



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**“CÁMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CORTÉS”**

**SUSTENTADO POR:**

**KAROL STEPHANIE ANDINO ZALDIVAR**

**21711279**

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

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A.**

**JUNIO, 2021**

## ÍNDICE DEL CONTENIDO

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES .....	3
ÍNDICE DE TABLAS .....	4
RESUMEN EJECUTIVO .....	6
INTRODUCCIÓN .....	8
<i>CAPÍTULO I</i> .....	<i>1</i>
1.1    OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL .....	2
1.1.1    Objetivo General .....	2
1.1.2    Objetivos Específicos .....	2
1.2    DATOS GENERALES DE LA EMPRESA .....	3
1.2.1    Historia .....	3
1.2.2    Misión .....	4
1.2.3    Visión .....	4
1.2.4    Organigrama .....	4
<i>CAPÍTULO II</i> .....	<i>5</i>
2.1.1    Recolección de información para página web. ....	6
2.1.2    Nuevo diseño de la bolsa de empleo digital. ....	9
2.1.2.1    Propuesta de evaluaciones psicométricas. ....	9
2.1.2.2    Diseño del estudio psicométrico. ....	9
2.1.2.3    Tipos de Pruebas Psicométricas utilizadas en el proceso. ....	10
2.- Test para medir Aptitudes: .....	10

		ii
	3.- Medición de rasgos de Personalidad: .....	10
	4.- Test de Evaluación de Competencias: .....	10
	Forma de Entrega y tiempo de Respuesta: .....	11
2.1.3	Elaboración de folletos publicitarios “flyers”. .....	12
2.1.4	Creación y manejo cuenta en MailChimp. ....	14
<i>CAPÍTULO III</i> .....		<i>15</i>
3.1	<b>ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS DE MEJORA PARA LA EMPRESA</b>	<b>16</b>
3.1.1	Nombre de la propuesta .....	16
3.1.1.1	Antecedentes .....	16
3.1.1.2	Descripción de la propuesta .....	16
3.1.1.3	Impacto .....	18
3.2	<b>PROPUESTAS DE MEJORA.</b> .....	<b>18</b>
3.2.1	Nombre de la propuesta .....	18
3.2.2.1	Antecedentes .....	18
3.2.2.2	Descripción de la propuesta .....	19
3.2.2.3	Impacto de la propuesta .....	19
3.2.2	Nombre de la segunda propuesta .....	20
3.2.2.1	Antecedentes .....	20
3.2.2.2	Descripción de la propuesta .....	21
3.2.2.3	Impacto de la propuesta .....	21
<i>CAPÍTULO IV</i> .....		<i>25</i>
4.1	<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>23</b>
4.2	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>24</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....		<b>26</b>

GLOSARIO .....	27
ANEXOS .....	30
Tabla 2. Formato para Matriz Ansoff. ....	31

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Organigrama Cámara de Comercio e Industrias de Cortés .....	4
Figura 2. Vista Anterior Bolsa de Empleo. ....	9
Figura 3. Nueva Vista Bolsa de Empleo. ....	10
Figura 4. Reporte Semanal de Afiliaciones .....	11
Figura 5. Pasos para Afiliación. ....	15
Figura 6. Beneficios de la Afiliación. ....	16
Figura 7. Vista Anterior Directorio Socios .....	18
Figura 8. Nueva Vista Directorio Socios .....	18
Figura 9. Vista Anterior Portal Empresarial .....	19
Figura 10. Nuevo Diseño Portal Empresarial .....	19

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Costos relacionados a Formación Equipo de Marketing. ....	22
Tabla 2. Formato para Matriz Ansoff. ....	34

## **DEDICATORIA**

Quiero empezar agradeciendo a Dios porque me permite culminar una etapa muy importante en mi vida, también quiero agradecer a mi papá y mi mamá que me han apoyado y han estado a mi lado en todo momento durante el proceso universitario que hicieron todo lo posible porque obtuviera una meta más en mi vida, quiero dedicar este logro a mi mami que yo sé que está orgullosa de mi desde el cielo, como último pero no menos importante quiero agradecer a mis amigas y dedicarles parte de este logro a Jenny Maldonado, por estar siempre juntas en las buenas y las malas en nuestro paso por universidad sin duda ha sido de gran apoyo, también a mi amiga Gabriela Madrid que ha sido alguien importante durante este proceso universitario y el apoyo de Nicolle Iglesias mi amiga y colega quien me ayudó siempre que tenía una duda en cualquiera de mis clases.

Karol Andino.

