

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
CÁMARA DE COMERCIO INDUSTRIAS DE CORTÉS**

**SUSTENTADO POR:
NICOLLE ALEJANDRA IGLESIAS ZALDIVAR
21711273**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADA EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

FECHA: ENERO, 2021

INDICE DE CONTENIDOS

INDICE DE CONTENIDOS	I
INDICE DE FIGURAS.....	IV
INDICE DE TABLAS	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTOS	VII
RESUMEN EJECUTIVO.....	IX
INTRODUCCIÓN	XI
1. CAPÍTULO I.....	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRACTICA 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.....	1
1.2.3 Visión.....	2
1.2.4 Organigrama	2
2. CAPITULO II.....	4
2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA.....	4
2.1.1 Lluvia de ideas para nuevos proyectos	4
2.1.2 Presentación de nueva idea BINGO	6
2.1.3 Reapertura del Bazar del sábado.....	8
2.1.4 Recepción de donación por emergencia ETA e IOTA	11
3. CAPITULO III	12

3.1. PROPUESTAS DE MEJORA IMPLEMENTADA	12
3.1.1 Propuesta 1: Checklist Bazar Del sábado	12
3.1.1.1 Antecedentes	12
3.1.1.2 Descripción de la propuesta	13
3.1.1.3 Impacto de la propuesta.....	13
3.1.2 Propuesta 2: Lives con emprendedores del Bazar del sábado	14
3.1.2.1 Antecedentes	14
3.1.2.2 Descripción de la propuesta	14
3.1.2.3 Impacto de la propuesta.....	15
3.1.3 Propuesta 3: Campaña Recolectando Sonrisas	16
3.1.3.1 Antecedentes	16
3.1.3.2 Descripción de la propuesta	17
3.1.3.3 Impacto de la propuesta.....	17
3.2 PROPUESTAS DE MEJORA	18
3.2.1 Propuesta 1: Crear un equipo de marketing	18
3.2.1.1 Antecedentes	18
3.2.1.2 Descripción de la propuesta	18
3.2.1.3 Impacto de la propuesta.....	19
3.2.2 Propuesta 2: Instalar un registro de entradas y salidas automático.....	20
3.2.2.1 Antecedentes:	20
3.2.2.2 Descripción de la propuesta	20
3.2.2.3 Impacto de la propuesta.....	21
4 CAPITULO IV	23
4.1 Conclusiones	23
4.2 Recomendaciones.....	23

4.2.1	Para la empresa	23
4.2.2	Para la universidad	24
4.2.3	Para los estudiantes	24
BIBLIOGRAFÍA		25
GLOSARIO		27
ANEXOS		29

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama de la junta directiva 2020 de Cámara de Comercio e Industrias de Cortés	2
Figura 2 Organigrama de cadena de mando en las oficinas de Cámara de Comercio e Industrias de Cortés	3
Figura 3 Recursos tangibles e intangibles con los que cuenta Cámara de comercio e industrias de Cortés (CCIC)	5
Figura 4 Embudo de ideas para nuevo proyecto	6
Figura 5 Mapa de relación de Insight de reunión con emprendedores del bazar del sábado	10
Figura 6 proceso de recibimiento e inventario de donaciones en centro de acopio de CCIC.	12
Figura 7 Calendarización 2021 para lives con emprendedores.....	15

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Métodos de Ingresos	7
Tabla 2Pros y Contras del Bingo	8
Tabla 3 Comparación de ambos lives	16
Tabla 4 Inversión en equipo de marketing	19
Tabla 5 Comparativo de modelos TIMEMOTO.....	21

DEDICATORIA

Para mis padres Hindra Zaldivar y Juan Carlos Iglesias quienes me apoyan en todo momento y en todos mis proyectos quienes me enseñaron desde pequeña a trabajar por mis sueños, con el límite en el cielo y los pies en la tierra.

Para mi abuelo Edgardo Iglesias el cual también me apoya en todos mis proyectos e ideas quien me ayuda a seguir soñando porque no hay idea mala sino muy raras para ser verdad.

Este logro es gracias a los tres pilares de mi vida, si logre ver más allá de los demás es porque me apoye en hombros de gigantes y estos gigantes son ustedes.

Los amo.

Nicolle Iglesias.

AGRADECIMIENTOS

- Gracias mamá (Hindra Zaldivar) por ser quien todos los días me anima a seguir adelante quien siempre recuerda la importancia de seguir trabajando por mis sueños, mi amiga incondicional que me apoya en cada proyecto que tengo y siempre está para darme los mejores consejos.
- Gracias papá (Juan Carlos Iglesias) por siempre apoyar mis sueños, por permitirme estudiar lo que adoro por darme siempre todo lo que necesito, por los mejores consejos de ahorro y por enseñarme que cada trabajo o proyecto debe ser dando lo mejor de mí.
- Gracias abuelo (Edgardo Iglesias) por darme alas en cada sueño, por siempre mostrarme que las cosas tienen dos o más lados y que siempre uno es el más importante sin importar lo extraño que parezca
- Gracias Lic. Alejandra Danilov por todas sus enseñanzas e historias que me ayudaron a comprender muchas cosas que simplemente no nos percatamos a primera vista, por enseñarme a que nunca son suficientes preguntas y que hasta de una película se puede aprender cómo es una negociación.
- Gracias Lic. Rosinda Figueroa por enseñarnos que es una verdadera investigación de mercados, por siempre exigirnos esa milla extra en todos los proyectos que cada vez nos acerca más a una experiencia laboral, por enseñarme el valor de mi tiempo de trabajo y por mostrarme a leer dos veces cada enunciado.
- Gracias Ing. María Elena Perdomo ya que en cada una de sus clases me ayudo a ver las cosas desde otro punto de vista a que un proceso no siempre puede ser así ya que junto a la metodología correcta todo se puede realizar de forma más efectiva.
- Gracias Ing. Yacir Alvarado por siempre buscar un acercamiento con aquellos que más lo necesitan, por enseñarme que la vida universitaria es más que ir a un salón de clases, sino que salir del mismo y ayudar a quienes necesitan de nuestra ayuda.
- Gracias Lic. Elvia Gómez por confiar en mí desde el primer día, por mostrarme realmente que es saber argumentar, por ayudarme a controlar mis tiempos al exponer mis ideas y sobre todo a mantener mi profesionalismo sin importar mi oponente.
- Gracias Doc. Nelson Lizardo por su confianza en mi persona, por enseñarme que no todo debe ser teórico y por sus consejos para seguir mis estudios posteriores.

- Gracias Lic. Gina Calix por su apoyo siempre en todo momento sin importar las circunstancias, evacuar mis dudas y darme el mejor asesoramiento en mi informe final.
- Gracias Sociedad de Debates por ser la familia que me recibió con los brazos abiertos, por darme la oportunidad de descubrir el arte de un debate, por su increíble apoyo en cada uno de los torneos y por su confianza en todo momento.
- Gracias Denilson Gómez y Astrid Romero, por invitarme a un grupo que me ayudaría en cada aspecto profesional y personal, gracias por ser los mejores presidentes de sociedad de debates y por permitirme cumplir uno de mis sueños que mi voz sea escuchada dentro y fuera de nuestro país.
- Gracias Jesús Zelaya y Fausto Nuñez por ser mis mejores amigos y colegas con los que cumplimos las últimas clases presentaciones y proyectos, por su increíble paciencia y nivel de profesionalismo en cada uno de nuestros proyectos como equipo.
- Gracias Nelson Torres, Xiomara Madrid, Esly Erazo, Lorena Ramírez, Nelly Cartagena, Kristel Zeron, por ser los mejores colegas que desde el día uno compartimos sueños, proyectos y clases donde dimos lo mejor de cada uno de nosotros destacando siempre por nuestro profesionalismo y entrega.
- Gracias Angelly Pinto y Arturo López, por ser mis mejores amigos fuera de la carrera por siempre apoyarme en cada proyecto que su aporte fue importante y por siempre sin importar el momento me dieron una palabra de aliento para seguir cumpliendo mi meta.
- Gracias CCIC, por darme la oportunidad de realizar mi práctica profesional con ustedes, por recibirme en su familia de trabajo y por darme la oportunidad de aprender de todos un poco.

RESUMEN EJECUTIVO

Cámara de comercio e industrias de Cortés es una entidad reconocida a nivel nacional por su aporte a la población San Pedro Sula, fue fundada en 1931 con el objetivo de promover mediante el desarrollo empresarial y el progreso de Honduras.

