

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**TECH4DEV**

**SUSTENTADO POR:**

**ÓSCAR FELIPE PÉREZ MARTÍNEZ**

**11741249**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:  
ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y EMPRENDIMIENTO**

**TEGUCIGALPA, M.D.C.**

**HONDURAS, C.A.**

**JUNIO, 2022**

## **AGRADECIMIENTO**

Por este medio, agradezco a TECH4DEVHN la oportunidad que me ha dado, de poder demostrar mis habilidades, talentos, conocimiento profesional en toda mi práctica profesional. En especial, doy mi mayor agradecimiento a cada miembro del equipo con quienes he compartido y han sido un pilar fundamental en mi desarrollo como profesional en el área de emprendimiento y negocios, siempre desde el día uno, han sido ese apoyo que me motiva a salir de mi zona de confort día a día y dar lo mejor de mí mismo.

En especial, agradezco a mi responsable directa Paola Paz y Sofía Reina que han sido mis tutoras, mis guías, mis mentoras durante todo este largo proceso, también a Kevin Martínez, Cesar Rull, y principalmente a Gabriela Torres quien siempre me dio la oportunidad de destacar en la oficina entre todos, confiando en mis capacidades y mis talentos.

Confío en que TECH4DEV siempre formará parte de las aceleradoras claves que me ayudaron a sacar brillo a mis talentos, habilidades, experiencia como emprendedor nato. Les deseo lo mejor en todas las siguientes cohortes a futuro y que Dios les bendiga.

Óscar Felipe Pérez Martínez.

## DEDICATORIA

Dedico este esfuerzo a Dios por su fidelidad de poder llegar hasta aquí, al esfuerzo de mi mamá Lidia Martínez que sí no fuera por ella, no estaría aquí estudiando en esta prestigiosa institución y a mi abuela Herlinda Ortega, mi familia, mi novia Diana Gabriela que ha sido mi mayor apoyo incondicional y pronto se convertirá en mi amada esposa, ellas en especial siempre me han dado el mejor de los apoyos. Son los elementos más importantes en mi vida.

Este logro académico está dedicado a algunos licenciados que estuvieron presentes en cada momento importante de mi carrera como la Ing. Denia David que desde un inicio ha sido quien más ha impactado positivamente en mi vida, también a los siguientes docentes que creyeron en mis capacidades como alumno a la Dra. Berlín Cáceres, Lic. Clementina Raudales, Lic. Katia Cañadas, Lic. Erick Andino, Ing. Anael Espinal, Lic. Guillermo Berlioz que fueron de gran apoyo a mi crecimiento personal y profesional, siempre les recordaré por tan inolvidables lecciones de vida y sus consejos de mejora.

También a mis compañeros de carrera con quienes seremos la primera generación de esta nueva carrera que juntos sabemos lo mucho que nos hemos esforzado y lo mucho que hemos sacrificado para salir adelante.

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VI</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....</b>	<b>12</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>15</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>XVI</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>XVII</b>
<b>CAPÍTULO I: GENERALIDADES .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Objetivo General: .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Objetivos Específicos .....</b>	<b>1</b>
<b>1.3 Datos de la Empresa .....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Misión .....</b>	<b>2</b>
<b>1.5 Visión .....</b>	<b>2</b>
<b>1.6 Valores Individuales .....</b>	<b>3</b>
<b>1.7 Servicios que ofrece TECH4DEV .....</b>	<b>3</b>
<b>1.8 FODA Estratégico .....</b>	<b>5</b>
<b>1.9 Identificación del problema .....</b>	<b>8</b>
<b>CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Reporte de cumplimiento.....</b>	<b>9</b>

<b>2.2</b>	<b>Revisión de los procesos de cumplimiento de objetivos .....</b>	<b>9</b>
<b>2.3</b>	<b>Reunión de vinculación comercial en UNITEC con PIXDEA: .</b>	<b>9</b>
<b>2.4</b>	<b>Preparación del evento de Connect Cowork:.....</b>	<b>10</b>
<b>2.5</b>	<b>Preparación del DEMODAY: .....</b>	<b>10</b>
<b>2.6</b>	<b>Revisión del Minute By Minute:.....</b>	<b>10</b>
<b>2.7</b>	<b>Agendar sesiones por medio de Calendly:.....</b>	<b>10</b>
<b>2.8</b>	<b>Plan de acción sobre las encuestas de satisfacción: .....</b>	<b>11</b>
<b>2.9</b>	<b>Agendar nuevas sesiones nuevas por medio de Calendly: .....</b>	<b>11</b>
<b>2.10</b>	<b>Reunión de planificación de entrega de premios:.....</b>	<b>11</b>
<b>2.11</b>	<b>Respaldo de acuerdos en reuniones: .....</b>	<b>11</b>
<b>2.12</b>	<b>Confirmación de los talleristas para el evento de Connect Cowork. .....</b>	<b>12</b>
<b>2.13</b>	<b>Plan de acción de implementar TikTok.....</b>	<b>12</b>
<b>2.14</b>	<b>Implementación de TikTok.....</b>	<b>12</b>
<b>2.15</b>	<b>Primer video de TikTok .....</b>	<b>13</b>
<b>2.16</b>	<b>Segundo video de TikTok.....</b>	<b>13</b>
<b>2.17</b>	<b>Tercer video de TikTok.....</b>	<b>13</b>
<b>2.18</b>	<b>Cuarto video de TikTok .....</b>	<b>14</b>
<b>2.19</b>	<b>Quinto video de TikTok .....</b>	<b>14</b>
<b>2.20</b>	<b>Sexto video de TikTok.....</b>	<b>14</b>

2.21 Pases de aula de Tech4DevHN con UNITEC .....	15
2.22 Glosario de palabras para emprendedores .....	15
2.23 Ejecución del plan de acción de satisfacción .....	15
2.24 Seguimiento de Startups (Nacimiento y persistencia) .....	15
2.25 Presentación de los talleristas en el evento de Connect Cowork	16
2.26 Reunión de todo el equipo de tech4DevHN .....	16
2.27 Café Emprendedor I & II edición .....	16
2.28 Resultados de la encuesta de satisfacción de “concepción” y “nacimiento y persistencia” .....	16
2.29 Video para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) de parte de Tech4DevHN .....	16
2.30 Séptimo video de TikTok .....	17
2.31 Octavo video de TikTok .....	18
2.32 Noveno video de TikTok .....	18
2.33 Décimo video de TikTok .....	19
<b>CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA.....</b>	<b>20</b>
3.1 Análisis de la situación actual.....	20
3.2 Propuesta de mejora.....	21
3.2.1 Contenido Digital para redes sociales.....	22
3.2.2 Propuesta para el incremento de satisfacción de los emprendedores de Tech4DevHN.....	38

<b>3.3</b>	<b>Identificación de la propuesta de mejora .....</b>	<b>59</b>
<b>IV.</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>98</b>
<b>4.1</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>98</b>
<b>4.2</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>99</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>		<b>100</b>
<b>GLOSARIO.....</b>		<b>101</b>
<b>ANEXOS.....</b>		<b>108</b>

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Logotipo Espacio Maker.....	4
Ilustración 2. Logotipo del Pit .....	4
Ilustración 3 Etapas del programa de aceleración.....	5
Ilustración 4 Identificación del problema .....	8
Ilustración 5. Impacto de la creación de TikTok Abril.....	66
Ilustración 6. Objetivos de la creación de TikTok.....	66
Ilustración 7. Total de Seguidores .....	67
Ilustración 8. Engagement en las plataformas .....	67
Ilustración 9. Engagement en la plataforma de Facebook .....	68
Ilustración 10. Engagement en la plataforma de Instagram.....	68
Ilustración 11. Engagement en la plataforma de Twitter .....	69
Ilustración 12. Engagement en la plataforma de LinkedIn .....	69
Ilustración 13. Engagement en la plataforma de TikTok.....	70
Ilustración 14. Métricas de Facebook .....	70
Ilustración 15. Métricas de Instagram.....	71
Ilustración 16. Métricas de Twitter .....	71
Ilustración 17. Métricas de LinkedIn .....	72
Ilustración 18. Métricas de TikTok.....	72
Ilustración 19. Impacto de Instagram.....	73
Ilustración 20. Impacto de la creación de TikTok. ....	73
Ilustración 21. Conclusiones sobre el contenido de redes sociales.....	74
Ilustración 22. Audiencia Total.....	74

Ilustración 23 Conclusiones sobre el Click Rate .....	75
Ilustración 24. Impacto de la creación de TikTok .....	75
Ilustración 25. Conclusiones sobre el Tráfico al Sitio Web.....	76
Ilustración 26. Impacto de la creación de TikTok Mayo .....	76
Ilustración 27. Objetivos de la creación de TikTok. Mayo.....	77
Ilustración 28. Total de Seguidores Mayo .....	77
Ilustración 29. Total de Engagement en plataformas Mayo. ....	78
Ilustración 30. Engagement en Facebook Mayo.....	78
Ilustración 31. Engagement en Instagram Mayo .....	79
Ilustración 32. Engagement en Twitter Mayo.....	79
Ilustración 33. Engagement en LinkedIn Mayo.....	80
Ilustración 34. Engagement en TikTok Mayo .....	80
Ilustración 35. Métricas de Facebook Mayo.....	81
Ilustración 36. Métricas de Instagram Mayo .....	81
Ilustración 37. Métricas de Twitter Mayo.....	82
Ilustración 38.. Métricas de LinkedIn Mayo.....	82
Ilustración 39. Métricas de TikTok Mayo .....	83
Ilustración 40. Conclusiones sobre redes sociales Mayo.....	83
Ilustración 41. Impacto de la creación de TikTok. Mayo.....	84
Ilustración 42. Conclusiones sobre el Tráfico web Mayo.....	84
Ilustración 43. Resultados de la creación de TikTok Junio .....	85
Ilustración 44. Objetivos de la creación de TikTok. Junio .....	85
Ilustración 45. Total de Seguidores Junio.....	86

Ilustración 46. Total de Engagement Junio.....	86
Ilustración 47. Engagement en la plataforma Facebook Junio .....	87
Ilustración 48. Engagement en la plataforma Instagram Junio.....	87
Ilustración 49. Engagement en la plataforma Twitter Junio .....	88
Ilustración 50. Engagement en la plataforma LinkedIn Junio .....	88
Ilustración 51. Engagement en la plataforma TikTok Junio.....	89
Ilustración 52. Métricas de la plataforma Facebook Junio .....	89
Ilustración 53. Métricas de la plataforma Instagram Junio.....	90
Ilustración 54. Métricas de la plataforma Twitter Junio .....	90
Ilustración 55. Métricas de la plataforma LinkedIn Junio .....	91
Ilustración 56. Métricas de la plataforma TikTok Junio.....	91
Ilustración 57. Impacto de la creación de Instagram Junio.....	92
Ilustración 58. Impacto de la creación de LinkedIn Junio .....	92
Ilustración 59. Impacto de la creación de TikTok Junio.....	93
Ilustración 60. Audiencia Total Junio.....	93
Ilustración 61. Calendario Scorecard Mayo.....	94
Ilustración 62. Calendario Scorecard Abril .....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Programa de la propuesta.....	44
Tabla 2. Programa de la propuesta.....	54
Tabla 3 Plan de Implementación de Creación de Contenido .....	96

## RESUMEN EJECUTIVO

La práctica profesional fue realizada en el departamento de Comunicaciones de la empresa TECH4DEV, en el segundo trimestre del año 2022. Dentro de las actividades realizadas se encontraron diversos benchmarking en redes sociales y atención a los startups del programa de aceleración según las necesidades de todos los departamentos de Tech4DevHN, la investigación e implementación de nuevas redes sociales, y el desarrollo y análisis de la propuesta de mejora en base al mejoramiento de los emprendedores que participaron con sus startups en el programa de Tech4DevHN.

Durante la ejecución del presente informe, se detalla el análisis de la situación actual de TECH4DEV, en la que se determinan las diversas estrategias que la empresa podría implementar tomando en cuenta un análisis completo del ambiente interno y externo de la misma, el cual se ejecutó utilizando un FODA estratégico. La estrategia seleccionada para la propuesta de mejora fueron las DO y DA: Promover la responsabilidad para la continuidad de los equipos, monitoreados con el rápido crecimiento de la incubadora aceleradora, y el mejor manejo de redes sociales para incentivar a jóvenes de educación superior a emprender e interesarse en el proyecto.

La solución que se propuso para el abordaje de dichas estrategias se denominó “Contenido Digital en Tech4DevHN”, el cual consistió en la plataforma TikTok, un plan de acción con los objetivos, propuestas y actividades para poder visualizar la implementación de una nueva red social al programa de Tech4DevHN. Adicionalmente, se obtuvo un mayor alcance, el cual generó engagement, leads, y awareness sobre Tech4DevHN, además un plan de acción de implementación de encuestas para los emprendedores del programa de aceleración para medir su nivel de satisfacción en cuanto a la atención recibida, la calidad de los talleres y el Innovation Lab de Tech4DevHN.

El contenido digital tuvo un impacto directo sobre la productividad de la empresa, en la que se beneficiaron más de 14 colaboradores, se aumentó la productividad de las áreas en un 95% y se obtuvo un alcance de 70,000 de usuarios en redes sociales.

## INTRODUCCIÓN

El presente informe describe la experiencia adquirida durante el desarrollo del proceso de Práctica Profesional de la Carrera de Administración Industrial y Emprendimiento, realizada durante los meses de enero a junio del año 2022, en la unidad de proceso de ejecución en los servicios TECH4DEV, el cual es un proyecto que busca fortalecer el ecosistema emprendedor en el país, principalmente para brindar soluciones tecnológicas a los sectores de salud, educación, y seguridad.

Comenzando por el Capítulo I, el cual contiene los objetivos generales y específicos, los datos de la empresa, sus valores, y de igual manera los servicios que ésta ofrece. Asimismo, se expone en este primer capítulo, un análisis por medio de FODA estratégico e identificación del problema. Continuando con el Capítulo II, el cual comprende la totalidad de actividades realizadas durante la práctica, siendo algunas de estas los reportes de cumplimiento, preparación de eventos, reuniones de vinculación, entre otras. Finalmente, el Capítulo III, el cual analiza la propuesta de mejora, con objetivos específicos que buscan alcanzar la capacitación y preparación de emprendedores de la mejor manera posible en sus emprendimientos.

## **CAPÍTULO I: GENERALIDADES**

### **1.1.Objetivo General:**

Proponer a Tech4DevHn desarrollar un plan de acción de trabajo que sea capaz de contribuir con el crecimiento del programa Tech4Devhn durante el primer y segundo semestre de 2022, y así lograr el cumplimiento de objetivos de los emprendedores participantes en el proyecto.

### **1.2 Objetivos Específicos**

1.2.1 Identificar los tres principales factores que retrasan el cumplimiento de objetivos de los emprendedores miembros de Tech4Dev, en abril de 2022, con el fin de mejorar para la siguiente cohorte del programa.

1.2.2 Definir un plan de acción que persiga el fortalecimiento del programa Tech4DevHN en las áreas de vinculación y comunicación antes de mayo de 2022.

1.2.3 Proporcionar a Tech4DevHn una solución a través de implementación de tik tok para aumentar el porcentaje de redes sociales a medida con el aumento de vistas, seguidores, videos en tik tok para junio de 2022.

1.2.4 Crear contenido para 5 redes sociales: Instagram, TikTok, Facebook, Twitter y LinkedIn para aumentar en un 95% la interacción con los usuarios antes de junio del 2022.

### **1.3 Datos de la Empresa**

Tech4DevHN es un proyecto financiado por Banco Interamericano de Desarrollo (el “Banco”), en su condición de administrador del Fondo Multilateral de Inversiones (“BID Lab”) y la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) con una inversión de dos millones de dólares. Dónde UNITEC para hacer cumplir el reto como Organismo Ejecutor, se ha aliado con actores clave del sector privado, que tienen una incidencia significativa en el ecosistema emprendedor del país para el desarrollo óptimo del proyecto, se ha conformado un Comité Directivo con representantes de los socios aportantes: Banco Ficohsa (sector financiero), BID (sector de banca de desarrollo internacional), Fundación TVC (sector de medios de comunicación) y UNITEC (sector académico). Cada socio aportante brinda los recursos (especie y/o capital) necesarios desde su área de expertise para alcanzar los objetivos.

El Comité Directivo cuenta también con asesores especializados, como por ejemplo al CTO de Hello Iconic Jorge García, asesor de desarrollo tecnológico empresarial y Fernando Castillo, CEO de Raíz Capital, como asesor de emprendimiento nacional, ubicado en el Distrito Central, Francisco Morazán

### **1.4 Misión**

Somos un proyecto que busca fortalecer el ecosistema emprendedor en el país, principalmente para brindar soluciones tecnológicas a los sectores de salud, educación, y seguridad. Sectores clave para el desarrollo de Honduras. (Tech4Devhn, s.f.)

### **1.5 Visión**

Ser proyecto líder en el país con profesionales, estudiantes de todas las universidades, jóvenes emprendedores, investigador, o makers hondureños, aceleradora de startups líder

en el país. Tech4DevHN promoviendo articulaciones de instituciones, ya sea del sector público, privado, o de cooperación internacional, para generar sinergias que permitan el desarrollo del ecosistema emprendedor hondureño. (Tech4Devhn, s.f.)

## **1.6 Valores Individuales**

1.4.1 Honestidad

1.4.2 Solidaridad

1.4.3 Responsabilidad

1.4.4 Respeto

1.4.5 Ética

1.4.6 Humanismo

1.4.7 Dignidad

1.4.8 Lealtad

## **1.7 Servicios que ofrece TECH4DEV**

**1.7.1 Espacio Maker:** El objetivo de la plataforma es convertirse en un espacio virtual de desarrollo comunitario, donde se pueda visibilizar el trabajo desarrollado por el ecosistema maker, compartir conocimiento, crear alianzas y vínculos entre todos los actores involucrados.

Los makers podrán tener espacio para un repositorio de diseños, donde puedan ver y compartir con el resto de los miembros de la red los trabajos que han desarrollado, abriendo un espacio para el autoaprendizaje y colaboración entre miembros. Convirtiéndose en una biblioteca de diseños hondureños.



Ilustración 1. Logotipo Espacio Maker

*Fuente:* (Tech4Devhn, s.f.)

**1.7.2 PIT:** El Premio a la Innovación Tecnológica (PIT) es un concurso que busca descubrir y apoyar a jóvenes con proyectos innovadores que utilicen cualquier tipo de tecnología para generar impacto social y empresarial.



Ilustración 2. Logotipo del Pit

*Fuente:* (Tech4Devhn, s.f.)

**1.7.3 Programa de aceleración:** Es un programa de formación y asesoramiento avanzados para la consolidación de modelos de negocio y productos tecnológicos. Dentro del Programa de Aceleración de Tech4DevHN se contempla la ejecución de un Plan de Formación como parte fundamental del desarrollo, acompañado y guiado de Startups de base tecnológica a través de diferentes metodologías de acompañamiento.



*Ilustración 3 Etapas del programa de aceleración.*

*Fuente:* (Tech4Devhn, s.f.)

## 1.8 FODA Estratégico

A continuación, se presenta el análisis realizado a la actualidad de Tech4DevHN, el cual dio base para fundamentar la propuesta de mejora y justifica el nivel de impacto que esta tendrá sobre la organización, en el cual, posteriormente, nos enfocaremos en las estrategias DO y DA:

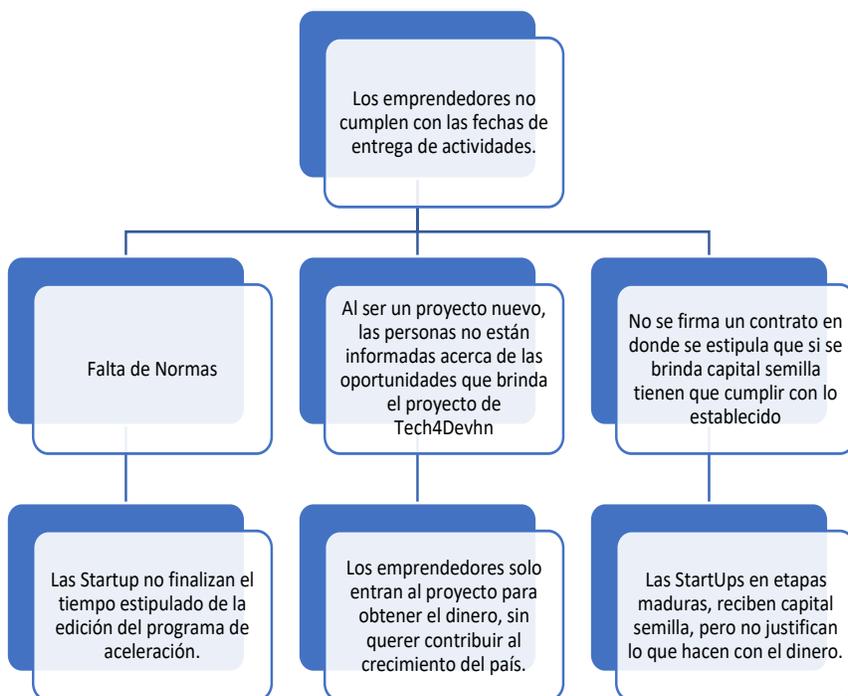
Tabla 1: Matriz FODA Tech4DevHn

	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena red de contacto/base de datos para talleres.</li> <li>• Fácil acceso a capital semilla/startups.</li> <li>• Rápido crecimiento de incubadora y aceleradora en el proceso de startups.</li> <li>• Acceso a herramientas tecnológicas.</li> <li>• Varios patrocinadores que colaboran con el ecosistema emprendedor de Honduras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo interés en los estudiantes de educación superior.</li> <li>• La población joven no tiene conocimiento del proyecto que es Tech4dev.</li> <li>• Los jóvenes no conocen la ubicación de Tech4dev.</li> <li>• poca responsabilidad de parte de estudiantes</li> <li>• Falta de recursos para emprender en los jóvenes.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIA (FO)</b>	<b>ESTRATEGIA (FA)</b>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Talleristas altamente capacitados.</li> <li>• Amplia red de networking.</li> <li>• Buena imagen de Tech4dev.</li> <li>• Oficinas altamente modernas y tecnológicas.</li> <li>• Muchos beneficios para los emprendedores, como ser material didáctico.</li> </ul>	<p>Talleres altamente capacitados con todas las herramientas tecnológicas y con ayuda de patrocinadores comprometidos al emprendimiento.</p>	<p>Usar la excelente imagen de Tech4dev para que los jóvenes conozcan y se familiaricen con el proyecto, su ubicación y en qué consiste.</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p>	<p><b>ESTRATEGIA (DO)</b></p>	<p><b>ESTRATEGIA (DA)</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mala ubicación de oficinas.</li> <li>• Delincuencia cerca de las instalaciones.</li> <li>• Parqueo inseguro</li> <li>• Poca responsabilidad de continuación</li> </ul>	<p>Promover la responsabilidad para la continuidad de los equipos, monitoreados con el rápido crecimiento de la incubadora aceleradora.</p>	<p>Mejor manejo de redes sociales para incentivar a jóvenes de educación superior a emprender y a interesarse por el proyecto.</p>

<p>con los equipos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mal manejo de redes sociales.</li> </ul>		
---	--	--

### 1.9 Identificación del problema



*Ilustración 4 Identificación del problema*

*Fuente: Elaboración propia*

## **CAPÍTULO II: ACTIVIDADES REALIZADAS**

Durante el periodo de práctica profesional se realizaron las actividades que serán mencionadas a continuación de acuerdo con el orden de su realización en las áreas de vinculación y comunicación:

### **2.1 Reporte de cumplimiento**

Se realizó un reporte en excel de los startups sobre la cantidad de personas alcanzadas, cantidad de personas capacitadas, resultados obtenidos, datos de impacto, evidencias, dirigido a la supervisora inmediata Paola Paz. Asimismo, la revisión de la estructura de los documentos como ser el plan de objetivos, documento de cumplimiento, reporte de vinculación. Ver anexo #1.