## RESUMEN EJECUTIVO

Actualmente, existen ciertas entidades encargadas de velar por el buen funcionamiento capitalista de la economía, la cual se profesa en la mayoría de los países del mundo. Estas instituciones generalmente reciben el nombre de cámaras de comercio y a su vez fungen como una corporación de derecho público cuya finalidad es la representación, promoción y defensa de los intereses generales de las empresas. Las Cámaras de Comercio crean beneficios y servicios atractivos para los empresarios y accionistas basados en sus necesidades, a fin de generar desarrollo y oportunidades de crecimiento. Las cámaras de comercio además de prestar un servicio público en cuanto al registro mercantil, y otros servicios establecidos en el código de comercio de cada país o región cumplen un papel fundamental en el desarrollo empresarial de su entorno. Gracias a sus vastos conocimientos en el área mercantil pueden asesorar a los comerciantes u empresarios que desean hacer cambios en pro del mejoramiento y bienestar de su compañía, empleados, clientes e inversionistas. Por ello, las cámaras de comercio se esmeran continuamente por diseñar y actualizar nuevos servicios y estrategias que sirvan como apoyo a los empresarios y sus ideas innovadoras.

En el presente informe de práctica profesional se explican las actividades realizadas desde un punto de vista de marketing y negocios internacionales, en la misma se realizaron tareas para mejorar la promoción de cada uno de los proyectos y productos que cámara de comercio e industrias de cortes parece a la población y como esta se ve de manera social ante la misma.

El conocimiento de la población sobre las actividades de la misma es incompleto si no que nulo es por ello que por medio de estrategias de promoción se logró crear pequeñas actividades para poder llegar a un mayor mercado de personas y así poder crear una relación más duradera entre clientes y Cámara de Comercio. Existen entidades que agrupan varias Cámaras de Comercio a fin de integrar y promover los servicios y productos de sus países, regiones y sectores, aprovechando su potencial y promoción. A nivel global, es la Cámara de Comercio Internacional la encargada de representar a las empresas de todos los sectores y de todos los países del mundo.

Esta institución fue pieza clave para desarrollar la práctica profesional que duró tres meses, en el área de membresías y eventos. En esta etapa se realizaron actividades que contemplaron el diseño de folletos informativos, boletines, manejo de bases de datos de socios y posibles socios. Sin embargo, una de las tareas principales y que conllevó gran parte del tiempo fue el diagnóstico de necesidades de la corporación. En esta investigación se encontró que apremia la conformación de un equipo de marketing que apoye y genere estrategias para mejorar el branding y fidelización por medio de campañas y seguimiento. Además de eso, se plantea el desarrollo de ciertas herramientas de marketing como la matriz de Ansoff<sup>1</sup>, FODA y la matriz BCG para conocer a ciencia cierta el estado y ubicación de los servicios de la CCIC en el mercado. Una vez mapeados estos productos, la corporación estará en la capacidad de tomar decisiones sustentadas en el diagnóstico proveído por los resultados de las herramientas.

---

<sup>1</sup> Ver modelo de matriz en anexos.



## INTRODUCCIÓN

En el presente informe se detalla la aplicación de la mayoría de los conocimientos adquiridos en el transcurso la carrera universitaria, puestos a disposición de la empresa, específicamente al departamento de Eventos y Comunicaciones de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés. La práctica profesional es un requisito para poder obtener el título de Licenciatura en Mercadotecnia y Negocios Internacionales. Esta etapa del proceso académico educativo que comprende los meses de Abril a Junio del año 2021, se desarrolló como Asistente de Mercadeo en Comunicaciones y Eventos, realizando diversas actividades ligadas principalmente a la administración y manejo de las membresías a empresas socias de la cámara.

Es importante resaltar la importancia que tiene una práctica profesional ya que, es un medio para probar el sabor de la realidad, en este caso del mundo laboral. Además, se pretende comprobar que el estudiante egresado de UNITEC sí tiene un alto valor profesional y se convierte en un transformador de ideas, metas, proyectos, responsabilidades y de obstáculos que se presenten en las empresas.

Cabe notar que la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés ha trabajado con organizaciones de alto renombre como las Naciones Unidas, organizaciones del sector empresarial y la sociedad civil del país. Estas entidades recientemente han trabajado en el Plan de Reconstrucción Nacional; ya que, tras el paso de la pandemia y de los huracanes ETA e IOTA, Honduras se ha visto sumida en una profunda crisis económica y social. Aparte de velar por el crecimiento económico del país, también se encargan del registro mercantil de las empresas, asimismo de efectuar capacitaciones sobre varios temas empresariales. De hecho, en temporada crítica de pandemia, las capacitaciones se realizaron en línea, a través de plataformas de videoconferencia. En el documento se presenta la información general de la empresa como ser historia, misión, visión y organigrama. Asimismo, se plantean las actividades realizadas en el departamento, las mejoras implementadas y la propuesta para crecimiento de la empresa. Finalmente, se apegan al informe, las conclusiones, recomendaciones y algunos anexos para una mejor comprensión de las actividades desempeñadas.

