



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**IMPACT HUB TEGUCIGALPA**

**SUSTENTADO POR:**

**ALEXANDRA NICOLLE BARAHONA CHAVARRÍA**

**21641142**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE**

**LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A.**

**ABRIL, 2022**

## Índice

ÍNDICE.....	I
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTOS.....	IV
RESUMEN EJECUTIVO .....	V
INTRODUCCIÓN.....	VII
CAPÍTULO I.....	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL .....	1
1.1.1 Objetivo general .....	1
1.1.2 Objetivos específicos.....	1
1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA .....	1
1.2.1 Reseña histórica.....	1
1.2.2 Misión.....	3
1.2.3 Visión .....	3
1.2.4 Valores.....	3
CAPÍTULO II.....	4
2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA .....	4
2.1.1 Desarrollo de Portfolio de Servicios.....	4
2.1.2 Comunidad virtual .....	5
2.1.3 Moderar módulos de proyectos en desarrollo.....	5
2.1.4 Lanzamiento de la Alianza Estratégica .....	6
CAPÍTULO III .....	9
3.1. PROPUESTA DE MEJORA IMPLEMENTADA.....	9
3.1.1. Propuesta 1: Canva Pro, una herramienta de diseño gráfico en línea.....	9
3.1.1.1. Antecedentes.....	9
3.1.1.2. Descripción de la propuesta.....	10
3.1.1.3. Impacto de la propuesta.....	11
3.2. PROPUESTA DE MEJORA .....	12
3.1.2.1. Propuesta 1: Estrategia de marketing online .....	12
3.1.2.2. Antecedentes.....	12

3.1.2.3. Descripción de la propuesta.....	13
3.1.2.4 Impacto de la propuesta.....	13
CAPÍTULO IV .....	15
4.1. CONCLUSIONES.....	15
4.2. RECOMENDACIONES .....	15
4.2.1. Recomendaciones para la empresa.....	15
4.2.2. Recomendaciones para la institución .....	16
4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes.....	16
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
GLOSARIO DE TÉRMINOS .....	19
ANEXOS .....	21
<i>Anexo 1: Portfolio de Servicios .....</i>	<i>21</i>
<i>Anexo 2: Portfolio de Servicios .....</i>	<i>21</i>
<i>Anexo 3: Presentación de Programa “Propulsión de Impacto” .....</i>	<i>22</i>
<i>Anexo 4: Nota de Prensa .....</i>	<i>22</i>
<i>Anexo 5: Boletines Informativos.....</i>	<i>23</i>
<i>Anexo 6: Creación de contenido para Programa BizNest .....</i>	<i>23</i>
<i>Anexo 7: Presentación de Programa de Mentorías Triple Impacto .....</i>	<i>24</i>
<i>Anexo 8: Lineamientos de Programa Desafío de la Caca .....</i>	<i>24</i>
<i>Anexo 10: Facturas Canva Pro .....</i>	<i>25</i>
<i>Anexo 11: Lanzamiento Alianza Estratégica .....</i>	<i>26</i>
<i>Anexo 12: Apoyo de Taller Modulo de Desarrollo: Value Proposition Canvas.....</i>	<i>26</i>
<i>Anexo 13: Plantillas de Trabajo.....</i>	<i>27</i>
<i>Anexo 14: Listado de Servicios .....</i>	<i>27</i>

## **Dedicatoria**

Se dedica este informe de práctica profesional primeramente a Dios, quien ha permitido culminar un gran paso de mi vida profesional, además de bendecirme con mucha sabiduría y pasión en todo lo que me propongo en hacer.

A sus queridos abuelos, que han hecho su vida universitaria posible, por enseñar que los sueños si se hacen realidad a base de mucha disciplina, dedicación y sacrificio, y siempre han confiado en ella en todo momento.

A su madre, quien ha sido de gran inspiración, cuyas palabras de aliento y apoyo, han llevado a poder completar un éxito más en su vida.

A sus amigos, que la han acompañado en esta trayectoria universitaria, siempre siendo un gran apoyo para que pudiera seguir adelante en todas las etapas de estos cinco años.

## **Agradecimientos**

Se agradece al Lic. Hilda Galo, quien ha sido gran fuente de inspiración, ya que con su experiencia y entusiasmo ha guiado a la practicante a culminar una gran etapa de su vida, asimismo ha creído en su potencial desde el día que la conoció, convirtiéndose en un gran ejemplo a seguir.

Al equipo de Impact Hub Tegucigalpa, por creer en su potencial y haberlo maximizado, asimismo a la empresa, por brindarle la oportunidad de realizar la práctica profesional en tan prestigiosa organización.

A la Lic. Alejandra Danilov, que considera la mejor mentora en su vida profesional, por sus incontables horas de enseñanza, reflexión, y sobre todo el proceso universitario que vivió con ella.

## **Resumen Ejecutivo**

Impact Hub Tegucigalpa, es un actor del ecosistema de emprendimiento en Honduras, teniendo como objetivo formar y conectar emprendedores que transformen problemas socioeconómicos en oportunidades de negocio, algunas con enfoques sociales o ambientales, por otro lado, ofrecen espacios de colaboración y brindan servicios corporativos que están en búsqueda de desarrollar a emprendedores y convertirlos en nuevas oportunidades de empleos y crecimiento.

En este informe se expone cada actividad realizada dentro de la empresa Impact Hub Tegucigalpa, bajo el puesto de oficial de comunicaciones y mercadeo, ejerciendo labores en las áreas antes mencionadas, brindando apoyo y trabajando junto con el equipo de programas, debido que la comunicación interna entre ambos equipos es de suma importancia, porque se mantiene una calendarización en conjunto de reuniones, seguimientos a las alianzas, creación de contenido y una continua búsqueda de nuevos programas.

Las asignaciones principales fueron crear un portfolio de servicios, debido que la empresa no manejaba la información de forma condensada, y requería mucho el recurso de tiempo en la búsqueda de la información correspondiente con cada cliente potencial que estuviera interesado en los servicios que ofrecía, por tanto, fue la primera área en que se pudo crear un cambio positivo, con la finalidad de llevar un mejor control de la información de la empresa.

Asimismo, con la intención de mantener un contacto personalizado con la comunidad de los emprendedores, se decidió crear un grupo en el cual Impact Hub Tegucigalpa, pudiera enviar información clave de los programas en desarrollo y futuros para que tuvieran la oportunidad de inscribirse, también ofrecer recursos como plataformas, capacitaciones, talleres, y aprovechar la oportunidad de participar en sesiones de networking entre ellos y de esta forma, aumentar su cartera de contactos estratégicos, con la finalidad de brindar un valor agregado a estos consumidores finales.

Como antes se mencionaba, la empresa cuenta con una cartera amplia de clientes, por tanto, están en constante desarrollo de programas, en los cuales necesitan el apoyo de dar inducciones

por parte del equipo a los nuevos mentores, emprendedores y participantes de las actividades, para dar información a profundidad de lo que se espera de cada uno, en este caso, se moderaban estas inducciones para brindar la información correspondiente y desarrollar con éxito los programas.

El proyecto en el que más se tuvo una participación fue en el desarrollo del lanzamiento de la alianza estratégica entre Impact Hub Tegucigalpa y La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TMS)., iniciando con la búsqueda de colaboradores para el programa a desarrollar y de esta forma, identificar oportunidades para los emprendedores en las diferentes áreas de sus empresas, ya fueran descuentos, patrocinios, capital semilla, entre otros. De manera que existían diferentes perfiles de colaboración que podían ser de gran apoyo, como la difusión de la información a comunidades masivas que cumplían con requisitos asignados y bases de datos de empresas.

Se creó todo el material visual del programa Propulsión de Impacto tales como, boletines de prensa, presentaciones de inducción, kits de bienvenida, artes de posteo, rebranding, y contenido creativo, asimismo, fue un proceso largo y de gran apoyo en esta asignación en específico, bajo la supervisión de la junta directiva de la empresa. El proceso se completó hasta realizar un evento de forma presencial en el Hotel Real Clarión de Tegucigalpa, donde se concretó la planificación del evento y la alianza estratégica entre Impact Hub Tegucigalpa y La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TMS).