El cargo asignado a la practicante fue "Asistente De Gerencias" las que las comprende gerencias de recursos humanos, comunicaciones, gestión de la calidad y gestión logística, siendo estos los principales pilares de la empresa.

Los conceptos en los cuales se fundamentaran el informe son primeramente el marketing industria el cual es el que existe entre empresas es comercializar productos o servicios con otras compañías, gobiernos o instituciones entre sí , como segundo concepto el marketing social en el cual la organización establece las necesidades, deseos e interés de los mercados para que de este modo pueda promocionar un valor superior a sus clientes para mantener el bienestar de la comunidad , ambos conceptos conocidos como dos grandes rubros dentro de la mercadotecnia.

El informe también se sustenta en el libro Fundamentos del Marketing por los autores (Kotler & Monferrer Tirado, 2013) expertos en la materia mediante su libro explican los diferentes conceptos básicos del marketing , mencionan como debe ser la relación con los clientes , socios y colaboradores para generar el impacto que la empresa espera en la sociedad, conceptos con los cuales la empresa Cámara de Comercio e Industrias de Cortes se identifica en la búsqueda siempre de la excelencia y prestigio que por años todos sus proyectos y clientes manifiestan por medio de resultados positivos en beneficio de la población de la ciudad industrial San Pedro Sula.

Durante el periodo de práctica profesional se desarrollaron actividades relacionadas con el área de estudio de la mercadotecnia, como participación en lluvia de ideas para proyectos, presentación de propuesta de nuevos proyectos, reapertura del bazar del sábado y las donaciones por desastres naturales, estas como principales actividades desarrolladas. Como propuestas implementadas se crearon tres donde la practicante propuso y desarrollo dichas propuestas como ser la creación de lives con emprendedores, creación e implementación de checklist para mejor control de los expositores del bazar del sábado en su reapertura, y la creación de la campaña recolectando sonrisas en beneficio a los niños afectados por ETA-IOTA en donación de juguetes , todas las propuestas de mejora fueron implementadas obteniendo resultados positivos , también propone a

la empresas dos nuevas propuestas para un mejor desempeño de la misma ya que Cámara de Comercio e Industrias de Cortes cuenta con todas las posibilidades de desarrollarlas la primera de ellas es para explorar nuevos áreas de trabajo las que pueden en el largo plazo generar nuevos ingresos a la empresa y la segunda es para lograr un mejor ambiente laboral más eficiente y ameno para todos sus colaboradores

El estudio del marketing es muy amplio es por ello que los profesionales en esta área pueden desempeñar tareas en diferentes departamentos siempre asociándolos con marketing y negocios internacionales, siendo esta teoría la base de toda la práctica profesional.

INTRODUCCIÓN

La Cámara de Comercio e Industrias de Cortes es una entidad de derecho público, reconocida por el Estado, con personalidad jurídica propia, fundada en 1931 y con sede en San Pedro Sula, Cortes, que por medio de sus acciones busca el progreso de Honduras. El puesto asignado para realizar la práctica profesional es de asistente de gerencia de recursos humanos, asistente de gerencia de comunicaciones y asistente de gerencia del control de la calidad, la duración del periodo de la práctica profesional es del primero de octubre del 2020 hasta el diez y ocho de diciembre del 2020.

En el primer capítulo se muestran los objetivos de la práctica profesional y además se muestra un poco de la historia de la empresa desde su reseña histórica, también se presentan sus organigramas de organización dentro de la empresa.

En el segundo capítulo trata sobre las actividades realizadas durante toda la práctica profesional en orden de importancia con las cuales se buscan cumplir los objetivos propuestos en el capítulo uno, dichas actividades contribuyen al crecimiento del conocimiento obtenido en la práctica profesional.

El tercer capítulo se divide en dos secciones la primera de ellas es sobre la propuesta de mejora implementada, la cual es aprobada por la empresa donde también se evaluara el impacto que esta obtuvo y la segunda parte es la propuesta de mejora que se deja para el mejoramiento de los procesos dentro de la empresa la cual quedara a posterior criterio de aplicación de la empresa, en la propuesta se explicara el impacto que se obtendría si es aceptada, implementada y realizada de la manera correcta por parte de la empresa.

El cuarto y último capítulo son las conclusiones obtenidas luego de la implementación de la propuesta realizada durante el periodo de duración de la práctica profesional, se muestran los resultados obtenidos en base a los objetivos primeramente establecidos, además se presentan las recomendaciones para la empresa y los anexos considerados fundamental.

1. CAPÍTULO I

1.1 OBJETIVOS DE LA PRACTICA PROFESIONAL

1.1.1 Objetivo general

Desempeñar de manera correcta las tareas asignada para contribuir al crecimiento de la empresa con la ayuda de diferentes estrategias de marketing y negocios, aplicándolas en los diferentes proyectos que la misma organiza para sus socios y la población, manteniendo su excelencia que se le caracteriza.

1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar cada una de las oportunidades de mejora en la empresa para proporcionar una solución óptima.
- Proponer actividades que generen un impacto positivo dentro de la empresa, las cuales serán diferentes a lo que actualmente se maneja.
- Mostrar que las estrategias de marketing y negocios son indispensables para la correcta comunicación de los proyectos, eventos y actividades que se realizan en la empresa.

1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1 Reseña histórica

La Cámara de Comercio e Industrias de Cortes es una entidad de Derecho Público, reconocida por el Estado, con personalidad jurídica propia, fundada en 1931 y con sede en San Pedro Sula, Cortes, que asocia de forma voluntaria, a personas naturales y jurídicas dedicadas al comercio, la industria y la prestación de servicios con el fin de promover, mediante el desarrollo empresarial, el progreso de Honduras. (*Quiénes Somos – Cámara de Comercio e Industria de Cortés*, s. f.)

1.2.2 Misión

Promover con responsabilidad social el fortalecimiento de la libre empresa en el marco de un estado de derecho donde impere la ley y la justicia. (*Quiénes Somos – Cámara de Comercio e Industria de Cortés*, s. f.)

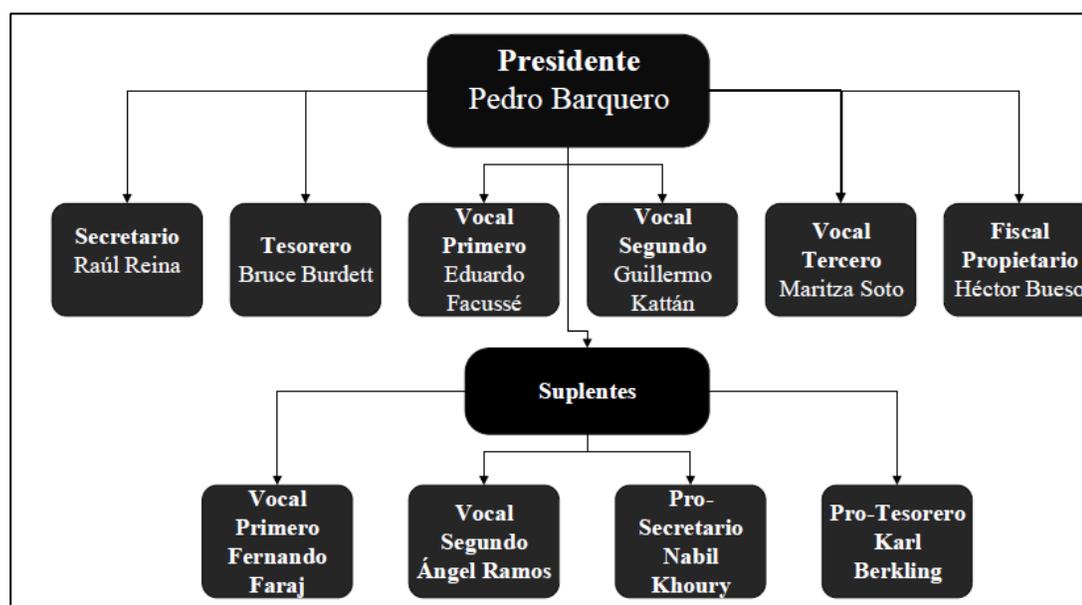
1.2.3 Visión

Ser una Cámara reconocida como una institución beligerante y propositiva que brinda a sus agremiados y usuarios servicios de excelencia, siendo defensora de los derechos de los principios de la libre empresa, el desarrollo sostenible y la sana competencia cumpliendo la ley. (*Quiénes Somos – Cámara de Comercio e Industria de Cortés, s. f.*)

1.2.4 Organigrama

Figura 1 *Organigrama de la junta directiva 2020 de Cámara de Comercio e Industrias de Cortés*