# CAPÍTULO I

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

### **1.1.1 Objetivo General**

Aplicar los conocimientos adquiridos durante el periodo de práctica profesional para poder desempeñar de manera eficaz y concisa las tareas asignadas otorgando un servicio competente a la empresa con el fin de poder obtener experiencia y optar a la obtención del título de Licenciada en Mercadotecnia y Negocios Internacionales.

### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Fortalecer las destrezas y habilidades necesarias para el ámbito laboral especialmente en el área de membresías a socios de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés.
- Plantear una propuesta de mejora en base a un diagnóstico de necesidades y diseño de estrategia en el departamento de Membresías de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés.
- Elaborar y desarrollar diseños para boletines, folletos informativos, bolsa de empleo y renovación de la página web de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés.

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

### **1.2.1 Historia**

La Cámara de Comercio e Industrias de Cortés es una entidad de Derecho Público, reconocida por el Estado, con personalidad jurídica propia, fundada en 1931 y con sede en San Pedro Sula, Cortés, 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 social de Honduras. Algunas de las especialidades de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés incluyen el Desarrollo Empresarial, asesoría legal,

capacitación, negocios internacionales, ruedas de negocios, apoyo a mipymes, solución de controversias y bolsa de empleo.

Con una estructura orgánica que comprende a la Asamblea General de socios, la Junta Directiva y demás órganos por éstos creados, la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés ha tenido una trayectoria destacada al incentivar la inversión, la capacitación del recurso humano y la competitividad del empresariado hondureño.

Desde su fundación, la CCIC ha tenido 23 presidentes, desde Ricardo Rogge en 1931 hasta Pedro Barquero actual presidente. A través de los años, la CCIC ha desarrollado diferentes actividades y eventos basados en el marco de fortalecer el comercio de la región y por ende mejorar los indicadores de Producto Interno Bruto del país. Algunas de estas actividades comprenden talleres para emprendedores, programas para fortalecimiento empresarial de MIPYMES, coaching, capacitaciones en línea como: técnicas para recuperar créditos, Excel a todos los niveles, selección del socio comercial, ferias de exposición de productos, ferias anuales en honor al santo patrón del municipio, entre otras.

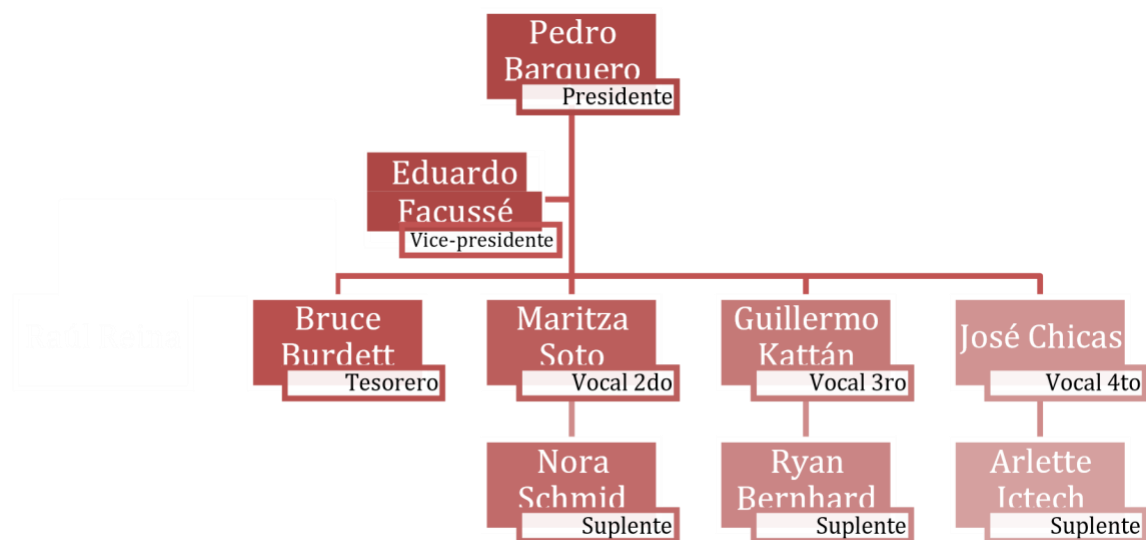
### **1.2.2 Misión**

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.

### **1.2.3 Visión**

Ser una Cámara reconocida como una institución beligerante y pro-positiva 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.