## Introducción

El contenido de este informe tiene como finalidad detallar las actividades realizadas de manera profesional dentro de la empresa Impact Hub Tegucigalpa, por un periodo de diez semanas, iniciando el 18 de enero del año presente y finalizando el 4 de abril del mismo, previo a la obtención del título de Mercadotecnia y Negocios Internacionales en la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) Campus San Pedro Sula.

La empresa Impact Hub Tegucigalpa ha permitido desarrollar una práctica profesional en el área de Comunicaciones, ocupando el puesto de oficial de comunicaciones y mercadotecnia en el cual se desarrollarán actividades relacionadas a las comunicaciones internas y externas de la empresa, campañas de marketing digital para diferentes proyectos, seguimiento con su comunidad, entre otras actividades dentro de las mismas. Impact Hub Tegucigalpa, es una comunidad global de emprendedores que se encuentra en más de 100 ciudades a nivel mundial. La sede de Tegucigalpa es la primera en Honduras, siendo la más nueva en Centroamérica. Su objetivo es formar y conectar emprendedores que transformen problemas socioeconómicos en oportunidades de negocio, algunas con enfoques sociales o ambientales.

El informe se estará desarrollando en cuatro capítulos para brindar información correspondiente sobre la empresa y la cronología de las actividades realizadas. Posteriormente, el primer capítulo consta de la información introductoria de la empresa y los objetivos de la práctica profesional dentro de Impact Hub Tegucigalpa, así como expone: la visión, la misión y los valores. El segundo capítulo detalla todas las actividades que se estarán realizando en el departamento de comunicaciones y mercadeo, otras añadidas, sugeridas por el equipo a través de la observación y el análisis de una mejora continua. El tercer capítulo comprende las propuestas de mejora que sugiere el estudiante para la organización y para finalizar el informe, el cuarto capítulo concluye todo el trabajo dando respuesta a los objetivos establecidos de parte de la organización, las conclusiones y recomendaciones que el estudiante sugiere para todas las partes involucradas en este proceso.

## **Capítulo I**

### **1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

#### **1.1.1 Objetivo general**

Implementar todo el aprendizaje adquirido durante la formación profesional en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales con un enfoque en la aplicación de estas competencias en Impact Hub Tegucigalpa.

#### **1.1.2 Objetivos específicos**

- Aplicar los conocimientos en clases de comercio electrónico y marketing digital al identificar oportunidades en la creación de contenido digital para promocionar los programas y las noticias institucionales.
- Planificar y entregar los principales medios de comunicación, incluyendo sitio web, redes sociales, boletines informativos en línea y comunicados de prensa en el área de redacción creativa.
- Apoyar el área de programas a sobrellevar un mejor canal de comunicación entre la empresa y los emprendedores, aliados y facilitadores.

### **1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA**

#### **1.2.1 Reseña histórica**

En el 2000, un grupo joven e idealista de graduados del Atlantic College de Gales decidió poner a prueba los límites del status quo. Al asegurar el Royal Festival Hall de Londres para un evento del milenio, querían iniciar un debate sobre las conexiones entre los problemas ambientales, sociales y políticos globales, persuadiendo a los ganadores del Premio Nobel y pensadores influyentes para que hablaran. Incluso el Dalai Lama fue alistado para una dirección de video.

Su audacia los invitó a organizar un evento de ONG para la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible de 2002 en Johannesburgo. Pero en lugar de aceptarlo, optaron por crear una alternativa más significativa: una cumbre popular. Unieron fuerzas con activistas locales en Soweto que estaban transformando un terreno baldío en la Montaña de la Esperanza de Soweto, también conocida como 'SoMoHo', un centro de arte, educación ambiental

y comunidad, que eclipsó la cumbre de la ONU y tocó a los jefes de estado, así como al secretario general de la ONU, Kofi Annan.

De vuelta en el Reino Unido, se preguntaron cómo podrían llevar estas perspectivas al mundo del trabajo y, por lo tanto, ayudar a las personas a considerar carreras con más propósito que aborden problemas mundiales urgentes. Al analizarlo, se dieron cuenta: la gente ya estaba tratando de poner en práctica ideas impactantes desde la mesa de la cocina, sin alcanzar su potencial de forma aislada. Su creciente grupo de colaboradores cambió esto en 2005, cuando encontraron un espacio para reunir a estos emprendedores e innovadores aislados: un loft londinense en ruinas que albergaría al precursor de Impact Hub.

El concepto de "The Hub" cobró vida, uniendo a los agentes del cambio con el espacio de trabajo compartido, la comunidad y los eventos necesarios para promover sus ideas y crear nuevas colaboraciones. Pronto transformado con un interior diseñado por la comunidad utilizando materiales reciclados y reutilizados, The Hub satisfizo las necesidades de los creadores de impacto de Londres de un espacio de acción colectiva y se llenó rápidamente.

Meses después, el rápido crecimiento de The Hub hizo que sus anfitriones se acercaran a sus redes, deseosos de discutir cómo apoyar mejor a su comunidad de impacto en expansión. Para su sorpresa, la reunión resultante en 2007 tuvo poco que ver con el apoyo de los miembros, sino que estuvo llena de personas ansiosas por descubrir cómo abrir sus propios Hubs locales en todo el mundo.

Así que el equipo examinó los principios de la creación conjunta del espacio y la construcción de comunidades que nacieron en Soweto y se probaron en Londres, con curiosidad por ver si los Hubs también podrían funcionar en otros lugares. En 2008, había nueve Hubs en tres continentes.

Los nuevos espacios se convirtieron en puntos de encuentro para las personas apasionadas por construir un mundo radicalmente mejor, y los nuevos fundadores de centro de operaciones también se conectaron, buscando inspiración en Londres y viajando a los espacios de los demás para descubrir cómo convertir los desafíos sociales en oportunidades.

Decenas de posibles Hubs surgieron después de un organismo centralizado en Londres, que visualizó la floreciente red de Hubs desarrollándose como franquicias sociales. Pero, en 2010, los equipos fundadores se dieron cuenta: su futuro tenía que ser colectivo.

Esta comprensión condujo a la creación de un modelo de gobernanza democrática de abajo hacia arriba. Cobró vida a finales de 2011, marcando la transformación de los Hubs en un colectivo genuino: uno con una estructura de codirección y prácticas compartidas para dar forma a una nueva forma de hacer negocios juntos, en y para el mundo.

En 2013, la red empoderada reforzó su enfoque en la innovación impulsada por un propósito y, con esto, eligió un nombre más apropiado: Impact centro de operaciones. Durante los siguientes cuatro años, Impact centro de operaciones expandió su alcance global y más que duplicó su comunidad de emprendedores e innovadores a más de 16,000 miembros en todo el mundo. Al inculcar un liderazgo consciente en torno a la innovación social y empresarial, los Impact Hubs inspiran, conectan y permiten un cambio positivo en diversos contextos y economías para demostrar que el futuro de los negocios se encuentra en las ganancias que sirven a las personas y al planeta. En 2018, como una red verdaderamente global, ahora está abordando su próximo desafío: Impacto a escala. (Dogshun, 2018)

### 1.2.2 Misión

Como primer Hub en nuestro Honduras, su deseo es desarrollar emprendedores de triple impacto que transformen al país por medio de la innovación social. Se buscan personas que crean y se identifiquen con la visión. Ser parte de una comunidad de creadores del cambio con más de 17k miembros a nivel mundial.

### 1.2.3 Visión

Una comunidad colaborativa que conecta y desarrolla a emprendedores de Honduras para transformar los problemas socioeconómicos en oportunidades de negocio. Creemos que un mundo mejor es posible si trabajamos todos juntos hacia los mismos objetivos.

### 1.2.4 Valores

- Confianza
- Colaboración
- Coraje

## **Capítulo II**

### **2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA**

El departamento de comunicaciones se encarga principalmente de la comunicación interna y externa de la empresa, siendo el área que presenta todos los programas, actividades, alianzas y convenios a la comunidad global y nacional, para brindar un mejor posicionamiento en Honduras, por otro lado, se mantiene una línea de comunicación activa y bilateral entre los miembros de dicha organización, de manera que la empresa tenga estos pilares fundamentados para proyectar y reforzar su imagen. Esta área trabaja de la mano con el departamento de programas, debido que son ellos quienes brindan la información de los proyectos en desarrollo y futuros.