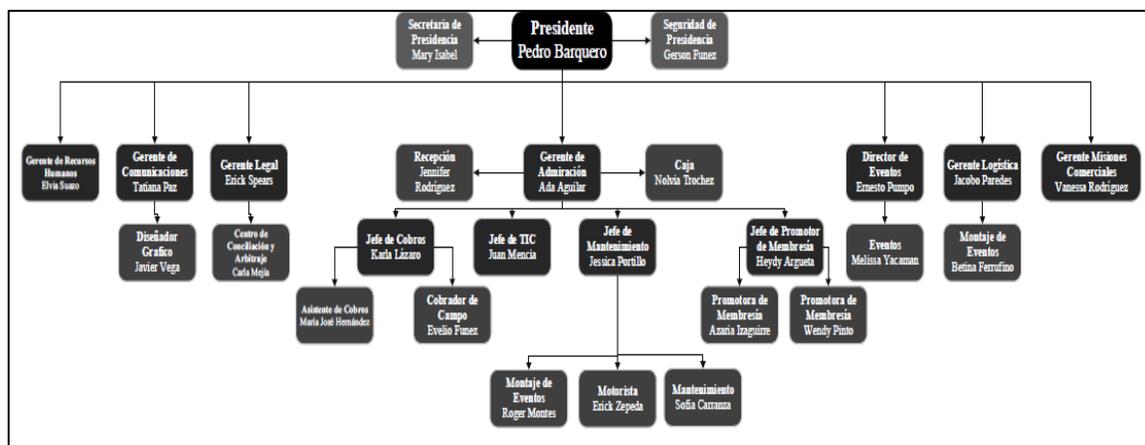
Cámara de comercio e Industrias de Cortés su cadena de mando es por medio de una junta directiva la cual toma las decisiones importantes de la empresa, la junta directiva se somete a votación cada dos años



Fuente: (*Quiénes Somos – Cámara de Comercio e Industria de Cortés, s. f.*).

Figura 2 Organigrama de cadena de mando en las oficinas de Cámara de Comercio e Industrias de Cortés

La organización de las oficinas de Cámara De Comercio e Industrias De Cortés se divide por departamentos los cuales tienen su respectivo gerente como enlace inmediato a presidencia y dentro de cada departamento hay jefes determinados para cumplir las respectivas funciones.



Fuente: Autoría propia.

2 CAPITULO II

El estudio del marketing es muy amplio , es por ello que (Monferrer Tirado, 2013) doctor en administración de empresas y marketing de la Universidad Jaume , explica que la coordinación de las funciones del marketing se impregna en toda la organización. Las aplicaciones de las estrategias y actividades desempeñadas por los mercadólogos pueden dividirse en diferentes tipos de marketing entre los más destacados se resaltan el marketing social¹, marketing de servicios², marketing industrial³, marketing interno⁴; las aplicaciones que se hacen dentro de las empresas siempre están ligadas de forma indirecta o directa con el estudio del marketing.

El funcionamiento de las actividades realizadas en la práctica profesional se dividieron en los departamentos de recursos humanos , comunicaciones , gestión de la calidad y desarrollo empresarial , siendo estos los principales pilares de la empresa , la relación entre los cuatro departamentos es muy estrecha ya que dependen del apoyo de las cuatro para llevar a cabo un proyecto o actividad nueva así que aunque los cuatro tengan ejes diferentes se unen bajo el mismo objetivo de llevar apoyo y asesoramiento a todos sus socios y a la población. A continuación, se presentarán las actividades realizadas desde el cargo de "Asistente De Gerencias" en orden de prioridad.

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA

2.1.1 Lluvia de ideas para nuevos proyectos

El diez y seis de octubre el presidente Pedro Barquero reunió a todo el personal de la empresa para invitarlos a generar una lluvia de ideas de nuevos proyectos ya sea para los meses restantes del año o para el siguiente, el motivo de la necesidad de nuevos proyectos dentro de Cámara de Comercio es para generar nuevamente el margen que se maneja antes de la pandemia. Los lineamientos para la idea de proyecto consistían en que fuera accesible , llamativo para todas las personas y que generara un ingreso considerable, una vez brindados los lineamientos cada quien tenía la oportunidad de agendar una cita con el presidente de cinco minutos para presentarle la idea de proyecto nuevo.

¹ Ver glosario: Marketing Social.

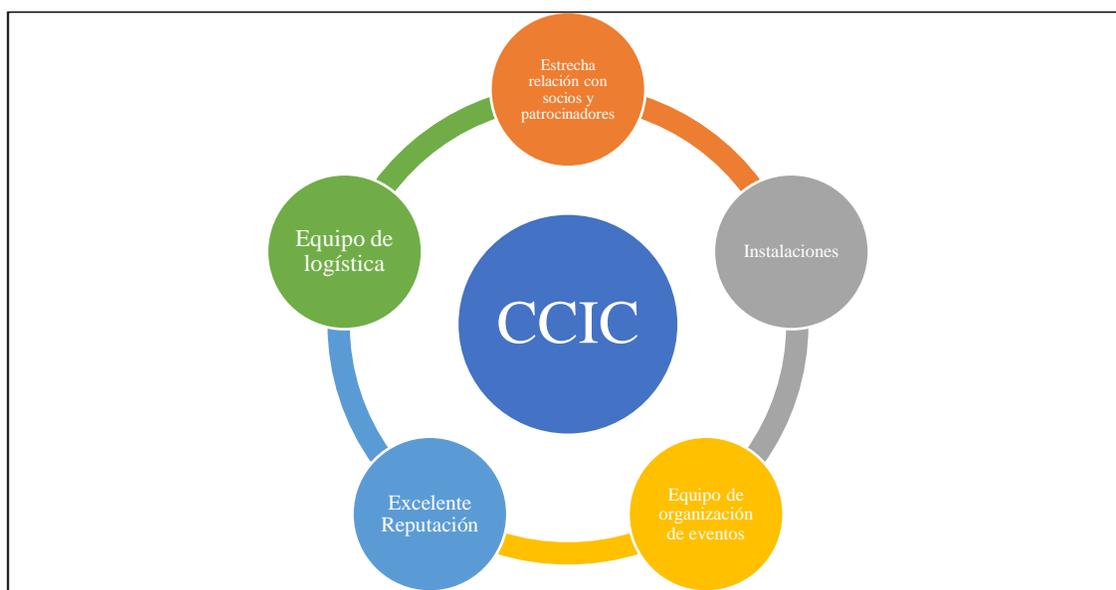
² Ver glosario: Marketing de Servicios.

³ Ver glosario: Marketing Industrial.

⁴ Ver glosario: Marketing Interno.

El crear un nuevo proyecto bajo el sello de cámara de comercio es una tarea importante ya que la misma es conocida por desempeñar todos sus proyectos de forma adecuada siendo multiplicados por las diferentes cámaras del país. Para la lluvia de nuevo proyecto se debe primeramente evaluar los recursos con los que cuenta la empresa los cuales se explican en la siguiente figura.

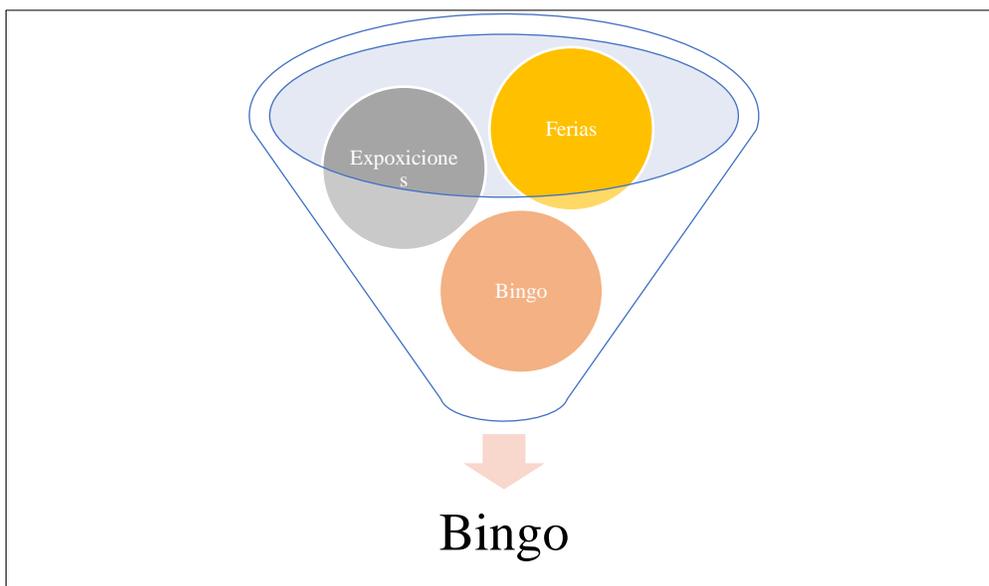
Figura 3 Recursos tangibles e intangibles con los que cuenta Cámara de comercio e industrias de Cortés (CCIC)



Fuente: Autoría propia.