### **1.2.4 Organigrama**



**Figura 1. Organigrama Cámara de Comercio e Industrias de Cortés.**

Fuente: Elaboración propia.

# CAPÍTULO II

## **2.1 ACTIVIDADES DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

En este apartado del informe, se detallan todas las actividades ejecutadas durante el período de la práctica profesional desarrollada en la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés. Algunas funciones incluyeron la elaboración de folletos informativos, boletines, actualización y nuevos diseños para la página web, visitas a potenciales empresas socias, entre otras tareas.

### **2.1.1 Recolección de información y nuevo diseño de pagina web.**

Durante el período de práctica una de las asignaciones principales fue la recolección de información para la creación de la nueva página web de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés. La actual página contaba con información desactualizada y no tenía las referencias necesarias para los socios. En la misma no se encontraban los contactos actuales, no se podía acceder al boletín noticioso que la cámara gestionaba; asimismo, tampoco contaba con el acceso al perfil de la cámara en las redes sociales. La página web anterior no detallaba los servicios que actualmente ofrece la institución. Por estos motivos se determinó con la jefatura de mercadeo, el inicio de la renovación de la página web. Para llevar a cabo la actividad, se realizaron varias etapas:

1. Elaboración y depuración de un listado con información de interés. Sin duda las páginas web deben ser atractivas para que el usuario final se sienta cómodo interactuando con las mismas.
2. Se plasmó toda la data escrita para posteriormente trasladarla bajo un esquema profesional a la página web con el equipo de programación.
3. Se evaluaron todos los archivos multimedia con que contaba la CCIC, depurando y últimamente editando nueva data que pudiera transmitir un mensaje fresco de parte de la cámara.
4. Se realizaron varias sesiones con el departamento de sistemas y programación para ejecutar el levantamiento del nuevo diseño de la página.

5. Finalmente, el nuevo diseño de la página web se presentó a la alta gerencia de mercadeo, quien en última instancia escaló el trabajo a la junta directiva para su debida aprobación. A continuación, se muestran las mejoras implementadas en el sitio web:



**Figura 7. Vista Anterior Directorio Socios.**

Fuente: Cámara de Comercio e Industrias de Cortés.



**Figura 8. Nueva Vista Directorio Socios.**

Fuente: Elaboración propia.





La Cámara de Comercio e Industrias de Cortés , cuenta desde Octubre del 2008, con un Portal Empresarial, el cual se implementó con el apoyo obtenido del Banco Interamericano de Desarrollo ( BID) a través del Programa Nacional de Competitividad. Con el propósito de agilizar el trámite de los procesos que tiene que ver con la apertura y funcionamiento de las empresas.

El Portal Empresarial cuenta con ventanillas de las diferentes instituciones gubernamentales como el Servicio de Administración de Rentas de Honduras, Municipalidad de San Pedro Sula, Instituto Hondureño de Seguridad Social, todas en un mismo lugar, en un ambiente cómodo y que ofrece una atención personalizada y expedita.

**Figura 9. Vista Anterior Portal Empresarial.**

Fuente: Elaboración propia.



La Cámara de Comercio e Industrias de Cortés , cuenta desde Octubre del 2008, con un Portal Empresarial, el cual se implementó con el apoyo obtenido del Banco Interamericano de Desarrollo ( BID) a través del Programa Nacional de Competitividad. Con el propósito de agilizar el trámite de los procesos que tiene que ver con la apertura y funcionamiento de las empresas.

El Portal Empresarial cuenta con ventanillas de las diferentes instituciones gubernamentales como el Servicio de Administración de Rentas de Honduras, Municipalidad de San Pedro Sula, Instituto Hondureño de Seguridad Social, todas en un mismo lugar, en un ambiente cómodo y que ofrece una atención personalizada y expedita.

- Cuadro de requisitos para gestiones portal empresarial

**Afiliación y Rentas**

**Figura 10. Nuevo Diseño Portal Empresarial.**

Fuente: Elaboración propia.

## **2.1.2 Nuevo diseño de la bolsa de empleo digital.**

Bajo esta directriz se ejecutaron nuevos diseños en las herramientas citadas anteriormente, con la finalidad de imprimirle vistosidad a la bolsa de empleo, que se enviaba a los solicitantes de la misma. También se realizó un diagnóstico y entrevistas al personal interno sobre la imagen de la bolsa de empleo, obteniendo impresiones de primera mano que permitieron mejorar la apariencia del contenido que se sube a la bolsa de empleo. Esta información es vital para el público externo, como ser la sociedad civil, estudiantes universitarios, entre otros. Todo diagnóstico viene ligado a parte de un estudio de marketing, generalmente los diagnósticos son contenidos en un plan de marketing que incluye análisis del mercado, formulación de estrategias de mercadeo, diseño de planes de acción, implementación de estrategias, para finalmente ejecutar un control y evaluación. Parte de esta evaluación contempla lo siguiente:

### **2.1.2.1 Propuesta de evaluaciones psicométricas.**

Desarrollada por el área de Recursos Humanos de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, para el cumplimiento de las necesidades establecidas por las empresas solicitantes.