#### **2.1.1 Desarrollo de Portfolio de Servicios**

Se desarrolla un portfolio de servicios para Impact Hub Tegucigalpa con el fin de brindar información vital de la empresa de una manera formal a los clientes actuales y potenciales que estén interesados en hacer negocios en conjunto. Al utilizar esta gran herramienta, se condensan todos los proyectos, programas y actividades que la empresa ha ido desarrollando en estos años de labor dentro del ecosistema del emprendimiento, además se ahorran recursos y se presenta en un solo documento la información necesaria para ofrecer sus servicios.

En la actualidad, las condiciones del mercado han cambiado, por ende, el uso de las nuevas tecnologías se ha vuelto indispensable, siendo una oportunidad de conectar con clientes actuales y potenciales, lo cual ha permitido ampliar las expectativas de los negocios y ha logrado promover las conexiones a niveles internacionales, de modo que amplía la oferta y demanda del mercado y optimiza todos los recursos disponibles dentro de una organización.

El portfolio de servicios requirió una condensación de los servicios corporativos y de emprendimiento, tales como, los laboratorios de innovación, los programas de emprendimiento (pre-incubación, incubación abierto, incubación corporativo y de aceleración), proyectos a la medida dependiendo de las necesidades del cliente y las capacitaciones en distintas áreas dentro de una empresa.

Asimismo, se incluyeron los programas y proyectos anteriormente desarrollados con otros clientes para que pudieran observar con el tipo de empresas que ha trabajado Impact Hub Tegucigalpa, ejemplificando visualmente los servicios ofrecidos, también las alianzas estratégicas que maneja la empresa y, potencialmente podría ser de gran apoyo como networking para los interesados.

### **2.1.2 Comunidad virtual**

Se desarrolló un grupo en WhatsApp para mantener una comunicación activa, brindar recursos de oportunidad para negocios, compartir nuevos proyectos para las MiPymes interesadas, que esté desarrollando la empresa con aliados internacionales o diferentes actores del ecosistema en Honduras y actividades de crecimiento, con el propósito de brindar un valor agregado a estas empresas.

Es de suma importancia mantener un contacto directo con la comunidad con la que se colabora y brindar un seguimiento cuando finalizan los programas o proyectos, por tanto, con el desarrollo de esta comunidad virtual se mantiene una comunicación directa con los consumidores finales, y de esta forma se aprovecha este espacio para enviar encuestas de satisfacción de los servicios ofrecidos por Impact Hub Tegucigalpa.

Asimismo, es un medio donde los emprendedores pueden desarrollar conexiones estratégicas a nivel nacional, de gran valor para sus negocios, también ofrecer sus servicios y/o productos, por tanto, se vuelve una comunidad muy dinámica y conveniente para los integrantes del grupo.

### **2.1.3 Moderar módulos de proyectos en desarrollo**

El moderador es la persona encargada de facilitar y apoyar al experto que imparte los talleres de los proyectos que la empresa maneja. Dentro de las actividades iniciales de un moderador es crear una agenda para aperturar el evento de bienvenida del programa que se este iniciando en ese periodo, siendo en este caso “Propulsión de Impacto”, un programa facilitado por Impact Hub Tegucigalpa y La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TMS).

Seguidamente, se presentan las actividades a desarrollar dentro de la sesión y las instrucciones que se deben de brindar a los empresarios, luego la agenda es compartida con el experto para que ambos manejen la misma información y sepan a detalle cómo se llevaran a cabo los diferentes puntos a tratar, dejando un tiempo necesario para dialogar entre la moderadora y el experto, en cuestión si tienen dudas sobre la agenda.

Adicionalmente, cuando inicia el taller la moderadora les indica a los empresarios que deben tener su micrófono apagado para mantener una sesión de alto aprendizaje y mejor enfoque, de modo que, si tienen dudas las pueden dejar en la caja de preguntas, para que el experto les pueda brindar una atención personalizada a cada una de ellas en su tiempo asignado, por otro lado, presenta al experto y el tema a desarrollar para dar el inicio al módulo.

Simultáneamente, está encargada de problemas técnicos y del tiempo asignado en el taller para cumplir el horario establecido y desarrollar los temas a tratar por parte del experto. Esta moderación es dos veces por semana, en horarios diferentes, debido que a las empresas las dividen por tracción de ventas, por tanto, existen dos tipos de cohortes, las básicas y avanzadas, siendo un factor determinante para asignar las empresas en cada horario.

#### **2.1.4 Lanzamiento de la Alianza Estratégica**

La empresa Impact Hub Tegucigalpa ha realizado dos programas de fortalecimiento a 200 MiPymes en Honduras, en alianza con La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TMS). El objetivo es dinamizar el ecosistema de emprendimiento y ampliar las oportunidades de negocio a estas empresas seleccionadas, además se realizaron diferentes procesos de coordinación y comunicación entre la empresa y los demás aliados.

De esos programas el más reciente, Propulsión de Impacto, es un programa de incubación de 12 meses, facilitado por Impact Hub Tegucigalpa en alianza con La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TMS), que cuenta con componentes como, el desarrollo de capacidades, acompañamiento, acceso a recursos, conexiones nacionales e internacionales y visibilización.

(Impact Hub Tegucigalpa, 2021). Este lanzamiento se complementa con el programa Propulsión de Impacto, debido que uno de los objetivos del lanzamiento es potenciar a Impact Hub Tegucigalpa como referente técnico de emprendimiento en Honduras, asimismo incentivar a los emprendedores a ser parte de este tipo de programas, posicionándose como un actor clave del ecosistema.

Inicialmente, Impact Hub Tegucigalpa, busco colaboradores claves con bases de datos focalizados en empresas que cumplieran los requisitos del programa Propulsión de Impacto, siendo los requerimientos, tracción de ventas, empresas constituidas o en proceso de constitución, enfocadas en una mejora continua dentro de sus negocios, con dispositivos móviles y conexión a internet para recibir los talleres y mentorías grupales.

Se implementaron presentaciones y recursos adicionales para ofrecer este programa a los colaboradores, donde ellos pudieran manejar esta información de manera interna, de modo que, si no podían apoyar con actividades de socialización, ellos podían difundir esta información a empresas claves que si podían participar. Posteriormente, se creó una campaña de publicidad en redes sociales para alcanzar la meta propuesta, por otro lado, semanalmente se enviaron boletines informativos correspondientes a través de recursos de entrega de correos masivos a la base de datos de Impact Hub Tegucigalpa, donde los emprendedores podían inscribirse de forma inmediata.

Asimismo, se hicieron actividades de socialización para la convocatoria con actores claves del ecosistema del emprendimiento interesadas, entre ellas se realizaron actividades como, sesiones de speednetworking, testimonios de emprendedores y Meetups, para penetrar su comunidad, y que las empresas participaran en el programa. Satisfactoriamente, la meta fue superada con la cantidad de inscritos en totalidad, se depuraron muchas empresas que no cumplían los requisitos que necesitaban para ser seleccionados.

La alianza estratégica entre ambas empresas es un acontecimiento muy importante para Impact Hub Tegucigalpa, de modo que, se creó un listado de empresas reconocidas a nivel nacional que fueran participe de este evento, también se hicieron invitaciones de forma virtual y se brindó un

seguimiento directo con todas las personas que la empresa necesitaba que fueran de forma presencial. En medio de este proceso, se hicieron presupuestos de catering, salón, equipo de sonido, material publicitario, mobiliario para llevar a cabo el evento.

Para planificar un lanzamiento de esta magnitud, inicialmente se agendan reuniones con los directores de cada institución participante para puntualmente saber la colaboración que estarán aportando en su debido momento, algunos aliados patrocinaron ciertas cotizaciones, mientras otros apoyaban en ser miembros de la mesa principal o enviar representantes de actores clave del ecosistema. En el mes de marzo del 2022, se conmemoró el lanzamiento de la alianza estratégica entre ambas organizaciones en la ciudad de Tegucigalpa, siendo el resultado de mucha preparación del equipo de Impact Hub Tegucigalpa, fue un evento muy importante y significativo para la empresa, porque se pudieron cumplir los objetivos que inicialmente se habían propuesto y se vieron reflejados en la cantidad de nuevas empresas interesadas en crear alianzas con ellos para promover el emprendimiento en Honduras.