### **2.2 Revisión de los procesos de cumplimiento de objetivos**

Se redactaron correos electrónicos dirigidos a 15 emprendedores que aún no mandaban el documento de cumplimiento de objetivos y se envió por medio de Outlook. Además, se solicitó un reporte de testeo y vinculación de los cuales no se había recibido información con respecto al cumplimiento de objetivos. Ver anexo# 2

### **2.3 Reunión de vinculación comercial en UNITEC con PIXDEA:**

Durante dos días seguidos se asistió a reuniones, realizadas en el campus de la universidad con altos directivos: El Dr. Marlon Brevé, la Ing. Lesbia Roveló, Ing. Anael Espinal, Ing. Denia David, Startup PIXDEA en el FAB del edificio de ingeniería y en el HUB de

UNITEC con el objetivo de formar una alianza de PIXDEA con UNITEC, donde UNITEC compró los visores de lentes VR para el nuevo Innovation Lab que se implementó a lado del HUB de UNITEC. Ver Anexo #3

#### **2.4 Preparación del evento de Connect Cowork:**

Se llevó a cabo la preparación de la invitación al evento de Connect Cowork, que fue enviada por medio de correos electrónicos a cada uno de los talleristas por Outlook, de igual manera a eventos de la sesión del BID y los preparativos que ellos tendrían que comunicar en su breve participación, se procuró tener con anticipación la confirmación de los talleristas que dieron su charla en el evento de Connect.

#### **2.5 Preparación del DEMODAY:**

Se llevó a cabo con equipo fotográfico la grabación en directo de las imágenes del evento del demo Day en el Innovation Lab, se realizó la dirección de producción y audio de los videos presentados, y posteriormente se subieron a Google Drive para que el editor de los videos pudiera tener acceso a ellos. Ver anexo #4.

#### **2.6 Revisión del Minute By Minute:**

Se realizaron tareas asignadas por Gabriela Torres para preparar el guion de lo que se habló en el evento del Demo Day, donde se prepararon las charlas de los patrocinadores, talleristas, jueces, miembros directivos de TECH4DEV y los ganadores del evento.

#### **2.7 Agendar sesiones por medio de Calendly:**

La supervisora Paola Paz asignó agendar sesiones de 20 minutos con todos los emprendedores del programa del cohorte 1, asimismo dejar un espacio de 5 minutos de

break por cada reunión. Ver anexo #5.

### **2.8 Plan de acción sobre las encuestas de satisfacción:**

Gabriela Torres, la encargada de práctica profesional asignó como proyecto de graduación presentar un plan de acción sobre las encuestas de satisfacción y medición de los talleristas donde mediante encuestas se medirá la satisfacción de aprendizaje, calificación de los talleristas que son 35 talleristas, calificación de sus presentaciones.

### **2.9 Agendar nuevas sesiones nuevas por medio de Calendly:**

Dado que algunos de los emprendedores no se conectaron en las primeras sesiones de 20 minutos del cohorte 1, se agendó nuevamente otro espacio para el siguiente día como última oportunidad, ya que está era la segunda oportunidad que se les brindó para poder presentar sus informes en las reuniones.

### **2.10 Reunión de planificación de entrega de premios:**

Se agendó una reunión con los ganadores del demoday y se realizó por medio de la plataforma zoom, donde se les informó cómo se les entregaría sus premios, de igual manera se les pidieron sus reportes de cumplimiento de objetivos y se dejó programada una reunión para la siguiente semana. Ver anexo #6.

### **2.11 Respaldo de acuerdos en reuniones:**

Luego de la finalización de todas las reuniones con los emprendedores del cohorte 1, se realizó un documento donde se anotaron todas las observaciones que se hablaron en las reuniones realizadas por medio de la plataforma zoom, para así llevar un mejor control del cumplimiento de objetivos que presentó cada emprendedor del cohorte 1, en resumen, fueron un total de 15 emprendedores, 15 observaciones. Ver anexo #7

### **2.12 Confirmación de los talleristas para el evento de Connect Cowork.**

Los días 26 y 27 de marzo, TECH4DEV tuvo el placer de tener un evento de Connect en el Innovation Lab, en el cual participaron tres talleristas de la base de datos de Tech4Dev, en el que se asignó llevar la asistencia y la comunicación con los talleristas que se presenten a los eventos de Tech4Dev, se enviaron tres correos a los tres talleristas por medio de Outlook para hacerles las invitaciones respectivas, enviar los lineamientos de las charlas y tomar su asistencia para el día del evento. Los tres talleristas que se presentaron son: Arquitecta Manuela Flores, Erick Marín de BettyApp, Valeria Rubio de WeTec.

### **2.13 Plan de acción de implementar TikTok**

Se elaboró un plan de acción para la cuenta de TikTok de TECH4DEV, que contiene un plan a integrar, una propuesta, el tipo de contenido que se va a publicar, tips, consejos, y contenido informático.

Además se generó una propuesta de cuando se van a grabar los TikTok, cuando deben de publicarse, cual es la regularidad que van a tener, quienes van a aparecer y definición de targets.

### **2.14 Implementación de TikTok**

Se implementó un proyecto en la empresa desde 0, donde se detectó un problema en la empresa, que fue la ausencia de una red social con gran impacto en la sociedad joven y mayor, consecuentemente se presentó un plan de acción con todas las actividades por realizar en esta nueva red social, así se creó, produjo y editó cada contenido que se publicó en la red social TikTok donde también se reutilizó para las demás redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter.

Y no fue solamente la nueva implementación de una nueva red social al programa de Tech4DevHN, sino el impacto que generó desde el lanzamiento del primer video hasta el último, en estadísticas, alcance de audiencia, crecimiento en seguidores, métricas altas de visitas en la página web. Ver anexo #10.

### **2.15 Primer video de TikTok**

El día del evento “Café Emprendedor I edición” se hicieron grabaciones de todo el evento para contenido digital, eso incluye fotografías, grabación de videos en cámara profesional, edición y producción del contenido que se publicó en Instagram/TikTok para el primer video. Ver anexo #11.

### **2.16 Segundo video de TikTok**

Titulado “5 consejos para crear tu prototipo” donde se realizó la producción del video, el guion a decir, las tomas, la producción y edición de todo el video. El segundo video busca explicar en 46 segundos como un emprendedor puede crear prototipos exitosos en 5 maneras posibles. Ver anexo #12.

### **2.17 Tercer video de TikTok**

Creación del video “Innovation Lab de Tech4DevHN y sus beneficios” donde se realizó la ejecución, el guion, las tomas, la producción y edición de todo el video. Cada video es editado en Sony Vegas Pro & Wondershare Filmora 11 y su objetivo es dar a conocer los beneficios con los que cuenta cada emprendedor al momento que se integra al programa de aceleración y poder publicar el video en Instagram y TikTok. Ver anexo #13.

### **2.18 Cuarto video de TikTok**

Creación del video “La publicación del primer PODCAST de Tech4DevHN” donde se realizó la producción, las tomas de diferentes ángulos y edición de todo el video. Esta actividad tomó alrededor entre 5 – 6 horas de edición, que es lo que regularmente lleva la edición de cada video que se publica, tardó 2 días para que Gabriela Torres diera la aprobación de poder publicarlo en las redes sociales de Tech4DevHN principalmente en Instagram y TikTok. Ver anexo #14.

### **2.19 Quinto video de TikTok**

Creación del video “Café Emprendedor II edición” donde se realizó la ejecución, las tomas de diferentes puntos del Innovation Lab, la producción y edición del video completo. Se hicieron grabaciones de todo el evento para contenido digital, eso incluye fotografías, grabación de videos en cámara profesional, edición y producción del contenido que se publicó en Instagram/TikTok para el Quinto video. Ver anexo #15.

### **2.20 Sexto video de TikTok**

Creación del video “De qué manera ayuda el Lego Serious Play a la creatividad de un emprendedor” donde se realizó la reservación del FABLAB de Unitec con Karen Carbajal, también la reservación de las cajas Lego con Georgina Galeano y la creación del guion para Gabriela Torres. Se realizó la ejecución, las tomas de diferentes ángulos, la producción y edición de todo el video para publicarlo una semana después en Instagram y TikTok. Ver anexo #16.

### **2.21 Pases de aula de Tech4DevHN con UNITEC**

Se realizó un documento de Excel con el orden de los pases de aula, donde se organizó cada clase con la hora correspondiente, el orden de las tablas para coordinar los horarios, días, horas, secciones, los enlaces de las clases virtuales y la asignación de roles. Ver anexo #17

### **2.22 Glosario de palabras para emprendedores**

Se realizó una presentación para los emprendedores que forman parte del programa de aceleración de Tech4DevHN donde se les facilita el entendimiento de algunas palabras que se manejan en inglés para mayor comprensión y entendimiento. Ver anexo #18.

### **2.23 Ejecución del plan de acción de satisfacción**

Se enviaron 21 correos a cada líder de startup de concepción y nacimiento y persistencia, donde se midieron los rendimientos y satisfacción de cada emprendedor que forma parte del programa de aceleración. Ver anexo #19.

### **2.24 Seguimiento de Startups (Nacimiento y persistencia)**

Se preparó un plan de seguimiento mixto donde todas las semanas los emprendedores presenten un avance en que trabajaron, en los avances que van obteniendo y las métricas de crecimiento que les solicitan a cada uno para al final del proceso de seguimiento obtener un mejor rendimiento con los emprendedores de nacimiento y persistencia. Ver anexo #20.

### **2.25 Presentación de los talleristas en el evento de Connect Cowork**

El evento de Connect Cowork que se realizó en el Innovation Lab de Tech4DevHN donde se presentó a cada uno de los talleristas y se mencionaron algunas características de su trayectoria en el mundo emprendedor. Ver anexo #21.

### **2.26 Reunión de todo el equipo de tech4DevHN**

El equipo de Tech4DevHN definió la planificación de todas las actividades que vienen para estos meses con sus objetivos, planes de acción y la implementación de nuevas ideas al programa de aceleración. Ver anexo #22

### **2.27 Café Emprendedor I & II edición**

Donde se realizaron dos actividades en el Innovation Lab de Tech4DevHN para invitar a emprendedores a una tarde donde puedan realizar networking con nuevas personas, formar parte del programa de aceleración y nueva creación de contenido de dicha actividad. Ver anexo #23.

### **2.28 Resultados de la encuesta de satisfacción de “concepción” y “nacimiento y persistencia”**

Se expusieron los resultados obtenidos de las encuestas de satisfacción del programa de aceleración, las cuales fueron enviadas a 21 emprendedores, donde solamente 5/21 se obtuvieron respuesta, de igual manera, se enviaron los recordatorios programados con un plazo de un mes para poder realizarla. Ver anexo #24.

### **2.29 Video para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) de parte de Tech4DevHN**

Se creó el video “Visita del Banco Interamericano de Desarrollo” donde se realizó la producción, las tomas de diferentes ángulos y edición de todo el video.

Para la preparación de este video se ha tomado el tiempo de 4 días en total por las correcciones que se han hecho, la adición de textos nuevos, nuevas tomas, cambio de títulos de las personas que aparecen y nuevo material agregado, se necesitó el programa adobe premiere para las correcciones de video y filtros de imagen.

Ver anexo #27

### **2.30 Séptimo video de TikTok**

Creación del video “Acompáñanos a conocer Pixdea” donde se realizó la reservación del espacio del Innovation Lab para hacer las diferentes tomas y grabaciones con Zohar Rodríguez y María Pacheco quienes forman parte del equipo de PIXDEA y además, Xavier Rubio quien es el fundador envió por aparte sus videos para participar en el video.

Dos semanas previas se enviaron correos para hacer las respectivas invitaciones de crear un video para contar la historia de una de las Startups más prometedoras del programa de aceleración de Tech4devHN que participo en el cohorte 1, Se realizaron las tomas de diferentes ángulos, la producción y edición de todo el video, la producción del video tomó alrededor de 2 horas con 30 minutos, la edición del video completo alrededor de 3 horas, Se utilizo equipo fotográfico profesional canon t5i, lentes fotográficos extra, mochila , laptop dell inspiron 5500. Ver anexo #28.

### **2.31 Octavo video de TikTok**

Creación del video “Resumen del evento de Think Digital” que fue realizado en la escuela americana de Tegucigalpa, Honduras. Donde se grabaron la mayoría de conferencias del evento que inicio a las 8:00am y concluyó a las 3:30pm un día sábado, se realizó la ejecución, las tomas de diferentes ángulos, la producción y edición de todo el video, la producción del video tomó alrededor de 6 horas con 30 minutos, la edición del video completo alrededor de 5 horas. Se utilizo equipo fotográfico profesional canon t5i, lentes fotográficos extra, mochila, laptop dell inspiron 5500. Ver Anexo #31

### **2.32 Noveno video de TikTok**

Creación del video “Burkits” donde se realizó la reservación del espacio del Innovation Lab para hacer las diferentes tomas y grabaciones con la ingeniera Denia David y Holman Sánchez quienes son los fundadores de la Startup Burkits.

Dos semanas previas se enviaron correos para hacer las respectivas invitaciones de crear un video para contar la historia de una de las Startups más prometedoras del programa de aceleración de Tech4devHN que participo en el cohorte 1, Se realizó la ejecución, las tomas de diferentes ángulos, la producción y edición de todo el video, la producción del video tomó alrededor de 2 horas con 30 minutos, la edición del video completo alrededor de horas, Se utilizo equipo fotográfico profesional canon t5i, lentes fotográficos extra, mochila , laptop dell inspiron 5500. Ver anexo #28.

### **2.33 Décimo video de TikTok**

Creación del video “La publicación del segundo PODCAST de Tech4DevHN” donde se realizó la producción, las tomas de diferentes ángulos y edición de todo el video. Esta actividad tomó alrededor entre 5 – 6 horas de edición, que es lo que regularmente lleva la edición de cada video que se publica, tardó 2 días para que Gabriela Torres diera la aprobación de poder publicarlo en las redes sociales de Tech4DevHN principalmente en Instagram y TikTok. Ver anexo #29

## **CAPÍTULO III: PROPUESTA DE MEJORA**

En el presente capítulo se analizaron los factores internos y externos que componen la organización de TECH4DEV y se introduce el plan de acción del cual se obtuvo con base en una comparación estratégica y en la experiencia obtenida a lo largo del programa de aceleración que se realizó en la práctica profesional. Incluyendo las varias oportunidades de mejora y cómo ejecutar las mismas, junto con sus impactos medibles y nivel de beneficio de la propuesta.

### **3.1 Análisis de la situación actual**

Existen diversos centros a nivel nacional que se dedican a apoyar a emprendedores, Tech4Dev se diferencia de las demás aceleradoras ofreciendo talleres, mentorías, capital semilla, un espacio de coworking completamente gratuito con horarios de 8am a 5pm para sus emprendedores. Actualmente el programa cuenta con 15 empleados los cuales trabajan a tiempo completo. La cantidad de emprendedores que asisten son 70, de los cuales 10 están en la implementación de la idea que viene siendo “Concepción”, existen 20 mentores en donde la mayoría son docentes de UNITEC. También Tech4DevHN cuenta con 4 patrocinadores fuertes como Banco Ficohsa, BID, Televisión y UNITEC que son empresas grandes que ayudan a fortalecer el ecosistema emprendedor del País.

Se pretendió mejorar la falta de atención que hay con los emprendedores, ya que existieron quejas de parte de ellos por no recibir a tiempo sus pagos, sus permisos de operación y los permisos por parte del SAR. También, el área de contenido en las redes sociales se necesitó mejorar por falta de interacción con los seguidores, con falta de publicaciones y de actividades realizadas dentro de la empresa por falta de una persona encargada de documentar cada actividad realizada en el Innovation Lab de Tech4DevHN y actividades extracurriculares donde Tech4DevHN es patrocinador.

### **3.2 Propuesta de mejora**

Se tomó como base el análisis FODA estratégico que refleja la situación actual de TECH4DEV, sobre el cual se sustrajo la estrategia DO y DA para realizar una propuesta que tenga el impacto necesario para que un programa de aceleración refleje los cambios de manera directa y significativa.

Se desarrollaron 2 propuestas de mejora para el programa de aceleración, las cuales son:

- **Contenido Digital para redes sociales.**
- **Propuesta para el incremento de satisfacción de los emprendedores de Tech4DevHN.**

### 3.2.1 Contenido Digital para redes sociales.

#### **Plan de acción sobre la propuesta de TikTok para Fase II**



**Presentado y realizado por: Óscar Felipe Pérez Martínez**  
**Junior Project Executive**

**Tegucigalpa, M.D.C**

## **a) Introducción**

En el presente documento se da a conocer un plan de acción con los objetivos, propuestas y actividades para poder visualizar la implementación de una nueva red social al programa de Tech4DevHN. También se busca obtener un mayor alcance, generar engagement, generar leads, generar awareness sobre Tech4DevHN, dándole un seguimiento cada semana con el contenido que se irá publicando que nos ayudará a obtener resultados a corto plazo con un cronograma bien definido y estructurado.

## **Propuesta de la implementación de TikTok para TECH4DEVHN**

### **b) Condiciones Generales**

#### **1. Justificación de la Propuesta**

Se tomó la iniciativa de implementar una nueva red social para aumentar seguidores, visitas en las otras redes sociales, y para recibir un porcentaje alto en las vistas en los videos que se publicaron, tráfico en todo medio de redes sociales de Tech4DevHN en un 80%.

#### **2. Descripción de la implementación de propuesta**

Comenzando con una breve descripción de la implementación de una nueva red social a Tech4Dev, se busca implementar una nueva red social que está causando mucho interés en los jóvenes, donde se pueda llegar a ellos a través de contenido educativo, informativo para así, incentivarlos a participar en el programa y que formen parte de los startups.

Algunos contenidos de los que se publicaron por medio de Tik Tok fueron de testimonios, tips de negocios, algunas funciones que tienen las startups, procesos de la creación de una startup, testimonios de éxito, consejos de expertos, noticias del mundo tecnológico, educación financiera, visibilidad a las startups del programa de aceleración, consejos de mentores y talleristas.

**1. Tarea 1:** Para la integración de una nueva red social, como objetivos principales tenemos:

a. La creación de la cuenta de Tech4DevHN en la aplicación TikTok.

- b. Hacer una publicación en Instagram/Facebook haciéndoles saber a la comunidad sobre la integración de una nueva red social para que nos vayan a dar follow.
- c. Creación de un cronograma con todas las fechas que se publicará cada TikTok con su respectivo tema y encargado.
- d. La duración de cada TikTok será de 15 segundos, máximo de 60 segundos.
- e. Tener los temas bien definidos para cada TikTok, ya que las personas suelen aburrirse rápido con temas que no sean de su interés al momento de estar viendo TikToks, entonces crear una interacción que llame la atención del espectador.
- f. Una de las recomendaciones para que un video se haga viral en la plataforma, es la utilización de hashtags, como por ejemplo del tema que se trata el video, también hashtags como #fyp #Foryoupage #Parati que ayudan a viralizar más rápido los videos que se publican.
- g. Según un gran estudio realizado por Influence Marketing Hub, estos son las mejores horas del día para publicar en TikTok:

Lunes: 12:00 P.M., 4:00 P.M. y 04:00 A.M.

Martes: 08:00 A.M, 10:00 A.M. y 3:00 P.M.

Miércoles: 1:00 P.M., 2:00 P.M y 05:00 A.M

Jueves: 3:00 P.M., 6:00 P.M. y 01:00 A.M

Viernes: 11:00 A.M., 7:00 P.M. y 9:00 P.M.

Sábado: 5:00 P.M., 7:00 P.M y 9:00 P.M.

Domingo: 1:00 P.M., 2:00 P.M. y 10:00 P.M.

- h. También otra herramienta que ayuda a que los tiktoks se viralicen rápido, es la

canción que se utiliza en cada video, digamos, hay canciones que se encuentran en tendencias que ayudan muchísimo a que un video en poco tiempo alcance más views de lo esperado.

- i. Una herramienta clave para que los TikTok tengan una mayor audiencia es la calidad de la imagen del video, es decir, los celulares que graban con la mejor calidad los TikToks son los Iphone.
- j. Sí utilizamos videos de eventos grandes, como material para TikTok, es posible que se necesite un editor de video para las transiciones y la adición de la música.
- k. Nuestro target va dirigido a hombres y mujeres hondureño/as, emprendedores, empresarios, creadores de contenido en edades entre 18 y 40 años.
- l. Para los videos en donde se salga hablando se debe de conectar con la audiencia y crear una personalidad online que ayude a potenciar nuestra marca que es Tech4DevHN.
- m. Uno de los consejos que brindan los creadores de contenido es la constancia, a veces no es la calidad del video que hace crecer una cuenta sino las publicaciones diarias y las interacciones.
- n. Cada material que sea para Instagram & Facebook que sea en contenido (Video o Reel), también puede ser contenido para TikTok.
- o. Se publicarán dos videos por semana dependiendo el nivel de interacción que tengamos con los seguidores, sí se superan los objetivos de la primera semana se podría considerar publicar 3 videos por semana.
- p. Alcanzar 50 seguidores la primera semana con nuestra cuenta de TikTok.

- q. Para entrar en contexto de que tipo de videos se compartirán en la cuenta de Tech4DevHn en TikTok serán acerca de: Consejos para emprendedores, Testimonios de éxito, Enseñar Funciones de startups, Proceso que con lleva una startup, Noticias del mundo tecnológico, Tips sobre seguridad, Tips sobre educación financiera, Visibilidad a las startups del programa de aceleración, 60segundos de Pitch a nuestras Startups para darlos a conocer, las 5 noticias más importantes de la semana.
- r. Todo el material que se grabe para TikTok será compartido en una carpeta exclusiva de Drive que irá organizado en carpetas para cada video de forma ordenada.
- s. Siempre utilizar los hashtags para cada video que se publique, debe de ser de forma obligatoria porque sin los hashtag los videos muy difícilmente se les muestra a las demás personas y obtienen muy pocas views en los videos.
- t. Óscar Felipe será el encargado de la producción y grabación de todos los materiales para TikTok que sean en el Innovation Lab.