Luego de analizar los recursos con los que la empresa cuenta se procede a evaluar que eventos serían llamativos, que se ajusten a la empresa y se proyecten de forma positiva para la reputación que se ha mantenido por años. Como antecedentes de iniciativas/proyectos se encuentra el Bazar del Sábado, tal como lo describe la página oficial (*Bazar del Sábado – Cámara de Comercio e Industria de Cortés, s. f.*) es una plataforma de expo y venta para los emprendedores hondureños creada en Marzo del 2016. Siendo este uno de los proyectos con mayor aceptación se evaluaron cuáles son los eventos que las familias aceptarían, en la siguiente figura representan los posibles eventos que se pueden realizar una vez evaluando todas las variables expuestas.

Figura 4 Embudo de ideas para nuevo proyecto



Fuente: Autoría propia

Como lo muestra la figura 4 luego de una lluvia de ideas personal de presentar al presidente la idea de un Bingo.

2.1.2 Presentación de nueva idea BINGO

La creación de un proyecto/evento es un trabajo que requiere creatividad , como afirma (MacKinnon, 1960)“La creatividad responde a la capacidad de actualización de las potencialidades creadoras del individuo a través de patrones únicos y originales” ; El idear un nuevo evento en tiempos de COVID-19 es muy diferente a lo que normalmente se acostumbra ya que se debe llevar todo conforme protocolo por la seguridad de todos , para la preparación de la idea de proyecto se evaluó todos los factores los cuales se dispone dentro de la empresa , llevando así a la practica el concepto expuesto por (MacKinnon, 1960) de la mano con la responsabilidad y seguridad de todos. Para la presentación del bingo se realizó por medio de un elevator pitch⁵.

⁵ Ver glosario: Elevator Pitch.

El Bingo tiene como objetivo principal realizar el evento en las instalaciones de CCIC de alto nivel de seguridad, para que las familias disfruten de una tarde noche en familia con la posibilidad de obtener diferentes premios.

La organización del mismo se divide en dos partes, la primera de ellas es la organización de los patrocinadores quienes serían los que donarían los premios del evento, para la obtención de los mismos se utilizará una estrategia por medio de sponsors⁶ donde se negociaría con los diferentes socios de CCIC para que a cambio de publicidad en toda la publicidad colocarlo como un sponsor del mismo también se cuenta con los emprendedores del bazar del sábado a los cuales se les expone la misma estrategia para formar parte del evento, la segunda parte de la organización es sobre la logística del mismo CCIC cuenta con un departamento de eventos el cual se especializa en montar eventos de alto nivel el cual coordinaría la logística del mismo.

El método de ingresos para la empresa consta de tres entradas las que se distribuye de la siguiente manera

Tabla 1 Métodos de Ingresos

MESAS POR GRUPO	CARTONES NUEVOS	BAZAR TO GO
La compra de mesa para jugar la cual se conforma de cuatro a cinco participantes cada uno con sus respectivos cartones aleatorios, fichas y todas las medidas de bioseguridad.	La venta de nuevos cartones para quienes lo deseen, como todo juego de azar siempre se debería tener más de una opción es por ello que se da la oportunidad de obtener un nuevo cartón de juego.	En el área externa se colocaría un mini bazar del sábado son de los emprendedores rentarían el espacio para poder vender sus productos solamente para llevar por motivos de bioseguridad.

Fuente: Autoría propia.

⁶ Ver glosario: Sponsor.

La relación del evento, en el periodo la nueva normalidad los eventos de magnitud son más difíciles de manejar y de obtener todos los permisos necesarios. A continuación, se muestra la tabla de pros y contras que se evaluaron para completar el proceso.

Tabla 2Pros y Contras del Bingo

 PRO'S	 CON'S
<p>CCIC cuenta con todos los elementos para llevar a acabo el evento , desde el lugar hasta los medios para comunicarlo.</p> <p>El respaldo de la experiencia que CCIC a logrado con el paso de los años en la organizziación de proyectos a nivel nacional</p>	<p>La limitacion a la libre circulacion de las personas según normas nacionales</p> <p>El temor de la poblaci3n por la pandemia</p>
<p>La pandemia a llevado a que las personas valoren las oportunidad de poder asisitir a eventos es por ello que brindarles esa oportunidad vale oro , mas cuando sera en un ambiente seguro.</p>	

Fuente: Autoría propia.

Se realizo la presentación del elevator pitch al presidente de CCIC Pedro Barquero, donde se le presento por medio de slides ⁷ para el nuevo evento de CCIC , luego de la presentación del mismo se obtuvo una respuesta positiva , por motivos de logística no se relazaría en el presente año (2020) ya que los salones no se encuentran disponibles por las emergencias que el país enfrente actualmente, el presidente comento que la idea, estrategia y metodología es viable y si es posible la misma se realizaría en el año 2021 como prueba piloto y de ser aceptada por el mercado se establecería como evento mensual o semestral.

2.1.3 Reapertura del Bazar del sábado

El bazar del sábado inicio su labor en marzo del 2016 y fue hasta el presente año que se suspendió por un largo tiempo, la conocida plataforma de impulso de los emprendedores cerró sus puertas en su lugar establecido por la alerta roja generada por la pandemia del

⁷ Ver glosario: Slides.

covid-19. Sin embargo, CCIC no se detuvo y genero espacios donde sus emprendedores podían exponer sus productos y no detenerse por completo los espacios establecidos monetariamente fueron el foodcard del City Mall y el espacio libre entre Diunsa Plaza Pedregal y el Supermercado La Colonia.

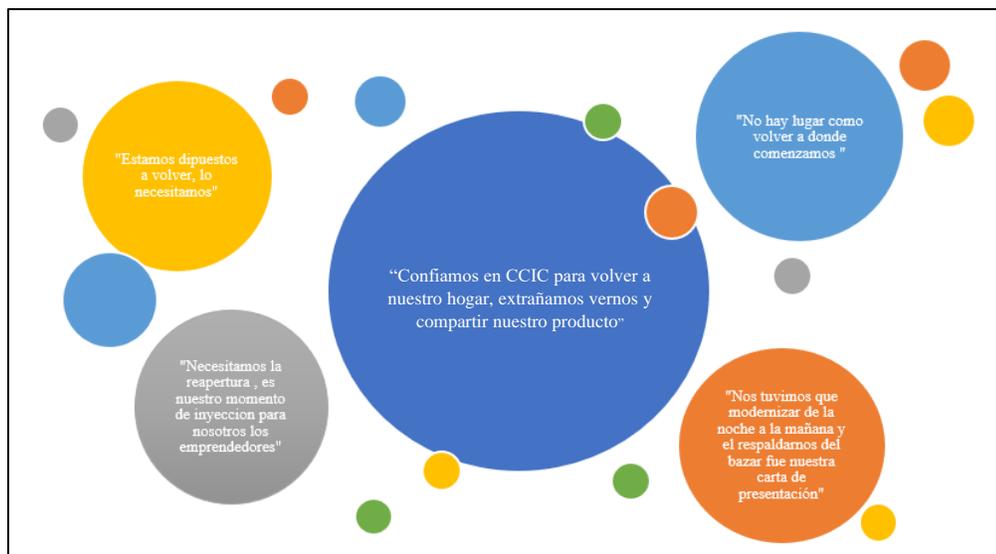
El viernes 23 de octubre se llevó a cabo una reunión con los emprendedores del bazar del sábado en las instalaciones de CCIC en su salón forjador , donde las autoridades conversaron con los asistentes , el creador de la iniciativa el expresidente de CCIC Jorge Faraj fue el encargado de dirigir el conversatorio donde también estaban presentes el Presidente actual de CCIC Pedro Barquero , el presidente de FEDECAMARA Menoti Maradiaga , el director del bazar del sábado Ernesto Pumpo y el gerente de logística Jacobo Paredes.

La actividad del practicante dentro de la reunión fue un tipo de cliente misterioso⁸, donde debía recolectar insight ⁹de comentarios de emprendedores sobre la reapertura del bazar del sábado bajo todas las medidas de bioseguridad donde los resultados obtenidos se presentan en la siguiente figura.

⁸ Ver glosario: Cliente Misterioso.