## Capítulo III

### 3.1. PROPUESTA DE MEJORA IMPLEMENTADA

#### 3.1.1. Propuesta 1: Canva Pro, una herramienta de diseño gráfico en línea

##### 3.1.1.1. Antecedentes

El diseño gráfico dentro de una empresa es una herramienta fundamental debido que influye en el posicionamiento dentro de un mercado, aumenta las ventas y representa visualmente la empresa y su imagen corporativa (América Economía, 2020), por tanto, la sede en Tegucigalpa debe de estar en el mismo nivel de creatividad y línea gráfica como el paquete de branding que ofrece el Impact Hub Global, para dar a conocer los servicios corporativos y de emprendimiento.

La empresa redujo el capital humano, específicamente en el área de diseño gráfico, por tanto, se buscaba una solución viable y práctica para continuar la creación de contenido de alta calidad en los diferentes medios de comunicación y mantenerla con su comunidad y sus aliados. Anteriormente, el área de diseño utilizaba Adobe, una herramienta más especializada para trabajar en creación de contenido para necesidades específicas dentro de la empresa que ofrece bastantes beneficios.

Inicialmente a falta de diseñadores, la empresa hacía uso de este recurso de Canva, pero con la versión gratuita, teniendo como resultado bastantes limitantes, como el uso de plantillas, manejo de marca, tipografías genéricas, espacio limitado de archivos, marcas de agua en la mayoría de los vectores, fotografías, entre otros. Por tanto, era difícil mantener la línea grafica requerida por Impact Hub Global.

Actualmente, Impact Hub Tegucigalpa participa en tres programas nacionales e internacionales, en los cuales se necesita crear material completamente nuevo, tales como, contenido para publicaciones de convocatoria, kits de bienvenida, planes de acción, material audiovisual para los mentores y expertos que imparten los talleres. Es un factor preocupante la creación de diseño para los materiales que cada programa necesita, debido que no se cuenta con una persona preparada para esta área, de modo que se toma más tiempo de lo esperado hacer la creación de todo lo requerido, por tanto, en algunos casos se ven retrasos en la entrega de asignaciones,

generando una mala impresión por falta de capital humano experimentado en esta área que a lo largo afecta la imagen de la empresa. Asimismo, debido a la necesidad de cubrir las asignaciones del departamento de diseño, se descuidan otras asignaciones dentro de la empresa, siendo un resultado negativo.

### **3.1.2. Descripción de la propuesta**

En base a las necesidades que la empresa tenía surge la idea de pagar Canva Pro, una herramienta de diseño gráfico en línea, necesario para empresas que no cuentan con diseñadores gráficos, debido que ya existen plantillas enfocadas en diferentes ámbitos de negocios y adecuadas a las necesidades existentes de cada organización, en este caso siendo Impact Hub Tegucigalpa. Además, en esta versión permite utilizar fuentes, logos, paleta de colores de la empresa, también ofrece redimensión automática, para cambiar los diseños creados en diferentes tamaños para la necesidad existente que haya en el momento y no existe limitante en fotografías hd, vectores, plantillas, entre otros. (Canva , 2022).

Canva Pro, brinda la opción de compartir la versión a un equipo de cinco personas, aumentando la productividad de este, se aprovecha esta plataforma al máximo con todas las funciones con las que cuenta, de modo que se ahorra el recurso de tiempo y capital humano. La implementación de esta herramienta es vital para que la empresa pueda crear el material necesario para los programas que estén desarrollando, permite que varias personas puedan apoyar en el diseño en tiempo real, asimismo reduce la carga de trabajo e influye a que puedan entregarse en tiempo requerido y poder manejar otras áreas de prioridad.

Debido que se trabaja en diferentes áreas, Canva Pro, facilita la planificación y calendarización de contenido para las redes sociales, cuenta con diseños predeterminados, los cuales son de gran inspiración para la creación del material necesario a desarrollar para los programas que maneja Impact Hub Tegucigalpa, además puede ser un factor decisivo para aceptar nuevos programas que se presenten en un futuro, dado que con la herramienta serían varias personas trabajando con metas establecidas referentes a creación de material para programas.

Tabla 1: Costo de la implementación de Canva Pro, una herramienta de diseño gráfico en línea

Descripción	Costo
Canva Pro	\$119.99 anual
	\$12.99 mensual

Fuente: (*Precios de Canva Pro*)

### 3.1.3. Impacto de la propuesta

El impacto de la propuesta ha tenido una tendencia positiva, debido que permite que varias personas puedan trabajar en diferentes materiales que se necesitan entregar en fechas establecidas, asimismo ahorra recurso de tiempo, por ende, se desarrollan y se cumplen asignaciones de otras áreas de interés dentro de la empresa. Actualmente, se está pagando de forma mensual Canva Pro y tiene un costo de \$12.99 mensuales, esta herramienta ha permitido desarrollar más de 80 proyectos para diferentes programas, tales como, presentaciones, kits de bienvenida, flyers de servicios, artes para publicaciones, videos, boletines informativos y revistas.

El hacer uso de esta herramienta, permite que el equipo maneje la información en conjunto, donde todos observan los cambios y los diseños trabajados en tiempo real, además ofrece un almacenamiento de 100 MB, donde se mantienen todos los proyectos desarrollados y en proceso, teniendo un mejor control de los materiales que se están desarrollando, siendo un gran beneficio, ya que todos manejan la misma información y se mantiene un orden estructurado por proyecto y lo que se envía a los clientes. Asimismo, brinda más de 75 millones de imágenes, videos, elementos gráficos y audios premium, sin costo adicional. Planifica las publicaciones en redes sociales con tiempo para evitar cualquier olvido, de modo que automáticamente la plataforma las publica en tiempo real. (Canva , 2022)

Actualmente, se ha podido manejar esta área de forma positiva y se ha mantenido la creación de contenido para los diferentes medios de comunicación, por otro lado, se han agregado nuevos programas a la cartera de negocios de Impact Hub Tegucigalpa, donde se ha desarrollado contenido de valor para comunicar a los empresarios sobre estas oportunidades para sus

negocios. Impact Hub Tegucigalpa, cobra por programa \$6,500, por ende con esta herramienta podría manejar una carte de negocio más amplia y dinamizar los diferentes servicios coporativos que ofrece dependiendo del consumidor final al que se enfocaría.

## **3.2. PROPUESTA DE MEJORA**

### **3.2.1. Propuesta 1: Estrategia de marketing online: Campaña de Awareness**

#### **3.2.1.1. Antecedentes**

Impact Hub Tegucigalpa tiene tres años de ofrecer sus servicios corporativos y de emprendimiento en el mercado, han desarrollado muchos programas brindando la oportunidad de crecimiento a cientos de emprendedores de ser parte del ecosistema del emprendimiento. Asimismo, uno de sus objetivos es dar la oportunidad a nuevos emprendedores a desarrollar y maximizar su potencial dentro de sus negocios, para aumentar sus ventas y generar nuevos empleos a los hondureños.

Actualmente, la empresa maneja cuatro programas en alianza con actores claves nacionales e internacionales, pero aun no se ha terminado de posicionar en el mercado, siendo una oportunidad de mejora para atraer nuevos clientes, dado que Impact Hub Tegucigalpa también ofrece un listado extenso de servicios corporativos que son clave para las funciones dentro de las empresas, por tanto, se tiende a confundir el mercado meta.

Dentro de los servicios que ofrecen se encuentran, direcciones fiscales, planeación de eventos, directorio de consultores o freelancers, membresías personales, bootcamps sectoriales, consultoría de gobierno, redes de multi-stakeholders, servicio de comunicaciones y consultorías empresariales, entre otros. Esta empresa se conoce por formar emprendedores y ser parte de alianzas estratégicas para una continua creación de programas, pero en estos últimos meses se ha visto una decadencia en los servicios corporativos, donde se ha perdido el enfoque.

Debido a los nuevos cambios se han tenido que acoplar las empresas a las nuevas necesidades que experimenta el mercado, una siendo el uso de las redes sociales, un medio donde se pueden ofrecer los servicios que aún parecen ser desconocidos por la comunidad, de esta forma se podrían aumentar los ingresos que Impact Hub Tegucigalpa esta obteniendo en la actualidad.