*Tabla de hitos*

*Tabla1. Cronograma de hitos*

	<b>21 marzo</b>	<b>4 abril</b>	<b>5 abril</b>	<b>11 de Abril</b>	<b>15 de abril</b>
Creación de la cuenta de TikTok de Tech4DevHN					

Edición y publicación del primer video de tiktok en la cuenta de Tech4DevHN					
Publicar un post en Instagram & Facebook invitando a la comunidad que nos vayan a dar follow en tiktok.					
Publicar segundo video de la cuenta de TikTok de Tech4DevHN					
Reunión de todo el team para evaluar y ver el rendimiento de crecimiento que se tuvo con la nueva red social, ver feedback e implementar mejoras					

## Programa de la propuesta

Tabla 1. Programa de la propuesta

Evento	Descripción	Responsables	Fecha
La creación de la cuenta de Tech4DevHN en la aplicación TikTok.	La cuenta de TikTok de Tech4DevHN se debe de crear con el correo de la empresa.	-Sofía Reina.	21/03/2022
Edición y publicación del primer video de tiktok en la cuenta de Tech4DevHN	Asegurarse de que el video se publique en una de las horas recomendadas, en los objetivos de arriba.	-Sofía Reina. - Óscar Felipe.	4/04/2022
Publicar un post en Instagram & Facebook invitando a la comunidad que nos vayan a dar follow en tiktok.	Se necesita un arte para la publicación del post en ambas redes, haciendo publicidad de la cuenta de tiktok de Tech4DevHN.	-Sofia Reina. -Adriana Carrillo.	5/04/2022
Publicar segundo video de la cuenta de TikTok de Tech4DevHN	Asegurarse de que el video se publique en una de las horas recomendadas, que están escritas en los objetivos.	-Sofia Reina. -Óscar Felipe.	11/04/2022

Reunión de todo el team para evaluar y ver el rendimiento de crecimiento que se tuvo con la nueva red social siempre a la misma hora 1:30pm el viernes, ver feedback e implementar mejoras.	Analizar sí el contenido que se decidió compartir fue de gran impacto y alcanzamos nuestros objetivos.	-Gabriela Torres. - Kevin Martínez. -Paola Paz. -Sofía Reina. -Cesar Rull. -Óscar Felipe.	15/04/2022
---	--	--	------------

### 3. Plan de acción de los videos que se compartirán | Semana I

<b>Plan de acción:</b>			
<b>Acciones</b>	<b>¿Qué se necesita hacer?</b>	<b>Materiales</b>	<b>Gestiones</b>
Objetivo: Alcanzar 50 seguidores la primera semana con las interacciones de los dos primeros videos.			
<b><u>4 de Abril del 2022</u></b> ® Primer video de TikTok.	® Publicar el primer video sobre el café de emprendedores con el material	® Internet ® Iphone. ® Computadora para material de	Encargados: Óscar Felipe ® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora

	que está en el Google Drive.	los videos que están en el drive.	establecida en los objetivos. ® Duración de 60seg.
<u><i>11 de Abril del 2022.</i></u>	<p>® Publicar el segundo video sobre el Innovation Lab y cuáles son los servicios que Tech4DevHN ofrece al mercado.</p> <p>Todo este material se grabará el 24 de marzo del 2022 y subir a la carpeta de drive.</p>	<p>® Internet.</p> <p>® Iphone o Cámara.</p> <p>® Computadora para subir el material a drive.</p>	<p>® El video puede optar de dos opciones:</p> <p>a. Puede ser de Kevin hablando mientras camina y presenta todo el Innovation Lab.</p> <p>b. Puede ser de tomas grabadas por todo el Innovation Lab y que se muestre con una grabación de voz los servicios que ofrecemos.</p> <p>c. Duración de 60seg</p>
® Segundo video de TikTok.			

4. Plan de acción de los videos que se compartirán | Semana II

<b>Plan de acción:</b>			
<b>Acciones</b>	<b>¿Qué se necesita hacer?</b>	<b>Materiales</b>	<b>Gestiones</b>
Objetivo: Alcanzar 100 seguidores la segunda semana con las interacciones de los primeros videos.			
<b><u>18 de Abril del 2022.</u></b> ® Tercer video de TikTok.	® Publicar el Tercer video sobre 5 consejos para comenzar un emprendimiento.  Todo este material se grabará el 24 de marzo del 2022 y subir a la carpeta de drive.	® Internet ® iPhone o Cámara. ® Computadora para subir el material a drive.	Encargados: Óscar Felipe ® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos. ® Kevin será la persona encargada de dar los 5 consejos. ® Duración de 60seg

<p><u>25 de Abril del 2022.</u></p> <p>®Cuarto video de TikTok.</p>	<p>® Publicar el Cuarto video sobre 4 aplicaciones para computadora o celular esenciales que todo emprendedor debe de conocer y utilizar.</p> <p>Todo este material se debe de grabar en la semana del 18 al 22 de Abril del 2022 y subir a la carpeta de drive.</p>	<p>® Internet.</p> <p>® Iphone o cámara.</p> <p>®Computadora para subir el material al drive.</p>	<p>® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos.</p> <p>® Puede ser un video animado de 60 segundos mostrando las 4 aplicaciones que todo emprendedor debe de tener.</p> <p>®Duración de 60seg.</p>
---	--	---	--

5. Plan de acción de los videos que se compartirán | Semana III

<b>Plan de acción:</b>			
<b>Acciones</b>	<b>¿Qué se necesita hacer?</b>	<b>Materiales</b>	<b>Gestiones</b>

Objetivo: Alcanzar 150 seguidores la segunda semana con las interacciones de los primeros videos.			
<p><b><u>2 de Mayo del 2022.</u></b></p> <p>® Quinto video de TikTok.</p>	<p>® Publicar el Quinto video de TikTok sobre Consejos de Ricardo Sunsin.</p> <p>Todo este material ya se encuentra en los reels de Instagram entonces se volverá a compartir por medio de TikTok.</p>	<p>® Internet</p> <p>® iPhone o Cámara.</p> <p>® Computadora para subir el material a drive.</p>	<p>Encargados: Óscar Felipe</p> <p>® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos.</p> <p>® Duración de 60seg</p>
<p><b><u>5 de Mayo del 2022.</u></b></p> <p>® Sexto video de TikTok.</p>	<p>® Publicar el Sexto video sobre páginas web para mantenerse actualizados sobre el mundo emprendedor.</p> <p>Todo este material se encuentra en los reels de Instagram, se volverá a compartir por medio de TikTok.</p>	<p>® Internet.</p> <p>® Iphone o cámara.</p> <p>® Computadora para subir el material al drive.</p>	<p>® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos.</p> <p>® Duración de 15seg.</p>

6. **Plan de acción de los videos que se compartirán | Semana IV**

<b>Plan de acción:</b>			
<b>Acciones</b>	<b>¿Qué se necesita hacer?</b>	<b>Materiales</b>	<b>Gestiones</b>
Objetivo: Alcanzar 200 seguidores la segunda semana con las interacciones de los primeros videos.			
<u><b>9 de Mayo del 2022.</b></u> ® Séptimo video de TikTok.	® Publicar el séptimo video sobre los 3 errores más comunes que comete todo emprendedor al inicio de emprender que no debe de cometer más.  Todo este material se debe de grabar el 5 o 6 de mayo del 2022 y subir a la carpeta de drive.	® Internet ® iPhone o Cámara. ® Computadora para subir el material a drive.	Encargados: Óscar Felipe ® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos. ® Gaby será la persona encargada de dar los 3 errores para no seguir cometiéndolos. ®Duración de 60seg

<p><u>12 de Mayo del 2022.</u></p> <p>®Octavo video de TikTok.</p>	<p>® Publicar el octavo video sobre dónde está ubicado Tech4DevHN para que los emprendedores conozcan donde estamos ubicados.</p> <p>Todo este material se debe de grabar el 10 o 11 de Mayo del 2022 y subir a la carpeta de drive.</p>	<p>® Internet.</p> <p>® Iphone o cámara.</p> <p>®Computadora para subir el material al drive.</p>	<p>® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos.</p> <p>® Se grabará un video en velocidad rápida desde vista del carro sobre como pueden llegar al Innovation Lab de Tech4DevHN que está ubicado en Casa Quinchon.</p> <p>®Duración de 60seg.</p>
--	--	---	---

7. Plan de acción de los videos que se compartirán | Semana V

<b>Plan de acción:</b>			
<b>Acciones</b>	<b>¿Qué se necesita hacer?</b>	<b>Materiales</b>	<b>Gestiones</b>

Objetivo: Alcanzar 300 seguidores la segunda semana con las interacciones de los primeros videos.			
<p><b><u>16 de Mayo del 2022.</u></b></p> <p>® Noveno video de TikTok.</p>	<p>® Publicar el Noveno video sobre qué es el modelo Canvas/Lean Canvas y como implementarlo en sus startups.</p> <p>Todo este material se debe de grabar el 12 o 13 de mayo del 2022 y subir a la carpeta de drive.</p>	<p>® Internet</p> <p>® iPhone o Cámara.</p> <p>® Computadora para subir el material a drive.</p>	<p>Encargados: Óscar Felipe</p> <p>® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos.</p> <p>® Gabriela Torres será la persona encargada de explicar el proceso.</p> <p>®Duración de 60seg</p>
<p><b><u>19 de Mayo del 2022.</u></b></p> <p>®Décimo video de TikTok.</p>	<p>® Publicar el Décimo video sobre temas relacionados a Bitcoin, Blockchain, NFTS.</p> <p>Todo este material se debe de grabar el 12 o 13 de mayo del 2022 y subir a la carpeta de drive.</p>	<p>® Internet.</p> <p>® Iphone o cámara.</p> <p>®Computadora para subir el material al drive.</p>	<p>® Utilización de hashtags y publicarlo en cualquier hora establecida en los objetivos.</p> <p>® Kevin será la persona encargada de hacer un video de 60 segundos sobre un dato importante relacionado a bitcoin.</p> <p>®Duración de 60seg.</p>

### **3.2.2 Propuesta para el incremento de satisfacción de los emprendedores de Tech4DevHN.**

Para la siguiente propuesta, se determinó que el nombre del proyecto será Propuesta para la Elaboración de Encuestas de Satisfacción del Programa de Aceleración de TECH4DEV. Se realizó un informe para dar a conocer la satisfacción de cada uno de los emprendedores que participaron en el programa de aceleración, la encuesta fue realizada de forma digital, a través de Google Forms y luego se procedió a la tabulación y análisis de datos con el total de las respuestas recibidas.

El reporte está compuesto de la siguiente manera:

#### **a) Condiciones Generales**

Esta propuesta consistió en mejorar el programa de aceleración a través de encuestas para escuchar la opinión de los emprendedores que participaron en la primera y segunda edición del programa de Tech4DevHN. Se propuso enviar todas las encuestas de forma digital a los correos de los emprendedores donde cada uno se tomaría un máximo de 5 minutos para responder dicha encuesta, en donde este plan se llevó a cabo en los primeros tres meses del año.

#### **b) Justificación de la Propuesta**

Después del análisis y comprensión de cada respuesta brindada a través de las reuniones establecidas con el personal de Tech4Dev, se busca lograr una satisfacción y un alto desempeño por parte de los emprendedores para obtener mejores resultados, un mejor rendimiento de los talleristas y mentores, aplicando ciertas encuestas divididas en dos líneas de acción a corto y largo plazo.

#### **c) Descripción de la implementación de propuesta**

Comenzando con una breve descripción de la implementación de la propuesta de

satisfacción, se aplicará una encuesta con base en la experiencia global de todo el programa en general del cohorte 2. En esta etapa, los emprendedores ya culminaron todo el proceso del programa de aceleración y como objetivo se plantea, obtener la mayor información posible para evitar cualquier mínimo error en la siguiente cohorte en abril.

The image shows a screenshot of a survey form titled "Encuesta general de satisfacción del programa de aceleración". The form is displayed on a light purple background. The text on the form reads: "Como equipo de Tech4Dev estamos muy contentos de haber culminado un programa de aceleración del cohorte 2 con éxito junto con ustedes emprendedores. Queremos solicitarles que nos colaboren respondiendo esta pequeña encuesta donde nos ayudarán a calificar todo el programa de aceleración. Tenemos como fecha máxima de entrega el 31 de marzo del 2022." Below this text, there is a user identification section showing the email "oscarfelpeee@gmail.com (no compartidos)" with a "Cambiar de cuenta" link and a "Borrador restaurado" icon. A red asterisk indicates a required field. The form contains two input fields: "Nombre \*" with the placeholder "Tu respuesta" and "Startup \*" with the placeholder "Tu respuesta". A small blue pencil icon is visible in the bottom right corner of the form area.

## Tarea 1: Creación de la encuesta sobre la experiencia global del cohorte 2

### Objetivos Principales:

Una encuesta general de máximo 10 preguntas calificadoras que evalúen el rendimiento de los talleristas, mentores, experiencia del programa, entregables. Clasificar en orden las encuestas del cohorte 2: primero aplicar encuesta general para concepción, segundo aplicar encuesta general para nacimiento y persistencia.

Enviar el enlace de las encuestas por correo electrónico a cada integrante de los equipos del cohorte 2, el 17 de marzo y dar un seguimiento a las respuestas en un tiempo de dos semanas, dando como fecha límite para el 31 de marzo, a final del mes de marzo, se speran las respuestas de todos los participantes del programa de aceleración del cohorte

*Ilustración 5. Encuesta de Satisfacción*

*Fuente: Elaboración Propia*

2 y no se dará prórroga ni segundas oportunidades.

Para el cohorte 2, las encuestas se harán por Google Forms, estas encuestas van a estar disponibles en la carpeta de Practicantes de Tech4Dev en Google Drive, Kevin, Paola y Sofía, teniendo acceso a las respuestas de los integrantes de cada startup.

A partir del 17 de marzo, se mandaron recordatorios por correo electrónico cada 3 días para los integrantes que se tarden más tiempo de lo normal o no hayan llenado la encuesta general.

1. Encuesta general de satisfacción del programa de aceleración

Ilustración 5:” Encuesta general de satisfacción del programa de aceleración”

Fuente: Elaboración propia

Elaborar una MATRIZ FODA, una vez ya teniendo todas las respuestas a través de las encuestas, esto ayudará a mejorar en nuestras debilidades y amenazas, y potenciar las oportunidades y fortalezas. Las encuestas aplicadas no serán anónimas, el emprendedor llenará una casilla con su nombre personal, nombre de la startup y correo electrónico.

Publicar dos posts en Instagram y Facebook avisando a la comunidad que participó específicamente en el Cohorte 2, invitándolos a que llenen la encuesta general del programa que se les compartió en sus correos en un lapso de tiempo de dos semanas, compartir un post el mismo día que se apliquen todas las encuestas preferiblemente en la mañana y el segundo post será 5 días después de haberse aplicado las encuestas para recordarles a los que no han llenado las encuestas.

Se aplicará dos encuestas generales, una específicamente para concepción y la otra para nacimiento y persistencia, pero esto no significa que se aplicará una después de otra, ambas se van a aplicar al mismo tiempo y se dará el mismo plazo de tiempo para responder.

Revisar y concretar fechas para cada actividad y asignar un rol para cada actividad.

Para la encuesta general de concepción, se harán 5 preguntas donde el emprendedor calificará en una escala lineal en Google Forms del 1 al 5 como puntaje y eso ayudará a la medición de los resultados obtenidos y las otras 3 preguntas serán de respuesta breve donde se le dará un espacio al emprendedor para escuchar su experiencia personal, su crecimiento con la startup, observaciones.

Para la encuesta general de nacimiento y persistencia, se harán 7 preguntas donde el emprendedor calificará en una escala lineal en Google Forms del 1 al 5 como puntaje y eso ayudará a la medición de los resultados obtenidos y las otras 3 preguntas serán de respuesta breve donde se le dará un espacio al emprendedor para escuchar su experiencia personal, su crecimiento con la startup, observaciones.

Está es la encuesta ya final y bien estructurada para poderse aplicar el 17 de marzo:

¿Cómo evalúa su experiencia formando parte del programa de aceleración de Tech4Dev? \*

1 2 3 4 5

¿Qué tal considera su aprendizaje en los talleres recibidos? \*

1 2 3 4 5

¿Cómo evalúa su experiencia con los mentores de Tech4Dev? \*

1 2 3 4 5

¿Cómo evalúa el tiempo que se le brindó para los entregables? \*

1 2 3 4 5

*Ilustración 6. Encuesta Final*

*Fuente: Elaboración propia*

## Tabla de hitos

Tabla1. Cronograma de hitos

	14 marzo	17 marzo	17 marzo	22 de marzo	20 jun -23 jun - 26 jun - 29 jun -
Revisión de las encuestas para coordinar que todo este correcto					

Aplicar la encuesta general a los emprendedores mediante correo electrónico.					
Publicar primer post en Instagram & Facebook avisando a la comunidad que participó específicamente en el Cohorte 2, invitándolos a que llenen la encuesta general del programa que se les compartió en sus correos.					
Publicar segundo post en Instagram & Facebook como recordatorio a					

quienes no lo han realizado.					
Cada tres días enviar por correo electrónico un recordatorio para quienes no han realizado la encuesta.					

### Programa de la propuesta

Tabla 1. Programa de la propuesta

Evento	Descripción	Responsable	Fecha
Revisión de las encuestas para coordinar que todo este correcto.	Asegurarse de que las encuestas y preguntas estén bien planteadas, para así hacer las	Kevin Martínez	14/03/2022

	pruebas respectivas y ver que todo funcione correctamente.		
Aplicar y realizar la invitación para realizar la encuesta general a los emprendedores mediante correo electrónico.	Asegurarse de que cada emprendedor reciba su respectiva encuesta mediante correo electrónico.	Paola Paz.	17/03/2022
Publicar primer post en Instagram & Facebook avisando a la comunidad que participó específicamente en el Cohorte 2, invitándolos a que llenen la encuesta general del programa que se les compartió en sus correos.	Se necesita decidir lo más pronto posible sobre que post se publicará, sí un reel de Gaby haciendo la invitación o un post de una imagen como invitación.	Sofia Reina.	17/03/2022
Publicar segundo post en Instagram & Facebook como	Este segundo post es más dirigido para los	Sofia Reina.	22/03/2022

recordatorio a quienes no lo han realizado.	emprendedores como recordatorio que llenen la encuesta de satisfacción.		
Cada tres días enviar por correo electrónico un recordatorio para quienes no han realizado la encuesta.	Asegurarse de que cada emprendedor que no ha llenado la encuesta, reciba un recordatorio para que llene la encuesta.	Óscar Pérez.	20/03/2022 23/03/2022 26/03/2022 29/03/2022
Elaborar una MATRIZ FODA, una vez ya teniendo todas las respuestas a través de las encuestas, esto ayudará a mejorar en nuestras debilidades y amenazas, y potenciar las oportunidades y fortalezas.	Asegurarse de sacar una MATRIZ FODA de todas las respuestas brindadas por los emprendedores para mejorar en nuestras debilidades y amenazas, y potenciar las oportunidades y fortalezas.	Sofía Maradiaga	1/04/2022

Tarea 2: Creación de las encuestas sobre la evaluación continua de cada taller del cohorte 3, creación de una encuesta de satisfacción global para medir todo el éxito de todo el programa de aceleración, como objetivos principales tenemos:

Una encuesta específica de máximo 3 preguntas calificadoras que evalúen el rendimiento de cada taller y tallerista:

- a) Para concepción son 20 talleres, 2 talleres por semana, 2 encuestas por semana para los emprendedores que formen parte de concepción
- b) Para nacimiento son 10 talleres, 1 taller por semana, 1 encuesta por semana para los emprendedores que formen parte de nacimiento.
- c) Para persistencia son 5 talleres, 1 taller cada dos semanas, 1 encuesta cada dos semanas para los emprendedores que formen parte de persistencia.

Para el cohorte 3, fue un seguimiento semanal donde se hará una evaluación continua, donde se aplicaron encuestas después de cada taller, calificando en sí las mentorías con sus respectivas fechas, ir midiendo el impacto que Tech4Dev tiene sobre en las startups, y así por último aplicar la encuesta de satisfacción global para medir el éxito de todo el programa de aceleración.

Dicha descripción fue colocada inmediatamente en el programa de propuesta

Clasificar en orden las encuestas de satisfacción, respecto al orden de los talleres que se impartirán en el cohorte 3:

- En este caso, la encuesta de satisfacción que se irá aplicando, será por el orden establecido que tenga cada taller.

- Cada tallerista, es quien estará encargado de que los emprendedores tengan un lapso de 5 minutos para poder realizar una breve y corta encuesta siempre, al finalizar cada taller:
- Sí el taller es de componente presencial (El tallerista deberá de agregar un código QR, al final de su presentación que le compartirá a los emprendedores para que lo escaneen y los dirija directo a la encuesta. (Será generado por el equipo de Tech4Dev)
- Sí el taller es de componente virtual (El tallerista deberá de invitar a los emprendedores a completar la encuesta de satisfacción al momento de finalizar su taller, donde cada emprendedor estará recibiendo su respectiva encuesta de satisfacción del taller recién impartido.
- Ya sea que, el emprendedor reciba el formulario a través de un código QR o lo reciba por correo electrónico, sólo tendrá un lapso de tiempo de una semana disponible por cada taller, para realizar la encuesta, es decir, el tiempo que le falte por comenzar a recibir el siguiente taller.

Para hacer más sencillo el proceso de que los emprendedores quieran llenar cada encuesta de satisfacción que se les aplique después de cada taller, se les da un puntaje dentro de la evaluación del programa, a cada equipo que llene todas las encuestas (Pero sólo se les da todo el puntaje, sí todos los miembros del equipo cumplen con responder todas las encuestas aplicadas) sí un integrante del equipo fue el único en no llenar todas las encuestas, no se les dará todo el puntaje y se les bajará puntos, es decir, por cada encuesta que no realicen son puntos menos.

Como para el cohorte 2 las encuestas se aplicaron mediante Google Forms, para el cohorte 3 fue por medio de la plataforma Tech4Dev/Burkits. En este caso, se recomienda que el ejecutivo de seguimiento tecnológico tenga comunicación directa con cada uno de los emprendedores por Whatsapp y la plataforma Burkits, se puso el aviso mediante la

plataforma y se le hizo un recordatorio vía whatsapp.

Como la duración de todo el programa es de 10 semanas, se hicieron reuniones cada 3 semanas con el equipo de Tech4Dev para revisar cambios según el feedback, analizar resultados, revisar los cronogramas de trabajo y ver el rendimiento de los talleristas y las presentaciones.

Aunque las encuestas de satisfacción se aplicaron mediante la plataforma de Burkits, siempre se estuvieron enviando recordatorios por correo electrónico, como máximo se enviaron de 2 a 3 recordatorios en un plazo de 7 días, durante la semana que les aparezca disponible las encuestas después de cada taller.

Una vez cerca de finalizar el programa de aceleración del cohorte 3, se implementó la misma encuesta y proceso que se realizó para el cohorte 2, de una encuesta general de máximo 10 preguntas calificadoras que evaluaron el rendimiento de los talleristas, mentores, experiencia del programa, entregables.

Como para el cohorte 3, todas las encuestas que se aplicaron por medio de Burkits/Tech4Dev, quien tuvo el acceso a la base de datos y respuestas de cada emprendedor fue Kevin Martínez.