### **2.1.2.2 Diseño del estudio psicométrico.**

Esta es una técnica utilizada en el área de Recursos Humanos para ser más efectiva la gestión de contratación de personal, con la utilización de entrevistas, pruebas psicométricas y de conocimientos.

### **2.1.2.3 Tipos de Pruebas Psicométricas utilizadas en el proceso.**

#### **1.- Test para medir Inteligencia:**

**Evaluación Wonderlic:** Provee una estimación de la inteligencia, mediante la medición de habilidades de razonamiento lógico, numérico y verbal. Esto indicaría la capacidad de la persona para identificar el grado de aprendizaje, la resolución de problemas, así como la efectividad en los procesos de comunicación. Se aplica a personal con nivel educativo medio y superior.

## **2.- Test para medir Aptitudes:**

**Evaluación Cleaver:** Mide las aptitudes más sobresalientes del ser humano en cuatro factores determinantes como ser: Dominancia, Influencia, Estabilidad y Cumplimiento. Aplica a todos los niveles.

## **3.- Medición de rasgos de Personalidad:**

**Factores de Personalidad (16 pf):** evalúa los factores de personalidad más sobresalientes del individuo como ser afabilidad, razonamiento, estabilidad, dominancia, sensibilidad, aprensión, autosuficiencia, perfeccionismo, tensión, ansiedad, autocontrol, dureza, e independencia. Se aplica a todos los niveles.

## **4.- Test de Evaluación de Competencias:**

**Evaluación Allport:** medición de valores aplicables para el cumplimiento de metas; teórico, económico, estético, social, político y religioso. Se aplica a todos los niveles.

**Evaluación Benzinger:** Medición de competencias identificando la dominancia cerebral natural del individuo. Se aplica a todos los niveles.

### **Forma de Entrega y tiempo de Respuesta:**

Se realiza un análisis de la información y se entrega un informe por candidato, fundamentado con los datos obtenidos durante el proceso de evaluación.

El tiempo de respuesta dependerá de la cantidad de candidatos que se evalúen, sin embargo, el tiempo de respuesta no será mayor a dos semanas.



**Figura 2. Nueva Vista Bolsa de Empleo.**

Fuente: Elaboración propia.

San Pedro Sula  
10 de Enero de 2015

Nombre:  
Cargo:  
Empresa:

Estimado(a)

Me dirijo a usted con el fin de presentarle la propuesta de Servicios de Evaluaciones Psicométricas.  
Este proceso es realizado por profesionales competentes del área, con el fin de identificar a los candidatos idóneos para ocupar sus plazas vacantes.  
Nuestros servicios pueden adecuarse en función de las necesidades de la empresa u organización, estamos enfocados en apoyarle y servirle en base a sus requerimientos.

Quedamos a su disposición para cualquier información adicional que necesite.

Atentamente,

Lic. Elvia Suazo  
Gerente de Recursos Humanos

**Figura 3. Vista Anterior Bolsa de Empleo.**

Fuente: Elaboración propia.



En promedio, mensualmente se afilian 30 nuevas empresas. Según datos del área correspondiente de la CCIC en el primer trimestre del año 2021 hubo un ingreso de 121 afiliaciones. Este número representa un 40% de las afiliaciones proyectadas según presupuesto del año. Todas las empresas son categorizadas según un rubro comercial, que puede ser: empresas agrícolas, empresas de la industria, empresa del comercio y empresas de servicios. Cada mes se efectúa en promedio un seguimiento a 15 empresas; sin embargo, de cada 10 socios potenciales existen 5 que logran afiliarse, esto equivale a un 50%. La participación de las empresas que no se afilian, manifiestan los siguientes motivos:

1. Falta de presupuesto.
2. No aprobación de los gerentes.
3. Pertenecen a otra cámara.
4. Alto costo de la membresía.

#### **2.1.4 Creación y manejo cuenta en MailChimp.**

En la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés se identificaron algunas oportunidades de mejora, una de ellas incluye el envío de correos formales con los boletines y folletos, por medio de la plataforma de MailChimp, con la finalidad de automatizar el envío de correos a destinatarios especificados en una base de datos. Previamente, se validó la minería de datos existente con información de los socios y consecuentemente se alimentó cada día, de manera que con cierta frecuencia el sistema enviara la información.