### **3.2.2. Descripción de la propuesta**

En base a las necesidades que actualmente tiene la empresa enfrenta, se propone crear un plan de acción con objetivos específicos medibles para capturar una nueva cartera de clientes, en el cual se estaría trabajando en un plazo de tres meses, conteniendo información clave como, el buyer persona, análisis foda, objetivos, estrategias a implementar, métricas que puedan medir el desarrollo, entre otros.

Impact Hub Tegucigalpa ofrece una extensa cartera de servicios corporativos, actualmente existe una gran falta de conocimiento sobre ellos, por tanto, se propone crear una campaña de awareness con contenido estratégico y de valor para brindar la información correspondiente al mercado meta. Impact Hub Tegucigalpa, tiene establecido las calendarizaciones de cada programa, por tanto, para esta campaña se tendrían que unificar todas las calendarizaciones dejando una sola, y ser presentado en los diferentes medios de comunicación digital y tradicional.

### **3.2.3. Impacto de la propuesta**

Esta propuesta le permitiría a la empresa retomar los servicios corporativos, generando nuevos ingresos y posicionaría a Impact Hub Tegucigalpa en un nuevo mercado a través del uso de nuevas estrategias de marketing online, siendo una tendencia positiva, porque actualmente esos servicios no se han implementado por la falta de conocimiento de las empresa y se lograría alcanzar nuevos clientes.

Por otro lado, se definiría un nuevo nicho, donde se lograría identificar, conocer y entender al consumidor final al que se dirige la empresa, ofreciendo servicios que buscan, creando fuerte relaciones, y como resultado un aumento en sus ingresos. El plan de acción serviría para tener una idea más clara de la situación actual de la empresa, cuál sería su buyer persona, que se debe de mejorar y lo que se desea alcanzar, asimismo cuando se utilizan estrategias de marketing online, brinda una capacidad de medir en tiempo real cada resultado, siendo esto un gran beneficio de saber si está funcionando la estrategia.

Hoy en día, es necesario conocer al mercado meta al que se desea llegar, por tanto, el uso de estas estrategia es más rentable, porque se pueden segmentar en base a género, edad, interés y otras características, este nivel de información facilita las acciones y permite ahorrar recursos de tiempo, porque permite conocer y dirigir todas las acciones a personas que estén interesadas en los servicios que se ofrecen.

Asimismo, se reflejan ganancias como aumento de tráfico en los medios, se posiciona la empresa de forma fuerte y consistente, de modo que se logra visualizar más por el público, también gracias a las experiencias por consumidores, se empiezan a recomendar los servicios y así, Impact Hub Tegucigalpa siempre estará atrayendo nuevos clientes progresivamente.

Los métricas que se utilizarían para el nivel de impacto que se ha desarrollado con la propuesta son los siguientes, el nivel de alcance, impresión, nivel de interacción, la tasa de conversión, tasa de apertura y tasa de clic, dependiendo de la estrategia que se estaría implementando en el momento dentro del periodo establecido.

## **Capítulo IV**

### **4.1. CONCLUSIONES**

Se lograron desarrollar todos los contenidos digitales con el propósito de capturar empresarios interesados en los nuevos programas, además se mejoró la interacción con los usuarios y se aumentó el alcance, de igual forma se fortalecieron las relaciones con la comunidad, aliados y clientes potenciales, por medio de las noticias institucionales.

A raíz de todo lo expuesto, se planificaron y se cumplieron las expectativas sobre los entregables de los medios de comunicación siendo estos, el sitio web, las redes sociales, noticias institucionales y comunicados de prensa de la empresa Impact Hub Tegucigalpa.

Se brindó un apoyo directo al área de programas teniendo como resultado positivo la mejora de la comunicación interna y externa de la empresa, por tanto, se identificaron cambios, donde el equipo tenía conocimiento de los programas que se iban a manejar en el futuro y existía una mejor preparación para su llegada, considerando los programas que se estaban desarrollando.

### **4.2. RECOMENDACIONES**

#### **4.2.1. Recomendaciones para la empresa**

Se recomienda a la empresa que amplie el capital humano en las áreas de comunicaciones, mercadeo y diseño gráfico, con el fin de definir puestos de trabajo y las asignaciones específicas de cada integrante en Impact Hub Tegucigalpa, de forma que puedan enfocarse en ejercer las actividades correspondientes en el tiempo asignado. Adicionalmente, beneficiará de forma directa a la organización, de modo que abra tiempo para desarrollar de forma eficiente cada área y captar clientes potenciales, dedicar el tiempo correspondiente al seguimiento de las alianzas nacionales e internacionales, fidelizará la red de emprendedores en Honduras y aumentará las habilidades en la fuerza laboral que Impact Hub Tegucigalpa tiene en la actualidad.

Asimismo, se recomienda que la junta directiva mantenga una comunicación bilateral con el equipo, y puedan participar en las reuniones semanales para dar brindar información de los

futuros programas, alianzas y trabajos que se estarán tomando para tener una mejor organización del equipo, debido que no todos manejan la misma información.

#### **4.2.1. Recomendaciones para la institución**

Se recomienda a UNITEC brindarle un seguimiento al estudiante más personalizado, y contar con más asesores, actualmente la oportunidad de crecimiento que las empresas ofrecen se expande más allá de las carreras que los estudiantes escogen, por tanto, sería proactivo que existan varios asesores dependiendo del área que la empresa asigne al estudiante, por si tiene alguna duda sobre las asignaciones o cargo que desempeña.

Asimismo, se recomienda brindar más tiempo en la elaboración del informe de la práctica, debido que algunos estudiantes tienen bastante carga laboral en las empresas, por tanto, puede ocasionar un bajo rendimiento en el desarrollo del informe, por la presión de entrega y la carga laboral. Debido a la pandemia, se han tomado regulaciones para elaborar la clase de la práctica por teledocencia, es necesario tomar una modalidad presencial, porque de esta manera se presentan los avances directamente con el asesor y se indica un tiempo asignado para corregirlo. De esta forma, la comunicación es más directa, siendo una mayor facilidad de entendimiento para el alumno, de modo que se pueden despejar dudas, dando un seguimiento en el momento y generando esa confianza en el alumno hasta finalizar el proceso de la práctica profesional.

#### **4.2.1. Recomendaciones para los estudiantes**

Se recomienda al estudiante realizar pasantías en diferentes rubros dentro de la industria, para explorar las diferentes ramas que ofrece la carrera Mercadotecnia y Negocios Internacionales mientras cursan su carrera universitaria, asimismo, poder expandir sus conocimientos y puedan aportar a las empresas ideas frescas y maximizar su potencial, sumando experiencia en el ámbito laboral.

Asimismo, buscar una práctica profesional, donde el grado de empleabilidad sea alto, en caso de tener interés en lo que estén realizando puedan quedarse a laborar dentro de la organización. Se recomienda entrar con una mente abierta a las empresas, ya que en muchas ocasiones no tienen mucha experiencia, y cuando se incursiona en el mundo laboral, existen diferentes tipos de

personas con ideologías totalmente distintas a las propias, por tanto, se debe ser perceptivo, respetuoso y con una mentalidad abierta en que todo lo aprendido servirá en su futuro profesional.