Elaborar una MATRIZ FODA, una vez ya teniendo todas las respuestas a través de las encuestas, esto ayudó a mejorar en nuestras debilidades y amenazas, y potenciar las oportunidades y fortalezas.

Se aplicaron dos encuestas generales de todo el programa de aceleración del cohorte 3, una específicamente para concepción y la otra para nacimiento y persistencia, pero esto no significa que se aplicaron una después de otra, ambas se van a aplicar al mismo tiempo y se dio el mismo plazo de tiempo para responder.

Para la encuesta general de concepción, se hicieron 5 preguntas donde el emprendedor

calificó en una escala lineal en Burkits o Google Forms, del 1 al 5 como puntaje y eso ayudó a la medición de los resultados obtenidos y las otras 3 preguntas fueron de respuesta breve donde se le dio un espacio al emprendedor para escuchar su experiencia personal, su crecimiento con el startup, observaciones.

Para la encuesta general de nacimiento y persistencia, se hicieron 7 preguntas donde el emprendedor calificó en una escala lineal en Burkits o Google Forms, del 1 al 5 como puntaje y eso ayudará a la medición de los resultados obtenidos y las otras 3 preguntas fueron de respuesta breve donde se le dió un espacio al emprendedor para escuchar su experiencia personal, su crecimiento con el startup, observaciones. Todo el plan de la cohorte 3 de la encuesta de satisfacción estuvo listo para el 18 de abril con todo y retroalimentación.

Publicar posts durante todo el programa de aceleración cada semana, en Instagram & Facebook avisando a la comunidad que está participando específicamente en el Cohorte 3, invitándolos a que vayan llenando las encuestas de cada taller y la encuesta general de todo el programa que se les estuvo compartiendo en la plataforma Burkits y por correo. (Ya sea un post o un video haciendo la invitación y que sea un reel) en un lapso de tiempo, por poner un ejemplo, compartir un post semanal ya que es muy importante que cada emprendedor vaya llenando a tiempo sus encuestas y no es solo eso, sí no que tendrá puntaje en su calificación de proyecto.

Hacer sus respectivas pruebas de todas las encuestas por aplicar en la segunda semana de abril.

En el caso de que llegue a fallar la plataforma Burkits para la aplicación de encuestas, se toma como segunda opción aplicar todas las encuestas en Google Forms, eso solamente como última opción, Kevin Martínez tuvo una reunión con Óscar Felipe en la última semana de Marzo, para revisar que la plataforma funcione bien.

## Hitos de la propuesta

Tabla1. Cronograma de hitos

	14 abril	Primera semana en abril	Segunda semana en abril	Tercera semana en abril	Cuarta semana en Abril
Revisión de las encuestas para coordinar que todo este correcto					
Aplicar las encuestas diarias & la encuesta general a los emprendedores mediante correo electrónico & Burkits.					
Publicar post cada semana en Instagram & Facebook avisando a la					

<p>comunidad que está participando específicamente en el Cohorte 3, invitándolos a que llenen las encuestas diarias de cada taller &amp; la encuesta general del programa que se les compartió en la plataforma y por correo electrónico.</p>					
<p>Aunque las encuestas de satisfacción se vayan a aplicar mediante la plataforma de Burkits, siempre se estarán enviando recordatorios por correo electrónico, como máximo</p>					

<p>se enviarán de 2 a 3 recordatorios en un plazo de 7 días, durante la semana que les aparezca disponible las encuestas después de cada taller.</p>					
<p>Como la duración de todo el programa es de 10 semanas, se harán reuniones cada 3 semanas con el equipo de Tech4Dev para revisar cambios según el feedback, analizar resultados, revisar los cronogramas de trabajo y ver el</p>					

rendimiento de los talleristas y las presentaciones.					

### Programa de la propuesta

*Tabla 2. Programa de la propuesta*

Evento	Descripción	Responsable	Fecha
Revisión de las encuestas para coordinar que todo este correcto y que las preguntas estén subidas en la plataforma para poderse empezar a aplicar después de cada taller.	Asegurarse de que las encuestas y preguntas estén bien planteadas en burkits, para así hacer las pruebas respectivas y ver que todo funcione correctamente.	Kevin Martínez	Primera semana en Abril
Aplicar y realizar la invitación para realizar las	Asegurarse de que cada emprendedor reciba su	Paola Paz.	Segunda semana en abril

<p>encuestas diarias de cada taller a los emprendedores mediante correo electrónico y Burkits.</p> <p>(Debe de quedar programado para enviar cada correo)</p>	<p>respectiva encuesta mediante correo electrónico y en la plataforma Burkits.</p>		
<p>Como la duración de todo el programa es de 10 semanas, se harán reuniones cada 3 semanas con el equipo de Tech4Dev para revisar cambios según el feedback, analizar resultados, revisar los cronogramas de trabajo y ver el rendimiento de los talleristas y las presentaciones.</p>	<p>Se necesita coordinar y elegir fechas de las reuniones cada tres semanas con el equipo de Tech4Dev.</p>	<p>Gabriela, Cesar, Kevin, Paola &amp; Óscar.</p>	<p>Tercera semana en Abril</p>

<p>Publicar post cada semana en Instagram &amp; Facebook como recordatorio e invitación a quienes no lo han realizado.</p>	<p>Cada post va dirigido para los emprendedores como invitación y recordatorio que llenen la encuesta de satisfacción.</p>	<p>Sofia Reina.</p>	<p>Cuarta semana en abril</p>
<p>Aunque las encuestas de satisfacción se vayan a aplicar mediante la plataforma de Burkits, siempre se estarán enviando recordatorios por correo electrónico, como máximo, se enviarán de 2 a 3 recordatorios en un plazo de 7 días, durante la semana que les aparezca disponible las encuestas después de cada taller.</p>	<p>Asegurarse de que cada emprendedor que no ha llenado la encuesta, reciba un recordatorio para que llene la encuesta.</p>	<p>Óscar Pérez.</p>	<p>Primera semana de mayo</p>

<p>Elaborar una MATRIZ FODA, una vez ya teniendo todas las respuestas a través de las encuestas, esto ayudará a mejorar en nuestras debilidades y amenazas, y potenciar las oportunidades y fortalezas.</p>	<p>Asegurarse de sacar una MATRIZ FODA de todas las respuestas brindadas por los emprendedores para mejorar en nuestras debilidades y amenazas, y potenciar las oportunidades y fortalezas.</p>	<p>Sofía Maradiaga.</p>	<p>Segunda semana de mayo</p>
<p>Preparación de las 20 encuestas de concepción, 10 encuestas de nacimiento y 5 encuestas de persistencia.</p>	<p>Asegurarse de tener listas todas las encuestas en total para dos semanas antes que inicie el cohorte 3.</p>	<p>Leidy Mendoza</p>	<p>Tercera semana de Mayo</p>
<p>Preparación del código QR (sí el taller es presencial) y</p>	<p>Asegurarse que cada tallerista tenga el respectivo código QR para que puedan</p>	<p>Leidy Mendoza.</p>	<p>Cuarta semana de mayo</p>

compartírselo al tallerista.	agregarlo a sus presentaciones.		
Las encuestas diarias y la encuesta general de todo el programa ambas se aplicarán en la plataforma Burkits, se mandará avisos y recordatorios.	Asegurarse que todo este funcionando bien en la plataforma para que los emprendedores no tengan problema para llenar las encuestas.	Kevin Martínez.	Todo el programa de aceleración del cohorte 3.
Decidir sí se aplicará este plan de acción para el siguiente programa de aceleración del Cohorte 3.	Asegurarse de que el plan de acción tenga todos sus elementos bien definidos y estén planteados de la mejor manera.	Gabriela Torres.	7/03/2022
Coordinar una reunión antes de iniciar el programa de aceleración el equipo de Tech4Dev para colocar y establecer las	Asegurarse que las fechas estén correctas para que no exista ningún inconveniente.	Gabriela, Cesar, Kevin, Paola y Óscar.	10/04/2022

fechas para cada actividad.			
-----------------------------	--	--	--

### **3.3 Identificación de la propuesta de mejora**

#### **3.3.1 Contenido Digital en Tech4DevHN**

Para la siguiente propuesta, se determinó que el nombre del proyecto sería “Contenido Digital en Tech4DevHN”. El área de contenido sirvió como una nube a la que todos los miembros de Tech4DevHN tuvieron acceso para la aprobación de cada publicación. Sin embargo, solamente la encargada del proyecto, Ejecutivo de seguimiento tecnológico y la community manager pudieron editar.

El medio por el cual el “Contenido Digital en Tech4DevHN se trajo a la realidad como propuesta fue la plataforma TikTok. Sin embargo, Tech4DevHN no contaba con la plataforma TikTok, solamente con Instagram, Facebook y LinkedIn donde no generaban bastante contenido ni tampoco creatividad en publicaciones o videos.

Al abrir el contenido digital en Tech4DevHN, se aprecia la interconectividad y el crecimiento en todas las demás redes sociales gracias a la implementación de una nueva red social que el equipo de Tech4DevHN desconocía y temía no tener éxito en dicha red social, pensaban que solo era una red social para bailes y desconocían el alto impacto que dicha red social traería a la empresa, el obtener un mayor alcance, generar engagement, generar leads, generar awareness sobre Tech4DevHN.

Posteriormente, al seleccionar cada carpeta de manera individual, se abre en una pestaña independiente una nueva carpeta que contiene todos los videos planificados a publicar cada mes. Una vez finalizada la estructuración del Contenido Digital en Tech4DevHN, se procedió a publicar cada contenido realizado en todas las demás redes sociales, aunque al inicio sólo se pensaba publicar en una red social, se lograron ver resultados de alto impacto en pocos días de haberse lanzado la cuenta de Tech4DevHN en TikTok.

El Contenido Digital en Tech4DevHN fue realizado a nivel de propuesta desde cero como un proyecto nuevo en la empresa completamente por el practicante, Óscar Felipe Pérez Martínez. Sin embargo, para ser ejecutado de manera oficial en TikTok y las demás redes sociales, de la que Tech4DevHN ya dispone, se asignó a la community manager para que la estructura principal fuese creada. Una vez creada la plataforma, quien se encargó de actualizarla y de cada publicación, edición de video, preparación del texto que se agrega en el copy de la publicación fue Óscar Felipe Pérez Martínez, la community manager quien es Sofía Reina y la encargada del proyecto quien es Gabriela Torres sólo dio aprobación de que contenido necesitaba en las redes sociales.

El tiempo con el que las publicaciones de los videos debieron de hacerse fue dos veces a la semana, lunes y jueves, ya que es donde se obtuvo mayor interacción y una mejor conectividad con los seguidores de las redes sociales de Tech4DevHN.

La fecha predestinada para la ejecución del contenido Digital en Tech4DevHN se flexibilizó entre 3 meses a partir de la fecha en que se presentó la propuesta. En las siguientes ilustraciones se refleja de manera visual lo anteriormente detallado

### 3.3.2 Impacto de la Propuesta Contenido Digital

## Mes de Abril

Semana	Domingo	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sábado
1		Publicar el primer video sobre el café de emprendedores con el material que está en el Google Drive+ TikTok	Publicar un post en Instagram & Facebook invitando a la comunidad que nos vayan a dar follow en tiktok.	6	7	8	9
2	10	11 Publicar el 2do video sobre 5 consejos para crear un prototipo + TikTok	12 Semana Santa	13 Semana Santa	14 Semana Santa	15 Semana Santa	16
3	17	18 Publicar el 3er video sobre el InnovationLab y cuáles son los servicios que Tech4DevHN ofrece al mercado + TikTok	19	20	21	22	23
4	24	25 Publicar el Cuarto video sobre 4 aplicaciones para computadora o celular esenciales que todo emprendedor debe de conocer y utilizar + TikTok	26	27	28	29	30

*Ilustración 7. Calendario de contenido Abril*

*Fuente: Elaboración Propia*

El calendario de contenido para el mes de abril, donde se tiene estructurado todo a publicar en el mes de abril donde fue la implementación de una nueva red social al programa que es TikTok, el cual incluyó la planificación de cada tema que se publicó y los artes que se publicaron en Instagram, Facebook, LinkedIn.

## Mes de Mayo

Semana	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	1 Día del Trabajador	2 Tik Tok + Reel	3 "Las marcas más poderosas y duraderas son las que permanecen en los corazones de las personas."—H5	4 Segunda Cohorte del PDA en números	5 Video de la visita del Bid al Innovation Lab + TikTok	6 Elon Musk compra stock mayoritario en Twitter, y hace otra oferta	7
2	8	9 Tik Tok + Reel	10 El futuro de la medicina	11 Video del Open House del Innovation Lab	12 Startup esta es la historia-UBER + TikTok	13 Invitación a conocer el Blog de Tech4DevHN	14
3	15	16 Tik Tok + Reel	17 Día Internacional del internet - Como inicio?	18 Fortnite Maker Epic Games y Lego se juntan para crear un metaverso	19 Reel de Tips para Emprendedores + TikTok	20 Startup esta es la historia-GOOGLE	21
4	22	23 Tik Tok + Reel	24 Reel de Café Emprendedor	25	26 Startups mas prometedoras de Tech4DevHN + TikTok	27 "No es sobre las ideas. Sino sobre hacer que estas se vuelvan realidad." SB	28

*Ilustración 8. Calendario de contenido Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

El calendario de contenido para el mes de mayo, donde en este nuevo mes se hizo la propuesta por Óscar Felipe Pérez Martínez, el aumentar un día para generar mayor contenido así que se incluyó el día jueves también para hacer una publicación lunes & jueves en Instagram y TikTok.

## Mes de Junio

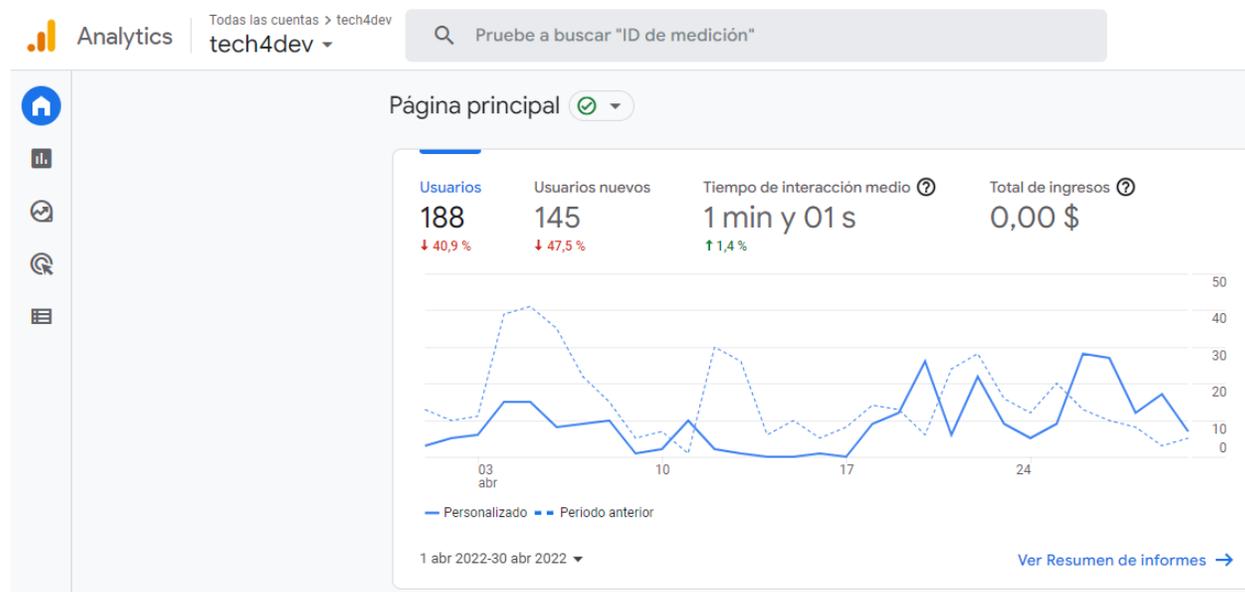
Semana	Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
1	5	6 Tik Tok y Reel	7 Frase Inspiradora Promo Podcast	8 Segunda Cohorte en Numeros	9 Tik Tok y Reel	10 Frase Inspiradora Promo Podcast	11
2	12	13 Tik Tok y Reel Cubrir Café Emprendedor	14 Startups mas prometedoras de Tech4DevHN	15 Video de Visita del BID al Innovation Lab	16 Tik Tok y Reel	17 Update de Elon Musk y Twitter	18
3	19	20 Tik Tok y Reel Cubrir Café Emprendedor	21 Video del Open House del Innovation Lab Promo Podcast	22 Startup esta es la historia- UBER	23 Tik Tok y Reel	24 Invitación a nuestro Blog Promo Podcast	25
4	26	27 Tik Tok y Reel	28 Historia del internet	29 FortniteMaker Epic Games y Lego se juntanpara crear un Metaverso	30 Tik Tok y Reel	1 Startup esta es la historia- Google	2



*Ilustración 9. Calendario de contenido Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

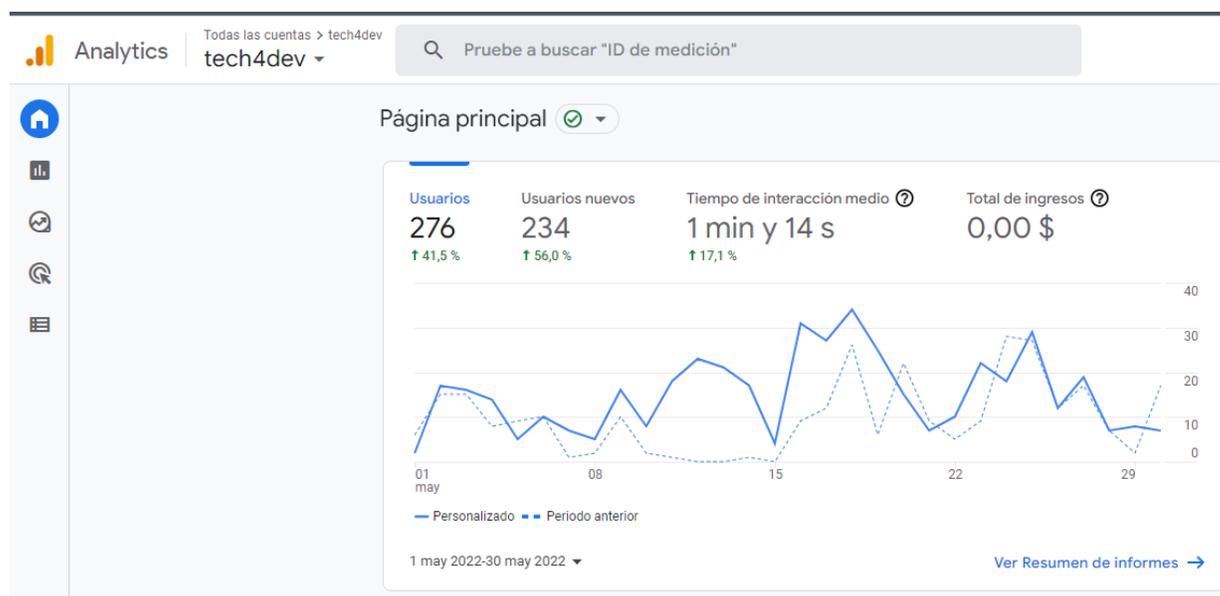
El calendario de contenido para el mes de Junio, donde se tiene planificado actividades extracurriculares en distintas zonas como el hackaton del zamorano y se tiene preparado compartir aún mucho más contenido en todas las redes sociales de Tech4DevHN.



### Ilustración 10. Métricas de crecimiento

Fuente: (Tech4DevHN, s.f.)

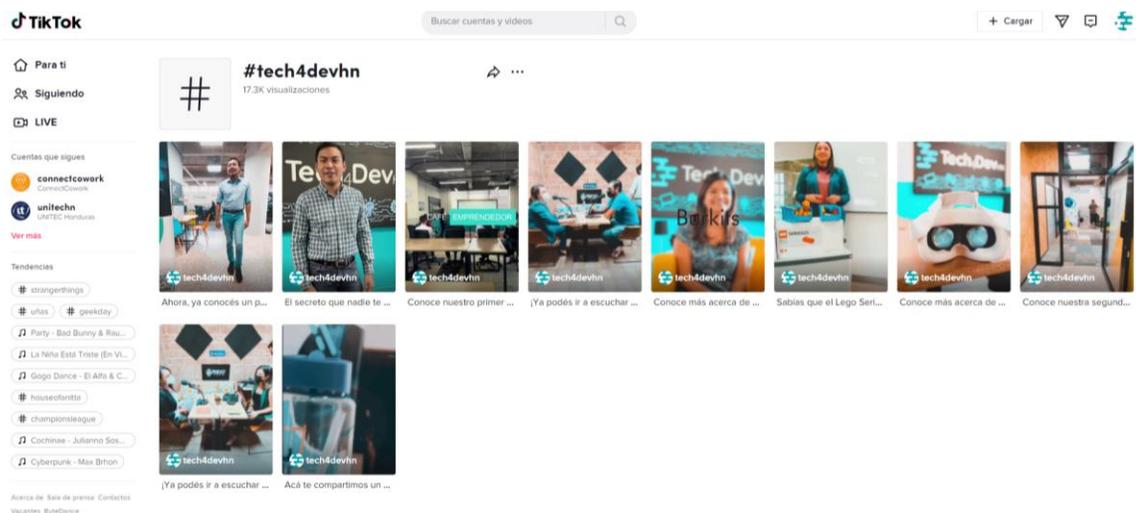
Están son las métricas de crecimiento que se tuvieron en el mes de Abril con la implementación de TikTok y generando más contenido con los videos en Instagram y TikTok, donde las cuentas de Tech4DevHN aumentaron sus seguidores, sus visitas, sus vistas en los videos, su mercado meta, su engagement. En el mes de abril se obtuvieron 188 usuarios activos en la página web y redes sociales, 145 usuarios nuevos que conocieron a Tech4DevHN gracias a las nuevas publicaciones.



### Ilustración 11. Métricas de crecimiento

Fuente: (Tech4DevHN, s.f.)

Están son las métricas de crecimiento que se tuvieron en el mes de Mayo, donde se implementó publicar un video más en la semana para así hacer dos publicaciones de videos por semana en las redes sociales de Tech4DevHN, en el mes de mayo se obtuvieron 276 usuarios activos en la página web y redes sociales, 234 usuarios nuevos que conocieron a Tech4DevHN gracias al nuevo contenido que se publica en las redes sociales creado por Óscar Felipe Pérez Martínez.



*Ilustración 12. Visualizaciones en TikTok*

*Fuente: (Tech4DevHN, s.f.)*

Desde el primer video hasta el último video publicado en la cuenta de Tech4DevHN en TikTok se han obtenido un total de 17,300 visualizaciones, esto se logró en la cantidad de tiempo de dos meses, ha sido un crecimiento enorme que ha ayudado a las metas de la empresa con los respectivos socios: BID, UNITEC, FICOHSA, TELEVICENTRO.