⁹ Ver glosario: Insight.

Figura 5 Mapa de relación de Insight de reunión con emprendedores del bazar del sábado



Fuente: Autoría propia.

Como resultados contundentes de la relación se obtuvo el SI definitivo para iniciar con el procedimiento de reapertura del bazar del sábado, previamente el permiso por medio de las autoridades ya estaba aprobado.

El 27 de octubre se dio inicio a la inscripción para el bazar del sábado que por su apertura sería de manera gratuita los tres días desde el viernes 30 de octubre al domingo primero de noviembre esto como incentivo para regresar a la nueva normalidad con todas las medidas de bioseguridad.

Como parte fundamental para la reapertura se elaboró el Manual del Protocolo de Bioseguridad, el cual fue actividad asignada al practicante consistía de cinco capítulos

- Capítulo 1: Procedimiento de limpieza.
- Capítulo 2: Reglamento para expositores.
- Capítulo 3: Montaje de kioscos de venta de comida.
- Capítulo 4: Medidas para visitantes.
- Capítulo 5: Señalización.

Para la continuación correcta del mismo se realizó Material POP ¹⁰de forma física y de manera digital se crearon artes informativos los cuales se publicaron en las cuentas oficiales del bazar del sábado en las redes de Facebook e Instagram, información indispensable para una reapertura segura para todos.

El viernes 30 se dio oficialmente la bienvenida a casa a los expositores al bazar , donde se llevó acabo la actividad de manera correcta , la evaluación de la prueba piloto dio un resultado positivo done los puntos a mejorar fueron leves los cuales se corrigieron para los siguientes días ; la reapertura del bazar del sábado es un hecho por motivos de la alerta roja emitida por COPECO sobre las tormentas tropicales ETA e IOTA se suspendió nuevamente asegurando su retorno una vez todas las circunstancias climáticas lo permitan.

2.1.4 Recepción de donación por emergencia ETA e IOTA

Cámara de comercio industrias de Cortés es conocida por ser una institución socialmente responsable , una de las divisiones más conocidas en los últimos años es el marketing social es por ello que (Kotler & Zaltman, 1971) afirman que el marketing social es un concepto en el cual la organización debe establecer las necesidades de su mercado para ahí promocionar un valor superior a sus clientes de tal forma que se mantenga o mejore el bienestar del consumidor y la sociedad.

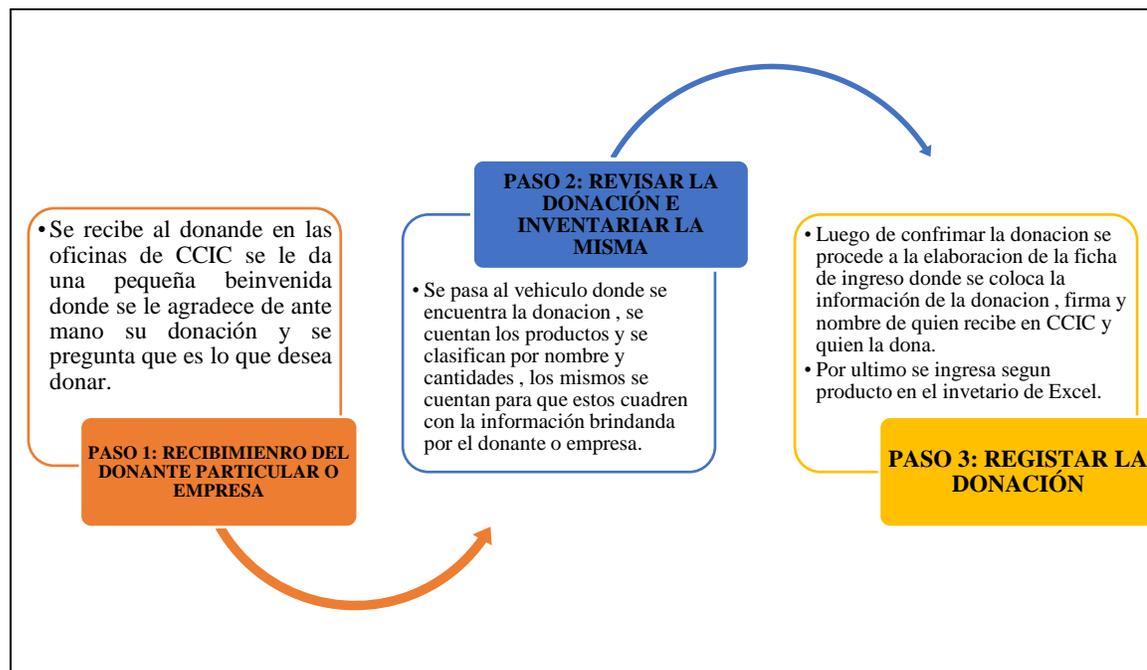
El miércoles cuatro de noviembre entro a Honduras la tormenta tropical ETA la cual genero incontables perdidas para la población donde miles de familias quedaron sin un techo, comida e incluso ropa. CCIC como institución responsable trabajo desde el viernes seis de noviembre como centro de acopio para que socios y no socios acudirían a donar lo deseen para ayudar así al valle de sula que fue el más afectado.

Como asistente de gerencias se incluye el departamento de logística por el cual se la actividad asignada fue coordinación de recepción de donaciones e inventarios, para llevar a acabó esta tarea se creó el formato de recepción de donaciones, el cual consiste en un documento de Excel dividido en hojas las cuales clasifican los ítems de las donaciones

¹⁰ Ver glosario: Material POP.

recibidas con los datos generales. Para una mejor explicación del proceso de recibiendo e inventario de las donaciones se presentará en la siguiente figura

Figura 6 proceso de recibimiento e inventario de donaciones en centro de acopio de CCIC.



Fuente: Autoría propia.

Es por medio de los tres pasos anteriormente explicados que el centro de acopio de CCIC trabaja para poder llevar un orden y brindar un mejor servicio la población del valle de sula que por años han apoyado cada uno de sus eventos.

3 CAPITULO III

3.1. PROPUESTAS DE MEJORA IMPLEMENTADA

3.1.1 Propuesta 1: Checklist Bazar Del sábado

3.1.1.1 Antecedentes

El viernes 30 de octubre se dio la gran reapertura del bazar del sábado, el cual tuvo un gran proceso logístico por temas de la situación actual generada por el covid-19. El llevar un control de todos los procedimientos requeridos por SINAGER (Sistema de gestión de

riesgos) es una tarea larga y debe llevar un correcto registro por cualquier requerimiento por parte de dicha institución.

La propuesta de un checklist para ellos fue la solución a dicho protocolo, ya que por medio de una sola lista se revisó los cien puestos de los emprendedores que participaron en esta reapertura, segura del bazar del sábado.

3.1.1.2 Descripción de la propuesta

Según el autor (Arboleda, 2014) un checklist un instrumento que revisa de forma ordena el cumplimiento de los procedimientos que se llevan a cabo, en la cual se constata el cumplimiento de todos los conjuntos requeridos.

El elaborar un checklist fue la solución al registro ordenado de cada uno de los expositores y el cumplimiento de las medidas de bioseguridad , la lista consta del número de registro de cada expositor , nombre de la empresa , todas las medidas de bioseguridad (mascarilla , gel de manos , alcohol en spray , bandeja para el dinero , guates y careta de acrílico) , cada uno de los expositores debían cumplir las medidas , de no ser así con la lista de respaldo se condiciona su participación para el siguiente bazar del sábado. (Ver Anexo #2)

Los recursos utilizados no genero mayores gastos a la organización ya que se trabajó en Excel de manera ordenada con las celdas anteriormente seleccionadas, la misma fue impresa y se archiva para tener una base para futuros eventos.

La aplicación de dicha checklist fue bajo la modalidad de cliente misterioso, ya que de esta manera el expositor no podía estar prevenido y así se recolectarían los datos más honestos posibles los cuales son de suma importancia ya que la seguridad del personal, expositores y visitantes es la prioridad en estos momentos.

3.1.1.3 Impacto de la propuesta

Gracias a esta propuesta la empresa mostro un informe detallado por cada expositor a las autoridades (SINAGER), lo cual dio una buena reputación para CCIC lo que le permite estar en el top tres de lugares para eventos y autorizados para la realización de eventos en tiempos de pandemia, claro con todas las medidas antes mencionadas.

3.1.2 Propuesta 2: Lives con emprendedores del Bazar del sábado

3.1.2.1 Antecedentes

El bazar del sábado es uno de los proyectos más importantes realizados por Cámara De Comercio E Industrias De Cortés es por ello que su periodo de suspensión por la pandemia y desastres naturales se decidió utilizar las redes sociales del mismo para promover a los emprendedores.