## Referencias Bibliográficas

- América Economía. (9 de Marzo de 2020). *América Economía*. Obtenido de América Economía: <https://www.americaeconomia.com/articulos/notas/como-utilizar-el-diseno-grafico-en-marketing-para-comunicarse-con-exito>
- BBVA. (18 de Marzo de 2018). *BBVA*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-un-hub-de-emprendimiento/>
- Canva. (21 de Enero de 2022). *Canva*. Obtenido de Canva: [https://www.canva.com/es\\_mx/pro/](https://www.canva.com/es_mx/pro/)
- CepymeNews. (14 de Septiembre de 2020). *CepymeNews*. Obtenido de CepymeNews: <https://cepymenews.es/portfolio-de-servicios-que-es-y-como-hacerlo/>
- Dogshun, J. (22 de 06 de 2018). *How Change Got Global: The Founding Story of Impact Hub*. Obtenido de How Change Got Global: The Founding Story of Impact Hub: <https://impacthub.net/how-change-got-global-the-founding-story-of-impact-hub/>
- Economía E3. (25 de Febrero de 2021). *Economía E3*. Obtenido de Economía E3: <https://economia3.com/que-es-un-speed-networking-y-como-te-puede-ayudar/>
- Forero, T. (2 de Septiembre de 2019). *Rockcontent*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/ecosistema-emprendedor/>
- Francisco Torreblanca. (19 de Junio de 2021). *Francisco Torreblanca*. Obtenido de Francisco Torreblanca: [https://franciscotorreblanca.es/diferencias-manual-de-marca-brandbook/#:~:text=Concepto%20de%20Manual%20de%20Marca%20\(o%20Brand%20Guidelines\),uso%20y%20aplicaci%C3%B3n%20de%20esta..](https://franciscotorreblanca.es/diferencias-manual-de-marca-brandbook/#:~:text=Concepto%20de%20Manual%20de%20Marca%20(o%20Brand%20Guidelines),uso%20y%20aplicaci%C3%B3n%20de%20esta..)
- Impact Hub Tegucigalpa. (10 de Diciembre de 2021). *Propulsión de Impacto*. Obtenido de Propulsión de Impacto.
- Revista Consultoria. (17 de Agosto de 2018). *Revista Consultoria*. Obtenido de Revista Consultoria: <https://revistaconsultoria.com.mx/pymes-triple-impacto/>
- Rodrigues, N. (12 de Noviembre de 2020). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-meet-up>
- Significado Corp. (14 de Marzo de 2022). *Significado*. Obtenido de Significado: <https://www.significados.com/statu-quo/>
- Sordo, I. (25 de Octubre de 2021). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/imagen-corporativa>

## Glosario de Términos

1. Hub: Es un espacio donde los emprendedores trabajan juntos, colaboran y forman una comunidad. Su influencia es, a veces, tan grande que convierten a las ciudades donde se instalan en centros punteros de emprendimiento. (BBVA, 2018)
2. Ecosistema emprendedor: Se refiere al contexto en donde los nuevos negocios pueden crear conexiones valiosas con otras empresas, instituciones o inversionistas para desarrollar ideas innovadoras que se puedan capitalizar. Ahora bien, un ecosistema emprendedor combina elementos sociales, políticos, económicos y culturales para crear un entorno físico o digital, en el cual sus distintos actores interactúan para fortalecer los distintos tipos de emprendimiento. (Forero, 2019)
3. Redacción creativa: Ayudan a que un negocio destaque del resto de su competencia. Nadie quiere parecerse a sus competidores. Imagina lo aburrido que sería. Los redactores creativos son innovadores con las palabras. Los redactores creativos deben asegurarse de que los mensajes del negocio sean consistentes y claros. A medida que hemos avanzado en la era digital, la atención de los lectores se ha reducido, por ende, se aseguran de que el negocio no pierda clientes debido a una redacción descuidada. (Toulouse Lautrec, 2022)
4. Status Quo: Hace referencia a un estado emocional, social, político y/o económico de un período determinado de tiempo. Por lo tanto, al usar statu quo se encapsula todas las variables de aquel momento como un objeto que no cambia para profundizar en el concepto. (Significado Corp., 2022)
5. Triple Impacto: Las empresas de triple impacto tienen como modelo de negocio un concepto basado en tres aspectos fundamentales: el valor económico, la consciencia social y el impacto ambiental. (Revista Consultoria, 2018)
6. Portfolio de Servicios: Es un documento o carpeta en el que incluimos la información básica y necesaria de nuestro negocio o empresa para que nuestros clientes o futuros clientes conozcan nuestra empresa, ayudándoles a tener una buena impresión de ella. (CepymeNews, 2020)
7. Imagen Corporativa: La imagen corporativa es el cúmulo de creencias y actitudes que tienen los consumidores y el público en general sobre una marca o corporativo, es decir, la percepción que se han formado a partir de los productos, servicios y comunicación externa de una empresa. En

pocas palabras: la imagen corporativa es el significado que adquiere una empresa ante la sociedad. (Sordo, 2021)

8. Speednetworking: Consiste en la realización de encuentros bilaterales sucesivos en los que cada participante conversa dos minutos con otro y a la inversa, tras los cuales se cambia de sitio cada vez que suene el aviso. En ese tiempo, unos cuatro minutos aproximadamente, debemos ser capaces de presentar a nuestra empresa, sus productos y servicios y a nosotros mismos. (Economía E3, 2021)
9. Meetups: Hace referencia a una junta o reunión informal entre dos o más personas. Es un concepto comúnmente utilizado para referirse a eventos sociales donde convergen personas con intereses similares, los cuales son, principalmente, organizados a través de plataformas virtuales. (Rodrigues, 2020)
10. Branding Guidelines: Es un documento, tipo libro, que detalla las instrucciones básicas que ayudan a entender el uso racional de la marca. En él, se detallan los elementos que la componen, las pautas a seguir y las indicaciones de uso y aplicación de la misma. (Francisco Torreblanca, 2021)

## Anexos

### Anexo 1: Portfolio de Servicios



Fuente: *(Elaboración propia)*

### Anexo 2: Portfolio de Servicios



Fuente: *(Elaboración propia)*

### Anexo 3: Presentación de Programa “Propulsión de Impacto”

Fuente: (Elaboración propia)

### Anexo 4: Nota de Prensa

**NOTA DE PRENSA**

**Lanzamiento de La Alianza Estratégica  
para Dinamizar el Ecosistema de Emprendimiento Hondureño y Ampliar las  
Oportunidades de las MIPYMEs en Honduras:**

**PROPULSIÓN DE IMPACTO**

Alianza entre la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través del proyecto Transformando Sistemas de Mercado e Impact Hub Tegucigalpa

**Tegucigalpa, M.D.C. - 9 de marzo, 2022.** Con el objetivo de dinamizar el ecosistema de emprendimiento hondureño, potenciar el crecimiento y ampliar las oportunidades de las MIPYMEs en Honduras, la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) a través de su proyecto Transformando Sistemas de Mercado (TMS) y el Centro de Negocios y Emprendimiento Global Impact Hub Tegucigalpa han establecido una alianza estratégica para la implementación del Programa Propulsión de Impacto.

Esta alianza nace, de los resultados de una profunda investigación realizada durante el 2021, presentada en el informe de "Diagnóstico de Sistemas de Mercado 2020", realizado por el proyecto TMS. El informe detalla, que la mediana empresa accede a varios servicios de apoyo, sin embargo, muy pocos de ellos generan una contribución grande o significativa para su negocio. Al establecer alianzas estratégicas se garantiza un trabajo focalizado, coordinado en dirección a objetivos en común en favor de la MIPYME, y una participación de emprendedores de todos los sectores del país.

## Anexo 5: Boletines Informativos

**IMPACT HUB Tegucigalpa**

**NOTICIAS SEMANALES**

**RUTA DE DINAMIZACIÓN**

¡Los talleres de la Ruta de Dinamización ya dieron inicio!

Llevamos cuatro semanas en acción donde nuestros emprendedores ya comenzaron a recibir diferentes talleres que han sido de mucho aprendizaje y herramientas que puedan implementar y son de gran ayuda en sus emprendimientos.

**PROPULSIÓN DE IMPACTO**

Extendimos el cierre de inscripciones hasta el 10 de Diciembre.

3, 2, 1... ¡Despegue! Con Propulsión de Impacto tendrás acceso a recursos de toda la red de Impact Hub, talleres, mentorías, asesores y herramientas disponibles para que puedas despegar tu negocio y llegar al siguiente nivel. ¡Postúlate ahora!

[Postúlate aquí](#)

© Copyright 2021, Impact Hub Tegucigalpa  
Financiado por el BID y el gobierno de Tegucigalpa, Honduras

**IMPACT HUB Tegucigalpa**

**NOTICIAS SEMANALES**

**Propulsión de Impacto**

¿Qué es Propulsión de Impacto?

Propulsión de Impacto es un programa de emprendimiento de 12 meses facilitado por Impact Hub Tegucigalpa en alianza con el proyecto Transformando Sistemas de Mercado de USAID, que cuenta con componentes como el desarrollo de capacidades, acompañamiento, acceso a recursos, conexiones y visibilización.

¡Apúntate y Expande tu Emprendimiento! Ya!