### **3.3.3 Impacto de Creación de TikTok**

En este apartado se muestran estadísticas, resultados, porcentajes, métricas, que TikTok tuvo en todas las redes sociales de Tech4DevHN, desde el primer día que se implementó, debido a que el contenido que se publicó en TikTok, también se usó para todas las demás redes sociales de Tech4DevHN.

## Resultados Abril

*Ilustración 7. Impacto de la creación de TikTok Abril*

*Fuente: Elaboración Propia*

### Objetivos:

- Incrementar la comunidad de Tech4DevHN
- Incrementar el engagement con nuestra comunidad de Tech4DevHN

*Ilustración 8. Objetivos de la creación de TikTok*

*Fuente: Elaboración Propia*



*Ilustración 9. Total de Seguidores*

*Fuente: Elaboración Propia*



*Ilustración 10. Engagement en las plataformas*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Facebook:

**Engagement Rate:** 21.80%

**Engagement on Reach:** 13.60%



*Ilustración 11. Engagement en la plataforma de Facebook*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Instagram:

**Engagement Rate:** 59.50%

**Engagement on Reach:** 19.20%



*Ilustración 12. Engagement en la plataforma de Instagram*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Twitter:

**Engagement Rate:** 22.10%

**Engagement on Reach:** 0.65%



*Ilustración 13. Engagement en la plataforma de Twitter*

*Fuente: Elaboración Propia*

## LinkedIn:

**Engagement Rate:** 11.11%

**Engagement on Reach:** 2.80%



*Ilustración 14. Engagement en la plataforma de LinkedIn*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Tik Tok:

**Engagement Rate:** 225.60%

**Engagement on Reach:** 6.30%



*Ilustración 15. Engagement en la plataforma de TikTok*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Facebook Métricas:

Page Views: 36

Page Likes: 2

Post Reach: 402

Story Reach: 55

Post Engagements: 62

Videos: 34

Page Followers: 3



*Ilustración 16. Métricas de Facebook*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Instagram Métricas:

Post Interactions: 221  
 Likes: 166  
 Saves: 35  
 Comments: 2  
 Shares: 9

Story Interactions: 5  
 Shares: 5

Reels Interactions: 49  
 Likes: 36  
 Saves: 6  
 Shares: 7

Videos Interactions: 6  
 Likes: 6



*Ilustración 17. Métricas de Instagram.*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Twitter Métricas:

Impressions: 5,220  
 Profile Visits: 640  
 Link Clicks: 2  
 Retweets Without  
 Comment: 6  
 Likes: 26  
 Replies: 0  
 Mentions: 3



*Ilustración 18. Métricas de Twitter*

*Fuente: Elaboración Propia*

## LinkedIn Métricas:

Search Appearances: 102  
Unique Visitors: 18  
New Followers: 12  
Post Impressions: 687

*Ilustración 19. Métricas de LinkedIn*

*Fuente: Elaboración Propia*

## TikTok Métricas:

Video Views: 1,550  
Profile Visits: 241  
Likes: 78  
Comments: 0  
Shares: 19

*Ilustración 20. Métricas de TikTok*

*Fuente: Elaboración Propia*



## Instagram:



*Ilustración 21. Impacto de Instagram*

*Fuente: Elaboración Propia*

## TikTok:



*Ilustración 22. Impacto de la creación de TikTok.*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Conclusiones:

- Contenido más popular se dio con la campaña del podcast.
- Contenido con imágenes es más popular.
- Contenido con imágenes de personas es más popular.
- Contenido con menciones es más popular.
- Hay que hacer mas eventos propios para subir nuestras metricas.

*Ilustración 23. Conclusiones sobre el contenido de redes sociales*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Mailchimp:



*Ilustración 24. Audiencia Total*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Conclusiones:

- Tenemos buen **Open Rate** en las campañas de Mailchimp.
- Hemos mejorado el **Click Rate**.
- Se puede mejorar el click rate de las siguientes maneras:
  - Generar buena descripción en correos.
  - Que los correos sean más cortos y al punto.
  - Personalizar los correos.

*Ilustración 25 Conclusiones sobre el Click Rate*

*Fuente: Elaboración Propia*

## tech4dev.hn:

Total Views: 7,655

Usuarios: 2,539

País:	Usuarios:
Honduras	2,154
Estados Unidos	146
Mexico	33

Nombre del Evento:	Número de Eventos:
Page_View	7,655
User_Engagement	4,653
Session_Start	4,655
Scroll	2,158
First_Visit	2,539
Click	651

### Origen de Visits

Direct Link	57.72%
Instagram	1.98%
Facebook	18.16%
Google	17.42%
LinkedIn	1.16%
INCAE	0.31%

*Ilustración 26. Impacto de la creación de TikTok*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Conclusiones:

- Como incrementar tráfico al sitio web:
  - Generar evergreen content (blogs, keywords)
  - Redes Sociales
  - Guest posting
  - Buenos headlines
  - Optimizar contenido para search engines

*Ilustración 27. Conclusiones sobre el Tráfico al Sitio Web*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Resultados Mayo

*Ilustración 28. Impacto de la creación de TikTok Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Objetivos:

- Incrementar la comunidad de Tech4DevHN
- Incrementar el engagement con nuestra comunidad de Tech4DevHN

*Ilustración 29. Objetivos de la creación de TikTok. Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Total Seguidores:

1,179

FB:	IG:	TW:	LI:	TT:
287	498	153	193	48

*Ilustración 30. Total de Seguidores Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Total Engagement en Plataformas:

648

*Ilustración 31. Total de Engagement en plataformas Mayo.*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Facebook:

**Engagement Rate:** 36.90%

**Engagement on Reach:** 10.90%

*Ilustración 32. Engagement en Facebook Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*



## Instagram:

**Engagement Rate:** 62.80%

**Engagement on Reach:** 18.50%



*Ilustración 33. Engagement en Instagram Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Twitter:

**Engagement Rate:** 47.05%

**Engagement on Reach:** 0.80%



*Ilustración 34. Engagement en Twitter Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## LinkedIn:

**Engagement Rate:** 13.47%

**Engagement on Reach:** 2.09%



*Ilustración 35. Engagement en LinkedIn Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Tik Tok:

**Engagement Rate:** 272.90%

**Engagement on Reach:** 1.08%



*Ilustración 36. Engagement en TikTok Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Facebook Métricas:

Page Views: 64  
Page Likes: 5  
Post Reach: 915  
Story Reach: 58  
Post Engagements: 106  
Videos: 35  
Page Followers: 6

*Ilustración 37. Métricas de Facebook Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Instagram Metrics:

Post Interactions: 247  
Likes: 177  
Saves: 40  
Comments: 3  
Shares: 9  
  
Story Interactions: 3  
Shares: 3  
  
Reels Interactions: 63  
Likes: 43  
Saves: 8  
Shares: 12

*Ilustración 38. Métricas de Instagram Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*



## Twitter Métricas:

Impressions: 9.015  
Profile Visits: 1,035  
Link Clicks: 3  
Retweets Without  
Comment: 15  
Likes: 54  
Replies: 0  
Mentions: 3

*Ilustración 39. Métricas de Twitter Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## LinkedIn Métricas:

Search Apperances: 395  
Unique Visitors: 13  
New Followers: 21  
Post Impressions: 1,243

*Ilustración 40.. Métricas de LinkedIn Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*



## TikTok Métricas:

Video Views: 4,442  
Profile Visits: 509  
Likes: 93  
Comments: 0  
Shares: 38

*Ilustración 41. Métricas de TikTok Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Conclusiones:

- Contenido más popular se dio con los highlights de los startups del programa de aceleración.
- Audiencia mayormente en tgu seguido por sps Audiencia mayormente es de edades de 25-34 seguido por 35-44
- Nuestra audiencia es constituida mayormente por mujeres.
- Contenido con imágenes es más popular.
- Contenido con imágenes de personas es más popular.
- Contenido con menciones es más popular.
- Hay que hacer mas eventos propios para subir nuestras metricas.

*Ilustración 42. Conclusiones sobre redes sociales Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*



## tech4dev.hn:

Total Views: 8,278

Usuarios: 2,633

País:	Usuarios:
Honduras	2,239
Estados Unidos	156
Mexico	34

Nombre del Evento:	Número de Eventos:
Page_View	8,278
User_Engagement	5,034
Session_Start	4,936
Scroll	2,402
First_Visit	2,633
Click	715

### Origen de Visits

Direct Link	56.64%
Instagram	1.91%
Facebook	18.16%
Google	17.53%
LinkedIn	1.34%
Blackboard UNITEC	0.41%
INCAE	0.30%

*Ilustración 43. Impacto de la creación de TikTok. Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Conclusiones:

- Como incrementar tráfico al sitio web:
  - Generar evergreen content (blogs, keywords)
  - Redes Sociales
  - Guest posting
  - Buenos headlines
  - Optimizar contenido para search engines

*Ilustración 44. Conclusiones sobre el Tráfico web Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Resultados Junio

*Ilustración 45. Resultados de la creación de TikTok Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

### Objetivos:

- Incrementar la comunidad de Tech4DevHN
- Incrementar el engagement con nuestra comunidad de Tech4DevHN

*Ilustración 46. Objetivos de la creación de TikTok. Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*





<b>Total Seguidores:</b>				
1,254				
<b>FB:</b>	<b>IG:</b>	<b>TW:</b>	<b>LI:</b>	<b>TT:</b>
292	533	159	207	63

*Ilustración 47. Total de Seguidores Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*



<b>Total Engagement en Plataformas:</b>	
785	

*Ilustración 48. Total de Engagement Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Facebook:

**Engagement Rate:** 27.05%

**Engagement on Reach:** 9.32%



*Ilustración 49. Engagement en la plataforma Facebook Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Instagram:

**Engagement Rate:** 77.70%

**Engagement on Reach:** 11.53%



*Ilustración 50. Engagement en la plataforma Instagram Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Twitter:

**Engagement Rate:** 38.36%

**Engagement on Reach:** 1.06%



*Ilustración 51. Engagement en la plataforma Twitter Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## LinkedIn:

**Engagement Rate:** 28.50%

**Engagement on Reach:** 4.32%



*Ilustración 52. Engagement en la plataforma LinkedIn Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Tik Tok:

**Engagement Rate:** 271.40%

**Engagement on Reach:** 2.13%

*Ilustración 53. Engagement en la plataforma TikTok Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Facebook Métricas:

Page Views: 77

Page Likes: 9

Post Reach: 724

Story Reach: 48

Post Engagements: 72

Videos: 97

Page Followers: 9

*Ilustración 54. Métricas de la plataforma Facebook Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*



## Instagram Métricas:

Post Interactions: 157

Likes: 115

Saves: 22

Comments: 1

Shares: 10

Video Interactions: 82

Likes: 63

Comments: 5

Shares: 6

Saves: 8

Story Interactions: 15

Shares: 10

Replies: 5

Reels Interactions: 160

Likes: 121

Saves: 14

Shares: 23

Comments: 2



*Ilustración 55. Métricas de la plataforma Instagram Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## Twitter Métricas:

Impressions: 5,710

Profile Visits: 973

Link Clicks: 1

Retweets Without

Comment: 10

Likes: 50

Replies: 0

Mentions: 5



*Ilustración 56. Métricas de la plataforma Twitter Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## LinkedIn Métricas:

Search Apperances: 367  
Unique Visitors: 28  
Page Views: 64  
New Followers: 26  
Post Impressions: 1,363

*Ilustración 57. Métricas de la plataforma LinkedIn Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## TikTok Métricas:

Video Views: 8,403  
Profile Visits: 493  
Likes: 111  
Comments: 3  
Shares: 65

*Ilustración 58. Métricas de la plataforma TikTok Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*



## Instagram:

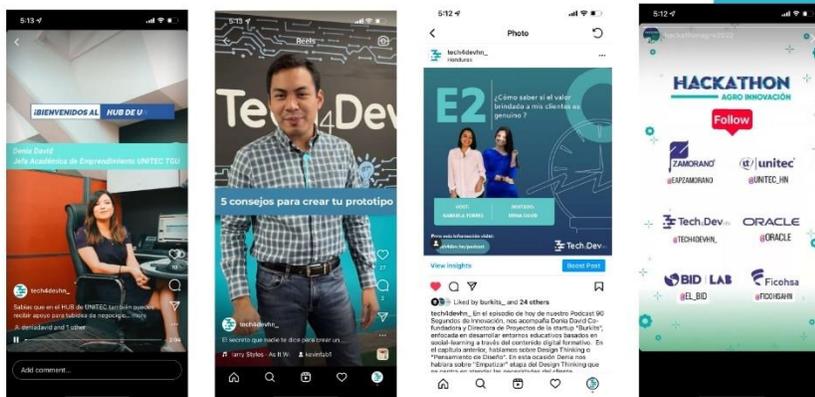


Ilustración 59. Impacto de la creación de Instagram Junio

Fuente: Elaboración Propia

## LinkedIn:



Ilustración 60. Impacto de la creación de LinkedIn Junio

Fuente: Elaboración Propia



*Ilustración 61. Impacto de la creación de TikTok Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*



*Ilustración 62. Audiencia Total Junio*

*Fuente: Elaboración Propia*

## tech4dev.hn:

Total Views: 8,812

Usuarios: 2,810

País:	Usuarios:
Honduras	2,810
Estados Unidos	175
Guatemala	42

Nombre del Evento:	Número de Eventos:
Page_View	8,812
User_Engagement	5,358
Session_Start	5,301
Scroll	2,620
First_Visit	2,778
Click	809

### Origen de Visits

Direct Link	58.21%
Instagram	1.95%
Facebook	16.56%
Google	16.81%
LinkedIn	4.41%

*Ilustración 62. Impacto de la creación de TikTok.*

*Fuente: Elaboración Propia*

Calendario Scorecard (Mayo)							
Plataforma	Engagement	Metricas			Engagement	Reach	Engagement on Reach
		Followers	Engagement Rate				
Facebook	100	303	33.00%	100	438	22.83%	
Instagram	125	577	21.70%	125	1,865	6.70%	
Twitter	135	164	82.30%	135	1,166	11.60%	
LinkedIn	30	210	14.30%	30	936	3.20%	
Tik Tok	169	68	248.50%	169	7,919	2.13%	
<b>Engagement Rate:</b>	Engagement/ Follower x100						
<b>Engagement on Reach:</b>	Engagement/ Reach x 100						

*Ilustración 63. Calendario Scorecard Mayo*

*Fuente: Elaboración Propia*

Plataforma	Engagement	Followers	Engagement Re	Engagement	Reach	Engagement on Reach
Facebook	62	284	21.80%	62	457	13.60%
Instagram	281	472	59.50%	281	1,464	19.20%
Twitter	34	154	22.10%	34	5,220	0.65%
LinkedIn	20	180	11.11%	20	705	2.80%
Tik Tok	97	43	225.60%	97	1,550	6.30%

Engagement Rate:  $\text{Engagement} / \text{Follower} \times 100$   
 Engagement on Reach:  $\text{Engagement} / \text{Reach} \times 100$

*Ilustración 64. Calendario Scorecard Abril*

*Fuente: Elaboración Propia.*

A continuación, se muestran el total de horas que tomó definir el plan y la completación de toda la estructura organizacional y que, a su vez, la empresa se ahorró:

- 32 horas.

Personas que fueron beneficiadas directamente con el plan:

- 6,810 personas + 70,000 usuarios de redes sociales.
- 90 emprendedores (que forman parte del programa de Tech4DevHN)
- 14 empleados de Tech4DevHN

Personas que fueron beneficiadas indirectamente con el plan:

- 4,810 personas (total de usuarios)

Tech4DevHN no tuvo que generar un costo adicional con la adición de TikTok, ya que la creación de contenido se hizo a través de los recursos propios del practicante Óscar Felipe Pérez Martínez.

Se elaboró un presupuesto para la creación de contenido ya sea de forma individual o para las redes sociales de una empresa:

Tabla 3 Plan de Implementación de Creación de Contenido

Plan de implementación de Creación de Contenido					
Plan Golden					
Descripción	Cantidad	Evaluación	Especificaciones de uso	Monto aproximado	Monto total
Para un plan básico en la creación de contenido para una persona individual o para la creación de contenido de redes sociales de una empresa se puede iniciar con un pequeño presupuesto.	1 celular, 1 micrófono.	Para una mejor calidad de imagen es preferible que el celular sea de gama alta y marca Iphone para que el usuario pueda ver un contenido en alta calidad.	No necesariamente tiene que usarse el celular de último modelo para crear contenido, el celular sí debe de estar en perfectas condiciones junto con el micrófono y la persona para crear contenido debe de tener un plan de acción para todo el contenido que se planea publicar.	Un celular de gama alta en L.15,000 y un micrófono entre L.500 - L.1,000	L.16,000

Plan Premium					
Descripción	Cantidad	Evaluación	Especificaciones de uso	Monto aproximado	Monto total
Para un plan premium en la creación de contenido para una persona individual o para la creación de contenido de redes sociales de una empresa se puede iniciar con un presupuesto con más materiales, pero siempre de acuerdo a las necesidades de la empresa.	1 cámara canon T6i con lente extraíble, 1 micrófono con base inalámbrica, 1 trípode.	Para una calidad en alta definición de 1080 o 4k, ya es requerido una cámara profesional preferiblemente de marca CANON y así mismo debe de ser de alta calidad el audio del mismo video.	En este caso sí se planea publicar contenido en alta definición, ya es necesario preparar un presupuesto alto porque los materiales que son necesarios para este tipo de contenido son algo costosos.	Una cámara profesional canon T6i con lente extraíble ronda entre L.20,000 - L.23,000 y un micrófono con base inalámbrica entre L.3,500 y un trípode de L.1,000 - 3,000	L. 25,000

Fuente: Elaboración propia.

## **IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En el presente capítulo se presentan las conclusiones en relación directa con objetivos específicos y las recomendaciones que se incluyen a nivel del proyecto, la universidad y la institución donde se realizó la práctica profesional.

### **4.1 CONCLUSIONES**

**4.1.1** Se determinó que los principales factores que retrasan el cumplimiento de los objetivos de los emprendedores miembros de Tech4Dev son: la falta de información acerca de las oportunidades que ofrece el proyecto, calendario contable financiero de desembolso hacen el retraso del capital semilla que se les brinda los emprendedores.

**4.1.2** Se estableció un plan de acción para mejorar el programa Tech4DevHN, el cual incluye alcance, cronogramas detallados para poder ejecutarlo.

**4.1.3** Se implementó el uso de una nueva red social al programa de comunicación de Tech4DevHN utilizando tiktok para implementar el porcentaje de vistas, seguidores, engagement utilizando las herramientas tecnológicas y el storytelling a través de los videos.

**4.1.4** El alcance de usuarios de Tech4DevHN incrementó exponencialmente en un 85% en tan solo cuatro meses desde que se comenzó a crear contenido audiovisual a través de las redes sociales de Tech4DevHN en el 2022.

## 4.2 RECOMENDACIONES

- 4.2.1** Generar nuevas normas y crear un nuevo plan de acción del capital semilla que se les brinda a los emprendedores que participaron en el programa de aceleración, con el fin de mitigar los retrasos del cumplimiento de objetivos.
- 4.2.2** Realizar encuestas automatizadas con cronogramas detallados que se puedan enviar cada vez que inicie una nueva semana o cuando el emprendedor haga la entrega de nuevos avances con respecto a su startup.
- 4.2.3** Agregar al presupuesto de la empresa equipo fotográfico y equipos de micrófonos para mejorar e incrementar el contenido digital en Tech4DevHN, así como la calidad del audio para que se puedan tener las herramientas necesarias para la creación de contenido en la red social de tiktok.
- 4.2.4** Agregar al presupuesto de la empresa un monto de inversión para publicidad de redes sociales en Tech4DevHN para así obtener un alcance más alto en usuarios activos en las redes sociales.

## BIBLIOGRAFÍA

### Trabajos citados

- Tech4Dev. (2022). *Programa de aceleración*. Obtenido de [https://tech4dev.hn/que\\_hacemos/programa\\_aceleracion.html](https://tech4dev.hn/que_hacemos/programa_aceleracion.html)
- Tech4Dev. (s.f.). *Espacio Maker*. Obtenido de <https://tech4dev.hn/espaciomaker/>
- Tech4Dev. (s.f.). *PIT HN*. Obtenido de <https://pit.hn/>
- Álvarez, P. (2016, 6 augustus). 17 palabras del diccionario del nuevo emprendedor. Cinco Días. Geraadpleegd op 8 mei 2022, van [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/08/05/sentidos/1470409379\\_215047.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2016/08/05/sentidos/1470409379_215047.html)
- SAR. (s.f.). *El Servicio de Administración de Rentas (SAR)*. Obtenido de <https://www.sar.gob.hn/>
- Tech4Devhn. (s.f.). Obtenido de <https://tech4dev.hn/espaciomaker/>
- Tech4DevHN, M. d. (s.f.). Obtenido de <https://analytics.google.com/analytics/web/#/p270970560/reports/intelligenthome>

## GLOSARIO

**Aceleradora:** Es una entidad privada que invierte en Startups y empresas que están surgiendo, ofreciendo soporte de gestión y orientación de profesionales calificados, para que el nuevo negocio pueda crecer y alcance otro nivel más rápido del que conseguiría sin ayuda.

**Apalancamiento:** Es una estrategia utilizada para aumentar las ganancias y pérdidas de una inversión. Consiste en utilizar créditos, costes fijos o cualquier otra herramienta a la hora de invertir que permita multiplicar la rentabilidad final de esa inversión, ya sea positiva o negativamente.

**Branding:** Está conformado por un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones conscientes e inconscientes con el público para influir en sus decisiones de compra. En otras palabras, el branding se centra en hacer conocida y deseada una marca, así como en ejercer una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores.

**Business Canvas:** Es un modelo ideal para determinar y crear modelos innovadores con el objetivo de generar valor para los clientes, definiendo y creando modelos de negocio innovadores a través de cuatro grandes áreas que se desarrollan en nueve divisiones, apartados o casillas.

**Business To Business (B2B):** Son operaciones económicas entre empresas que desarrollan productos o servicios para que sean consumidos por estas organizaciones. Por ejemplo, la relación entre un fabricante y el distribuidor de un producto y también la relación entre el distribuidor con el comercio minorista, pero no entre una empresa y su consumidor final, que sería denominado business to consumer.

**Buyer Persona:** Es un perfil ficticio del cliente ideal de una determinada empresa. Se construye en base a diferentes datos reales de los consumidores y permite captar a un mayor número de clientes potenciales para que consuman el bien o servicio comercializado. capital a la adquisición de títulos financieros. Esto, con el objeto de obtener ganancias.

**Capital Semilla:** Se trata de las primeras inversiones que se realizan cuando el proyecto arranca y no tienen claro su modelo de negocio. Se refiere sobre todo a las startups, que suelen acudir a métodos de financiación tradicionales y son los llamados business angels los que se suelen encargar de estas aportaciones a través de participaciones en estas empresas.

**Company Building:** Es un modelo de innovación en el cual empresas ya consolidadas generan startups o spin-offs a partir de nuevas ideas de negocios aprovechando los recursos y conocimiento internos que se tienen, construyendo un equipo y dirigiéndolo para el desarrollo y escalamiento del nuevo negocio.