Los emprendedores hondureños son los responsables de la mayor generación de empleo en el país con un porcentaje de 92% a 95% según datos proporcionados por el consejo hondureño nacional de la empresa privada COHEP (Editorial, s. f.).

Es por ello que por años CCIC se ha convertido en su guía en el proceso de hacer crecer su empresa, por orden de las autoridades nacionales el pasado 17 de marzo del 2020, todos los eventos grandes fueron suspendidos con la finalidad de resguardar la salud de todas las personas involucradas siendo el proyecto del bazar suspendido de manera presencial. El 18 de septiembre del 2020 se logró que algunos de los emprendedores expusieron sus productos 100% hondureños en plazas o foodcards, lo cual ayudo a la economía de los emprendedores.

Las redes sociales son una herramienta fundamental para toda empresa producto o servicio, las redes del bazar del sábado tienen un total de 14.2 mil seguidores en Instagram y 25.7 mil seguidores en Facebook sosteniendo un buen margen para la exposición de los productos de los emprendedores.

El auge que se dio el presente año por el uso de estas plataformas para vender y promocionar fue sin duda la principal herramienta para que los negocios en especial los emprendedores.

3.1.2.2 Descripción de la propuesta

Posterior al análisis de social media se propuso crear una sección de LIVES en ambas redes sociales donde cada emprendedor en un promedio de 15 a 20 minutos con uno de sus productos donde puede mostrar su uso o el procedimiento de elaboración.

El propósito de esta actividad fue crear un espacio digital donde todos aquellos emprendedores que no cuentan con un alto número de seguidores o simplemente no conocen de estas herramientas se expongan y promocionen sus productos a un mercado mayor al que por sí solos pueden llegar a alcanzar.

Para cada uno de los LIVES se elaboró un arte (Ver Anexo #3) para su promoción en el cual se incluyen datos como la fecha, hora y plataforma donde será el LIVE, también se hace la invitación a adquirir el producto con el cual se estará trabajando para que este funcione como una clase virtual entre el emprendedor y los espectadores.

Para un mejor orden se calendarizo trimestral (octubre a diciembre) los LIVES iniciando con el especial de Halloween con el emprendedor José López dueño de Arturos Bakery, el cual en un Instagram LIVE decoró en vivo sus productos para dicha fecha. Siguiendo con el segmento navideño con Nenas Cakes entre otros.

Al finalizar cada LIVE el mismo se guarda y se postear para que los espectadores lo puedan volver a disfrutar o quienes se lo perdieron puedan apreciarlo. Cabe destacar que para la empresa esta propuesta no tuvo ningún costo ya que la misma ya cuenta con los recursos necesarios (teléfono, trípode, luces e inmobiliario).

Con la propuesta aplicada quedo la pauta para los siguientes trimestres del año siguiente, resaltando las festividades de los meses comprendidos y los productos de cada temporada a continuación una breve calendarización.

Figura 7 Calendarización 2021 para lives con emprendedores

CALENDARIO DE LIVES PREVISTOS SEGÚN FESTIVIDADES DEL MES, 2021 EMPRENDEDORES DEL BAZAR DEL SABADO				
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Día de Reyes Día de la mujer Hondureña	Pre- Valentines Day Valentines Day	Día del padre Aniversario del BZ	Semana Santa	Día del trabajo Día de la Madre
JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
Feria Juniana	ESPACIO PARA DINAMICAS COMO GIVEAWAYS DE PRODUCTOS NO DE TEMPORADA		Día del niño Día de la independencia	Cáncer de mama Halloween
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE		
	Acción de Gracias pre-navidad	Navidad Año nuevo		

Fuente: Autoría propia.

3.1.2.3 Impacto de la propuesta

El impacto de la propuesta se midió en el incremento de seguidores e interacción que se tuvo con los LIVES. En la siguiente tabla se muestra un resumen de los resultados de ambos LIVES.

Tabla 3 Comparación de ambos lives

HALLOWEEN LIVE	CASA DE JENGIBRE – NAVIDAD
Negocio emprendedor: Arturos Bakery	Negocio emprendedor: Nenas Cakes
Plataforma: Instagram	Plataforma: Facebook
Estadísticas en 24 horas	Estadísticas en 24 horas
Reproducciones 777 reproducciones	Reproducciones 850 reproducciones
Likes 100	Likes 50
Personas conectadas 100	Personas conectadas 180

Fuente: Autoría propia.

El primer LIVE realizado con Arturos Bakery en la plataforma de Instagram tuvo un total de 777 reproducciones y más de 100 likes, durante el LIVE se tuvo un punto de espectadores de 100 personas, además el emprendedor expresó el aumento de seguidores en su cuenta de Instagram también en su número de pedidos para la elaboración de los productos antes y después del LIVE. En el segundo LIVE realizado con Nenas Cakes en plataforma de Facebook tuvo un total de 850 reproducciones y 50 likes , durante el LIVE se tuvo un punto de espectadores de 150 personas.

En conclusión, el impacto de utilizar esta herramienta que ofrecen estas plataformas es óptimo para la comunicación e interacción de los espectadores con los emprendedores, el tener ese contacto y tiempo aumenta la satisfacción de los clientes.

3.1.3 Propuesta 3: Campaña Recolectando Sonrisas

3.1.3.1 Antecedentes

Con los recientes desastres naturales en todo el país miles de familias perdieron la mayoría de sus pertenencias y algunos casos perdieron todo. CCIC como empresa socialmente responsable se convirtió en centro de acopio y distribución de donaciones para todos los albergues y lugares que necesiten apoyo.

Luego de una semana trabajando junto todo el equipo de Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, se notó la poca cantidad de juguetes que se reciben para ser donadas a los niños que resultaron afectados por los desastres naturales que afectaron principalmente al valle de sula.

Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, cuenta con las herramientas para realizar una campaña interna o externa para recaudar juguetes y distribuirlos a todos aquellos niños que perdieron sus pertenencias, es por ello que se propuso lanzar una campaña de juguetes para poder donar a los albergues en San Pedro Sula.

3.1.3.2 Descripción de la propuesta

La propuesta de la campaña se presentó a las autoridades de CCIC luego que ellos aprobaran, se empezó el proceso creativo para el nombre de la campaña teniendo como resultado RECOLECTANDO SONRISAS.

Junto con el equipo de diseño gráfico se elaboró un arte (Ver Anexo #4) para el boletín informativo de CCIC, el cual es privado solamente para los socios de la misma, la campaña se maneja en dos partes la primera es a nivel interno es decir con los socios de CCIC y la segunda con público en general.

Como coordinadora de la campaña, la practicante coordino las donaciones con socios y no socios, por medio de llamadas donde se les explicaba el objetivo de la campaña el cual es llevar una sonrisa a todos los niños afectados, en estas fiestas navideñas, luego de la llamada se coordina una visita con el socio o persona particular donde se le muestran fotos y luego este dice si donaría o si este se comunicaría para coordinar respuesta.

La propuesta no incurrió en gastos para la empresa, ya que la misma cuenta con la logística para la distribución y almacenamiento de las donaciones en este caso juguetes, en la primera semana de RECOLECTANDO SONRISAS se logró la primera meta de recolectar 100 juguetes, teniendo un total de 250 juguetes hasta el 11 de diciembre del 2020, el 18 de diciembre se entrego parte de los juguetes en el albergue ubicado en CCIC y el resto se entregó a niños en semáforos en los alrededores de CCIC. (Ver Anexo #5)

3.1.3.3 Impacto de la propuesta

Si bien el impacto final de la campaña fue el esperado, en el proceso se encontraron obstáculos ya que la situación del país no está como en años anteriores por los múltiples casos actuales.

Una vez más se comprobó que el marketing social y emocional acompañados de un excelente elevator pitch puede lograr los resultados esperados, estas herramientas son precisas ya que,

en poco tiempo, como en una llamada o una reunión de 3 a 5 minutos se puede llegar a transmitir un mensaje de manera clara, emocional y precisa.

3.2 PROPUESTAS DE MEJORA

3.2.1 Propuesta 1: Crear un equipo de marketing

3.2.1.1 Antecedentes

Según los autores (Kotler et al., 2004) las relaciones públicas son todas aquellas acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores a partir de una publicidad favorable evitando en todo momento acontecimientos desfavorables.

En Cámara De Comercio E Industrias De Cortés no posee un equipo de marketing definido la tarea del mismo es responsabilidad del gerente de relaciones públicas, lo cual por parecidos que sean los conceptos no se deben mezclar.