[Regístrate](#)

**PROPULSIÓN DE IMPACTO**

¡Más que tu negocio despegar!

**FLIICAC21**

Nos unimos a la más grande ambición de impacto del 16 al 19 de noviembre!

#FLIICAC21 (Foro Latinoamericano de Inversión de Impacto, acción Kientzambérica y #FLIICAC21), un evento en el que personas emprendedoras de impacto podrán conectarse con potenciales inversionistas, y disfrutar de conexiones de alto nivel.

[Inscríbete](#)

**Think Digital Reconnect**

Think Digital Reconnect marcará el principio de esta nueva era, con la presencia de 5 expertos que han trabajado en puestos claves para algunas de las empresas más grandes del mundo digital, como ser Amazon, Facebook, Google, HubSpot y Mercado Libre.

Te enseñarán tácticas y tendencias sobre la Transformación Digital, E-commerce, Digital Project Management, y Marketing Digital para aplicar en tu estrategia del 2022.

[Inscríbete](#)

Fuente: (Elaboración propia)

## Anexo 6: Creación de contenido para Programa BizNest

**BIZNEST**  
Programa de pasantías

**PASANTÍA +3 MESES**  
**ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**  
**HORARIOS FLEXIBLES**

Cierre de Convocatoria  
27 de enero

**IMPACT HUB Tegucigalpa**

Fuente: (Elaboración propia)

## Anexo 7: Presentación de Programa de Mentorías Triple Impacto



Fuente: (Elaboración propia)

## Anexo 8: Lineamientos de Programa Desafío de la Caca

### LINEAMIENTOS DE CONVOCATORIA

#### Información General del proyecto

##### • Descripción del programa

Es un programa de emprendimiento organizado por Water For People e Impact Hub Tegucigalpa enfocado en el desarrollo de servicios relacionados o complementarios a las tecnologías de saneamiento existentes.

##### • Objetivo General

- Generar soluciones de saneamiento para mejorar el nivel de acceso a servicios de saneamiento para las familias en las comunidades en Honduras.

#### Cronograma de actividades

- Convocatoria: 1 de marzo- 22 de marzo

#### Beneficios del programa

- Formación sobre las oportunidades de negocio en saneamiento.
- Acceso a asistencia técnica y desarrollo empresarial para los emprendimientos seleccionados.
- Mentorías uno a uno con expertos.
- Acompañamiento y recursos para el desarrollo de un Producto Mínimo Viable (PMV)
- Programa virtual: Acceso fácil y desde cualquier parte del país
- Vinculación con potenciales aliados y clientes estratégicos

#### Requisitos

- Equipos de trabajo
  - 2-4 integrantes
  - Cualquier hondureño con disposición de aprender
  - Mayores de edad (18)
- Disponibilidad y compromiso con el programa
  - Disponibilidad de 5-10 horas por semana
  - Acceso a un dispositivo electrónico
  - Acceso a internet
- Interés en el Sector Prioritario: Saneamiento

Fuente: (Elaboración propia)

## Anexo 9: Calendarización de Contenido: Programa Desafío de la Caca

DÍAS (tentativo)	FECHA (tentativo)	HORA	CANAL	PILAR	COPY	FORMATO	OBSERVACIONES	VIDEO/IMAGEN/C.O.A
Jueves	3/3/2022	17:00	FB/IG/IN	INFORMATIVO	<p>Copies</p> <p>Arte 1: Arte Oficial</p> <p>El #DesafíodelaCaca es una oportunidad de llevar tu idea de negocio a las grandes ligas. Hacemos oficialmente el lanzamiento de nuestro concurso de emprendimiento. Buscamos ideas innovadoras de negocio que se relacionen con el siguiente reto:</p> <p>Generar soluciones creativas para mejorar el nivel de acceso a servicios de saneamiento para las familias afectadas en las comunidades de Honduras. La iniciativa busca resolver una de las problemáticas que más afecta a la población hondureña, el saneamiento, al empoderar a mentes emprendedoras que brinden soluciones innovadoras. Postúlate aquí: <a href="https://forms.gle/kx0J5u5y55Sdsh79">https://forms.gle/kx0J5u5y55Sdsh79</a></p> <p>#WaterForPeople #ImpactHubTegucigalpa</p>	IMAGEN/STORY	Pauta	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L">https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L</a>
Lunes	7/3/2022	13:00	FB/IG/IN	INFORMATIVO	<p>Arte 2: Insights del Programa (Beneficios, Requisitos)</p> <p>¿Quieres saber cómo participar en el #DesafíodelaCaca? Conoce los requisitos y beneficios al postularte al programa, aprovecha esta gran oportunidad, abierta a todos los emprendedores a nivel nacional. Postúlate aquí: <a href="https://forms.gle/cWcmpl4uZT85vWwU7">https://forms.gle/cWcmpl4uZT85vWwU7</a></p> <p>#DesafíodelaCaca #WaterForPeople #ImpactHubTegucigalpa</p>	IMAGEN/STORY	No pauta	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L">https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L</a>
Jueves	10/3/2022	17:00	IG	EXPECTATIVA	<p>Arte 3: Importancia del Programa</p> <p>¿Qué es el #DesafíodelaCaca? Es un programa de emprendimiento enfocado en el desarrollo de servicios relacionados a complementarios a las tecnologías de saneamiento existentes para mejorar el nivel de acceso a estos servicios a las comunidades afectadas en Honduras. ¿Te gustaría ser parte de este programa? Postúlate aquí: <a href="https://forms.gle/cWcmpl4uZT85vWwU7">https://forms.gle/cWcmpl4uZT85vWwU7</a></p> <p>#DesafíodelaCaca #WaterForPeople #ImpactHubTegucigalpa</p>	IMAGEN/STORY	Pauta	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L">https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L</a>
Lunes	14/3/2022	13:00	FB/IG/IN	INFORMATIVO	<p>Arte 4: Fecha de Apertura/ Cierre de Convocatoria:</p> <p>Desafío de la caca es un programa de emprendimiento organizado por Water For People e Impact Hub Tegucigalpa enfocado en el desarrollo de servicios relacionados a complementarios a las tecnologías de saneamiento existentes. Tienes hasta el 22 de marzo para postular tu idea de negocio y obtener acceso a talleres, mentorías grupales, acceso a redes de negocio, entre</p>	IMAGEN/STORY	No pauta	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L">https://drive.google.com/drive/folders/1HRATC-YUXG5Bp4pzoXCHckgkx51984L</a>

Fuente: (Elaboración propia)

## Anexo 10: Facturas Canva Pro

Canva Inicio Plantillas Recursos Planes

Impact Hub Tegucigalpa tegucigalpa@impacthub...

Tu cuenta Inicio de sesión y seguridad... Preferencias de correo

Impact Hub Información del equipo Personas Grupos Facturación y equipos

### Historial de compra

Buscar por número de factura:

Filtrar por fecha:

Filtrar por tipo:

[Borrar todo](#)

Descripción	Estado	Total	Acciones
 Suscripción de Canva Pro 03334-0009267	PAGADO	12,99 US\$	<a href="#">Ver factura</a> ...
 Elemento premium 03321-27257129	PAGADO	1,00 US\$	<a href="#">Ver factura</a> ...
 Suscripción de Canva Pro 03289-23258120	PAGADO	12,99 US\$	<a href="#">Ver factura</a> ...