**Coworking:** Es una forma de trabajo que permite que diferentes profesionales,

emprendedores y pymes compartan un espacio laboral para el desarrollo de sus proyectos profesionales. Los empleados se benefician de una comunidad multidisciplinar que potencia proyectos conjuntos.

**Crowdfunding:** Consiste en pedir financiación colectiva a través de internet con el fin de lograr los recursos necesarios para poner en marcha diversos proyectos empresariales sin tener que acudir a bancos o financieras.

**Crowdlending:** Son pequeños inversores particulares que ofrecen financiación a pymes o pequeños emprendedores a cambio de un tipo de interés. Es una alternativa a los préstamos tradicionales de las entidades Bancarias.

**Customer Creation:** Es una fase el trabajo que consiste en crear demanda de nuestro producto y llevarla a nuestros canales de venta. Esta etapa se fundamenta en el primer éxito de la empresa en la etapa anterior en la que ya se ha vendido el producto a los primeros clientes.

**Design Thinking:** Es una metodología que utiliza herramientas del mundo del diseño y la creatividad para descubrir cuáles son los problemas reales de los usuarios y plantear ideas innovadoras que supongan una solución.

**Growth Hacking:** Consiste en hacer crecer el volumen de usuarios, las ventas o los impactos de un producto de la forma más rápida y más económica posible (y con menos

recursos posibles).

**Inbound Marketing:** Es una metodología que combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas con la finalidad de contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.

**Incubadora:** Son organizaciones que ofrecen asesoramiento para transformar una idea en un proyecto de negocio viable. Se trata de brindar una serie de servicios que ayuden a los emprendedores a desarrollar un modelo de negocio y que este pueda acudir posteriormente a rondas de financiación.

**Inversionista:** Es aquella persona natural o jurídica que compromete parte o todo su capital a la adquisición de títulos financieros. Esto, con el objeto de obtener ganancias.

**IPO'S:** Es una sigla en inglés que representa "Oferta Pública Inicial", significando el la creatividad para descubrir cuáles son los problemas reales de los usuarios y plantear ideas innovadoras que supongan una solución.

**Landing Page:** Es una página dentro de un sitio web, desarrollada con el único objetivo de convertir los visitantes en Leads o prospectos de ventas por medio de una oferta determinada. Generalmente tiene un diseño más sencillo con pocos enlaces e informaciones básicas sobre la oferta, además de un formulario para realizar la conversión.

**Lean Canvas:** Es una herramienta de visualización de modelos de negocio pensada para empresas incipientes. Se enfoca en la metodología lean startup, centrada en generar nuevas ideas y llevarlas a prototipado para verificar si el mercado está en búsqueda de las soluciones que usted está proponiendo.

**Lean Startup:** Es una metodología de negocios que aporta un marco de planificación y actuación de rápida acción y reacción. Favorece al máximo el testeado de la oferta con público real lo más rápido posible y su optimización en función del feedback del mercado.

**MVP:** MVP es el acrónimo de “MinimumViable Product” que, en español, significa "Producto Mínimo Viable". No es más que la versión más sencilla de un producto y, por tanto, presenta sus funcionalidades más básicas. Funciona como prueba para validar la idea, aplicabilidad y adherencia de un producto en el mercado.

**Networking:** Se basa en establecer una red de contactos profesionales que permita dar a conocer un negocio, los productos o servicios que se ofertan, el perfil profesional de una persona, entre otras características particulares de una empresa o profesional independiente.

**Pitching Para Startups:** Es una breve presentación en la que se da una visión general de un negocio a los inversores. En este tipo de exposiciones se suele mostrar el producto, compartir el modelo de negocio, analizar la estrategia de monetización y presentar al equipo, entre otras cosas.

**Pricing:** Es el arte y la ciencia de comprender cuánto un cliente estaría dispuesto a pagar por un producto o servicio, intentando obtener el máximo margen de utilidad posible de éste.

**Prototipo:** Es un primer modelo que sirve como representación o simulación del producto final y que nos permite verificar el diseño y confirmar que cuenta con las características específicas planteadas.

**Sar:** El Servicio de Administración de Rentas (SAR) es una entidad Desconcentrada adscrita a la Presidencia de la República, con autonomía funcional, técnica, administrativa y de seguridad nacional, con personalidad jurídica propia, responsable del control, verificación, fiscalización y recaudación de los tributos, con autoridad y competencia a nivel nacional y con domicilio en la Capital de la República. Creada mediante decreto legislativo 170-2016, artículo 195.

**Sostenibilidad:** Es un proyecto productivo que, en el corazón de su modelo de negocios, combina el objetivo de generar retorno económico y, a la vez y con la misma importancia, impacto positivo en el ambiente y la sociedad.

**Spin- Off:** Se trata de un proyecto que surge como extensión de otro anterior, o de una empresa a partir de otra por la división de un departamento para funcionar como empresa.

**StartUp:** Un startup es una empresa de nueva creación o edad temprana que presenta grandes posibilidades de crecimiento y comercializa productos y servicios a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación.

**Storytelling:** Es la habilidad para contar historias, pero en el mundo de los negocios. Una empresa siempre tiene que tener un relato que explicar, con los comienzos, los objetivos, los sueños. Es la mejor manera de conectar con los clientes, de generar simpatía entre los suelen acudir a métodos de financiación tradicionales y son los llamados business angels los que se suelen encargar de estas aportaciones a través de participaciones en estas empresas.

**Target:** Una de las claves de cualquier negocio: saber cuál es el público objetivo al que va dirigido un determinado producto o servicio. Realizar un estudio de mercado previo es importante para dibujar el perfil del consumidor, conocer sus necesidades.

**Tech4DevHn:** proyecto enfocado en el Fortalecimiento del Ecosistema Emprendedor para mejorar las soluciones tecnológicas en los sectores de salud, educación y seguridad.

**UX UI:** El diseñador UX es responsable de toda la experiencia del usuario y de la comprensión de las necesidades del usuario; también ayuda a encontrar soluciones para mejorar esta experiencia. El diseñador UI, por otro lado, contribuye a la experiencia visual de los usuarios.



### 3. Reunión de vinculación comercial en UNITEC con PIXDEA:

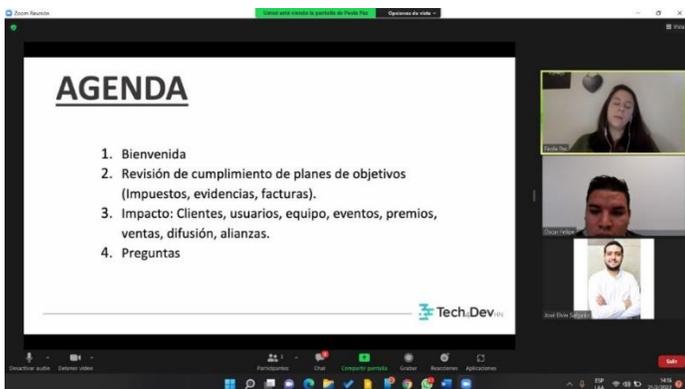


### 4. Demoday del programa de aceleración

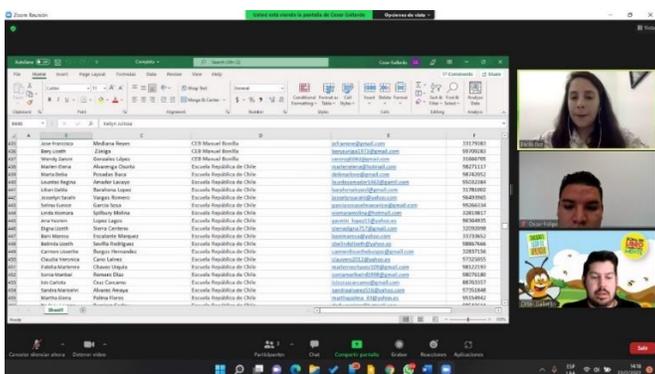


5. Reuniones del calendly y por zoom.

Reunión con José Salgado | Doctor 7



Reunión con Cesar Gallardo | Dona un libro



Reunión con Marjorie Anariba | Lisalud

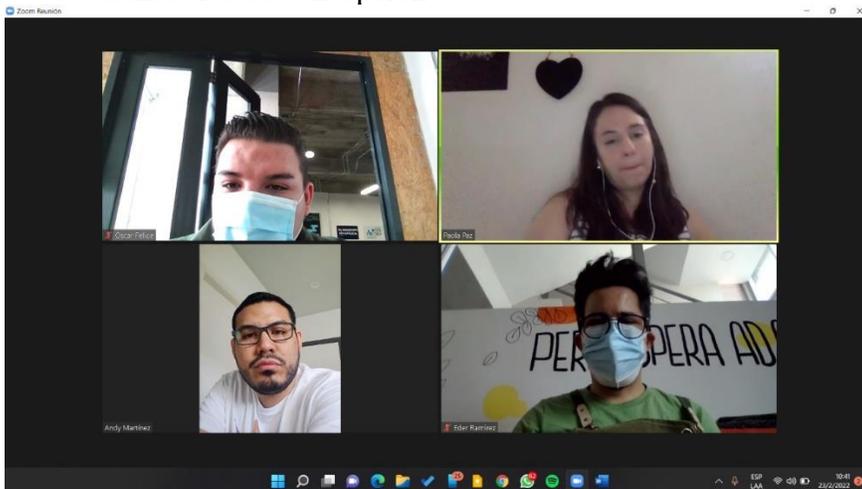




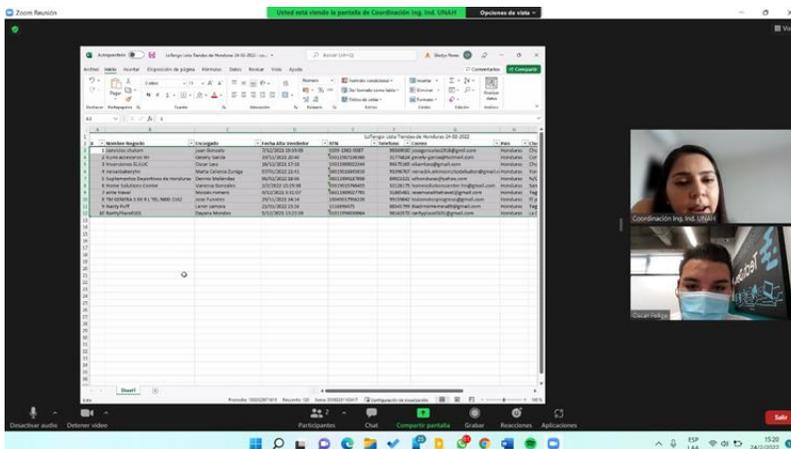
### Reunión con Ana María Cardona | Spark



### 6. Ganadores de concepción



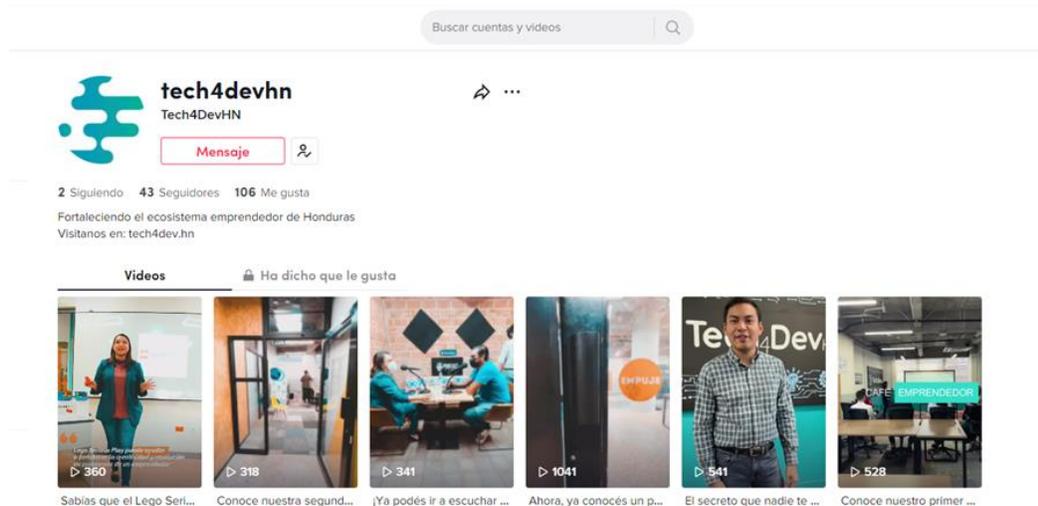
### 7. Reunión con Gladys | LoTengoApp



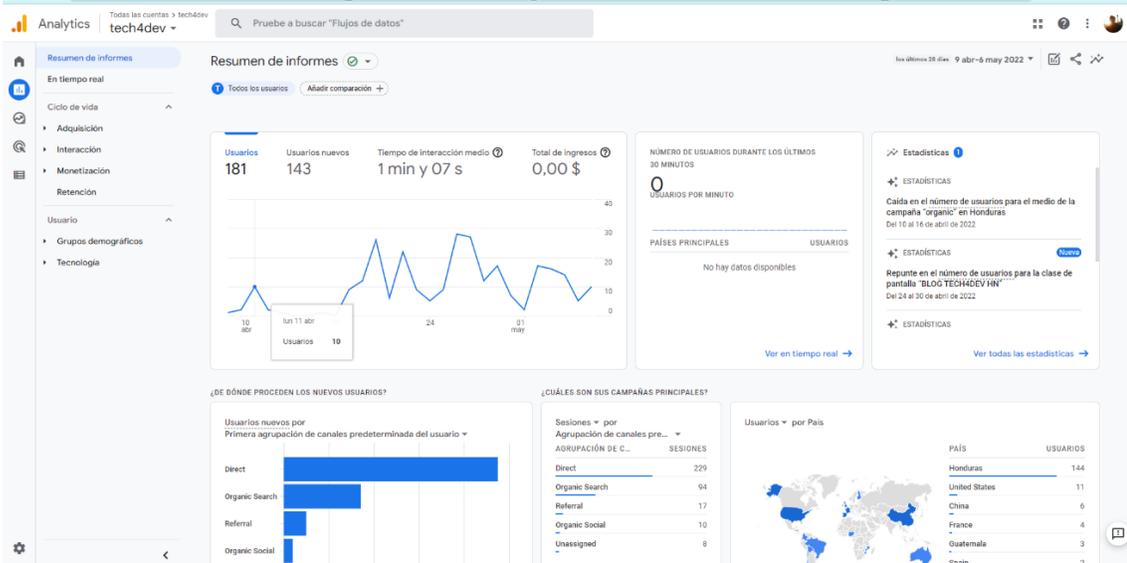
8. Grabaciones de de las imágenes transmitidas en el demo day



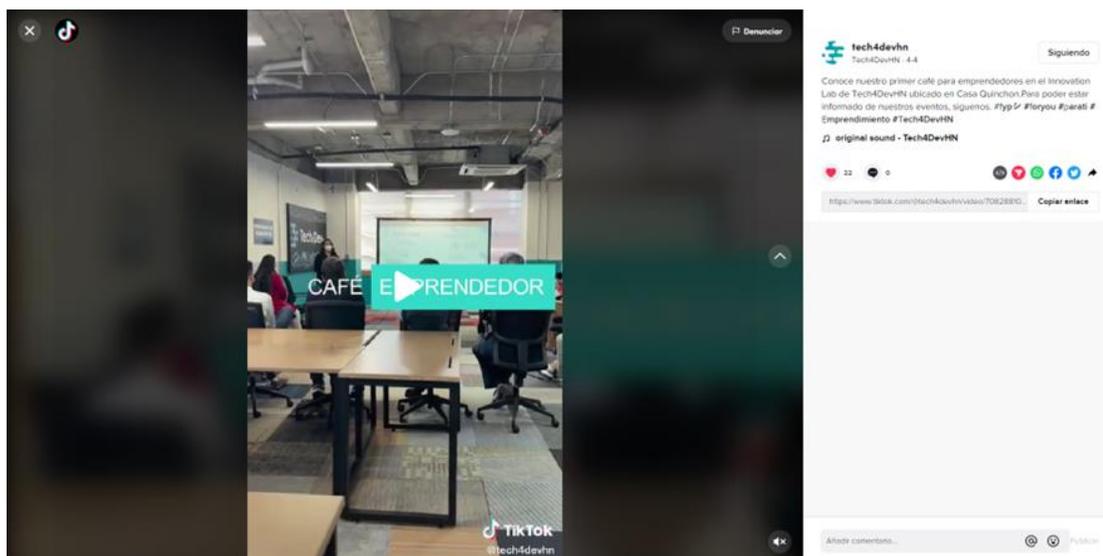
## 9. Demostración de la integración de nueva red social en Tech4DevHN



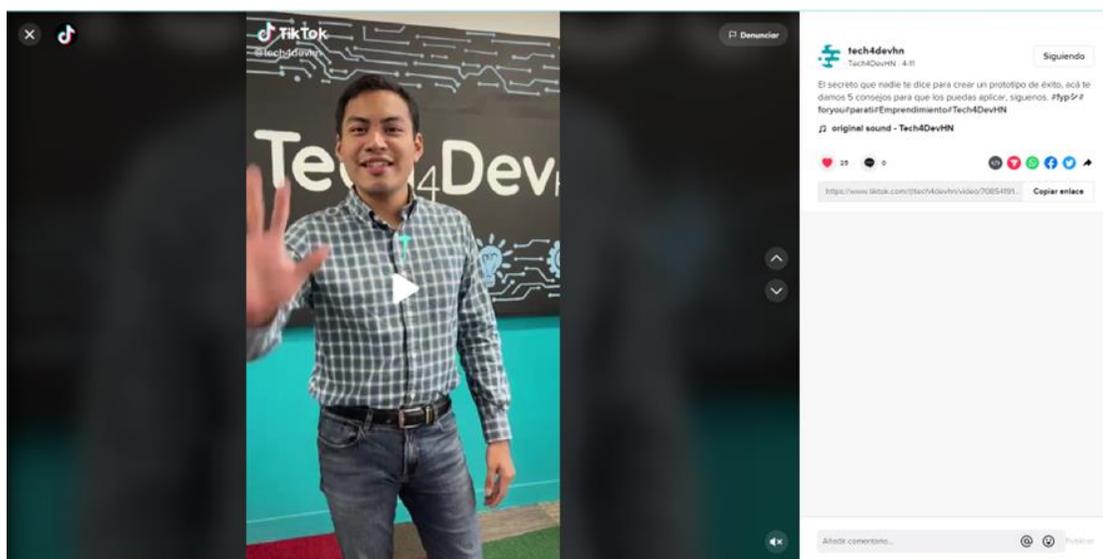
## 10. Crecimiento de las plataformas digitales los días en donde se publican los tiktos



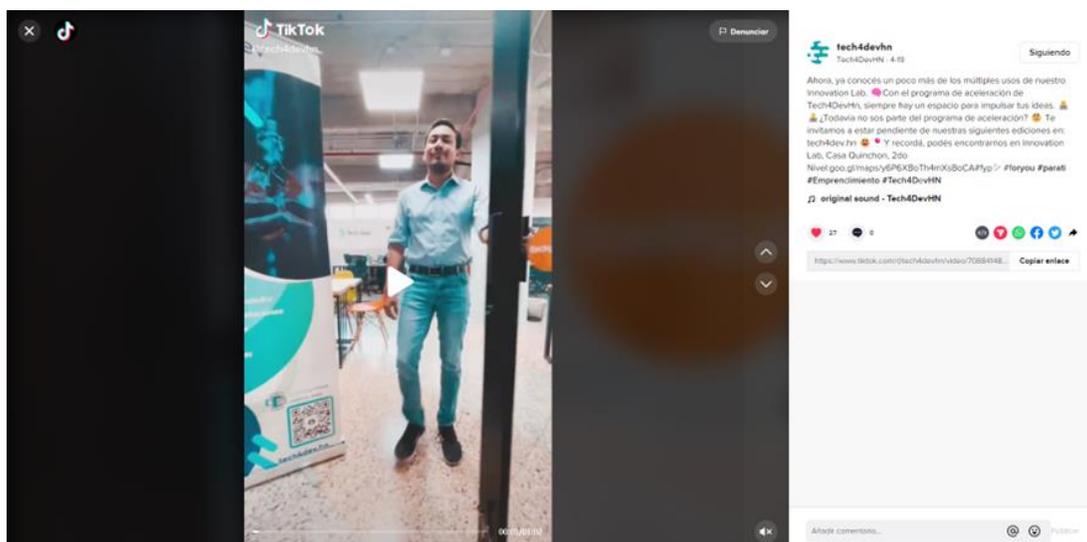
## 11. Primer video de TikTok



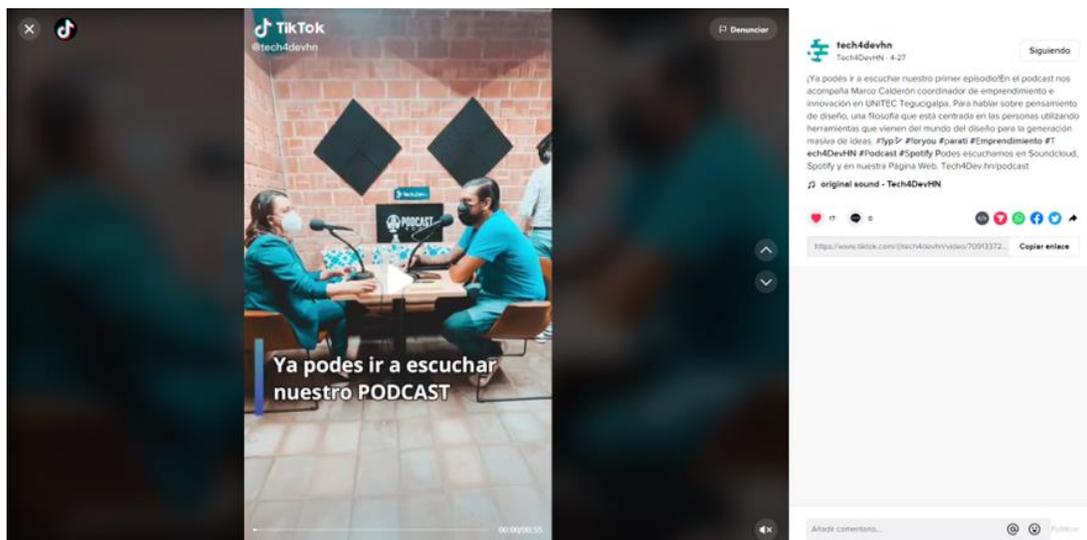
## 12. Segundo video de TikTok



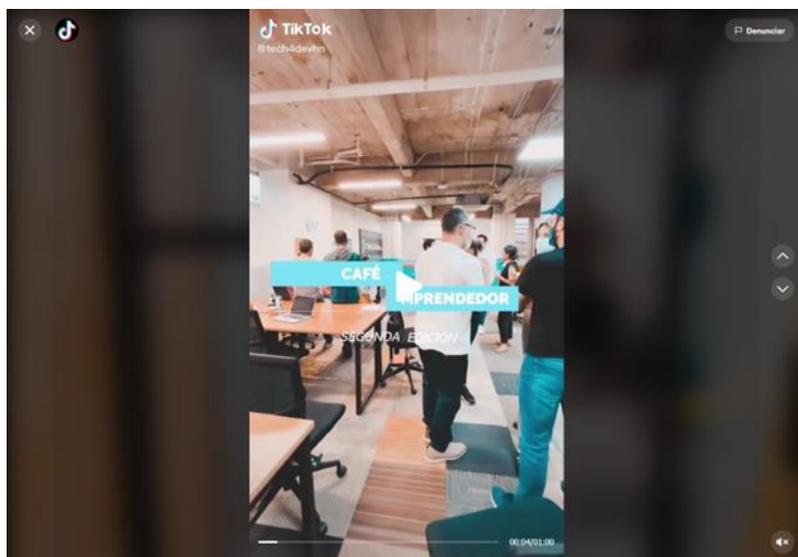
## 13. Tercer video de TikTok



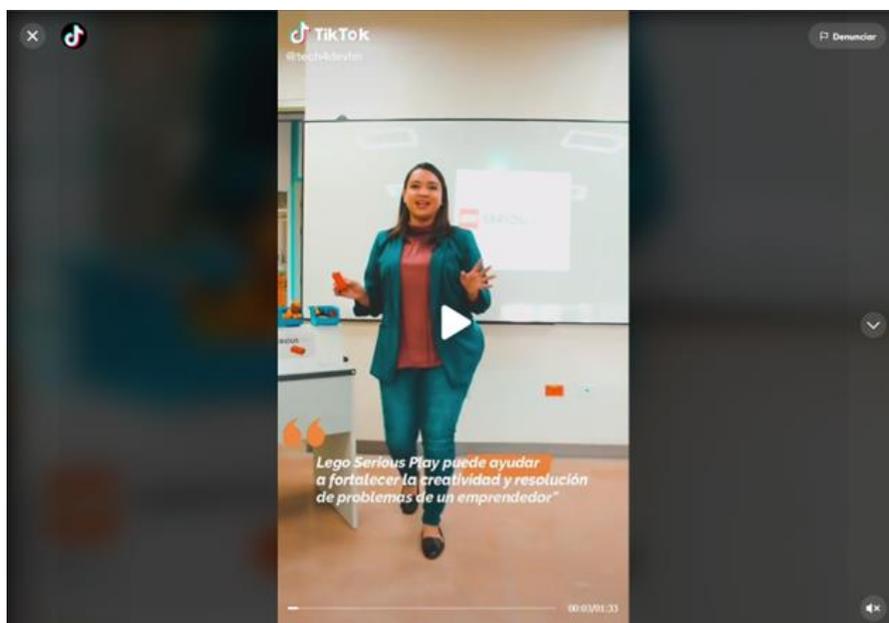
## 14. Cuarto video de TikTok



## 15. Quinto video de TikTok



## 16. Sexto video de TikTok



## 17. Pases de aula en documentos Excel



Excel Eventos CEI y clases de emprendimiento para pasos de aula en CEUTEC SPS Q1 2022(1) e<sup>2</sup> - Guardado