El tener a una sola persona con dos departamentos puede ser una ventaja ya que la empresa se ahorra cierta inversión, la desventaja y el problema radica que como seres humanos en cierto momento las tareas, notas o eventos simplemente se salen de las manos y no se les da la importancia necesaria para los mismos y puede costar más de lo que parece.

Durante el periodo de la práctica profesional se comprobó como la gerente de relaciones públicas coordinaba las dos áreas y la misma mostraba dificultades para concretar ambos campos, en cierto momento solo se le da prioridad al tema de relaciones públicas descuidando el área de marketing en una empresa donde se pueden crear proyectos de marketing social e industrial increíbles además de dar más contenido a los proyectos actuales.

3.2.1.2 Descripción de la propuesta

La propuesta consiste en crear en específico un equipo de marketing el cual está comprendido por dos personas el creativo y un community manager. El objetivo de la creación de este pequeño equipo de trabajo es crear y manejar las cuentas de CCIC y sus proyectos como ser el Bazar del Sábado.

El creativo de marketing, será el encargado de crear ideas y proyectos nuevos que llamen la atención del mercado y que sea tendencia para que el público se anime a participar, el creativo también tiene la responsabilidad de crear nuevos espacios para la exposición de los proyectos y de todos los involucrados, el también podrá negociar con los sponsors lo métodos de

compensación además revisará junto el community manager el contenido de redes. Las habilidades indispensables que este debe tener son:

- Habilidades de comunicación.
- Creatividad.
- Analítico.
- Pasión y Motivación.
- Adaptabilidad al cambio.

El community manager, será el encargado exclusivo de todas las redes sociales de CCIC y sus proyectos en las plataformas, nutrirá de contenido todas las plataformas y puede proponer ideas al creativo para nuevos proyectos, también revisará minuciosamente los artes enviados por el departamento de diseño gráfico. Las habilidades indispensables que este debe tener son:

- Amplio conocimiento en redes sociales
- Solucionador de problemas.
- Excelente capacidad de redacción.
- Creativo.
- Compromiso con la empresa

La inversión presupuestada para este nuevo equipo de trabajo se divide en dos partes el cual se explicará en la siguiente tabla los cuales están sujetos a cambios.

Tabla 4 Inversión mensual en equipo de marketing

Creativo de marketing	Lps. 30,000 *cifras estimadas con respecto a otras empresas.
Community Manager	Lps. 22,000 * cifras estimadas con respecto a otras empresas.

Fuente: Autoría propia

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Luego de la implementación del equipo la respuesta será inmediata al termino de dos meses, una vez el equipo conozca y se empape de todo el conocimiento de los proyectos y la empresa

tendrá la libertad y el espacio para crear en beneficio de la empresa y socios llevando al público final contenido nuevo en tendencia dando a conocer cada proyecto o actividad planeada.

El objetivo del equipo de marketing será crear engagement con los proyectos, que el mercado objetivo este ahí para cada nueva actividad. Los resultados se mirarán reflejados en likes, interacciones y followers, los cuales aumentarán a medida se nutra más el equipo y transmita el mensaje a la población.

3.2.2 Propuesta 2: Instalar un registro de entradas y salidas automático

3.2.2.1 Antecedentes:

Desde sus comienzos Cámara de Comercio e Industrias de Cortés cuenta con un sistema de registro de entradas y salidas, la primer de ellas era por medio de una tarjeta el cual era perforada con una maquina en la hora donde se ingresaba, con el paso de los años y los avances tecnológicos se obtuvo un contador automatizado con huella digital.

A inicios de la pandemia el mismo fue eliminado como medida de bioseguridad ya que el uso continuo del mismo podía ser centro de contaminación de COVID-19 por medio de las partículas que viven en las manos.

Como una de las normas internas de la empresa el registro de entradas y salidas de la jornada laboral es necesario, ya que la empresa remunera las horas extras trabajadas fuera de contrato previamente establecido, es por ello que por medio de un listado que se otorga a seguridad se registran las mismas, proceso el cual no es 100% efectivo además presenta múltiples fallas lo cual complica la digitalización en base de datos de los registros y crea incomodidad en el ambiente laboral.

3.2.2.2 Descripción de la propuesta

Durante el periodo de práctica profesional se detectó un fallo en el proceso de toma de asistencia ya que este es tarea de los guardias de seguridad del edificio los cuales no cumplen el objetivo del listado el cual muchas veces está incompleto o con datos erróneos.

Como solución se propone volver a hacer uso de la tecnología con los nuevos modelos que las empresas creadoras de estos sistemas han creado a raíz de la pandemia por la COVID-19, los mismos cumplen con ambos objetivos de la empresa mantener la seguridad de los colaboradores y la correcta obtención de los registros.

La nueva marca TIMEMOTO (Time Moto, 2019) desarrolladora por safescan , propone nuevas terminales inteligentes con sistemas que combinan tecnología avanzada y control por medio de nube , las terminales que se pueden adquirir para brindar una solución efectiva al problema en este proceso se describen continuación por la siguiente tabla.

Tabla 5 Comparativo de modelos TIMEMOTO

TIME MOTO TM-616	TIME MOTO TM-838
<ul style="list-style-type: none"> • Terminal para fichar con tarjeta. • 200 usuarios. • Gestión de información por medio de nube. • Software amigable y modificable. • Conexión Wifi disponible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Terminal para fichar con reconocimiento facial o tarjeta. • 2000 usuarios. • Gestión de información por medio de nube. • Software amigable y modificable. • Conexión Ethernet y wifi disponible.
Precio: 545 dólares (100 tarjetas extra y envío) Amazon distribuidor oficial.	Precio: 730 dólares (envío incluido) Amazon distribuidor oficial.
Modelo 	Modelo 
Fuente: Amazon	Fuente: Amazon

Fuente: Autoría Propia

Los dos modelos anteriormente presentados dan la óptima solución efectiva al problema detectado, los cuales se propone para la implementación de la empresa. Por previa investigación, observación de la empresa y ambiente laboral se recomienda adquirir un TIME MOTO TM-616.

3.2.2.3 Impacto de la propuesta

Como primer impacto se contará con mayor orden y efectividad el registro de entradas y salidas de la jornada laboral de cada colaborador.

Se evitarán malos entendidos en el ambiente laboral al momento de pago de horas extras ya que el sistema es efectivo y digitalizado lo que dará un recuento justo y honesto de las mismas gracias a su software el cual puede ser modificado por la empresa.

Ambos impactos previstos son respaldados por empresas españolas que califican dicho producto con 4.5 de 5 estrellas en sus compras empresariales.

4 CAPITULO IV

4.1 Conclusiones

- Finalmente se culminó la práctica profesional de manera exitosa, a lo largo de la misma se enfrentaron diferentes eventos como ser los últimos desastres naturales, por la cual se implantaron diferentes estrategias para afrontarlas y obtener resultados positivos. El estudio del marketing es muy amplio es por ello que los profesionales en este rubro son volátiles ya que pueden desempeñarse con facilidad en cualquier aspecto ya que el marketing está en todo.
- Se identificó que las oportunidades de mejoras son en los procesos es por ello que se implementó un nuevo checklist para cumplir con los procesos de manera eficiente.
- El implementar nuevos espacios de exposición por medio de las redes sociales, tanto como expositores como Cámara de Comercio E Industrias de Cortés logró llegar a un nuevo segmento de mercado y generando un mayor engagement.
- Se comprobó que las estrategias de marketing y negocios internacionales son fundamentales en toda empresa es por ello que se recomienda establecer encargados específicamente en el área para poder explotar todas las actividades y proyectos de la misma.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Para la empresa

- Agregar un encargado exclusivo para marketing, la empresa por el momento solo cuenta con un gerente de relaciones públicas, el cual pieza fundamental de la empresa, sin embargo, es necesario tener un gerente de mercadeo ya que no se pueden seguir mezclando conceptos de relaciones públicas con marketing, ambos departamentos trabajando de la mano generaría mejores resultados tarde manera interna como externa.
- Buscar captar la atención de jóvenes, CCIC cuanta con alianzas con diferentes instituciones las cuales pueden ser un referente de aprendizaje y experiencia para los jóvenes el fomentar estos programas de voluntariado o pasantías lograría una mejor percepción de la empresa hacia un nuevo mercado.