[Ayuda ?](#)

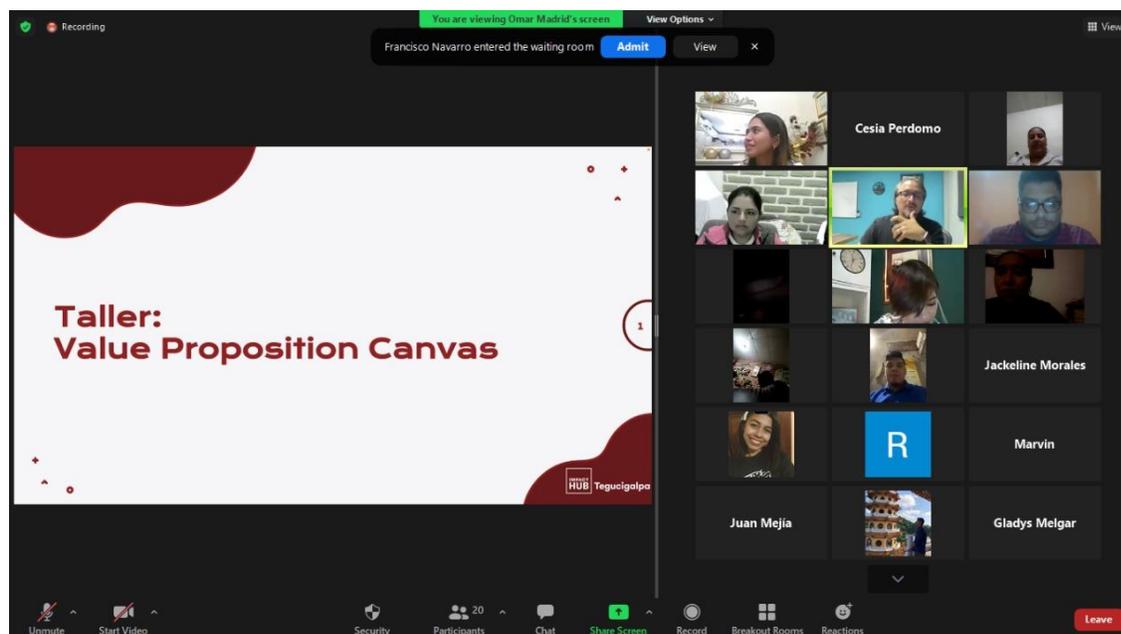
Fuente: (Canva, 2020)

### Anexo 11: Lanzamiento Alianza Estratégica



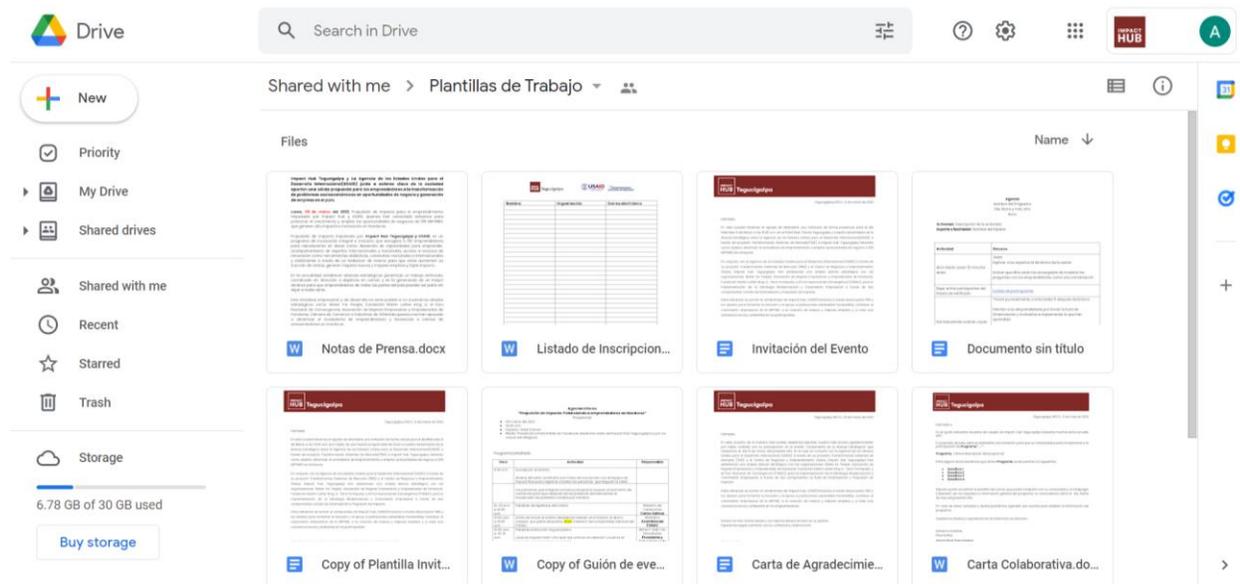
Fuente: (Impact Hub Tegucigalpa, 2022)

### Anexo 12: Apoyo de Taller Modulo de Desarrollo: Value Proposition Canvas



Fuente: (Elaboración propia)

### Anexo 13: Plantillas de Trabajo



Fuente: (Elaboración propia)

### Anexo 14: Listado de Servicios

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
NOMBRE PROGRAMA/PROYECTO		OBJETIVO	PROGRAMAS   IMPACT HUB TEGUCIGALPA	ACTIVIDAD	ALIANZAS	COMENTARIOS								
3	Accelerated Memberships				Coca Cola (Co Pulpe Cerca), Grupo Terra (Terra Te Impulsa),									
4	Dirección fiscal	Para los emprendedores que no quieren o no pueden comprometerse a alquilar su propio espacio para tener una dirección comercial.		Ayudar en proceso de apertura de la empresa, gestionando la correspondencia y brindando un paquete de horas para utilizar en nuestro coworking o en nuestras salas de reuniones. Publicitar la dirección en los mate										
5	Membresía Virtual Hub	Mantener activa a la comunidad de manera virtual y potenciar espacios para conectar con comunidad global.		Acceso a la plataforma de la comunidad local Acceso a la plataforma de la comunidad global Re post de 1 post de servicios/productos en nuestras redes sociales al mes Invitación VIP a encuentros virtuales con la comunidad (1 vez al mes) Invitación VIP a conversatorios virtuales con empresarios-comunidad IH (1 vez al mes) Acceso a grabaciones pasadas de programas de formación Una invitación al Podcast para que cuentes tu historia										
6	Manejo de eventos virtuales - servicio	Servicios incluyen: renta de plataforma para reuniones, webinars, registro de participantes, bases de datos, asistente virtual, admisión de participantes, manejo de la audiencia, diseño de actividades, los break-out, login, retroalimentación, manejo de encuestas en línea, breakout rooms, manejo de actividades, transmisión en vivo, grabaciones, promos en redes sociales, newsletters, press releases, gira de medios, diseño de logo, diseño de promocionales.				*Catalogo de servicios en línea								
7	Directorio de mentores	Planes de mentorías: 30 min, 60 y 90 min (cada mentor puede hacer una oferta distinta, por cada venta de un % a IH)												
8	Directorio de consultores/freelancers	Crear cultura de ofrecer/contratar servicios de freelancing, facilitar el desarrollo de productos específicos para emprendimientos, proveer directorio de freelancers (cada freelancer puede hacer una oferta distinta, por cada venta de un % a IH)												
9	Membresías personales (in-person)	Ofrecer diferentes tipos de membresías que permitan el acceso de distintos actores.		Ejemplos: Oficina virtual, Tiquetera 100h; Tiquetera 200h; Night Owl; Plan estudiante; Puesto fijo, Hubbar										
10	Bootcamps sectoriales	Bootcamps: fines de semana personas de un área de varias empresas (Ej. RRHH, alianzas, etc)												
11	Gobiernos municipales	Mejoramiento de las capacidades gerenciales así como la gestión del conocimiento en el recurso humano de la MIPYME y de los emprendedores, Fomento a la Cultura Emprendedora, Innovación y Tecnificación de Procesos de Producción, Administración y Comercialización en la MIPYME, Sistema Nacional de Información y Registro MIPYME				CDE-MIPYME, Tearfund, World Vision, AMPI, CENADEH, Cruz Roja, Child Fun, Casa Alianza, FUNADEH, UDIEM, UMAR, CASM								
12	Redes de Multi- Stakeholder	Reunir actores que representen diversos intereses en torno a un tema común (social, económico, ambiental, etc.) dentro de la comunidad local.												
13	Intraemprende LAB (Innovación Abierta)	Llevar las habilidades presentes en startups ágiles a los entornos de nuestros aliados corporativos.		Talleres o workshops prácticos, co-creación de programas/proyectos, c) Premios empresariales, asoci		*Portafolio de talleres corporativos								
14	Co-working; alianzas													
15	Impact Shop	Crear línea de productos útiles que identifiquen a la comunidad del Impact Hub; Fomentar e impulsar el emprendimiento e innovación; Crear un mayor impacto social y ambiental; Incentivar el desarrollo económico por medio de la generación de empleos.		Mousepad, stickers, vasos, camisa										

Fuente: (Impact Hub Tegucigalpa)