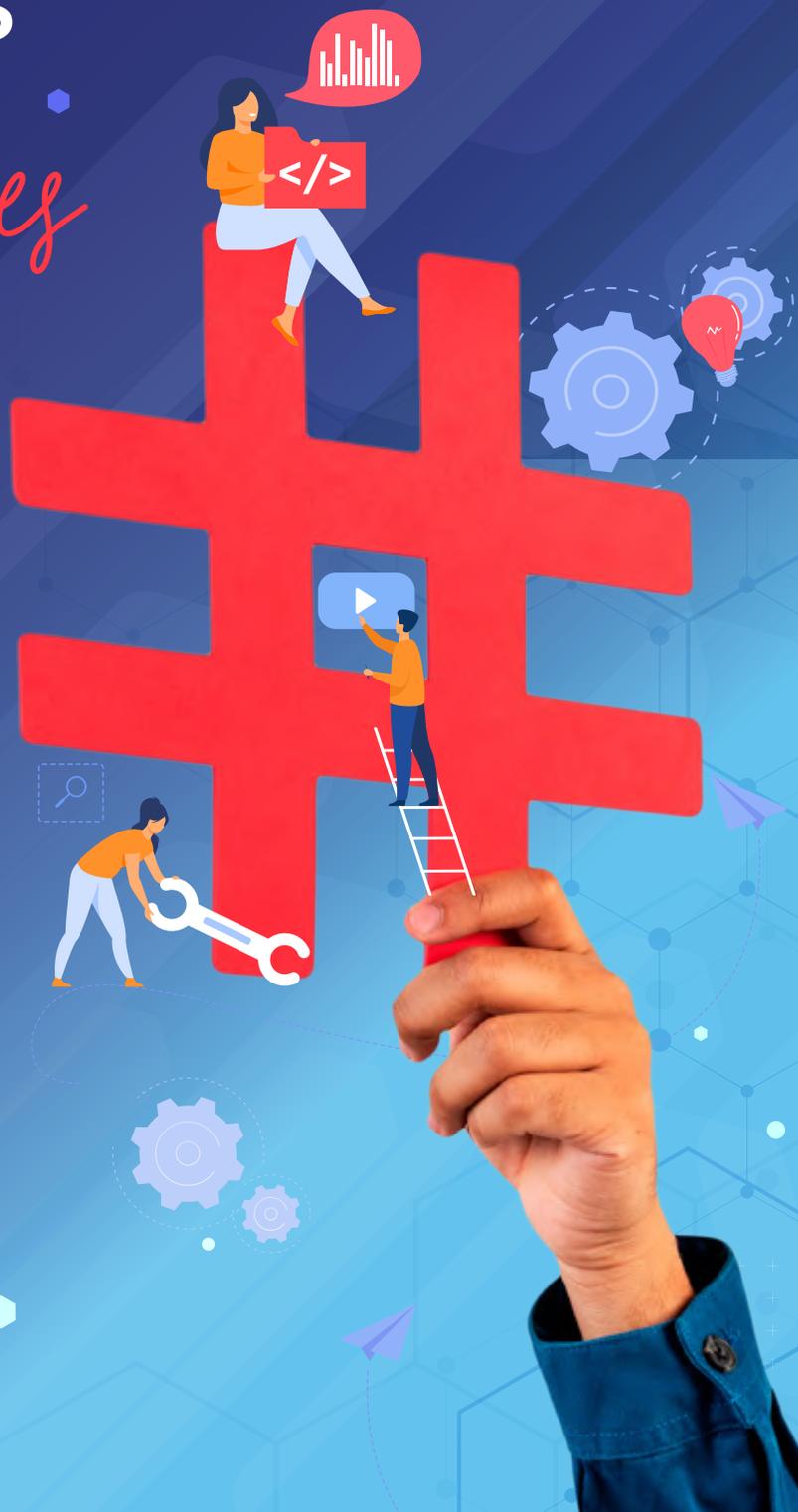
Retos económicos para el nuevo gobierno 2022

LIDERAZGO EMPRESARIAL

Coaching empresarial

MARKETING Y PUBLICIDAD

El storydoing



Edición **40**



CCIT
CÁMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA

www.ccit.hn

Establezca su empresa con una oficina privada totalmente equipada para usted y su equipo.



Nuestros espacios de trabajo tienen todo bajo control; desde el mobiliario hasta wifi de alta velocidad. Por lo que usted puede concentrarse en dirigir su empresa con los siguientes beneficios:

- Membresías de acceso global a +3,500 business lounges.
- Salas de Juntas y Conferencias de calidad mundial.
- Ubicación céntrica y privilegiada en un circuito seguro con amplio acceso a estacionamientos.
- Staff con atención profesional y corporativa.
- Altos estándares de Bio-seguridad: Sistema de Ionización Bipolar, mecanismo de ventilación de aire fresco y desinfección rutinaria de áreas.

Obtén más información y visítanos:
www.regus.com

 **(504) 2280-62000**

NUEVE DE DIEZ
NUEVE DE DIEZ



SDMDS TU AGENCIA

DE MARKETING DIGITAL

- * Manejo de redes sociales
- * Creamos campañas publicitarias

Pero lo más importante para nosotros **es que vendas más**

Contáctanos:

rsunsin@nuevedediez.com

www.nuevedediez.com

CONTENIDO

5

Carta del Presidente

José Luis Rivera

6

Editorial

José Ernesto Mejía Portillo

8

Perfiles de CCIT

Juan Carlos Montañola

10

Pasión Cultural

Tania Chávez Herrera

14

Consejos Motivacionales

Motivarse o Morir

18

Tecnología

La evolución de un idea a la realidad en emprendimientos tecnológicos

24

Tema de Portada

Herramientas y tendencias digitales

28

Economía y Finanzas

Retos económicos para el nuevo gobierno 2022

34

Liderazgo Empresarial

El coaching empresarial

40

Marketing y Comunicación

El storydoing

44

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.

“Una nueva página en la historia de un gran país”



JOSÉ LUIS RIVERA
PRESIDENTE CCIT

Sin duda alguna el país se encuentra frente a enormes desafíos que superar tras una serie de crisis, no sólo las recientes, sino, las que hemos arrastrado por años y el papel de un nuevo gobierno es fundamental para continuar escribiendo nuestra historia, avanzar o permanecer estancados.

El nuevo mandatario hereda una deuda externa pública que asciende a los 11,500 millones de dólares y una deuda interna de más de 7,500 millones de dólares, según el Banco Central de Honduras (BCH).

La pobreza, que se ha mantenido entre el 59% y el 66% de los hogares en los últimos 10 años y que solo en 2020 representó el 74% de los hogares hondureños, datos revelados por el Foro Social de la Deuda Externa (FOSDEH).

El país requiere fortalecer la producción nacional basada en actividades de mayor valor agregado y diversificar las exportaciones, industrializar la producción nacional, reducir los costos de transporte de mercancías, interconectar los mercados rurales con los metropolitanos, haciendo esto se pueden reducir

las causas de la pobreza y distribuir mejor los ingresos para la población.

Es importante enfatizar en atraer nuevos capitales, sobre todo, los orientados a la explotación tecnológica, ya que los que hasta ahora han llegado se dedican sólo a la explotación de materias primas olvidando las nuevas tendencias que abren puertas, dinamizan y logran desarrollo en los países.

El nuevo gobierno deberá garantizar la seguridad jurídica, el respeto a la ley, el respeto a la institucionalidad, en resumen, debe crear un clima de inversión no solo para atraer esa inversión extranjera sino también fomentar la local que es la que avala a la extranjera tener confianza en un país.

Se deben afrontar sin titubear flagelos como la corrupción, la violencia, libertad de expresión, la migración desmedida a causa de la pobreza y falta de oportunidades. El reto es combatir estos males sin minimizarlos, hacerlos prioridad y velar por que estos no sigan sumando más estadísticas y pocas, muy pocas respuestas.

Honduras retornó a la democracia en 1980, pero la situación del país en materia de trabajo y seguridad y otros campos del desarrollo no ha avanzado, es más, en algunos en particular como el desempleo y la violencia criminal, han empeorado pese al esfuerzo de las autoridades.

Honduras urge de salir de la sombra de la incertidumbre y ver por fin la luz de nuevas oportunidades para todos. Es nuestra tarea como hondureños vigilar que se cumpla con lo prometido, que nuestros nuevos funcionarios en cada cargo cumplan con sus obligaciones y regresen al pueblo hondureño su voto de confianza, pero también cada ciudadano debe contribuir, poniendo su parte para sacar al país al desarrollo y tener la Honduras que merecemos.

Año nuevo, nuevo gobierno, nueva educación



JOSÉ ERNESTO MEJÍA PORTILLO
FISCAL CCIT / DIRECTOR REVISTA CG

“Honduras merece un mejor destino, los hondureños nos merecemos una mejor patria y gobernantes y gobernados tenemos la obligación de hacerlo realidad.”

Al momento en que usted lea estas líneas, con toda probabilidad (esperemos) ya habrá sido elegido el nuevo gobierno, con nuevo presidente o presidenta con mucho trabajo por hacer y mucho por conciliar entre todos los hondureños.

Las recetas mágicas para desarrollar y transformar un país no existen, se logra con trabajo, capacidad, honestidad, compromiso y convicción en lo que se hace y como se debe hacer, pero sobre todo con una verdadera transformación y un plan estructurado en

el sector educativo. La clave del desarrollo verdadero de un país no se logra en cuatro años, pero se puede y deben sentar las bases en ese tiempo, estructurando un plan a mediano y largo plazo para que la educación sea de calidad.

La inversión en cultura, educación y deporte a todo nivel debe de ser una prioridad absoluta para el nuevo gobierno. Las prioridades en Honduras son muchas: salud, infraestructura, seguridad, vivienda, etc. pero sin la educación como hilo conductor, un país no se desarrolla. Como señaló John F. Kennedy en alguna ocasión “La educación es la clave del futuro, la clave del destino del hombre y de su posibilidad de actuar en un mundo mejor” y un futuro y un país mejor es lo que deben de garantizar los gobernantes a todos los ciudadanos y las generaciones venideras.

Como hondureños tenemos la obligación moral y el compromiso con nuestro país de exigir al nuevo gobierno que el porcentaje más alto del presupuesto general de la nación sea destinado a la educación y la cultura. De la educación depende el desarrollo humano y por ende, el desarrollo del país.

No puede ser casualidad y no lo es, que las naciones que ostentan un mayor índice de desarrollo y estabilidad son las que tienen la inversión más alta en educación. La Unesco ha señalado que si todos los adultos del mundo concluyeran al menos la educación secundaria, la pobreza podría ser reducida en el 50% de la población que la sufre.

La educación logra la formación integral del individuo, afianza la identidad cultural -desafortunadamente cada vez menos marcada en nosotros- enaltece y promueve los principios y valores humanos que enmarcan nuestra conducta diaria, fomenta la investigación y desarrolla la creatividad entre otro sinfín de beneficios, pero sobre todo, hace que un pueblo pierda la candidez y la ignorancia para saber esco-

“Como hondureños tenemos la obligación moral y el compromiso con nuestro país de exigir al nuevo gobierno que el porcentaje más alto del presupuesto general de la nación sea destinado a la educación y la cultura.”

ger a las mejores mujeres y mejores hombres para conducir los destinos de los ciudadanos a un puerto mejor y seguro.

Honduras merece un mejor destino, los hondureños nos merecemos una mejor patria y gobernantes y gobernados tenemos la obligación de hacerlo realidad. Aquellos gobernando con capacidad y honestidad, escogiendo a los más capaces y preparados para elaborar los mejores planes para el país y nosotros exigiendo y haciendo nuestra parte con excelencia en nuestras ocupaciones diarias. Como señalara José Cecilio del Valle en alguna ocasión “todos los ciudadanos tenemos la más estrecha obligación de ser útiles a la patria” y se es útil a la patria, por ejemplo, haciendo bien nuestro trabajo y exigiendo el buen trabajo de nuestra autoridades.