MailChimp proporciona grandes ventajas a sus usuarios, lo que la convierte en una buena opción para gestionar y evaluar las campañas de email marketing. (GenWords, 2021)

Además, es fácil de usar, permite crear newsletters personalizados, ofrece métricas para medir los resultados de tu campaña y puedes llevar un seguimiento de las acciones que realizan tus contactos.

El correo electrónico es una herramienta de marketing importante para cualquier persona que hace negocios en línea y MailChimp es una herramienta que ayuda a aquellos que se inician en el email marketing. Además de ser bastante asequible, también hace que sea muy fácil comenzar a construir una lista de correo electrónico y ejecutar campañas de marketing sin conocimiento previo. Toda la interfaz de usuario es muy intuitiva y está bien documentada.

Además de ser bastante asequible, también hace que sea muy fácil comenzar a construir una lista de correo electrónico y ejecutar campañas de marketing sin conocimiento previo. Toda la interfaz de usuario es muy intuitiva y está bien documentada.

# CAPÍTULO III



## **3.1 ACTIVIDADES IMPLEMENTADAS DE MEJORA PARA LA EMPRESA**

### **3.1.1 Nombre de la propuesta**

Diseño de Boletines Informativos para el proceso de afiliación como socio de Cámara De Comercio Industrias De Cortés

#### **3.1.1.1 Antecedentes**

La información brindada a los socios potenciales de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés se presentaba de una forma poco atractiva lo cual no llamaba la atención de estos, se creó una nueva línea gráfica para esta información y así se puede presentar de manera digital y física.

Como una la mencionan los principios de promoción y publicidad la información se debe presentar de manera atractiva y precisa así el mercado objetivo puede ser captado, tanto como la información debe ser resumida de forma clara sin escapar detalles y se deben de color imágenes que referencien el texto así es más efectivo logran pasar un mercado meta a consumidores finales.

#### **3.1.1.2 Descripción de la propuesta**

Este diseño surgió luego de varias jornadas y sesiones de trabajo con las áreas involucradas, que a su vez intentaban comunicar los beneficios de la afiliación. Parte de estas entrevistas recabaron que no todo el personal en primera línea conoce todos los beneficios, por ende, se encontró una posibilidad de un reforzamiento vía capacitaciones al cliente interno.

Para esta propuesta se realizó una investigación con el equipo de ventas de membresías para poder entender cuáles eran los pasos y requisitos para poder resumirlo de forma correcta, sin dejar por fuera ninguna información clave ya que esta sería de uso público para todos los pequeños y grandes empresarios que deseen afiliarse a la cámara y así poder gozar de los servicios que esta lleva consigo.

LA CCIC AFILIA DE FORMA VOLUNTARIA, SOCIEDADES MERCANTILES, COMERCIANTES INDIVIDUALES, PROFESIONALES QUE TENGAN RELACIÓN CON EL COMERCIO.

---

**REPRESENTACIÓN GREMIAL/ ASESORIA LEGAL**  
(Mercantil, Laboral y Civil)

**CAPACITACIÓN CONSTANTE PARA SUS COLABORADORES**  
(Sin Límite de Participantes)

**ACCESO A NUESTRO PORTAL DE INFORMACIÓN**  
(Leyes, Tratados, Amnistías Etc.)

**ACCESO A LAS VENTANILLAS EXCLUSIVAS DE REGISTRO MERCANTIL, CCIC, MSPS E IHSS**

**PARTICIPACIÓN EN EVENTOS**

**ACCESO A NUESTRA BOLSA DE EMPLEO**

**Requisitos:**

Copia escritura de constitución y sus reformas si tuviese	Certificado de registro de la cámara de su domicilio
Copia RTN	Llenar, firmar y sellar solicitud y afiliación
Copia de un recibo de	Realizar el pago de la membresía acuerdo al capital de constitución de la empresa.

CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIAS DE CORTES

**Figura 6. Beneficios de la Afiliación.**

Fuente: Elaboración propia.

### **3.1.1.3 Impacto**

Tanto de forma física como digital se creó un mejor engagement de como esta se compartía a los socios potenciales con la misma información brindada, el impacto se midió por medio de todas las preguntas y llamadas que se recibieron a la semana de haberlos publicado, si bien la mayoría de los contactos no se afiliaron se logró captar la atención de aquellos que antes simplemente ignoraban o pasaban por alto la información que llegaba por medio de un correo en blanco y negro. Dicha propuesta quedo en uso para continuo y vigente en este periodo.