4.2.2 Para la Universidad

- Ampliar el número de proyectos de horas de vinculación en varias clases con el objetivo de poder poner en práctica en casos de la vida real.
- Actualizar constantemente el contenido de las clases, para evitar que se dé una brecha de desactualización al momento de egresar
- Ampliar los horarios de uso del Crai, para tener mayor concentración en los proyectos y reuniones sin preocupación de la limitante del tiempo de reserva

4.2.3 Para los estudiantes

- Iniciar desde el primer trimestre si es posible con las horas de vinculación ya que a medida pasa el tiempo la carrera se vuelve cada vez más demandante lo cual alarga el proceso de cumplir dichas horas
- En la mayoría de lo posible buscar colegas que sean de confianza, durante la carrera se desarrollan diferentes proyectos y estos demandan un buen equipo de trabajo es por ello que contar con colegas de confianza es fundamental
- Involucrarse en las actividades extracurricular siempre aportará más en el desarrollo profesional y personal, Unitec cuenta con diferentes grupos extracurriculares que permite que cada estudiante encuentre su espacio para desenvolverse

BIBLIOGRAFÍA

- Bazar del Sábado – Cámara de Comercio e Industria de Cortés.* (s. f.). Recuperado 14 de noviembre de 2020, de <https://www.ccichonduras.org/website/bazar-del-sabado/>
- Centro de Gestión de la Calidad. (2018). *Cliente misterioso*. 3.
- Diccionario de marketing digital. (s. f.). *¿Qué es un insight? - Diccionario de Marketing 40deFiebre*. 40deFiebre. Recuperado 3 de diciembre de 2020, de <https://www.40defiebre.com/que-es/insight>
- Editorial, M. (s. f.). *Emprendedores generan más empleo en Honduras | Dinero HN*. Recuperado 3 de diciembre de 2020, de <http://dinero.hn/emprendedores-generan-mas-empleo-en-honduras/>
- Eventbrite. (2019). *¿Cómo armar una propuesta de valor? - Blog de Eventbrite Argentina*. Eventbrite Argentina Blog. <https://www.eventbrite.com.ar/blog/como-armar-una-propuesta-de-valor/>
- Javier Ortiz. (2017). *¿Qué es el Live Streaming o video en vivo? Javier Ortiz*. <https://javierortiz.mx/glosario/conceptos-video-online/live-streaming/>
- Kotler, P. (1996). *La Importancia Del Marketing Interno—Libro Gratis*. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2013b/1355/gestion-marketing-interno.html>
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2000). *DEFINICIONES DE MARKETING DE SERVICIO*. <http://marketingdeservicios2538.blogspot.com/2016/11/defincion-de-marketing-de-servicio.html>
- Kotler, P., Cruz, I., Cámara, D., & Armstrong, G. (2004). *Definiciones de Relaciones Públicas*. 542.
- Kotler, P., & Monferrer Tirado. (2013). *Fundamentos del marketing*. Universidad Jaume I. <https://doi.org/10.6035/Sapientia74>

Monferrer Tirado, D. (2013). *Fundamentos del marketing*. Universidad Jaume I.

<https://doi.org/10.6035/Sapientia74>

Proyecto TPS. (2015). Herramienta: Slides. *Recursos educativos digitales*.

<http://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/recursosdigitales/2015/09/29/herramienta-slides/>

Quiénes Somos – Cámara de Comercio e Industria de Cortés. (s. f.). Recuperado 23 de octubre

de 2020, de <https://www.ccichonduras.org/website/quienes-somos/>

Roselló, S. (2018, noviembre 7). ¿Qué es un Elevator Pitch? *Montaner*.

<https://www.montaner.com/blog/elevator-pitch/>

Storecheck. (2018). *Materiales POP: ¿por qué son clave para un Trade Marketing brillante?*

<https://blog.storecheck.com.mx/trade-marketing-materiales-pop>

Time Moto. (2019). *TimeMoto*. <https://app.timemoto.com/Account/Login?ReturnUrl=%2F>

Kotler, P., & Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change.

GLOSARIO

1. Cliente misterioso: es una herramienta utilizada para mejorar la calidad del servicio de las empresas, dicha metodología es idónea para evaluar el nivel de satisfacción de los clientes, esta a su vez permite identificar y resolver los puntos débiles de las empresas. El cliente misterioso es una técnica de observación donde se evalúa por medio de visitas no planeadas o esperadas en un lugar concreto. (Centro de gestión de la calidad, 2018).
2. Elevator pitch: es una herramienta que permite aprovechar al máximo los encuentros o reuniones cortas, la clave del mismo es ofrecer la información de manera clara y precisa transmitiendo la pasión por una idea o producto con energía y confianza. (Roselló, 2018).
3. Insight: son todos aspectos no tangibles de la forma en que el consumidor piensa o siente generando oportunidades para la creación de nuevos productos o estrategias. (Diccionario de marketing digital, s. F.).
4. Live: video en vivo en internet por medio de una plataforma, utilizado para llegar de manera inmediata al público.(Javier Ortiz, 2017)
5. Marketing de servicios: rama del marketing que se especializa en una categoría especial de producto o servicios los cuales satisfacen las necesidades o deseos del mercado. (Kotler et al., 2000).
6. Marketing industrial: es aquel que existe entre empresas es comercializar productos o servicios con otras compañías, gobiernos o instituciones entre sí. (Dwyer, 2007).
7. Marketing interno: es el trabajo que se realiza dentro de la empresa para formar y motivar a sus clientes internos, sus colaboradores, quienes son los que apoyan para promocionar la satisfacción del cliente. (Kotler, 1996).
8. Marketing social: concepto en el cual la organización establece las necesidades, deseos e interés de los mercados para que de este modo pueda promocionar un valor superior a sus clientes para mantener el bienestar de la comunidad (Kotler & Zaltman, 1971).
9. Material POP: son gráficos de publicidad o las exhibiciones utilizadas en el punto de venta para la promoción y difusión de marca o producto.(Storecheck, 2018)
10. Slides: es una herramienta que permite crear diapositivas, la misma es apta para presentaciones llamativas y precisas. (Proyecto TPS, 2015).

11. Sponsor: son los patrocinadores o auspiciantes corporativos cuales pueden ser personas o empresas que colaboran en un evento con fines publicitarios. (Eventbrite, 2019).

ANEXOS

Anexo 1. Presentación elaborada para propuesta idea *BINGO*

Objetivo Método y Organización



Objetivo

Realizar un bingo en las instalaciones de CCIC de alto nivel de seguridad , para que las familias disfruten una tarde noche en familia con diversos premios.

Método

Se incluirán a los socios de CCIC como patrocinadores para los premios y se invitara a participar a emprendedores del Bazar del Sábado.

Organización

Se necesita el apoyo de mantenimiento y personal administrativo para llevarlo a acabo , todo dentro de los estandares de seguridad.



Mesa por Grupo

- 4 a 5 personas máximo
- 5 cartones aleatorios
- Canasta de fichas para marcar

*Bote de gel de manos



Mini Bazar para llevar

- Carpa
- Puesto con mesa y dos sillas
- Acceso a toma corriente



Cartones Extra

- Si las personas desean un nuevo cartón adicional lo puede adquirir con un precio nuevo.



Costos

Lugar
(logística)



Cartones y Fichas



Bioseguridad



Equipo de
sonido
animación



<p>PRO'S</p> 	<p>CON'S</p> 
<p>CCIC cuenta con todos los elementos para llevar a acabo el evento , desde el lugar hasta los medios para comunicarlo.</p> <p>El resplando de la experiencia que CCIC a logrado con el paso de los años en la organización de proyectos a nivel nacional</p> <p>La pandemia a llevado a que las personas valoren las oportunidad de poder asistir a eventos es por ello que brindarles esa oportunidad vale oro , mas cuando sera en un ambiente seguro.</p>	<p>La limitacion a la libre circulacion de las personas según normas nacionales</p> <p>El temor de la población por la pandemia</p>

Anexo 4. Campaña Recolectando Sonrisas



#Empresarios **UNIDOS** Por Honduras

Recolectando Sonrisas

Dona un juguete para los niños y niñas afectados por los recientes desastres naturales.

Centros de Acopio:
Expocentro S.P.S
Oficinas de COHEP T.G.U

Fechas: 23 de Noviembre al 11 de Diciembre

Horario: 9 A.M a 4 P.M

Logos of participating organizations: CANTERA DE TRABAJO DEL MUNDO LABORAL, CCIT, EDUCACION NACIONAL DE HONDURAS, ANDI, COHEP, APAH, DEAL, FAMILIAS UNIDAS, ODS, AMC, ADEPEH.



Anexo 5. Entrega de juguetes de campaña RECOLECTANDO SONRISAS.



Anexo 6. Donaciones para afectados por ETA – IOTA



Anexo 7. Detrás de escena de Lives