Por todo ello, es imperativo que el nuevo gobierno tenga como prioridad mejorar la educación, incrementar significativamente el presupuesto general en el rubro de educación, cultura y deporte y desarrollar con verdaderos expertos, nacionales y extranjeros, un autentico plan de nación en el sector educativo.

La educación es progreso, es “el alma de los pueblos y abono de los ejércitos de la libertad” como en alguna oportunidad escribiera el prócer Francisco Morazán.

Honduras ya no puede esperar más, como empresa privada exigimos prioridad absoluta para la educación y el fomento de la cultura, tan necesaria para el desarrollo de los pueblos.





“CCIT es una organización comprometida con sus colaboradores, muchas gracias por tantas oportunidades como profesional.”

JUAN CARLOS MONTAÑOLA
ASESOR LEGAL CCIT

En esta ocasión conoceremos la historia del Abg. Juan Montañola, Asesor Legal de CCIT, quien inició trabajando en la Organización hace 13 años. Llegó a formar parte el 2 de febrero del 2008 en un proyecto que manejaba el Registro Mercantil de Francisco Morazán. El Abogado era el encargado de señalar información importante de los comerciantes para luego procesarla al registro digital. Posteriormente, trabajó como Calificador y 4 años después aplicó a la plaza de Asesor Legal, cargo que desempeña actualmente. En dicho puesto, él se encarga de brindar orientación jurídica a los miembros afiliados a la Cámara, asesoría legal a los miembros de la Junta Directiva y tiene representación en diferentes comités y mesas de trabajo en las que CCIT participa. Además, es el encargado de revisar los reglamentos, con-

venios y contratos de Cámara, verificando que todas las partes del mismo estén correctamente estipuladas. Su jefe directo es el Ing. Rafael Medina, Director Ejecutivo, y la Lic. Karla Ruiz, Gerente General.

Cámara le ha abierto muchas puertas y le ha permitido crecer como profesional de derecho. Juan menciona que es muy enriquecedor ayudar a los miembros afiliados ya que esto le ha dado la oportunidad de compartir con muchos profesionales de su mismo rubro, esto hace que él se sienta orgulloso del trabajo que realiza en la Cámara. La Organización le ha dado la oportunidad de viajar para obtener diplomados y capacitaciones, cosa que le ha abierto muchísimas puertas. “CCIT es una organización comprometida con sus colaboradores, muchas gracias por tantas oportunidades ofrecidas como profesional”.



Para ti emprendedora
Perseverante

Para ti emprendedor
Esforzado



www.terrateimpulsa.com

UN CATÁLOGO VIRTUAL PARA PROMOVER A LOS EMPREENDEDORES

En Grupo Terra creemos en la dedicación y compromiso que los emprendedores ponen día con día para que sus productos y servicios lleguen a nuestros hogares, cuando preferimos sus emprendimientos, estamos fortaleciendo la economía y futuro de Honduras.

Si eres un emprendedor regístrate,
juntos estamos creando valor.



Objetivos

Visibilidad y Alcance
Formalización
Formación
Valor Agregado



¿Qué Incluye el nuestro Catálogo?

27 categorías **+2,500** productos y servicios **1,500** emprendedores registrados

Visítanos:

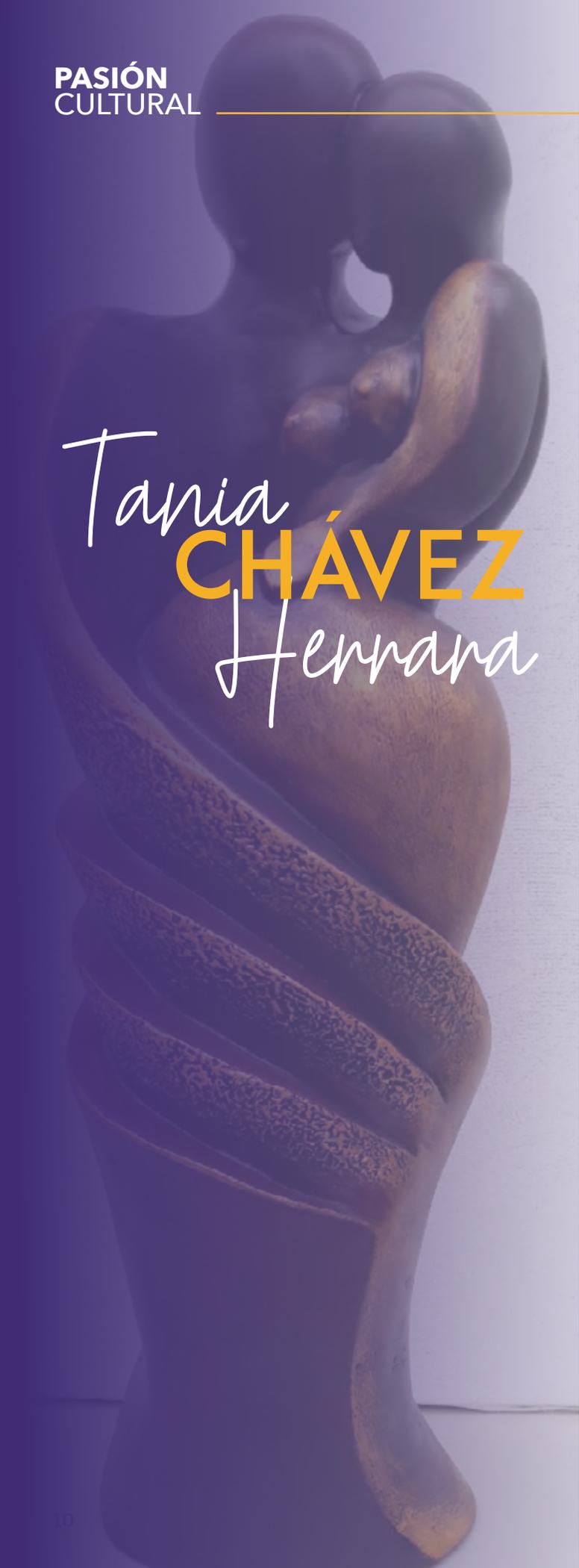
www.terrateimpulsa.com

Una iniciativa de responsabilidad social de

Para potenciar los emprendedores miembros de:

Con el apoyo de:





Tania
CHÁVEZ
Herrera

“Siendo estudiante de la ENBA identifiqué mi estilo de trabajo artístico: Realismo Mágico y Figuración Estilizada, y hoy a casi tres décadas, continúo en una constante renovación, interpreto los rasgos de una obra a través de la línea y el color.”

Al comenzar a escribir estas letras me doy cuenta cómo han pasado los años, hoy hago memoria de cuántas veces un pincel o alguna herramienta se han cobijado entre mis dedos, las marcas en mis manos me hablan de miles de experiencias, días, personas, escenas, escenarios que me han tocado transitar, y concluyo que: ¡la mayoría si, tienen un denominador común; llamado Arte!

Soy Tania Elizabeth Chávez Herrera, ceibeña de nacimiento, casada y madre de un joven maravilloso; tuve la dicha de nacer en un hogar de padres cristianos, amo a Dios, soy la mayor de 4 hermanos, de cuna muy humilde; pero ricos en fe, talentos, valores, unidad, disciplina y constancia; donde abundaban las artes; musicales por mi padre; y de letras y plástica, por mi madre; quienes a mi corta edad atendieron mi inclinación artística, y me estimularon hacia la apreciación de las artes y a la creación en actividades de expresión plástica, musical, canto y poesía.

Recuerdo a mi padre David Chávez, acompañarme a concursos de dibujo, les sacaba punta a mis colores; yo me sentía segura y su rostro reflejaba felicidad. Al tener tan solo 6 años de edad, mi padre fallece; pero entre sus notas, las que no conocí sino



recientemente, expresó un sueño que: ...“las pinturas de mi hija se expusieran como obras de arte”, ¡mi corazón rebozó de alegría y asombro!, me di cuenta que era su anhelo. Mi madre continuó incansable, esforzada y creativa; ella construía con sus manos mis bastidores, y me decía: “pinte hija, usted puede”, esa frase, aunque ya no la escucharé de sus labios, vive en mi corazón y resuena tras mi espalda; esa frase, me transmitió la inspiración y fuerza al estar frente a un lienzo en blanco, o al darle forma a la arcilla o piedra hasta convertirlas en una obra de arte.

Así crecí, fui una estudiante inquieta por dentro, tenía tantas ideas que revoloteaban en mi mente; escribía poesía, hacía bocetos; y buscaba la manera de realizarlos; hasta que, estudiando Magisterio en la ciudad de Tela, tuve la dicha de conocer a una maestra egresada de la Escuela Nacional de Bellas Artes, quién despertó en mí mucho interés por estudiar Arte como una Profesión; sin embargo, al graduarme comencé a trabajar como Maestra de Educación Primaria; pero con el consejo de mi madre decidimos tocar puertas para optar a una beca para estudiar en la Escuela Nacional de Bellas Artes de Comayagüela, DC. Así pasaron los años de 1991 a 1993 con mucho entusiasmo y aprendiendo a diario en la mayor casa de arte de nuestro país, guiada por grandes maestros de la plástica nacional y geniales compañeros; sin percatarme en ese entonces, que estaba integrando la Generación de los 90’s que ha dado artistas excepcionales a nuestro país. Casualmente, en febrero del año 2020 celebramos la exposición “Huellas” en el Centro Cultural Sampedrano.

Desde el primer año de estudio en Bellas Artes, llegaron las oportunidades artísticas, con ellas exposiciones; en México, España, Ecuador, Costa Rica y varios lugares de nuestro país; integré el Taller Cerquín, dirigido

por el consagrado artista nacional César Rendón, logré apoyar a maestros de cerámica y escultura en obras que exponían en Europa, participé en la Antología de las Artes Plásticas, entre otros eventos.

Siendo estudiante de la ENBA identifiqué mi estilo de trabajo artístico: Realismo Mágico y Figuración Estilizada, y hoy a casi tres décadas, continúo en una constante renovación, interpreto los rasgos de una obra a través de la línea y el color.

El tema que predomina en mi obra en Pintura y Escultura es La Familia y sus valores; retratos, y la Mujer: fuerte, protectora y a la vez sensible. En Pintura, la técnica es acrílico u óleo sobre lienzo o superficies texturizadas; y Escultura, en metal y arcilla principalmente. Toda mi obra, o expresión plástica se resume en fuerza y movimiento, buscando expresar a través de la estilización un claro mensaje de vida que ha llegado a más de 15 países.



Desde 1992 mi obra forma parte de importantes colecciones públicas y privadas dentro y fuera de nuestro país.

En el año 1993, tuve la oportunidad de formar parte del grupo de 10 estudiantes de la ENBA que pintarían Murales para el Museo de Antropología e Historia de SPS. Hoy, 28 años después se exponen de forma permanente en la ciudad de los Zorzales.

Al concluir mis estudios de la Escuela de Bellas Artes, regresé a La Ceiba, con el sueño de contribuir como un legado al arte y la cultura de mi amada ciudad. Integré el Taller de Arte "Huellas" en 1994, luego con el auspicio de la Alcaldía Municipal en 1997 diseñé y pinté el "Primer Mural Histórico de La Ceiba", el que describe 90 años de historia de la ciudad en un lienzo al óleo de 10mt2. Y se exhibe en la Sala de Conciertos de la Biblioteca Juan Ramón Molina desde 1998.

En el año 2000, mi familia y yo sobrevivimos por un milagro de Dios a un accidente automovilístico, en el proceso de recuperación de 15 fracturas, desarrollé la destreza de dibujar y pintar con la mano izquierda. Doce años después, diseñé y construí "La Ceibeña" escultura de arte moderno estilizada de 3 mts de altura, ubicada en la Fuente Luminosa, que expresa la hospitalidad, característica de nuestra ciudad y elementos autóctonos de nuestra etnia garífuna.