## **3.2 PROPUESTAS DE MEJORA.**

### **3.2.1 Nombre de la propuesta**

Diagnóstico de marketing.

#### **3.2.2.1 Antecedentes**

La Cámara de Comercio e Industrias de Cortés no cuenta con archivos útiles de campañas de marketing anteriores. Solamente es posible encontrar publicaciones en redes sociales y algunos boletines impresos. Sin embargo, no existe un programa o calendario de actividades de mercadeo que indiquen la temporalidad de las campañas y el sustento de las estrategias trazadas. En vista de esta problemática, es necesario esquematizar un diagnóstico de la situación actual, mediante el uso de herramientas como Matriz BCG, Matriz Ansoff y FODA.

#### **3.2.2.2 Descripción de la propuesta**

Como parte de la propuesta de mejora planteada a la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés, se contempla el desarrollo de algunas herramientas de un plan de marketing, tales como el estudio de la situación actual mediante un análisis FODA, que permita identificar las

fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades. Asimismo, se propone hacer uso de la matriz BCG para poder evaluar los productos / servicios que ofrece la CCIC a todos los socios afiliados y no afiliados.

Por otro lado, se puede recabar un portafolio de productos / servicios que se mostrarán visualmente en la matriz BCG (Kotler & Armstrong, 2008). Es vital identificar el perfil del socio y de los socios potenciales. Finalmente, es esencial detallar las estrategias en un formato de una matriz de Ansoff <sup>1</sup> para los productos actuales y los nuevos, con sus respectivas estrategias de:

1. Penetración de mercado.
2. Desarrollo de mercados.
3. Desarrollo de nuevos productos.
4. Diversificación

### **3.2.2.3 Impacto de la propuesta**

Cada una de estas herramientas ayudarán a la CCIC a tener mapeados principalmente sus productos/servicios y reconocer su etapa de maduración o crecimiento en el mercado del departamento de Cortés. Esto permitirá lograr un mejor enfoque en la punta de lanza que son los productos/servicios ganadores. Probablemente el programa de afiliaciones se encuentre en una etapa de penetración de mercado. Esto solo podrá identificarse plenamente con un diagnóstico sustentado con la aplicación de las herramientas anteriormente citadas.

Actualmente, no se utilizan herramientas en redes sociales, solamente se crea el contenido y se publica normalmente, no se ha desarrollado un programa de publicidad como tal y tampoco se

---

cuenta con un equipo de marketing que se encargue de diseñar las estrategias y el contenido de cada campaña. Generalmente, la institución aprovecha el involucramiento de practicantes para poder realizar estas actividades. Sin embargo, la duración de las estrategias de marketing depende en gran medida de lo que suele contemplar la práctica profesional (es un tiempo corto; ya que las pasantías duran 3 o 6 meses). Pasado este tiempo, las herramientas no se actualizan con la misma frecuencia y tampoco con la misma dedicación, debido a que se convierten en tareas de segundo plano para quien toma las riendas del tema.<sup>2</sup>

### **3.2.2 Nombre de la segunda propuesta**

Formación equipo de marketing

#### **3.2.2.1 Antecedentes**

Una de las debilidades encontradas en la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés es que no se cuenta con personal asignado a tareas meramente de marketing. No existe un equipo que vele por el desarrollo de iniciativas para crear y fomentar el branding de la CCIC. Actualmente, se cuenta con la colaboración de una persona que maneja la cuenta de Instagram y Facebook de la CCIC; sin embargo, no es su rol principal dentro de la compañía.

<sup>2</sup> Ver anexo de hoja de propuesta de programa

### 3.2.2.2 Descripción de la propuesta

En vista de lo anterior, apremia conformar un equipo de marketing, al menos de una persona; para poder crear campañas que potencien la imagen de la institución, promuevan la socialización de iniciativas ya montadas como el bazar del sábado, alcancen una mejor fidelización por medio de interacciones y likes en redes sociales. Hoy en día, las redes sociales permiten medir la efectividad de las campañas lanzadas, ya que se pueden visualizar métricas de visualizaciones y alcance al público objetivo que también se puede definir geográfica y demográficamente; además de, poder definirlo por un grupo de intereses afines a la CCIC. Se considera necesarias dos personas ya que se manejarían cuentas del bazar del sábado y también las de CCIC es por ello que el equipo necesita mínimo una persona para atender los requerimientos de crear y publicar el contenido **Tabla 1. Costos relacionados a Formación Equipo de Marketing.**

**La persona que desee aplicar a la vacante en la CCIC debería cumplir con algunos requerimientos para poder llevar esta labor a cabo y que se haga de la mejor manera posible, para así de esta manera poder ofrecer contenido de calidad a los seguidores de CCIC y de la misma manera potenciar las ventas de la misma empresa; algunos de los requisitos a cumplir serán, que el postulante sea creativo, que se encuentre en disposición de trabajar las múltiples redes sociales con las que cuenta CCIC, saber el manejo de programas de diseño, que sea buen comunicador.**

Cargo	Costo Mensual neto	Costo Anual (14 salarios) neto
Community Manager	L.20,000.00	Lps.280,000.00

Fuente: Elaboración propia.