Horarios de pases de aula Tech4DevHN

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
7:00am						
8:30am			Comercio electrónico			
10:10am			Programación III			
						Emprendimiento y gestión de la carrera (Técnicos) (2:00pm)
6:00pm	Comercio electrónico			Gen. Empresas II		
	Gen. Empresas I	Gen. Empresas II (6:30pm) Ceiba		Microprocesadores I (7:00pm)		
7:30pm	Gen. Empresas I (Ceiba (8pm))	Gen. Empresas I	Gen. Empresas II (ing. Software II)			
			Diseño de sist. Electrónicos			
9:00pm						

Leyenda

- Kevin Martínez
- Paola Paz

SPS - Ceiba EVENTOS CEI Q1 2022 Link: CEUTEC SPS\_TECH4DEV

### 18. Glosario de palabras para emprendedores de Tech4DevHN



## Glosario

### STARTUP

Es una empresa de una nueva creación o edad temprana que presenta grandes posibilidades de crecimiento y comercializa productos y servicios a través del uso de tecnologías de la información y comunicación.

### LEAN CANVAS

Es una herramienta de visualización de modelos de negocio pensada para empresas incipientes. Se enfoca en la metodología lean startup, centrada en generar nuevas ideas y llevarlas a prototipado para verificar si el mercado está en búsqueda de las soluciones que usted está proponiendo.

## Glosario

### BUSINESS CANVAS

Es un modelo ideal para determinar y crear modelos innovadores con el objetivo de generar valor para los clientes, definiendo y creando modelos de negocio innovadores a través de cuatro grandes áreas que se desarrollan en nueve divisiones, apartados o casillas.

### CUSTOMER CREATION

Es una fase el trabajo que consiste en crear demanda de nuestro producto y llevarla a nuestros canales de venta. Esta etapa se fundamenta en el primer éxito de la empresa en la etapa anterior en la que ya se ha vendido el producto a los primeros clientes.

## Glosario

### BUYER PERSONA

Es un perfil ficticio del **cliente** ideal de una determinada **empresa**. Se construye en base a diferentes datos reales de los **consumidores** y permite captar a un mayor número de **clientes potenciales** para que consuman el **bien** o **servicio** comercializado.

### LEAN STARTUP

Es una metodología de negocios que aporta un **marco de planificación y actuación de rápida acción y reacción**. Favorece al máximo el testeo de la oferta con público real lo más rápido posible y su optimización en función del *feedback* del mercado.

## Glosario

### COMPANY BUILDING

Es un modelo de innovación en el cual empresas ya consolidadas generan startups o spin-offs a partir de nuevas ideas de negocios aprovechando los recursos y conocimiento internos que se tienen, construyendo un equipo y dirigiéndolo para el desarrollo y escalamiento del nuevo negocio.

### IPO'S

Es una sigla en inglés que representa "Oferta Pública Inicial", significando el momento en que una empresa concreta la venta de fragmentos de su composición al mercado abierto de acciones, permitiendo que cualquier persona pueda adquirir partes de la compañía.

## Glosario

### DESIGN THINKING

Es una metodología que utiliza herramientas del mundo del diseño y la creatividad para descubrir cuáles son los problemas reales de los usuarios y plantear ideas innovadoras que supongan una solución.

### BRANDING

Está conformado por un conjunto de acciones relacionadas con el posicionamiento, el propósito y los valores de una marca. Su objetivo es crear conexiones conscientes e inconscientes con el público para influir en sus decisiones de compra. En otras palabras, el branding se centra en hacer conocida y deseada una marca, así como en ejercer una imagen positiva en la mente y el corazón de los consumidores.



## Glosario

### UX UI

El diseñador UX es responsable de toda la experiencia del usuario y de la comprensión de las necesidades del usuario; también ayuda a encontrar soluciones para mejorar esta experiencia. El diseñador UI, por otro lado, contribuye a la experiencia visual de los usuarios.

### LANDING PAGE

Es una página dentro de un sitio web, desarrollada con el único objetivo de convertir los visitantes en Leads o prospectos de ventas por medio de una oferta determinada. Generalmente tiene un diseño más sencillo con pocos enlaces e informaciones básicas sobre la oferta, además de un formulario para realizar la conversión.



## Glosario

### INBOUND MARKETING

Es una **metodología que combina técnicas de marketing y publicidad no intrusivas** con la finalidad de **contactar con un usuario al principio de su proceso de compra y acompañarle hasta la transacción final.**

### PRICING

Es el arte y la ciencia de comprender cuánto un cliente estaría dispuesto a pagar por un producto o servicio, intentando obtener el máximo margen de utilidad posible de éste.



## Glosario

### GROWTH HACKING

Consiste en **hacer crecer el volumen de usuarios, las ventas o los impactos de un producto de la forma más rápida y más económica posible (y con menos recursos posibles)**.

### PITCHING PARA STARTUPS

Es una breve presentación en la que se da una visión general de un negocio a los inversores. En este tipo de exposiciones se suele mostrar el producto, compartir el modelo de negocio, analizar la estrategia de monetización y presentar al equipo, entre otras cosas.



## Glosario

### MVP

MVP es el acrónimo de "Minimum Viable Product" que, en español, significa "Producto Mínimo Viable". No es más que la versión más sencilla de un producto y, por tanto, presenta sus funcionalidades más básicas. Funciona como prueba para validar la idea, aplicabilidad y adherencia de un producto en el mercado.

### PROTOTIPO

Es un primer modelo que sirve como representación o simulación del producto final y que nos permite verificar el diseño y confirmar que cuenta con las características específicas planteadas.



## Glosario

### SOSTENIBILIDAD

Es un proyecto productivo que en el corazón de su modelo de negocios combina el objetivo de generar retorno económico y, a la vez y con la misma importancia, impacto positivo en el ambiente y la sociedad.

### APALANCAMIENTO

Es una estrategia utilizada para aumentar las ganancias y pérdidas de una inversión. Consiste en utilizar créditos, costes fijos o cualquier otra herramienta a la hora de invertir que permita multiplicar la rentabilidad final de esa inversión, ya sea positiva o negativamente.



## Glosario

### INVERSIONISTA

Es aquella persona natural o jurídica que compromete parte o todo su **capital** a la adquisición de **títulos financieros**. Esto, con el objeto de obtener ganancias.

### NETWORKING

Se basa en establecer una red de contactos profesionales que permita dar a conocer un negocio, los productos o servicios que se ofertan, el perfil profesional de una persona, entre otras características particulares de una **empresa** o profesional independiente.

 Tech.Dev

## Glosario

### INCUBADORA

Son organizaciones que ofrecen asesoramiento para transformar una idea en un proyecto de negocio viable. Se trata de brindar una serie de servicios que ayuden a los emprendedores a desarrollar un modelo de negocio y que este pueda acudir posteriormente a rondas de financiación.

### ACELERADORA

Es una entidad privada que invierte en Startups y empresas que están surgiendo, ofreciendo soporte de gestión y orientación de profesionales calificados, para que el nuevo negocio pueda crecer y alcance otro nivel más rápido del que conseguiría sin ayuda.

 Tech.Dev

## Glosario

### CROWDFUNDING

Consiste en pedir financiación colectiva a través de internet con el fin de lograr los recursos necesarios para poner en marcha diversos proyectos empresariales sin tener que acudir a bancos o financieras.

### CROWDLENDING

Son pequeños inversores particulares que ofrecen financiación a pymes o pequeños emprendedores a cambio de un tipo de interés. Es una alternativa a los préstamos tradicionales de las entidades bancarias.

 Tech.Dev

## Glosario

### COWORKING

Es una forma de trabajo que permite que diferentes profesionales, emprendedores y pymes compartan un espacio laboral para el desarrollo de sus proyectos profesionales. Los empleados se benefician de una comunidad multidisciplinar que potencia proyectos conjuntos.

### CAPITAL SEMILLA

Se trata de las primeras inversiones que se realizan cuando el proyecto arranca y no tienen claro su modelo de negocio. Se refiere sobre todo a las startups, que no suelen acudir a métodos de financiación tradicionales y son los llamados business angels los que se suelen encargar de estas aportaciones a través de participaciones en estas empresas.



## Glosario

### BUSINESS TO BUSINESS (B2B)

Son operaciones económicas entre empresas que desarrollan productos o servicios para que sean consumidos por estas organizaciones. Por ejemplo, la relación entre un fabricante y el distribuidor de un producto y también la relación entre el distribuidor con el comercio minorista, pero no entre una empresa y su consumidor final, que sería denominado business to consumer.

### STORYTELLING

Es la habilidad para contar historias, pero en el mundo de los negocios. Una empresa siempre tiene que tener un relato que explicar, con los comienzos, los objetivos, los sueños. Es la mejor manera de conectar con los clientes, de generar simpatía entre los consumidores, que harán suya esa historia.



## Glosario

### TARGET

Una de las claves de cualquier negocio: saber cuál es el público objetivo al que va dirigido un determinado producto o servicio. Realizar un estudio de mercado previo es importante para dibujar el perfil del consumidor, conocer sus necesidades.

### SPIN-OFF

Se trata de un proyecto que surge como extensión de otro anterior, o de una empresa a partir de otra por la división de un departamento para funcionar como empresa.



## 19. Ejecución del plan de acción de satisfacción

The screenshot shows an Outlook window with a list of sent emails on the left and a detailed view of an email on the right. The email is from Oscar Felipe Pérez Martínez to Rivera Era Jessie Paola and Kevin Fabricio Martínez Cruz. The subject is 'Correo de invitación para realizar una breve encuesta.' The body of the email includes a greeting, a reminder to respond to a survey, and a link to the survey: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdmZ\\_gm9XRLAkr5ux6023Hh6T9pd\\_IBabOOuqECKMfVQ/viewform?usp=cf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdmZ_gm9XRLAkr5ux6023Hh6T9pd_IBabOOuqECKMfVQ/viewform?usp=cf_link). The survey is titled 'Encuesta general de satisfacción del programa de aceleración'.

The screenshot shows an Outlook window with a list of sent emails on the left and a detailed view of an email on the right. The email is from Oscar Felipe Pérez Martínez to Rivera Era Jessie Paola and Kevin Fabricio Martínez Cruz. The subject is 'Correo de invitación para realizar una breve encuesta.' The body of the email includes a greeting, a reminder to respond to a survey, and a link to the survey: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdmZ\\_gm9XRLAkr5ux6023Hh6T9pd\\_IBabOOuqECKMfVQ/viewform?usp=cf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdmZ_gm9XRLAkr5ux6023Hh6T9pd_IBabOOuqECKMfVQ/viewform?usp=cf_link). The survey is titled 'Encuesta general de satisfacción del programa de aceleración'.

## 20. Seguimiento de startups (Nacimiento y persistencia)

## Introducción

En el siguiente trabajo se presenta un manual para poder dar a conocer la estructura que llevará la calendarización para vinculación y plan de objetivos, lo que se debe de entregar, lo que debe de llevar cada entregable para llevar un control más organizado y tener una mejor revisión en los entregables de vinculación y cumplimiento de objetivos.



## Vinculación y plan de objetivos

El proceso de seguimiento consta de:

1 seguimiento semanal donde presentarán avances de resultados, métricas de crecimiento, estadísticas, tablas gráficas.

1 llamada de 20 minutos con cada equipo para revisar y presentar los avances que trabajaron.

1 seguimiento mensual donde presentarán las correcciones y un reporte más estructurado.

EL horario disponible para agendar las reuniones, será por medio de un link de calendly.



## Vinculación y plan de objetivos

Lo que debe de llevar el reporte semanal es:

Debe de estar enfocado en las cosas que trabaje, que estoy trabajando y en las que voy a trabajar: Lo que hice, lo que estoy haciendo y lo que hare.

Por escrito todo lo que fue hablado en la reunión que tendremos.

Para un mejor control de seguimiento.

El seguimiento que se hará cada semana es para ver los avances, resultados y correcciones de los entregables para vinculación y el plan de objetivos.





## Vinculación y Plan de Objetivos

Cada reporte, se debe de enfocar en los avances corregidos para la medición de resultados y mejoras.

Para llevar un control de calidad, en los avances presentados.

Asignar un apartado para retos y dificultades en los reportes entregados.

Tech.Dev

## Vinculación y Plan de Objetivos

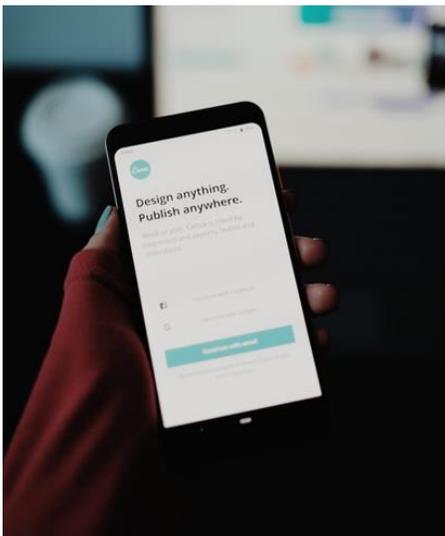
El proceso de vinculación consta de:

1. La primera reunión será para revisar el plan de objetivos.

2. La segunda reunión será para revisar el documento de objetivos.

3. La tercera reunión será para que hagan la entrega del tercer documento.

Tech.Dev



## Proceso de la calendarización

1 llamada por equipo (el día y el horario estará disponible en calendly)

1 grupo de whatsapp por equipo para tener mejor comunicación y resolver dudas.

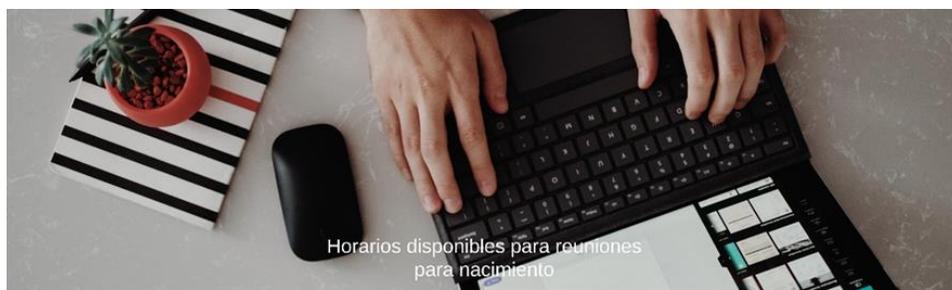
1 entregable por semana con los avances obtenidos.

Seguimiento de lunes a viernes.

Se van a trabajar 30 minutos con cada startups.

9 startups para nacimiento y 4 para persistencia

Tech.Dev



Horarios disponibles para reuniones  
para nacimiento

**Lunes 25 de abril del 2022**

1:00pm a 1:20pm |  
1:30pm a 1:50pm |  
2:00pm a 2:20pm |

**Martes 26 de abril del 2022**

2:30pm a 2:50pm |  
3:00pm a 3:20pm |  
3:30pm a 3:50pm |

**Miércoles 27 de abril del 2022**

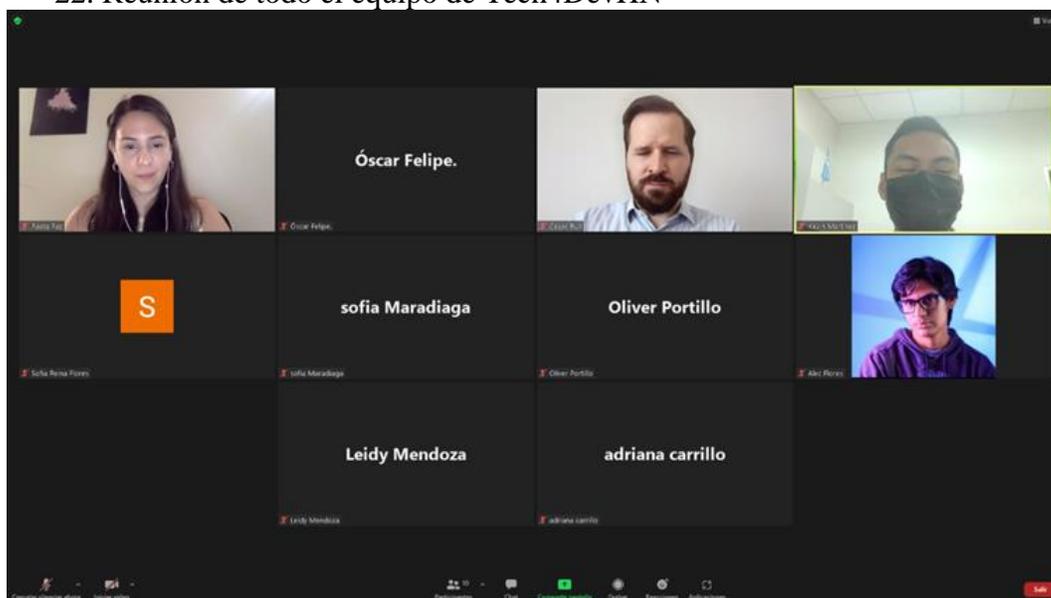
4:00pm a 4:20pm |  
4:30pm a 4:50pm |  
5:00pm a 5:20pm |



## 21. Presentación de los talleristas en el evento de Connect Cowork



## 22. Reunión de todo el equipo de Tech4DevHN



## 23. Café Emprendedor I &amp; II edición



## INSTITUCIONES EN HONDURAS QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO



## INSTITUCIONES EN HONDURAS QUE APOYAN EL EMPRENDIMIENTO

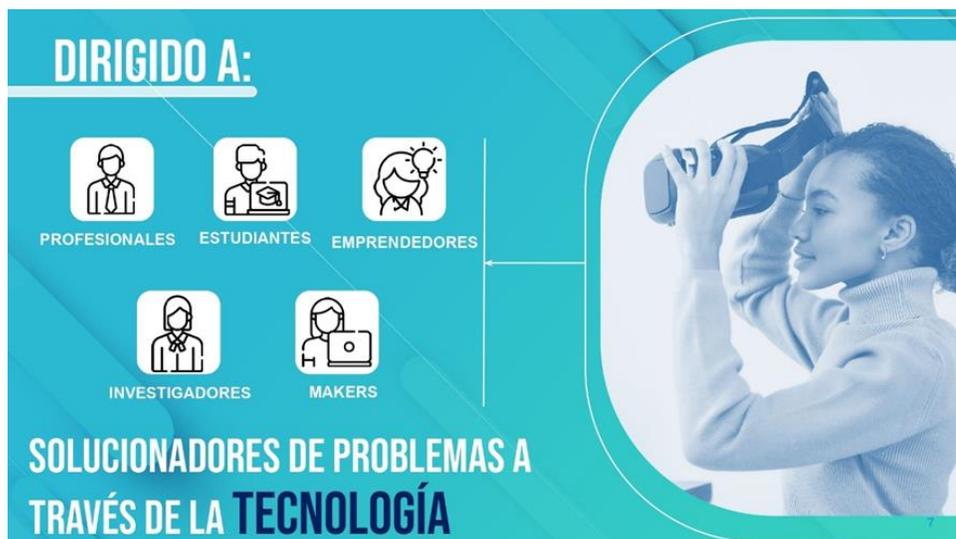
Honduras Digital Challenge es un programa de incubación para emprendimientos de base tecnológica. HDC brinda las herramienta y el apoyo necesario para las personas que quieren desarrollarse como profesionales en especial, como emprendedores.



Se enfoca en incentivar el interés por la educación y la investigación, promover la cultura de investigación científica y desarrollo tecnológico en el país, y apoyar la investigación aplicada para la búsqueda de soluciones óptimas a los problemas complejos que enfrenta la sociedad.



T&M (Thinkers & Makers) es una organización enfocada en la educación y entrenamiento para transformar carreras e impulsar negocios mediante bootcamps interactivos de tecnología y negocios. Son una comunidad que construye conocimiento de ciencia, tecnología, innovación, emprendimiento y negocios.