Paralela al desarrollo de mi familia y de mi carrera artística, Dios me ha permitido desempeñar por 32 años una carrera Docente en Educación básica, media y superior; y desde el año 2005 y con el objetivo de orientar el talento de niños, jóvenes y adultos en el área de la plástica, fundamos la 1era escuela de arte en la ciudad llamada Grace Art School; Grace, por la Gracia de Dios al darnos vida, dones y talentos; y por el nombre de mi madre Graciela, a quien mi padre le llamaba Gracia, y quien me incen-

"Recuerdo a mi padre David Chávez, acompañarme a concursos de dibujo, les sacaba punta a mis colores; yo me sentía segura y su rostro reflejaba felicidad."

tivó en el arte siendo también una maestra muy reconocida en nuestra ciudad.

Los 16 años de Grace Art School son años maravillosos de mi vida, ver la satisfacción en el rostro de un niño o adulto por su obra lograda no tiene precio; el darme como maestra, querer que otros crezcan, que logren sus sueños me ha dado vida. Anualmente, realizamos exposiciones de arte, participamos en eventos nacionales e internacionales donde obtuvimos importantes premios; pero más que reconocimientos, es la satisfacción de enseñar a caminar con fe y expresarse a través del arte, es dejar en las vidas "Stellas Indelebles", como fue el nombre de nuestra exposición celebrando 10 años de Grace Art School.

En mi familia pensamos que, así

como yo, muchos niños y jóvenes dotados artísticamente, de escasos recursos y algunos en riesgo social podrían estudiar arte apoyados por una beca; así que gestionamos ese apoyo y ya presentamos el 1er grupo de Grace-Talentos, quienes encontraron en el arte una oportunidad para orientar sus vidas.

Desde el año 2020 debido a la Pandemia, nuestras clases son virtuales, permitiendo alcanzar a estudiantes fuera de nuestras fronteras, así nació nuestro lema: "Abramos las ventanas, demos pinceles" o su título en inglés "Let's open the windows, let's give brushes." Cuando todo cerró, el arte pudo penetrar a muchas vidas y hogares a través de la virtualidad, hoy continuamos con esta modalidad; atendemos los viernes y sábados vía online a estudiantes de norte y sur América, y diversos lugares de nuestro país.

En el año 2017, con el patrocinio del Banco Central de Honduras, presente la exposición individual de 75 obras en Pintura y Escultura: "Tania Chávez, su antología tras 25 años de carrera artística, una brecha en el arte femenino hondureño." Desde el año 2018, mi obra forma parte de la Colección del Museo "Arturo H. Medrano" del BCH con la obra "El Guitarrista".

Mi biografía forma parte del Diccionario de Mujeres Hondureñas en la Cultura, escritor José Gonzáles; hemos podido editar los libros: "Mujer, la Transparencia del alma." Colección de Esculturas y "Tania Chávez, el Esplendor detrás de su pincel", colección de Pinturas, editados por Elena Sánchez. También, estamos trabajando en La Antología, obra completa.

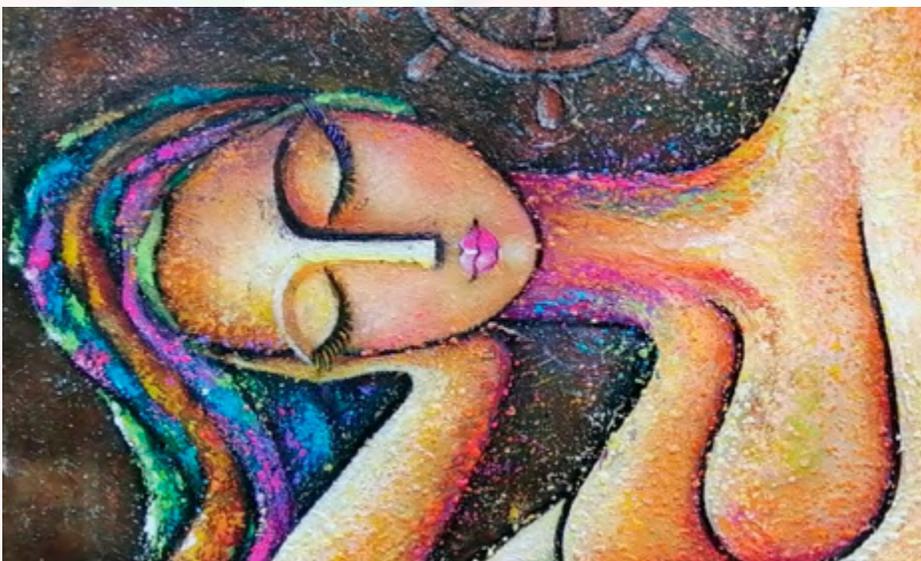
Por la Gracia de Dios he podido participar en más de 90 exposiciones a nivel nacional e internacional, reconocimientos entre ellos: del Centro de Estudios precolombinos e históricos de Honduras, Dirección de Cultura,

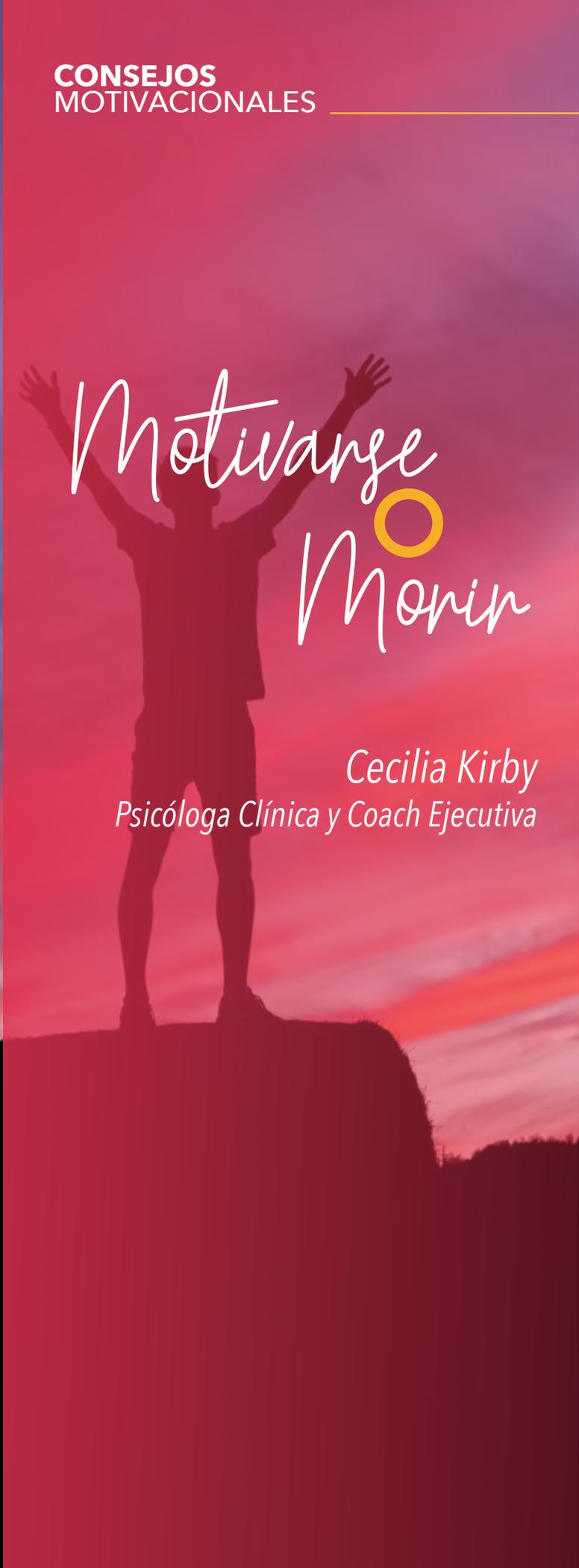
Artes y Deportes de La Ceiba, de la Secretaría de Educación, Mujer ejemplar de La Ceiba, "por su valioso aporte a la cultura formando a través de Grace Art School nuevos artistas del pincel." Entre las Exposiciones más recientes: "Huellas" Generación del 93. CCS. AMAH, "La Formule de l'art " y "Traverser ton miroir." París, Francia; International Women's day, MS. Art Gallery, Los Ángeles, CA, Catálogo 80 Aniversario de la ENBA. Y Red de Mujeres Artistas Contemporáneas.

Actualmente con la ayuda de Dios, desarrollo mi Profesión como artista y maestra de Arte; a la vez desempeño mi carrera educativa artística; comprometida a incentivar el arte y la cultura, apoyando y promoviendo valores y acciones educativas para que cada persona con que la vida me ponga en contacto, conozca que su habilidad es un don de Dios, que sí puede desarrollarlo para su bien personal, el de su familia y ser un ciudadano capaz de enriquecer nuestra amada Patria.

Puede conocer más en: www.taniachavezherrera.com Arte Hondureño cinco estrellas, si le motiva apoyar becas de arte, favor comunicarse a: graceart.becas@gmail.com

*"Let's open the windows,
let's give brushes."*





Motivarse
Morir

Cecilia Kirby
Psicóloga Clínica y Coach Ejecutiva

“En lo humano lo pequeño es grande y lo lento rápido. No se necesita cambios radicales, grandes gestos o enormes esfuerzos. Se necesita primero darse cuenta...”

Disculparán el dramatismo de mi afirmación, pero me justifico con la creencia de que la motivación es lo que mueve la vida, personal u organizacional, y es la antítesis de la apatía, de la desesperanza, de la mediocridad, de morir en vida.

Ahora, siendo empática con los lectores, que supongo están enfocados en estos momentos en el proceso de resiliencia organizacional, sobreviviendo y creciendo en pandemia, pondré el acento en la motivación del talento humano, variable crítica y necesaria en el clima laboral, y por ende en la productividad organizacional.

Un talento humano motivado supone un colectivo orientado al logro de las metas, como fuente que otorga dirección, fuerza y perseverancia, optimizando los recursos disponibles para el logro de los indicadores de éxito. Suena tan atractivo, lógico y deseable que exista esta condición, pero en la realidad puede estar presente y puede que no, es más, lamentablemente puede ser una condición en crisis y una gran inquietud para los responsables del talento humano en la organización.

¿Existe una estrategia que nos oriente al respecto, considerando la complejidad del ser humano y que no existen recetas aplicadas a cualquier persona en todo momento?

PRIMERO

El ser humano es un ser necesitado, con necesidades variadas y que evolucionan con el proceso de desarrollo de la persona. El psicólogo Abraham Maslow en el año 1943, nos presentó la Pirámide de necesidades humanas y que la Organización Internacional del Trabajo, en el año 2016, adaptó al mundo organizacional. Todo colaborador se sentirá motivado al contar con un salario percibido como justo y suficiente para cubrir sus necesidades, pagado a tiempo y en forma correcta; en un espacio laboral que ofrece seguridad y estabilidad, bioseguridad, seguridad industrial, en un marco valórico de protección y lealtad; un ambiente interdependiente que reconoce y valora el trabajo colaborativo y sinérgico por sobre el individualismo y competitividad que premia el maltrato y/o acoso laboral; un liderazgo de la jefatura presente y cercana que enfatiza una retroalimentación constructiva y respetuosa, alentando y facultando al colaborador; y en la cúspide motivacional tener la vivencia y experiencia de crecimiento y desarrollo laboral a través de la capacitación y el desarrollo de carrera, que considera la integralidad de la persona, sus competencias blandas y las técnicas, las competencias cardinales en la organización y aquellas específicas al puesto.

El estudio de clima laboral es un instrumento de excelencia, que llevado a cabo con profesionalismo, permite conocer esta motivación extrínseca que mueve o paraliza al talento humano según sea su resultado, y ofrece posibilidades e indicadores concretos para promover la superación de la pirámide descrita.

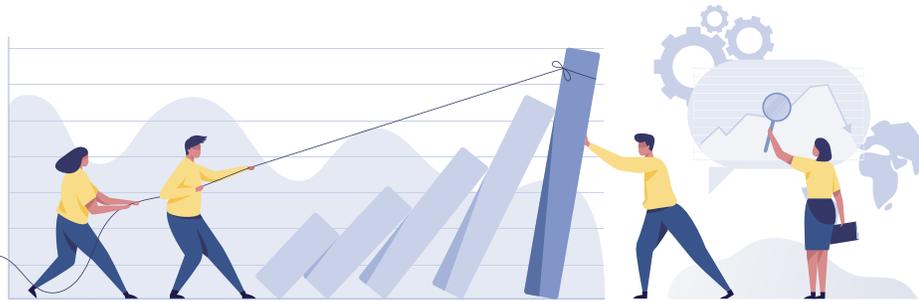
SEGUNDO

Lo extrínseco no basta. La naturaleza humana deja de reconocer como valioso lo que inicialmente lo parecía, se acostumbra hasta la desvalorización del beneficio. Aquí aparece la importancia de la motivación intrínseca e interna, que apela a otro orden, otro tipo de contrato a nivel psicológico que compromete la lealtad del colaborador con el liderazgo percibido en la organización. Aparece la importancia del propósito o sentido asignado subjetivamente al trabajo, el sentido de pertenencia, la apropiación con la historia, la misión y visión organizacional. En tiempos de crisis como ha significado la pandemia de Covid-19 donde pudo verse afectado las posibilidades de la motivación extrínseca, ha sido esta motivación intrínseca la que ha jugado



“Un talento humano motivado supone un colectivo orientado al logro de las metas, como fuente que otorga dirección, fuerza y perseverancia, optimizando los recursos disponibles para el logro de los indicadores de éxito”

un rol diferencial de resiliencia organizacional. También esta motivación se conecta con la importancia de relacionar el talento de la persona con la tarea posibilitando la experiencia de “flujo” a nivel cerebral, disfrutar la ejecución de la tarea “por si misma” y con la conexión y responsabilidad ética con la experiencia del otro, del compañero y compañera de trabajo, que lucha contra las adversidades de estos tiempos de pandemia.



TERCERO

En lo humano lo pequeño es grande y lo lento rápido. No se necesita cambios radicales, grandes gestos o enormes esfuerzos. Se necesita primero “Darse cuenta”, reconocer que está sucediendo en la organización, con calma, más allá del paradigma de víctimas-culpables. Luego escuchar y comprender, una comunicación funcional y constructiva que aporte toda la información necesaria para la toma de conciencia de los factores de vulnerabilidad y de fortaleza organizacional. Para luego establecer conjuntamente un plan de acción que priorice estratégicamente las opciones, estableciendo indicadores y métricas objetivas de cambio.

Y ya para despedirme de usted, apreciado lector tomo el título de un artículo de la Escuela de Negocios de Harvard “Haga que sus valores signifiquen algo” (Lencioni,2002). Estamos en tiempos de crisis donde surge la posibilidad de reconstruir, replantear, y pasar a un nivel superior de nuestra madurez personal y organizacional. Construir una sociedad más humana, más solidaria y compasiva, que no renuncia a la calidad y la productividad. Volver a comprometernos con los valores y el enfoque de humanización en el espacio laboral que conjuga calidad y calidez.

“Disculparán el dramatismo de mi afirmación, pero me justifico con la creencia de que la motivación es lo que mueve la vida, personal u organizacional, y es la antítesis de la apatía, de la desesperanza, de la mediocridad, de morir en vida.”

Referencia:

*Artículo “La motivación en el trabajo y posibles efectos de la crisis del Covid-19”
por Julio Sergio Ramírez, PhD. Profesor
emérito INCAE Business.*

¿Cómo es tu comunicación actual?



¡Escríbenos a info@brief.la y llenemos el brief!

brief.la
COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA & DIGITAL

DIGITAL STRATEGY · DATA & RESEARCH · DIGITAL ADVERTISING · COACHING



La evolución DE UNA IDEA A LA REALIDAD EN EMPRENDIMIENTOS tecnológicos

Alejandro Corpeño
CEO - Hello Iconic



“Es necesario lanzar, aunque nuestra primera versión de MVP no tenga las funcionalidades completas, aunque de pena, aunque sepamos que nuestra infraestructura de servidores no soportaría la carga de miles de usuarios. ¡Hay que lanzar!”

Crear nuevos negocios basados en tecnología se ha vuelto cada vez más accesible para los emprendedores sin importar su ubicación geográfica o acceso a capital. Por otro lado, la complejidad de las tecnologías para el desarrollo y crecimiento de aplicaciones de web y dispositivos móviles ha incrementado en gran medida. Hoy en día es casi imposible que una sola persona pueda realizar todo el trabajo requerido para idear y desarrollar estos negocios. Se requiere de un equipo de trabajo desde etapas tempranas del emprendimiento.

En este artículo quiero describir en términos generales las etapas por las que comúnmente pasan las ideas para convertirse en empresas de tecnología exitosas.

LA IDEA

Una gran idea sobre un nuevo producto o servicio es lo que inicia todo. Es la solución a un problema tan grande que muchas personas estarán dispuestas a pagar por solucionarlo.

No hay ciencia cierta o un método repetible para generar buenas ideas, y como muchos emprendedo-

res saben, la idea por sí sola no vale nada. Lo que realmente tiene valor y puede formar un negocio viable es la correcta ejecución de una idea.

Cualquiera puede “robar ideas”, pero si no se hace algo con ellas, estas no pasan a más y quedan en el mundo abstracto de la imaginación. El trabajo real y la creación de valor llega cuando las ideas se implementan.

Para que una idea se lleve a cabo, es necesario que un equipo humano trabaje en tareas específicas, con un plan y objetivos claros que indiquen si nos acercamos al éxito o es necesario calibrar, ajustar y continuar por otra dirección, el siguiente paso en la evolución del emprendimiento es la transformación de idea a proyecto.



EL EQUIPO FUNDADOR

Al inicio el emprendedor o fundador trabaja sólo, asumiendo varios roles a medida que las necesidades surgen. Una de las primeras tareas del fundador es reclutar al resto del equipo.

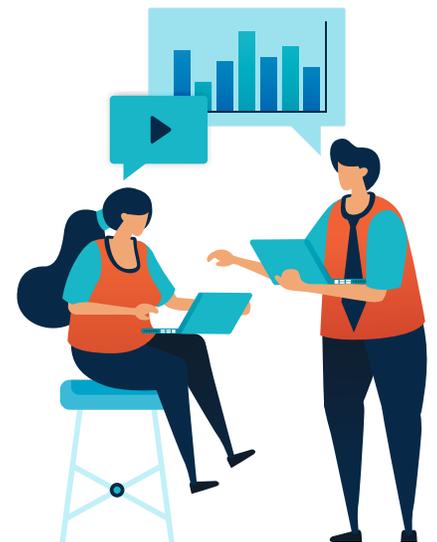
En emprendimientos tecnológicos, muchas veces el fundador no tiene un perfil o formación técnica. Probablemente el fundador conoce sobre ineficiencias o problemas de una industria en que ha trabajado por años, y su idea intentará solucionar esas situaciones con un producto o servicio basado en tecnología. Al no tener perfil técnico, deberá reclutar a alguien que pueda desarrollar su idea y buscar un co-fundador técnico.

EL PROYECTO

Los proyectos requieren la planificación de actividades, definición de tiempos, objetivos, identificar interrogantes a responder, identificar tareas para llevar de un punto A a un punto B, y poco a poco podemos trazar días, semanas y meses de trabajo.

Es importante mantener los pies sobre la tierra, trazar un plan realizable y no caer en el error de intentar planificar y predecir 5 años de actividades desde el inicio. Cuando estamos pasando de idea a proyecto, los planes deben ser de 2 semanas por mucho y mantenerse adaptables al cambio repentino que caracteriza los procesos de innovación.

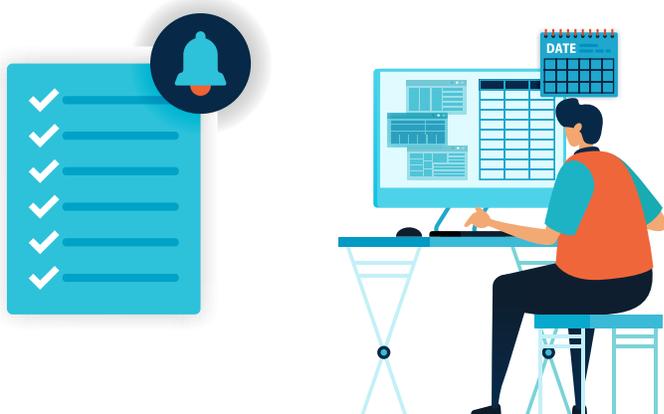
Si para este punto solamente el fundador del proyecto es “el equipo”, las primeras tareas se centrarán en encontrar otras personas que se unan al proyecto.



Si por el contrario, el fundador tiene un perfil técnico, probablemente necesite complementarse de alguien con experiencia y facilidad para los negocios en áreas como ventas, mercadeo, operaciones o finanzas.

Siempre es recomendable tener al menos un socio, ya que ejecutar con disciplina un proyecto de forma solitaria es bastante complicado y cualquier obstáculo puede desanimarnos y hacernos abandonar el proyecto por completo. Al tener al menos un socio, es más difícil abandonar todo. Los socios se apoyan entre sí en cuanto a solucionar los obstáculos, se mantienen mutuamente motivados para hacer que el proyecto avance.

Lo primero que el equipo debe definir como proyecto es el prototipo o prueba de concepto con que se buscará descubrir la factibilidad de la idea desde varios puntos de vista.



EL PROTOTIPO O PRUEBA DE CONCEPTO

Dependiendo de la naturaleza de la idea y visión de largo plazo de esta, la prueba de concepto podría enfocarse en reducir el riesgo técnico, o en descubrir con base a entrevistas con clientes potenciales las alternativas de interfaz de usuario o dispositivos para lanzamiento inicial: “conviene lanzar primero como una aplicación web y luego como una app móvil, o viceversa?”.

Es muy importante que el equipo esté claro y de acuerdo en el objetivo del prototipo y no caiga en el error de intentar desarrollar todo el producto de una vez.

La idea de un prototipo o prueba de concepto es aprender y es solamente el primer paso en un proceso de experimentación e interacciones en búsqueda de lo que se llama “product-market fit”, esa intersección entre el producto o servicio que estamos creando y el mercado meta que estará dispuesto a pagar por él.

Desde el punto de vista de administración de proyectos, los prototipos o pruebas de concepto no deberían tener una duración de meses, de hecho en promedio pueden tomar entre dos y cuatro semanas en total. Estos deben enfocarse en funcionalidades limitadas, o simplemente simular las funcionalidades y enfocarse en los elementos que deseamos medir.

En las primeras etapas de la ejecución de la idea, el equipo irá evolucionando el producto pasando de un prototipo a otro, cada prototipo tomará los aprendizajes del anterior. Idealmente todo lo construido en el prototipo anterior se utiliza como base del siguiente, y se irán agregando mejoras y ajustes, pero no siempre es así. Existen casos en que el aprendizaje del prototipo anterior nos lleva a concluir que algo debe cambiar, no solo cambios menores sino cambios significativos en la idea, funcionalidades, mercado o enfoque completo del producto o servicio.



“Una gran idea sobre un nuevo producto o servicio es lo que inicia todo. Es la solución a un problema tan grande que muchas personas estarán dispuestas a pagar por solucionarlo.”

EL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Después de un proceso iterativo de prototipos conceptuales y funcionales, el equipo debe definir un proyecto más claro y con un objetivo más ambicioso. Este siguiente proyecto se llama “Producto Mínimo Viable” o MVP por sus siglas en inglés. El concepto se popularizó globalmente gracias a los escritos y charlas de Steve Blank y Eric Ries sobre lo que luego se convirtió en el movimiento de la Startup Liviana (“The Lean Startup”).