## PRODUCTOS Y SERVICIOS DE

- ### 1. Espacio Maker HONDURAS



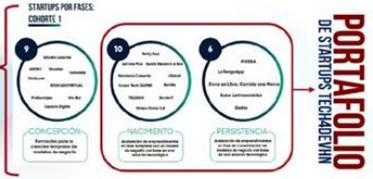
Enlace del sitio web

Whitepaper Fabricación Digital en Honduras
- ### 2. Premio a la innovación tecnológica



Enlace del sitio web

Ganadores: 
- ### 3. PROGRAMA DE ACELERACIÓN



STARTUPS POR FASES: CONCRETE 1

PORTAFOLIO DE STARTUPS TECH4DEV HN
- ### 4. Innovation Lab



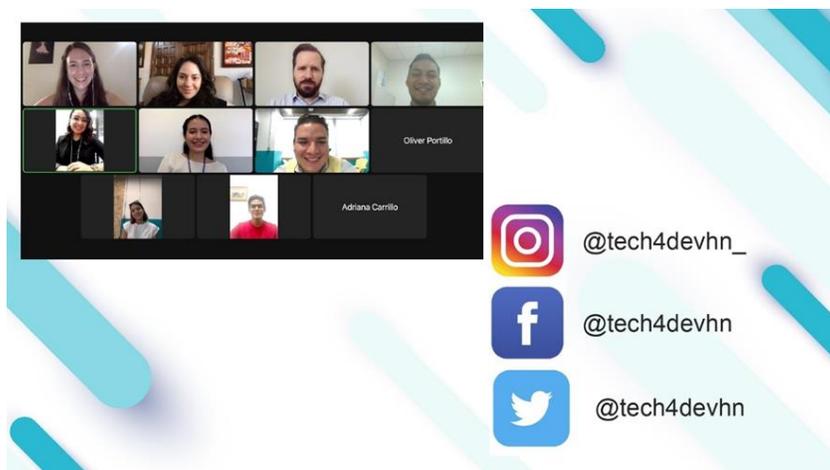
## PRODUCTOS Y SERVICIOS DE

- ### 1. Espacio Maker HONDURAS



Enlace del sitio web

Whitepaper Fabricación Digital en Honduras



## 24. Resultados de encuestas de satisfacción “concepción” y “nacimiento y persistencia”



## INTRODUCCIÓN

A continuación, se exponen los resultados obtenidos de las encuestas de satisfacción del programa de aceleración, las cuales fueron enviadas a 21 startups de concepción, obteniendo respuesta de solamente 5/21.

De igual manera, se enviaron los recordatorios programados con un plazo de 1 mes para poder realizarla.

 Tech4Dev

## ENCUESTA GENERAL DEL PROGRAMA

Se realizó una encuesta en relación al:

- Proceso del programa
- Comunicación con las startups
- Analizar la información & formación
- Satisfacción del programa de aceleración

 Tech4Dev

## Ciudad

<p>COMMIS HONDURAS Tegucigalpa</p>	<p>PAINTIFY Tegucigalpa</p>	<p>OGR INDUSTRIES Tegucigalpa</p>
<p>HIDROPONICOS PUNTO FRESCO La Labor Ocotepeque</p>	<p>PHARUS Tegucigalpa</p>	



## Experiencia

¿Cómo evalúa su experiencia formando parte del programa de aceleración de Tech4DevHN?

<p>COMMIS HONDURAS ★★★★★</p>	<p>PAINTIFY ★★★★★</p>	<p>HIDROPONICOS PUNTO FRESCO ★★★★★</p>
<p>OGR INDUSTRIES ★★★★★</p>	<p>PHARUS ★★★★★</p>	







## Recomendación

¿Recomendaría a Tech4DevHN a otros emprendedores?

<p>COMMIS HONDURAS</p> <p>★★★★★</p>	<p>PHARUS</p> <p>★★★★★</p>	<p>PAINTIFY</p> <p>★★★★★</p>
<p>HIDROPONICOS PUNTO FRESCO</p> <p>★★★★★</p>	<p>OGR INDUSTRIES</p> <p>★★★★</p>	

Tech4DevHN

## ¿Cómo fue su experiencia personal en el programa de aceleración?

<p>EXPERIENCIA PERSONAL COMMIS HONDURAS</p> <p>De mucho aprendizaje pero sobre todo me escucharon bastante.</p>	<p>EXPERIENCIA PERSONAL OGR INDUSTRIES</p> <p>Muy buena, con talleres de mucha ayuda</p>
<p>EXPERIENCIA PERSONAL PAINTIFY</p> <p>Muy buena.</p>	<p>EXPERIENCIA PERSONAL HIDROPONICOS PUNTO FRESCO</p> <p>Única aprendizaje a doble vía</p>
<p>EXPERIENCIA PERSONAL PHARUS</p> <p>Fue una experiencia enriquecedora, los mentores compartieron información valiosa para adquirir nuevas habilidades y estructurar el proyecto.</p>	

Tech4DevHN

**¿Qué crecimiento tuvo su startup en todo el programa de aceleración y cómo aportó Tech4DevHN?**

**CRECIMIENTO STARTUP COMMIS HONDURAS**

Me ayudaron a generar la documentación necesaria donde se plasma toda la información necesaria para desarrollarse como proyecto, por ejemplo el Buyers Persona, planificación de cuentas, founders agreement y con eso pude llevar el proyecto hasta ser un MPV.

**CRECIMIENTO STARTUP OGR INDUSTRIES**

tener la disponibilidad del Innovation Lab como espacio de trabajo

**CRECIMIENTO STARTUP PAINTIFY**

Bastante alto

**CRECIMIENTO STARTUP HIDROPONICOS PUNTO FRESCO**

Mayor apropiamiento del modelo de negocios logrando así ganar concursos a nivel de Centro América

**CRECIMIENTO STARTUP PHARUS**

El proceso nos permitió estructurar facetas importantes del emprendimiento (plan de negocios, definición de medidores, ideas de plan de marketing) y definir la ruta para el desarrollo del proyecto. El crecimiento durante el programa fue de pasar de una idea a un proyecto concreto a desarrollar y esperamos ser parte de la siguiente etapa del proyecto para tener el MVP y hacer los testeos que permitan tener la primera versión de la multiplataforma lista a finales de año.



## Innovation Lab

¿Sabía usted que en el Innovation Lab de Tech4DevHN tiene internet de alta velocidad y espacios para que usted trabaje?

COMMIS HONDURAS

★★★★★

PHARUS

★★★★★

PAINTIFY

★★★★★

HIDROPONICOS PUNTO FRESCO

★★★★★

OGR INDUSTRIES

★★★★★





## Observaciones

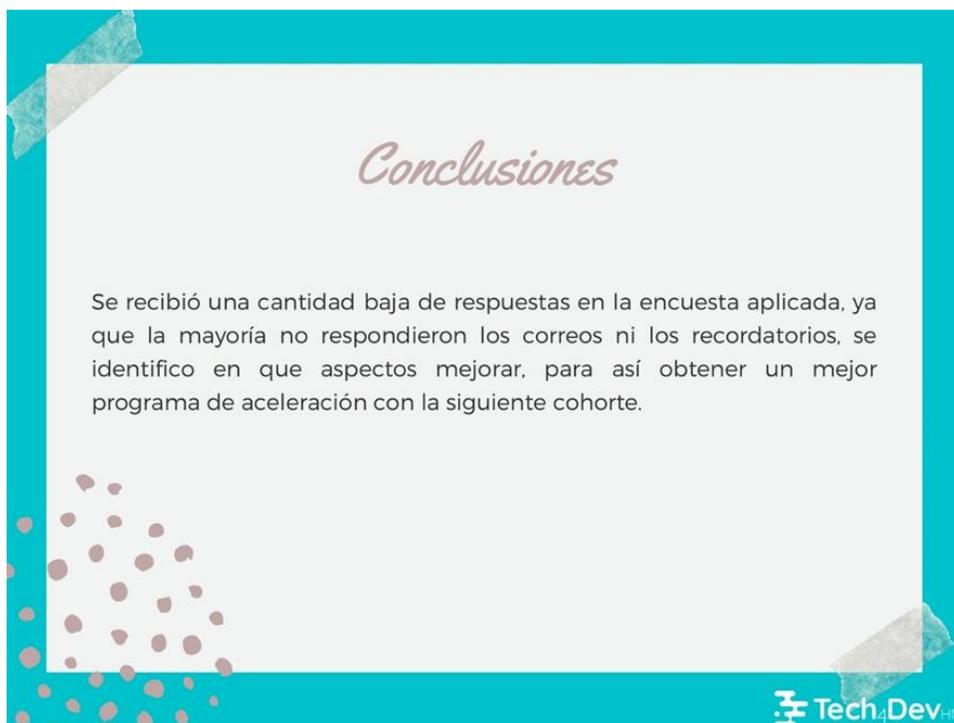
**EXPERIENCIA PERSONAL  
HIDROPONICOS PUNTO FRESCO**

Con Compartan los materiales y nos den un reconocimiento de haber participado en este proceso ya que es un crecimiento profesional

**EXPERIENCIA PERSONAL  
PAINTIFY**

Algunos mentores deben empaparse más sobre el tema de startups.

 Tech.Dev



## *Conclusiones*

Se recibió una cantidad baja de respuestas en la encuesta aplicada, ya que la mayoría no respondieron los correos ni los recordatorios, se identifico en que aspectos mejorar, para así obtener un mejor programa de aceleración con la siguiente cohorte.

 Tech.Dev

## 25. Segunda encuesta





## ENCUESTA GENERAL DEL PROGRAMA

Se realizó una encuesta en relación al:

- Proceso del programa
- Comunicación con las startups
- Analizar la información & formación
- Satisfacción del programa de aceleración

 Tech.Dev

## Ciudad

BRONTE CONNECTION Tegucigalpa	CLOIK SPS	PROFES NINJA Managua, nicaragua
COTIZA SEGUROS ONLINE Tegucigalpa		ESPACIO DIGITAL Tegucigalpa
	REALIDAD VIRTUAL HONDURAS Tegucigalpa	

 Tech.Dev







**¿Cómo fue su experiencia personal en el programa de aceleración?**

**EXPERIENCIA PERSONAL BRONTE CONNECTION**

Los ejecutivos que nos atendieron son muy amables y profesionales, mi única recomendación sería consultar a las startups sobre qué temas les interesan más para los webinar y que se puedan poner en práctica. Esto ayudaría a que la convocatoria sea más alta, notamos una falta de compromiso por otras startups.

**EXPERIENCIA PERSONAL CLOIK**

Mi experiencia personal no ha sido la mejor. Este ha sido un programa lleno de retos porque siento que han estado desorganizados. Nos han hecho llenar la misma información varias veces lo que me da a entender que no son organizados y no llevan expedientes por cada startup. El proceso de desembolso de dinero también ha sido largo y la queja más importante es que nunca contestan un mensaje.

**EXPERIENCIA PERSONAL COTIZA SEGUROS ONLINE**

Mi experiencia en General fue buena. Especialmente con la asignación del Mentor, creo que esta fue la mejor parte de todo el proceso, era una persona con mucha experiencia de startups y conocimientos. Me ayudo a ordenar un poco mis ideas y a hacer recomendaciones y sugerencias para los planes que yo tenía. También ayudo bastante en abrir nuevas puertas y usó sus conexiones para generar oportunidades de networking y oportunidades de nuevos caminos a explorar. En cuanto a los talleres tipo webinar, creo que son útiles en general pero si recuerdo que hubieron varias cancelaciones. Se que no logre atender muchos pero los que si logre ingresar dan muy buenos resúmenes de conceptos importantes para emprendedores. Creo también que en este ciclo hubieron muchos cambios internos en unitec lo cual resultó en ciertos atrasos pero imagino que no es lo normal. En cualquier caso, quiero resaltar el buen trabajo del mentor y las horas dedicadas a reuniones conmigo. En mi opinión este es uno de los mayores beneficios para los emprendedores ya que abre un espacio para hacer preguntas y discutir ideas de manera libre y en confianza, recibiendo asesoría y guía de alguien que generalmente tiene mucha experiencia y buenos consejos.



**¿Cómo fue su experiencia personal en el programa de aceleración?**

**EXPERIENCIA PERSONAL ESPACIO DIGITAL**

La experiencia en el programa ha sido satisfactoria, el seguimiento por parte de los mentores, la asesoría uno a uno han aportado mucho a nuestro emprendimiento.

**EXPERIENCIA PERSONAL REALIDAD VIRTUAL HONDURAS**

Me encanto que los temas en las charlas, fueron muy acertados para implementarlos en la etapa que esta nuestra StartUp, por eso los percibi de mucho valor.

**EXPERIENCIA PERSONAL PROFES NINJA**

A nivel personal fue una experiencia interesante, apporto mucha perspectiva, creo que fui uno de los pocos en este cohorte que no era de Honduras, y la perspectiva del avance en otros países sin duda que beneficia significativamente. Poder tener acceso a información es muy relevante también, aunque la información esta en internet, no hay como tener a un experto(a) a quien poder hacerle preguntas y resolver tus dudas en el momento.



**¿Qué crecimiento tuvo su startup en todo el programa de aceleración y cómo aportó Tech4DevHN?**

**CRECIMIENTO STARTUP BRONTE CONNECTION**

La mentoría nos ayudo mucho a cuestionarnos nuestro propósito tomar algunas decisiones importantes para el futuro de la empresa. ¡Nos enfocamos más!

**CRECIMIENTO STARTUP PROFES NINJA**

El segmento que mas tuvo impacto fue el programa de mentorías. hubiera sido interesante poder disponer del fondo y las mentorías al mismo tiempo. esto hubiera facilitado el ejercicio, fomentando el análisis e incluso generar un impacto mucho mas significativo y notable en mi startup. No obstante, poder tener a alguien dedicado exclusivamente a mi proyecto genero muchos cambios que culminaron en nuevas formas de operar y reconocer áreas de mejora dentro de la startup.

**CRECIMIENTO STARTUP REALIDAD VIRTUAL HN**

Fue mas en la organización interna y a nivel comercial que medimos una mejora.

**CRECIMIENTO STARTUP CLOIK**

No hemos podido continuar porque dependemos del desembolso

**CRECIMIENTO STARTUP COTIZA SEGUROS**

La startup tuvo crecimientos en el area de desarrollo tecnologico y rebranding. Crecimos y mejoramos nuestra experiencia de usuario y logramos cambiar el nombre a la marca, lo cual ya estamos viendo los efectos positivos. Tambien tuvimos la oportunidad de crecer en el area de analisis de datos y mejorar la relación entre nuestros datos y los planes de mercadeo.

**CRECIMIENTO STARTUP ESPACIO DIGITAL**

Mejorar nuestro modelo de negocio, mejorar el branding de la marca e impactar en ventas.



## Innovation Lab

¿Sabía usted que en el Innovation Lab de Tech4DevHN tiene internet de alta velocidad y espacios para que usted trabaje?

BRONTE CONNECTION Sí	CLOIK No	PROFES NINJA Sí
COTIZA SEGUROS ONLINE Sí	ESPACIO DIGITAL No	
REALIDAD VIRTUAL HN Sí		



## Observaciones

### EXPERIENCIA PERSONAL BRONTE CONNECTION

El propósito del programa es muy bueno y sobre todo necesario para el país, hay muchas personas con muy buenas ideas y talento en busca de financiamientos y guía para hacerlos crecer. Mi recomendación sería mejorar el contenido de los webinar para hacerlos más atractivos y útiles. Las pymes enfrentamos muchos retos el día a día y es por eso que aunque las ideas de negocio sean buenas la mayoría se rinde.

### EXPERIENCIA PERSONAL PROFES NINJA

Para los próximos cohortes que dispongan de fondo y mentorías, deberían de procurar sincronizar estos procesos y que los futuros participantes puedan sacarle el máximo provecho al programa. Una startup necesita dinero y conocimiento para poder crecer, sin uno de los 2 la dificultad crece exponencialmente.



## Conclusiones

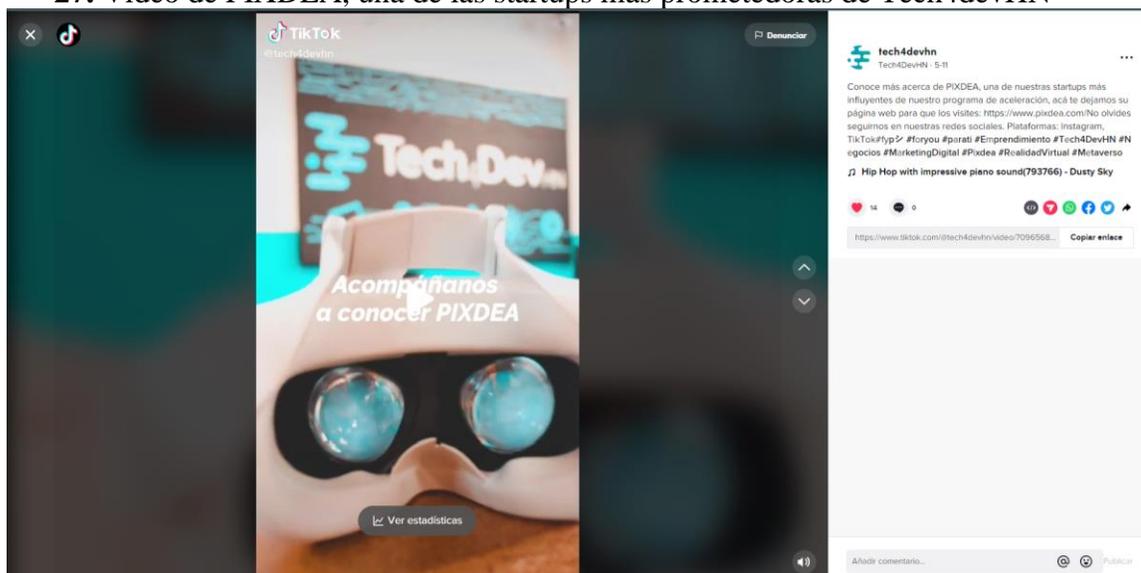
Se recibió una cantidad más alta de respuestas por parte de nacimiento/persistencia, se identifico en que aspectos mejorar, para así obtener un mejor programa de aceleración con la siguiente cohorte.



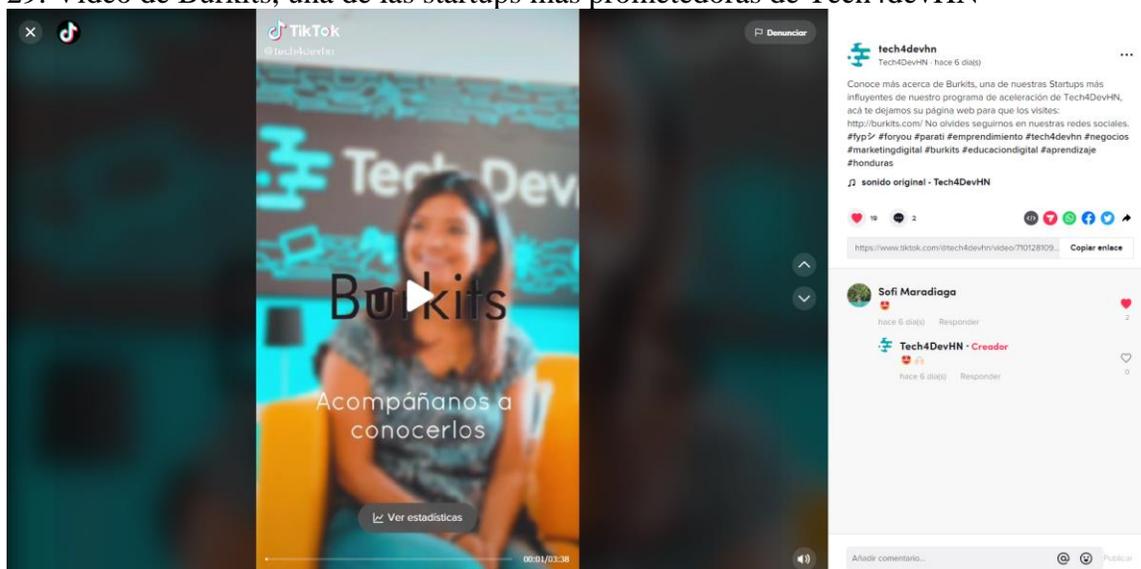
## 26. Video para el Banco Interamericano de Desarrollo



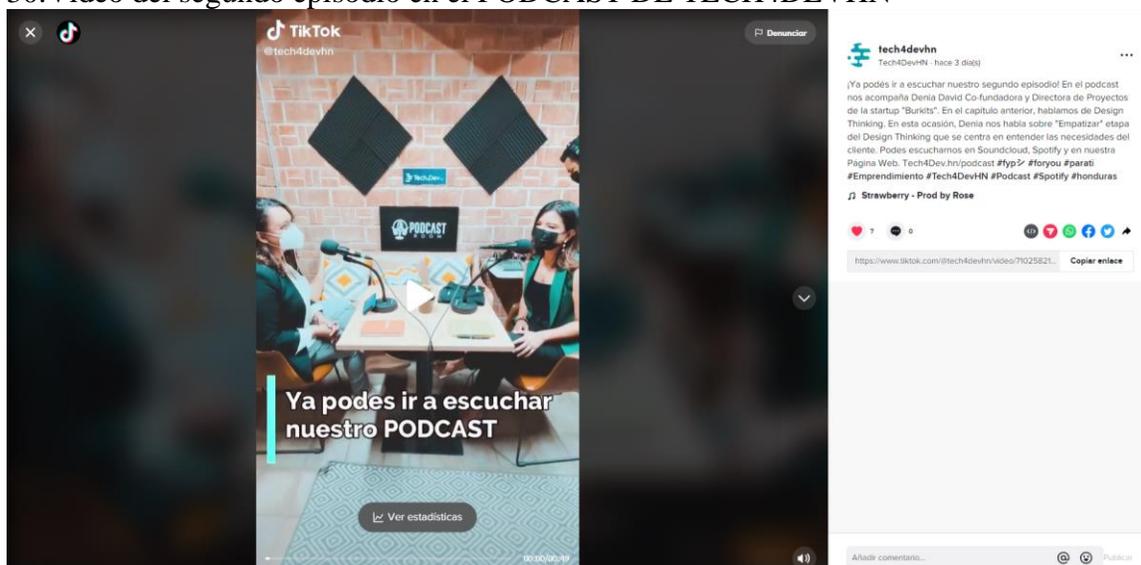
## 27. Video de PIXDEA, una de las startups más prometedoras de Tech4devHN



### 29. Video de Burkits, una de las startups más prometedoras de Tech4devHN



### 30. Video del segundo episodio en el PODCAST DE TECH4DEVHN



### 31. Video del evento de Think Digital

TikTok @tech4devhn

Tech4DevHN

Acompáñanos a conocer sobre Think Digital, el más grande evento de marketing y negocios digitales en Centroamérica

Ver estadísticas

00:01/00:57

tech4devhn Tech4DevHN · 5-17

Acá te compartimos un pequeño resumen del gran evento de Think Digital tan esperado del año, donde Tech4DevHN tuvo el honor de formar parte. Donde conferencistas como Juan Salinas, Dan Tyre, Quikinson Terry, Emily Kirsch, Misi Rodriguez, dieron conferencias de alto valor y contaron sus experiencias en el mundo emprendedor. Siguenos para que no te pierdas todo nuestro contenido. #fyp #foryou #parati #emprendimiento #tech4devhn #negocios #marketingdigital #thinkdigital

Epic · Joystick

<https://www.tiktok.com/@tech4devhn/video/7098804...> Copiar enlace

Añadir comentario... Publicar