El Producto Mínimo Viable se define como: una versión inicial del producto que cuenta únicamente con las funcionalidades suficientes para ser usable por consumidores finales y obtener su retroalimentación para un futuro desarrollo completo.

Es un poco más completo que los prototipos o pruebas de concepto, pero aún no son una versión final ni completa del producto que generará ingresos.

La etapa de prototipos o pruebas de concepto y la del MVP podrían considerarse dos etapas diferentes, pero hay siempre una línea muy delgada entre ambas. Los MVP siguen siendo prototipos, pero es bueno diferenciarlos para fines de organización y administración del proyecto dentro del cual los ejecutaremos.

Desde el punto de vista de administración de proyectos, al momento de trabajar en un MVP ya podemos empezar a pensar en subcontratar servicios de freelancers o equipos externos para el desarrollo de tecnologías, diseños, lanzamiento en servidores de internet, lanzamiento en tiendas de apps, diseño y lanzamiento de un sitio web básico (“landing page”) y otras tareas necesarias para poner a prueba esa primera versión de nuestro producto con un mercado meta real.

EL LANZAMIENTO

Muchos fundadores caen en el error de querer lograr un producto perfecto antes de lanzar su primera versión, extendiendo así la etapa de MVP meses y meses, en ocasiones hasta años. Esto es un error común y razón de fracaso de muchos.

Es necesario mantener el enfoque y claridad del objetivo de cada etapa. El objetivo de un MVP sigue siendo aprender del

**CONTROLAMOS
CUALQUIER TIPO
DE PLAGAS**



**CONTROLAMOS
CUALQUIER
MICROORGANISMO**



Virus Bacterias Hongos

+ 504 3210-4795 / info@fumiza.hn

mercado meta en la búsqueda de product-market fit.

Es necesario lanzar, aunque nuestra primera versión de MVP no tenga las funcionalidades completas, aunque de pena, aunque sepamos que nuestra infraestructura de servidores no soportaría la carga de miles de usuarios. ¡Hay que lanzar!

Muchos de los miedos que los fundadores tienen en oposición a lanzar son sólo excusas y se basan en situaciones hipotéticas que probablemente nunca ocurrirán. Razones como “¿qué va a pasar si tengo 5,000 órdenes de compra en la primera hora, no tengo personal para atenderlas?!” cuando en realidad lo más probable es que nadie llegará a su sitio web ni bajará su app por su propia cuenta. Lo más probable es que el equipo fundador tenga que buscar a esos primeros usuarios y convencerlos uno a uno para probar el producto... ni hablemos de llegar a convencerlos de pagar.



“Es importante mantener los pies sobre la tierra, trazar un plan realizable y no caer en el error de intentar planificar y predecir 5 años de actividades desde el inicio”



MEJORAS GRADUALES E ITERATIVAS

La razón principal de lanzar pronto es aprender y medir el nivel de aceptación de nuestra idea de negocio sin invertir demasiado tiempo y dinero en algo que no tiene futuro. Después de ese primer lanzamiento inicia el ciclo de mejora continua.

El ciclo descrito en la metodología de Startup Liviana, sugiere que una vez lanzamos ese primer MVP, medimos los resultados de este, analizamos los datos y sacamos conclusiones y aprendizajes, con eso obtenemos nuevas ideas o afinamos ideas anteriores para con eso definir las siguientes mejoras. Estas mejoras luego son implementadas y lanzadas en una nueva iteración del MVP, las cuales luego son medidas, los datos analizados y sigue el ciclo perpetuamente hasta encontrar product-market fit y lograr sostenibilidad del negocio.

Las herramientas e infraestructura tecnológica hoy están al alcance de

todos y sus costos son muy accesibles y en ocasiones gratuitos para desarrollo de prototipos y MVPs. Lo importante es el proceso y trabajo del equipo fundador en gradualmente llevar sus ideas del mundo de la imaginación al real, manteniendo el enfoque siempre en aprender del mercado y lograr encontrar la sostenibilidad económica.



LA IMPORTANCIA DE CONTRATAR UNA CONSULTORÍA DIGITAL

- TE PROPORCIONA UNA PERSPECTIVA EXTERNA
- TE APORTA ESPECIALIZACIÓN
- REDUCE TUS COSTES
- HACE VALER TU INVERSIÓN

SERVICIOS ESPECIALIZADOS

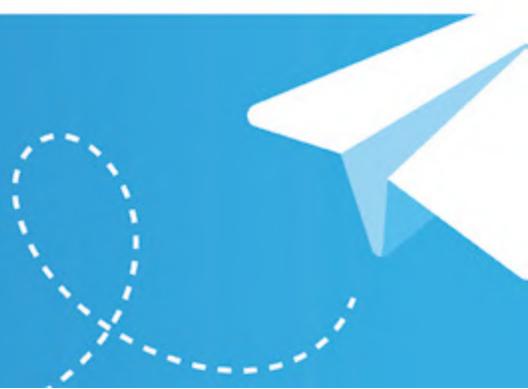
- COACHING DE VENTAS
- EDICIÓN AUDIOVISUAL
- REDES SOCIALES
- MARKETING DIGITAL
- PUBLICIDAD DIGITAL
- DISEÑO WEB
- DISEÑO GRÁFICO
- BRANDING CORPORATIVO
- DISEÑO UX/UI

☎ 9600-2090 | 2280-6309

✉ info@consultoriadigitalhn.com

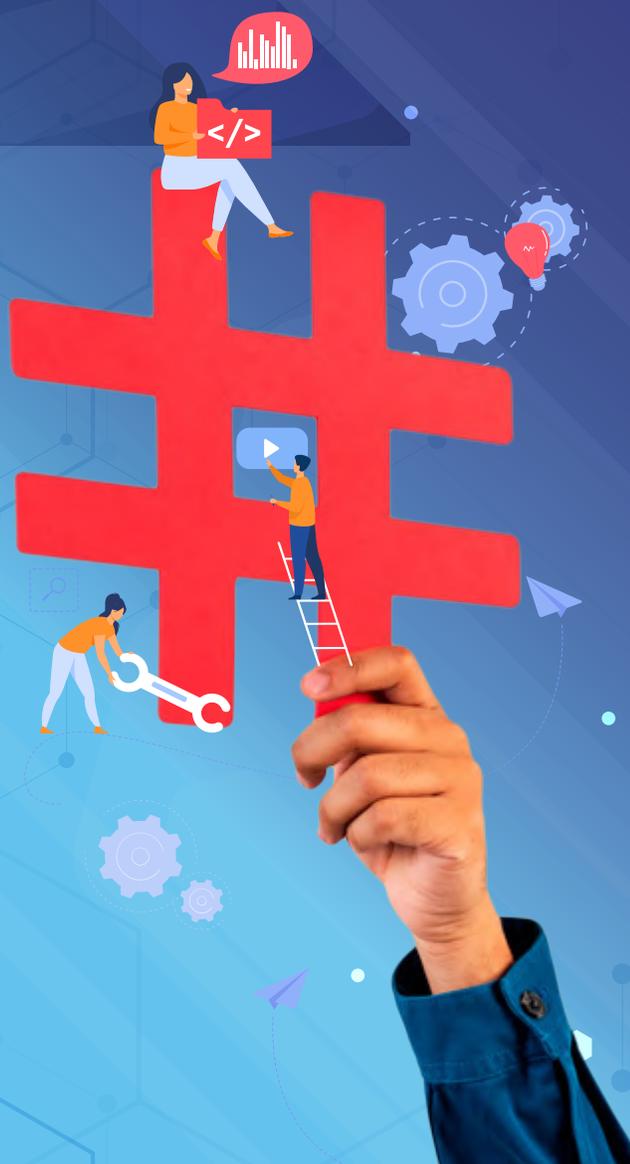
🌐 www.consultoriadigitalhn.com

📍 Torre Nova 2, Piso 9, CC Novacentro, Av Los Próceres



HERRAMIENTAS y TENDENCIAS digitales

Hernán Orlando Hernández
Director de estrategia – brief.la



“El cambio constante del mundo digital hace que hoy estas herramientas puedan ser útiles y el día de mañana ya veas otras resolviendo mejor tus necesidades”

Hablar de digital se ha convertido para algunos una moda, tendencia o simplemente una oportunidad más, sin embargo, es un tema que debemos abordar con importancia y con el objetivo de apoyar a todos aquellos emprendedores, micro, pequeña y mediana empresa que se conducen a una transformación digital. No podemos comenzar a hablar del tema sin antes resaltar el crecimiento digital en Honduras; desde enero del año 2020 a enero del presente año 2021, hubo un incremento del 10% de usuarios de internet, que representan más de 365,000 nuevos usuarios y aún así, tenemos una penetración de internet baja con relación a nuestra población (38%) según Hootsuite y su reporte anual de WeAreSocial.

La pandemia de covid-19 nos ayudó a reconocer la importancia de nuestros canales digitales y que además, la Transformación Digital no se trata de tener el mayor presupuesto o de realizar grandes acciones, quienes triunfan y logran esta transformación, son aquellos que escuchan a sus audiencias, actúan de manera rápida y eficaz; sino, veamos a diferentes emprendedores que sin necesidad de realizar altas inversiones en procesos de ecommerce, ya vendían a través de redes sociales sus productos y utilizaban las transferencias entre bancos como método de cobro, antes de opciones de botón de pago que ahora ofrecen las instituciones bancarias.

Si hablamos de nuevas tendencias, deberemos afianzar que el móvil sigue siendo el dispositivo más

utilizado para navegar por internet y redes sociales, por lo que las marcas deben seguir fortaleciendo la experiencia que tiene el usuario, a través de nuevos formatos, mensajes más personalizados, contenidos cortos e interactivos y más, ya que no solo basta con realizar una publicación en la red social de tu negocio, tu comprador cada vez desea obtener más información en menor tiempo, por ejemplo: La realidad aumentada ayuda a que hoy en día podamos ver el tamaño real de un artículo que deseamos comprar, el desarrollo de experiencias gaming hace que interactuemos y conectemos con una marca por medio de un juego, serie de trivias u otros retos, las páginas web de ropa te permiten que puedas tomarte una fotografía y así sepas que tan bien puede quedarte una prenda, todo esto se resume a que las tendencias ya sean de realidad aumentada, audio, video y otros, puedan facilitar que entiendas a la audiencia.



Una vez reconocemos que las tendencias son marcadas por nuestro público, podemos echar un vistazo a herramientas digitales que pueden ayudarnos en nuestro día a día, pero en objetivos específicos, porque las mejores herramientas que podrás tener en tu comunicación digital son aquellas que van dictando el comportamiento e interés de tu audiencia y las cuales giran siempre entorno a ellos y tu marca, ejemplo:

ESCUCHAR A TU AUDIENCIA:

Si no escuchas a tus compradores, tomarás decisiones basadas en percepción personal y difícilmente lograrás generar mayores conexiones. Preguntar y obtener respuesta de sus gustos, intereses, molestias u otros, debe ser una actividad constante en tu negocio. Para ello puedes utilizar herramientas con versión gratuita y pagada como Mention, Brand24, Mediatoolkit o Clarabridge.

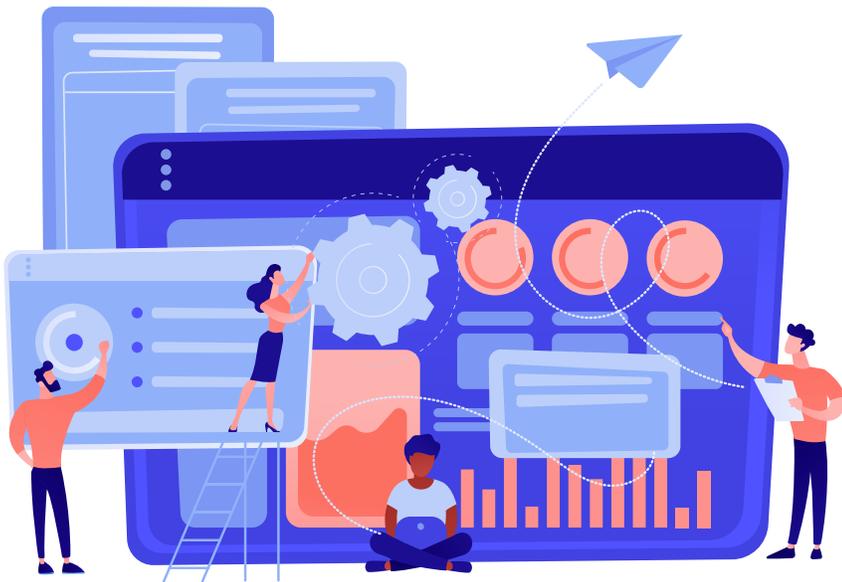
PRIORIZA LA CALIDAD SOBRE LA CANTIDAD:

No es necesario que estés en todas las redes sociales posibles o que publiques a horas estrictas del día, lo importante es que conozcas tu audiencia y te comuniques de una manera que conectes con ellos. Cada mensaje que realices debe ser de alto valor y calidad, la red social con mayor éxito de ayer no será la misma de hoy, por eso tu estrategia y marca deben tener una comunicación sólida o dependerás de plataformas digitales que un día pueden fallar en su servicio o al siguiente, ya no existirán más. Si buscas manejar diferentes redes sociales, generar reportes de comportamiento y monitorear a tu competencia desde una sola plataforma, puedes optar por Hootsuite y AgoraPulse que poseen versiones de prueba y luego un bajo costo.

“Las mejores herramientas que podrás tener en tu comunicación digital son aquellas que van dictando el comportamiento e interés de tu audiencia...”

FIJAR Y MEDIR LOS INDICADORES CORRECTOS:

No se trata de solo estar viendo tus interacciones, es importante primero fijar objetivos alcanzables en una estrategia digital, antes de priorizar un número de seguidores o interacciones, que no dejan de ser importantes, puedes enfocarte en: número de cotizaciones, ventas por canal digital, retorno de inversión y costo por adquisición de cliente. Para consolidar reportes de tu presencia digital tanto en redes sociales como web, puedes utilizar Data Studio de Google o Fanpage Karma que brinda reportes de tus redes sociales y competidores.



El cambio constante del mundo digital hace que hoy estas herramientas puedan ser útiles y el día de mañana ya veas otras resolviendo mejor tus necesidades, sin embargo, debemos concluir que una estrategia y comunicación digital sólida, se basa en los pilares que mencioné anteriormente que como marca conectan o se relacionan con tu audiencia, también es esencial mantener un constante aprendizaje, por lo que te recomiendo que puedas descargar en tu dispositivo móvil Google Primer, una app que te enseñará acerca de numerosos temas de negocio, comunicación, servicio al cliente y más. Adicionalmente, puedes inscribirte a los cursos y formaciones gratuitas de Google Actívate o Hubspot, donde podrás obtener mayor conocimiento de habilidades, metodologías y estrategias requeridas hoy en día.

“Si hablamos de nuevas tendencias, deberemos afianzar que el móvil sigue siendo el dispositivo más utilizado para navegar por internet y redes sociales, por lo que las marcas deben seguir fortaleciendo la experiencia que tiene el usuario...”

Bio: Profesional y Consultor con más de 8 años de experiencia en transformación digital y comunicación estratégica. Ha liderado equipos creativos, digitales y clientes claves tanto en Honduras, como en la región de Centro América. Fundador del Digital Ad Week, un evento que reúne a expertos de las principales plataformas digitales anualmente.

**Disclaimer:*

El autor describe que ninguna de las marcas mencionadas en este artículo son de su propiedad o representan la opinión de su empresa.



¿QUIÉNES SOMOS?

ASM es una empresa 100% hondureña con experiencia en la región, con una trayectoria de 10 años de servicio.

En la región damos servicio a:

- México
- El Salvador
- Estados Unidos
- Colombia
- Rep. Dominicana



EMPRESAS

ASM como empresa es ampliamente reconocida por sus clientes, entre los que destacan marcas nacionales e internacionales, hemos llevado a cabo las producciones internas y en grandes masas de instituciones como OPS, OMS, BCIE, LOTO, OEA, PNUD, TIGO, YAMAHA, C&W BUSSINES, USAID, PLAN INTERNACIONAL, MASECA, ALDEAS INFANTILES SOS y LA BANCA NACIONAL.

Asesoría en distintos canales de Televisión nacional y web.



Manejo de redes sociales, estadísticas mensuales del crecimiento y alcance que está teniendo la plataforma, recibiendo así un cálculo exacto del desarrollo de sus redes.

REDES + SOCIALES



Nuestro Email Marketing corresponde a una base de datos con los contactos de un alto número de empresarios, gerentes, comerciantes, medios de comunicación, organismos internos y externos.

EMAIL + MARKETING



Somos un equipo altamente capacitado que da respuesta y soluciones que busquen nuestros clientes las 24 horas del día los 7 días a la semana.

24/7 +

NUESTROS SERVICIOS

Grabaciones profesionales full HD/4K

- Televisión
- Asesorías
- Eventos corporativos
- Campañas publicitarias
- Switcher y grabador Black Magic, trcaster y Sony
- Cámaras Sony 4K

Video Mapping - Audio e Iluminación:

- Eventos corporativos
- Campañas
- Capacitaciones
- Inauguraciones
- Diseño de Stand

Edición y Post Producción

- Comerciales
- Spots publicitarios de TV y Web
- Manuales
- Cápsulas
- Resúmenes
- Documentales
- Animación 2D y 3D
- Fotografía Profesional
- Levantamiento de imágenes a nivel nacional
- Fotografías aéreas de sus instalaciones.

Producción Home

- Aniversarios
- Cumpleaños
- Bodas
- Graduaciones

Visita nuestra página web



Manejo y administración de Redes Sociales

• Manejo plataformas digitales como ser:

- Facebook
- Instagram
- Tiktok
- Youtube

Equipo

- Renta de grúa
- Grabaciones formato cine
- Teleprompter para sus presentaciones



Buscamos entregar a nuestros clientes producciones y servicios con resultados que brinden respuestas a los requerimientos específicos que solicitan.

CEO, fundador, | Juan José Romaña

Contactos – (504) 2234-7975 – 9990-8293

asmgerencia@hotmail.com
www.asm.hn

ASM Producción



Retos Económicos

PARA EL NUEVO
GOBIERNO 2022

*Ever Matamoros
Economista, Investigador del
Instituto de Investigaciones
Económicas y Sociales de la UNAH*

“La recuperación y superación del país no es una tarea que se puede desarrollar de manera aislada, es necesaria la acción conjunta entre gobierno, sociedad civil, empresas y demás asociaciones.”

El inicio de un nuevo periodo de gobierno trae consigo retos de manera intrínseca. La elección popular de un gobierno representa un honor para los nuevos administradores del Estado y un voto de confianza en las capacidades de estos para trabajar en favor del bien común. Ciertamente cada país enfrenta dificultades en distintos niveles y Honduras no es la excepción. Es crucial para los nuevos gobernantes el poder identificar y abordar cada reto de la manera más eficiente posible. Es necesario reconocer que muchas de las deficiencias observables en el país se ven agudizadas por la pandemia y los fenómenos meteorológicos que siguen presentes en la memoria de la ciudadanía. El nuevo gobierno asumirá la responsabilidad del país en un periodo coyuntural para el desarrollo socioeconómico de Honduras. Es de suma importancia que el nuevo gobierno establezca un estándar de excelencia del mejor capital humano disponible para atender las necesidades de la ciudadanía.

La complejidad del país exige de una planificación detallada con estrategias especializadas. Un artículo no basta para enunciar cada área de mejora en una nación; sin embargo, se pueden mencionar algunas barreras que se interponen en la mejora de calidad de vida del hondureño. Un factor que merece atención especial es el empleo. La situación del mercado

laboral hondureño presenta uno de los desafíos más importantes para el país. La cantidad de trabajo disponible en el país se ve afectada por la disrupción económica del 2020; por lo que la recuperación económica debe de contemplar la recuperación de empresas de manera paralela al empleo. Asimismo, las fuentes de empleo se encuentran concentradas en espacios urbanos, limitando la generación de ingresos en espacios rurales y desencadenando olas de migración en el país y hacia afuera. Sin embargo, el empleo posee un problema de carácter estructural en la forma de subempleo con una tasa de 71% al año 2020 (USAID, UNAH, COHEP, 2021). Es decir, siete de cada diez hondureños se encuentran en una condición laboral donde no trabajan la cantidad de horas que desean; o trabajan un jornada completa o más sin una remuneración proporcional a las horas laboradas (UNAH, 2020) La relevancia se fundamenta en la realidad social de pobreza en Honduras como un fenómeno estructural; al cierre del 2020 la tasa de pobreza en Honduras aumentó a un 70% (UNAH, 2021). Paralelamente, la tasa de desempleo abierta se encuentra en 10.9% al cierre del 2020 (INE, 2020) con las tasas más altas para la población de entre 19 a 29 años. En este contexto, el gobierno asumirá la responsabilidad de garantizar mejores condiciones laborales que vayan más allá del ajuste salarial negociado cada año. El reto fundamental no es solo crear empleos, es crear empleos de calidad y suficientes para las necesidades del hogar hondureño.



Aunado al entorno laboral del país, el capital humano de calidad disponible es limitado y exige urgente atención por parte del Estado. Hasta la fecha, el estudiante promedio de Honduras alcanza 6.5 años dentro del sistema educativo (USAID; UNAH; COHEP, 2021). En este contexto, un 30% de las empresas nacionales expresan que no poseen el capital humano calificado para competir y crecer (UNAH, COHEP, USAID, 2020). A la vez, el país se queda corto al atraer o desarrollar empresas capaces de competir en tecnología. Considerando las tendencias del mercado laboral post pandemia, la digitalización del trabajo puede expandir la brecha

entre Honduras y el resto del mundo si no se atiende con la debida precisión. El desafío no se limita solo a la recuperación y mejora de empleos en el país; también se debe de contemplar las diferencias en competitividad laboral. Los cambios en la dinámica laboral producto del teletrabajo han resultado favorables hasta la fecha con mejoras en la capacidad de resiliencia de las empresas (UNAH, 2020).

Por otro lado, el endeudamiento asumido para enfrentar las necesidades inmediatas para el país por

“El nuevo gobierno debe de trabajar arduamente en identificar los mecanismos óptimos de recaudación presupuestaria sin poner en riesgo la operatividad financiera de las empresas en las distintas actividades económicas.”

la pandemia exige un plan de recuperación fiscal. Al primer trimestre del 2021, la deuda pública llegó a representar el 59.6% del PIB de Honduras (UNAH, 2021); dicha proporción resulta alarmante ante la incertidumbre económica vigente. Es importante un plan presupuestario anclado en la realidad económica del país en el corto y largo plazo. La disrupción ocasionada por el covid-19 ha expuesto grandes deficiencias en infraestructura básica en el país que deben de ser atendidas mediante partidas presupuestarias definidas de manera objetiva. Un ejemplo de ello es la infraestructura de hospitales, la cual ha demostrado ser insuficiente para atender emergencias nacionales; la red de hospitales públicos en Honduras posee 90 camas en la unidad de cuidados intensivos (UCI) y solo dos de siete hospitales generales poseen el área de UCI (Secretaría de Salud, 2021). Asimismo, el sector educativo se ve condicionado en sus labores dada la falta de equipo y herramientas a disposición de los docentes para asegurar un proceso educativo de calidad. Prueba de ello es la práctica de priorización curricular para los periodos académicos escolares públicos donde las limitantes obligan a los centros escolares a asignar mayor énfasis en atención a determinadas materias a costas de otras (Secretaría de Educación de Honduras, 2021). Asimismo, convierte a las ZEDES como una opción atractiva para la recuperación. Sin embargo, es crucial recordar que estas no son una panacea estatal; dichas propuestas deben servir como reflexión para el mismo Estado y reconocer las deficiencias que llevan a considerar dicha propuesta como una necesidad. El nuevo gobierno debe de trabajar arduamente en identificar los mecanismos óptimos de recaudación presupuestaria sin poner en riesgo la operatividad financiera de las empresas en las distintas actividades económicas.

El sector primario merece ser llevado a nuevos niveles si se desea mejorar sustancialmente la calidad de vida de un segmento significativo de empleados y productores hondureños. El factor de cambio climático es uno que no se puede ignorar más en Honduras. Las repercusiones de los fenómenos meteorológicos Eta e Iota han sido enormes; de esto par-

“La complejidad del país exige de una planificación detallada con estrategias especializadas.”

te el reciente interés legislativo de un proyecto de ley para declarar en estado de emergencia ambiental a Honduras hasta el año 2030 (Congreso Nacional de Honduras, 2021). En este sentido, el desarrollo de políticas factibles es crucial. Dada la naturaleza del sector primario, es necesario contemplar la manera de asegurar la sostenibilidad y protección de los recursos naturales del país; las repercusiones sociales y económicas de pérdidas de cosechas y empleos por fenómenos meteorológicos son muy grandes para ser ignoradas. Informes de CEPAL para las Naciones Unidas (2021) estiman pérdidas de más de 45 mil millones de lempiras de los cuales más de 7 mil millones se limitan al sector agropecuario producto de los huracanes Eta e Iota. Una vinculación del sector primario con el secundario y terciario se presenta como una vía atractiva hacia el desarrollo económico con nuevos empleos y mejores trabajos para los ciudadanos hondureños. Dichas mejoras son cruciales para poder desarrollar las competencias empresaria-





les para afrontar los mercados internacionales; el país no puede anclar su competitividad internacional en la depreciación del tiempo de cambio real con respecto al dólar estadounidense.

La cooperación entre sector financiero y gobierno es una que debe de crecer en favor de la ciudadanía. La concentración de créditos en pocos sectores productivos (consumo, servicio, propiedad raíz) (UNAH, 2020) se presenta como un escollo en crecimiento de los demás sectores productivos. Según la CNBS (2021), el 42.7% del crédito otorgado en 2020 se concentró en consumo y tarjetas de crédito. La limitada disponibilidad de créditos productivos condiciona la capacidad de crecimiento para las demás actividades económicas y acrecienta el riesgo país dada la finita diversidad de inversiones bancarias en actividades productivas; en el 2020 solo un 9.9% de créditos fueron de carácter comercial y 9.6% microcréditos. La iniciativa de fomentar la liquidez bancaria mediante política monetaria resulta insuficiente si no se complementa con mecanismos capaces de incentivar el crédito hacia aquellos sectores menos favorecidos o con alta demanda laboral. Es necesario reconocer la magnitud de la tarea para el nuevo gobierno. La recuperación y superación del país no es una tarea que se puede desarrollar de manera aislada, es necesaria la acción conjunta entre gobierno, sociedad civil, empresas y demás asociaciones. La necesidad de cooperación entre todas las partes interesadas se fundamenta en que el país empeoró en el ranking mundial de competitividad del 2019 en la categoría institucional cayendo al puesto 116 de 141 (World Economic Forum, 2019). En el interés de desarrollar esfuerzos efectivos, una política de estado debe de desarrollarse teniendo presentes todos los retos mencionados. Ciertamente es necesario desarrollar métricas con la debida transparencia para las partes involucradas que permitan evaluar la ejecución en el tiempo; teniendo presente que la transparencia sirve como puente de comunicación y no división. Dadas las necesidades expuestas, todas las propuestas que surjan de la cooperación social deben de ser evaluadas poniendo el bienestar social ante todo.

Referencias:

- Universidad Nacional Autónoma de Honduras. (2020). Número 011, Diciembre 2020. Boletín Oficial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Congreso Nacional de Honduras. (7 de Mayo de 2021). Noti Congreso. Tegucigalpa, Francisco Morazán, Honduras.
- UNAH, COHEP, USAID-TMS. (2020). Diagnóstico de Sistemas de Mercado 2020. Tegucigalpa.
- UNAH. (2021). Número 015. Boletín Oficial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- UNAH. (2020). Boletín No. 9. El Subempleo: una alternativa laboral para paliar la situación socioeconómica y una contradicción para el desarrollo socioeconómico de Honduras. Observatorio Demográfico Universitario.
- Instituto Nacional de Estadística de Honduras. (2020). Mercado Laboral Desocupados, Encuesta Telefónica 2020. Tegucigalpa.
- UNAH. (2020). Número 008. Boletín Oficial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- UNAH. (2021). Número 017. Boletín Oficial de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.
- Secretaría de Salud. (2021). Boletín Informativo COVID-19, 28 de julio de 2021. Tegucigalpa.
- Secretaría de Educación de Honduras. (2021). Informes Priorización Curricular 2021. Tegucigalpa.
- Naciones Unidas. (25 de Junio de 2021). Naciones Unidas Honduras. Obtenido de Informe de CEPAL: Eta e Iota tuvieron un impacto de más de 45 mil millones de lempiras en Honduras: <https://honduras.un.org/es/105947-informe-de-cepal-eta-e-iota-tuvieron-un-impacto-de-mas-de-45-mil-millones-de-lempiras-en>
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (2021). Reporte de Inclusión Financiera 2021. Tegucigalpa.
- World Economic Forum. (2019). The Global Competitiveness Report 2019. Geneva: Klaus Schwab, World Economic Forum.
- USAID; UNAH; COHEP. (2021). Diagnóstico de Crecimiento Inclusivo en Honduras. Tegucigalpa: USAID.



Préstamo con fondos de garantía

Impulso Mipyme Atlántida

Beneficios:

Hasta
L 36,000,000*

Hasta
84 meses plazo

Periodo de gracia para
capital hasta
12 meses

Tasa de
**interés
preferencial**

visite: www.atla.hn/impulsomipyme

¡Consulte hoy a su ejecutivo las condiciones que más le convengan!





**DAR TU INFORMACIÓN BANCARIA,
ES DAR ACCESO A TU DINERO**

**Reporta cualquier
intento de fraude al**



2280-1010

 **Banco
Atlántida**

El Coaching

EMPRESARIAL

Gloria María Garzona
Directora General GPM Consulting

“El Coaching como una herramienta para el desarrollo del talento humano; Además, ayuda a generar cambios significativos y profundos en los comportamientos deseados en el personal y principalmente en estos líderes...”

Es del saber de muchos de los que nos consideramos líderes empresariales, que el Coaching es una metodología que genera estados emocionales y mentales que optimizan el mejor desempeño en las organizaciones que cada uno de nosotros representamos con mucho orgullo y ahínco.

También estamos conscientes que los Coacheé, interactuamos con todos los elementos y aspectos que son fundamentales en el quehacer empresarial, y que se desarrolla con la finalidad de que se fortalezca y que se promuevan las habilidades y competencias del recurso humano; esto, mediante la generación de cambios de hábitos mentales y conductuales impactando su liderazgo en la interacción con nuestros colaboradores y así aprovechar lo mejor de ellos.

Los expertos aseguran que el coaching comenzó en la antigua Grecia y que uno de sus precursores fue Sócrates a través de su método: “Promover el diálogo con sus discípulos para llegar al conocimiento. Es lo que llamó la “mayéutica”.

La segunda aparición en la historia del concepto de Coaching fue a mediados de los años 70 cuando Timothy Gallwey, un coach deportivo, se dio cuenta que el peor enemigo de un deportista era su propia mente y desarrolló una serie de contenidos para

ayudarlo a superar sus bloqueos mentales y emocionales y obtener así un mayor rendimiento.

Esta disciplina desde sus inicios ha demostrado mediante su aplicación resultados sorprendentes, comenzando a florecer escuelas bajo la licencia de su metodología llamada Inner Game. Su protagonismo muy importante, ya que después de un tiempo se las ingenió para adaptarlo en las empresas inglesas, contribuyendo así al inicio del Coaching empresarial.

Esto se convierte en la base fundamental para que los líderes actuales fomentemos en todo el ámbito profesional el Coaching; en primer lugar, el Ejecutivo, lo cual nos conlleva a enmarcarnos al estratégico y por ende a desarrollarlo con nuestros equipos de alto rendimiento, convirtiéndolo en el icono fundamental para el logro de los objetivos empresariales propuestos y así lograr el éxito sostenible de las organizaciones a las cuales representamos.



Entre los grandes retos que nos enmarca el Coaching Empresarial tenemos:

MEJORAR EL DESEMPEÑO

Esto implica que los miembros de nuestro equipo, deben esforzarse para alcanzar las metas propuestas; esto conduce a la eficacia reflejada en el cumplimiento de las metas propuestas.

LOGRAR OBJETIVOS QUE SE REQUIEREN LOGRAR

Lo que nos conducirá a aumentar la eficiencia de la gestión operativa del negocio.



“El Coaching es una metodología que genera estados emocionales y mentales que optimizan el mejor desempeño en las organizaciones”

TODO LO EXPUESTO ANTERIORMENTE

No lo lograríamos si no contamos con los equipos formados y que son considerados como de alto rendimiento.

AUMENTAR LA COHESIÓN INTERNA

Esto tomando en cuenta que es considerado como “el proceso dinámico que se refleja en la tendencia grupal de mantenerse unidos, hacer sinergia y permanecer unidos en la persecución de sus objetivos y metas” (Carrón, 1982).

MEJORAR LA RELACIÓN CON CLIENTES Y PROVEEDORES

Tanto internos como externos, lo que nos conducirá al ganar – ganar.

DESARROLLAR LAS HABILIDADES PERSONALES

Esto es lo que a cada uno de los miembros de los equipos nos conducirá al crecimiento profesional.

Es aquí donde se canalizan todas las intenciones que El Coaching Empresarial persigue lograr. Queda claro que este es el arte de trabajar con los demás para que se obtengan resultados fuera de lo común y mejoren su desempeño. Por ende, se logran los mejores resultados empresariales.

Algunos de los aspectos más específicos que intencionados en El coaching Empresarial es que está basado en una relación donde el coach asiste al aprendizaje de nuevas maneras de ser y de hacer, necesarias para generar un cambio paradigmático o cultural en el desempeño de las personas; además se considera que es un sistema que incluye conceptos, estructuras, procesos, herramientas de trabajo e instrumentos de medición y grupos de personas. Comprende también de un estilo de liderazgo, una forma particular de seleccionar gente o crear grupos de personas para que se logre su mejor desarrollo.



Ayuda también a los empleados o colaboradores a mejorar sus destrezas de trabajo a través de elogios y retroalimentación positiva basado en observación, generando así información de primera línea para evaluar desempeños. Es una actividad que mejora el desempeño en forma permanente y sostenible.

Lo que se ha experimentado en las diferentes organizaciones en estos tiempos de resiliencia empresarial es que el coaching ejecutivo ha tenido grandes resultados, ya que los líderes se han esforzado en lograr su



funcionamiento, utilizando el Coaching como una herramienta para el desarrollo del talento humano; Además, ayuda a generar cambios significativos y profundos en los comportamientos deseados en el personal y principalmente en estos líderes, lo cual es vital para mantenerse en el ámbito de los negocios.

“El coaching se enfoca en las personas como individuos, no en el sistema empresarial, pero sin duda incide de forma directa.”

Según lo que enuncia un artículo de Amayaco, que lo retoma de Review Harvard Business, estudio llevado a cabo en el 2017 por la ICF con 7.971 clientes de coaching, las principales razones para usar coaching en las organizaciones son:

Acelerar tu proceso de adaptación a un nuevo rol, ya que las circunstancias son extremadamente cambiantes.

Crear y gestionar más oportunidades que conlleven a crecer de forma empresarial y muy profesional.

Mejorar la gestión estratégica para lograr el éxito deseado.

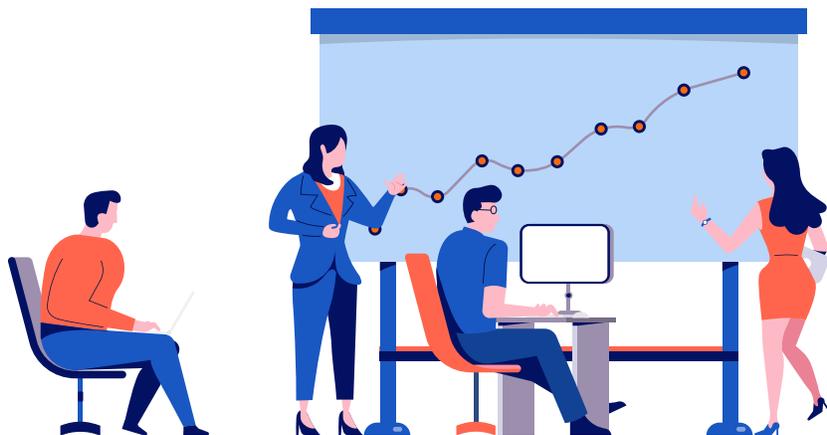
Optimizar el desempeño del equipo y por ende empresarialmente

Experimentar mayor bienestar y balance entre la vida laboral y personal.

Incrementar la productividad, organizacional e individual (todos los miembros de la organización).

Fomentar y mejorar la autoconfianza en las habilidades integradas.

Permanentemente debemos estar conscientes que lo expresado no es una lista exhaustiva, sin embargo, enfoca aspectos que son ejes de funcionalidad a la direccionalidad mediante los aprendizajes y aplicabilidad de estos.



**CONTROLAMOS
CUALQUIER TIPO
DE PLAGAS**



**CONTROLAMOS
CUALQUIER
MICROORGANISMO**



Virus



Hongos



Bacterias

+ 504 3210-4795

info@fumiza.hn

Finalmente, estas son algunas de las situaciones que se deben de tomar en consideración en el Coaching Empresarial:

Estar consciente que se debe hacer frente a los desafíos empresariales y lograr resultados rápidamente y muy eficientes.

El desempeño y la productividad de todo el equipo están por debajo de lo esperado y no están alcanzando los objetivos.

Tanto la organización como sus miembros necesitan y requieren tener éxito, esto impulsa a que se deben afrontar cambios o alcanzar metas.

Necesitas mejorar tus habilidades para liderar o consolidar a tu equipo.

Todos debemos estar intentando encontrar: autoconfianza, empoderamiento, equilibrio, motivación, compromiso y satisfacción.

amavaco.com/coaching-empresarial



De lo expresado anteriormente podemos reflexionar y enfocarnos en los siguientes objetivos del Coaching:

Cambiar hábitos y conductas tanto individuales como a nivel empresarial

Gestionar emociones y disfrutar los éxitos obtenidos

Ver más allá y considerar nuevas opciones de negocios para ser competitivos

Lograr el autoconocimiento y superación personal, que esto contribuya al desempeño empresarial.

“Esta disciplina desde sus inicios ha demostrado mediante su aplicación resultados sorprendentes, comenzando a florecer escuelas bajo la licencia de su metodología llamada Inner Game.”

Por lo que se ha especificado, el Coaching empresarial, el coach ejecutivo tiene muy enmarcado su rol ya que de este depende en gran medida el logro de los resultados esperados, es por lo que se afirma que:

Asiste a la gente en su trabajo en relación de aspectos profesionales; muy seguido labora en la ayuda con directores de la organización.

El coaching se enfoca en las personas como individuos, no en el sistema empresarial, pero sin duda incide de forma directa. (Álvarez, 2007).

Indica que las organizaciones también sueñan y siguen los sueños, por tanto, el coaching puede lograr cambiar un negocio al ayudar a su personal a soñar con metas más altas y a convertirlas en realidades.

Cuanto más se logre el desarrollo de las personas en sí mismas y cuanto más prepara una organización a su gente, adquiere mucho más valor.

“Queda claro que este es el arte de trabajar con los demás para que se obtengan resultados fuera de lo común y mejoren su desempeño. Por ende, se logran los mejores resultados empresariales.”



En conclusión, comprender la importancia del Coaching empresarial, tiene como fundamento considerar que este significa un cambio indiscutible en la forma actualizada del pensamiento acerca de la eficiencia en Management. Dicho cambio permite un significativo incremento de los índices de efectividad, con la condición de que exista siempre el enfoque de la mejora continua en el desempeño organizacional. Esto no se logra si sus líderes no lo promueven con sus equipos de trabajo. Una de las frases filosóficas enunciadas por el tan conocido HENRI FORD es “Juntarse en equipo es el principio. Mantenerse en equipo es el progreso. Trabajar en equipo asegura el éxito” ¡Una Gran Realidad!



El Storydoing

LAS EXPERIENCIAS DE
LAS MARCAS DESDE LA
MIRADA DEL CLIENTE

Lorena Bin
MBA, Co-fundadora de iLifebelt y
Neuromarketing.la

“Si aún no está aplicado los principios de Storytelling y Storydoing hoy más que nunca es clave estas técnicas de comunicación para “conectar - impactar - relacionarse” con sus potenciales clientes y con los actuales consumidores en la era digital.”

En los últimos años se ha difundido ampliamente la práctica del “Storytelling” y cómo las marcas pueden “contar historias” para enganchar al consumidor. El ser humano y su cerebro siente una atracción por las “historias” y el contarlas por parte de las marcas puede ser una manera de mantener una conversación con las diferentes audiencias en el ámbito digital.

En esta época de cambios, saturación de información y la pandemia, la adopción y consumo de información a través de internet y redes sociales se intensificó en amplio grado.

Por ejemplo, el año pasado, al inicio de la pandemia y el encierro, muchas de las actividades que no estaban en la rutina de las personas las impulsó a buscar contenido en redes y la tendencia “DIY – Do It Yourself” (Hágalo usted mismo) tuvo un gran impulso en el consumo de tutoriales y videos (cocina, reparaciones, etc.). Veamos acá la gráfica de tendencias:



Fuente: Google Trends

Al estar confinados se reforzó otra forma más de entretenimiento e información por parte de los internautas.

Entonces, el poder de las historias se hizo más fuerte para poder mantener una conversación con públicos que quizás no se había logrado mayor relación. Este renacer del storytelling es mandatorio para integrarse a las conversaciones de las diferentes audiencias, el cual es cada vez más demandante y organizado alrededor de intereses concretos. Es decir, que el valioso recurso de la “atención” lo aplicará en aquel contenido con el cual se sienta más identificado y se relacione con lo que le aporta valor.



Existen desafíos para abordar ese contenido por parte de las marcas, entre ellos tenemos:

- **Creatividad en el contenido a generar, para que sea atractivo y sobretodo relevante para la audiencia.** Las personas pueden detectar cuando la información no es tan confiable. Recuerde que nuestro cerebro tiene mecanismos para evaluar y juzgar la información que recibe.
- **Generación de interacciones.** Lograr que las personas se motiven a comentar, compartir o bien “darle like” al contenido es cada vez más retador.
- **La coherencia en la historia.** Las marcas deben apegarse a su esencia, valores y personalidad para transmitir credibilidad y coherencia.

“En esta época de cambios, saturación de información y la pandemia, la adopción y consumo de información a través de internet y redes sociales se intensificó en amplio grado.”

Ahora bien, desde 2017 las marcas están experimentando con el “Storydoing” en el cual, la generación de experiencias relatadas por las mismas audiencias es fundamental. En esta etapa se establece una conexión más fuerte con la marca.



Los famosos “challenges” de las marcas, juegos virtuales que generan conversaciones en redes sociales y en donde las mejores historias se resumen en testimoniales o anuncios con los que se logra aumentar el nivel de “engagement” (compromiso) a su vez que genera mayor difusión en diferentes canales.

Grandes marcas de bebidas y muebles se han subido a esta tendencia, compilando experiencias de sus clientes, ambientadas con efectos sensoriales cuyo resultado es una mayor conexión y la activación sensorial (*Atención – Memoria – Emoción*).

Lo menciona Vilma Nuñez, experta en Marketing Digital de “Convierte Más” lo expone en este mensaje:

La gente no compra tu producto o servicio, compra la emoción que tú le haces sentir

y el significado que tiene para ellos tener a

Tu marca.

— Vilma Nuñez

En la era que vivimos de Big Data y personalización, las marcas tienen la oportunidad de “humanizar” sus contenidos, hacerlos relevantes y cercanos. El efecto de “neuronas espejo” en el cual, las personas pueden relacionarse y conectar con la historia que nos cuenta otra persona.

“El poder de las historias se hizo más fuerte para poder mantener una conversación con públicos que quizás no se había logrado mayor relación.”

Para poder aplicar el Storydoing, deben considerar lo siguiente:

1. *Esencia de Marca (Propósito-Valores-Visión)*
2. *Buyer Persona – a quién le hablo y como conecto con lo que les “duele o importa”.*
3. *Mapa de Empatía*
4. *Territorios de Marca*

Si aún no está aplicado los principios de Storytelling y Storydoing hoy más que nunca es clave estas técnicas de comunicación para “conectar – impactar – relacionarse” con sus potenciales clientes y con los actuales consumidores en la era digital.

neuromarketing.la



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.

Conozca al
EMPRESARIO





Amplia experiencia en mensajería empresarial, compras, cobro, envíos, pagos, etc.

Dirección: Principal de la Residencial El Dorado, Tegucigalpa

Teléfono: 9510-2983

Correo: encargoxpresse@gmail.com

Facebook: [encargos xpress](#)

Instagram: [xpressencargo](#)

www.encargoxpress.com



Esta Navidad le invitamos a regalar con elegancia, nos ajustamos a sus gustos y presupuesto.

Entregas a domicilio, contamos con servicio de facturación.

Teléfonos: 3381-0811 / 8938-2309

Correo electrónico:

carolinademilla@gmail.com

Facebook: [canastassantaana](#)

Instagram:

[canastasyrompoposantaana](#)





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
SEGUIMIENTO DE CLIENTES
Cotizaciones
Compras
Usuarios ILIMITADOS
Tesorería
Cuentas por Pagar/Cobrar
Mantenimiento de Talleres
Importaciones
Ventas
Usuarios (Roles por Usuario)
Producción
Sistema Configurable

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



CCIT
CÁMARA DE COMERCIO
E INDUSTRIA DE TEGUCIGALPA



REGISTRO MERCANTIL DE FRANCISCO MORAZÁN

Formalizar tu empresa se traduce entre otros beneficios:

- Mayor facilidad para acceso a crédito.
- Ampliar sus operaciones comerciales.
- Acreditar legalmente la existencia de empresa.

Tipos de empresas mercantil:



Comerciante individual



Sociedad Mercantil
Colectiva o Unipersonal

www.ccit.hn/registromercantil

registromercantil@ccit.hn

   [registromercantilmf](https://twitter.com/registromercantilmf)

 9437-6652

REGISTRO DE GARANTÍAS MOBILIARIAS

**¡Protege tus derechos
como acreedor!**

Registra tus créditos por
bienes muebles

Adquieres:

Prioridad | Prelación | Oponibilidad



www.ccit.hn/garantiasmobiliarias

garantiasmobiliarias@ccit.hn

 2232-4200, Ext. 732

 9420-5484

EMPRESARIO HONDUREÑO

EL RAP ES UN BENEFICIO DE LEY PARA TODOS

Todas las empresas privadas
desde un empleado en adelante
deben estar inscritas en:



Fondo de Pensiones

Contribuyes a mejorar la
calidad de vida y lealtad de
tus colaboradores.



Fondo de Cesantías

Administra adecuadamente
tu pasivo laboral, ordena
tus finanzas siendo previsora
de tu negocio.



RAP