### 3.2.2.1 Impacto de la propuesta

Con este tipo de iniciativas se pretende mejorar la fidelización e involucramiento de los socios y potenciales socios con cada una de las actividades lanzadas y desarrolladas por la CCIC. El impacto de esta propuesta se medirá a largo plazo ya que el mismo departamento iniciara a crear nuevas estrategias, por teoría de profesionales de marketing y ejemplo de grandes empresas que invertir en este departamento se tiene conocimiento para decir que será un resultado positivo.

# CAPÍTULO IV



## 4.1 CONCLUSIONES

1. Durante la práctica profesional se brindaron servicios que incluyeron la puesta en práctica de herramientas informáticas aprendidas en la universidad; asimismo, se potenciaron las destrezas en cuanto a creación de contenido se refiere.
2. Se plantearon dos propuestas de mejora, la primera incluye el desarrollo de un diagnóstico de marketing con el uso de la matriz BCG, matriz Ansoff y FODA para conocer la situación actual de los servicios de la institución. La segunda concierne a la formación/contratación de un equipo de marketing capaz de crear contenido visual y profesional para mejorar los indicadores de fidelización y branding de la Cámara de Comercio e Industrias de Cortés.
3. Se desarrollaron actividades diarias en bases de datos, construcción de diseños para alimentación de la página web, sesiones presenciales con áreas involucradas para obtener visto bueno sobre los artes a subir a las cuentas oficiales de la cámara; asimismo se creó contenido en boletines y folletos informativos para potenciar los beneficios de las membresías que se ofrecen.

## 4.2 RECOMENDACIONES

Se sugiere a la **CCIC**, la conservación del prestigio como organización, que actualmente se reconoce en el ámbito laboral. La institución ha sido parte de un proceso de transformación y apoyo para el Emprendedurismo, micro y pequeñas empresas, colocando diversas actividades para lograr sus objetivos.

Se recomienda a **Unitec**, que siempre promueva una educación de alta calidad, factor que ha caracterizado a la Universidad hasta el presente. El fuerte compromiso de contar con profesionales y que estos puedan dar un acompañamiento a los estudiantes en el aspecto educativo y también personal; ha potenciado a Unitec como una de las mejores casas de estudio superior a nivel nacional.

Se recomienda a los **estudiantes**, ser agentes de cambio en sus prácticas profesionales, ya que es la vía adecuada para lograr ser ubicados en la nómina de las compañías que facilitaron la oportunidad. Esta etapa educativa es un portal que permite conocer el mundo laboral, crear un portafolio de contactos y probablemente alcanzar una contratación.

## BIBLIOGRAFIA

- (03 de Junio de 2021). Obtenido de GenWords:  
<https://www.genwords.com/blog/mailchimp>
- (18 de Junio de 2021). Obtenido de Creativos Online:  
<https://www.creativosonline.org/adobe-illustrator-que-es-y-para-que-sirve.html>
- (19 de Junio de 2021). Obtenido de Arimetrics: <https://www.arimetrics.com/glosario-digital/photoshoz>
- 19 de Junio de 2021). Obtenido de Real Academia Española:  
<https://dle.rae.es/bolet%C3%ADn>
- (19 de Junio de 2021). Obtenido de CitySem: <https://citysem.es/que-es/branding/>
- (19 de Junio de 2021). Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/coaching.html>
- (19 de Junio de 2021). Obtenido de DeConceptos: <https://deconceptos.com/ciencias-sociales/directorio>
- (18 de Junio de 2021). Obtenido de Pensemos: <https://gestion.pensemos.com/estrategia-que-es-y-las-herramientas-para-crearla>
- (18 de Junio de 2021). Obtenido de La Tribuna: <https://www.latribuna.hn/2020/11/17/eta-su-alcance-y-significado/>

- (12 de Junio de 2021). Obtenido de RD Station:  
<https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>
- (13 de Junio de 2021). Obtenido de Ficensa: <https://www.ficensa.com/blog/que-es-la-inversion-y-cual-es-su-importancia.html>
- (14 de Junio de 2021). Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55479861>
- (14 de Junio de 2021). Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/membresia/>
- (14 de Junio de 2021). Obtenido de Gobierno Argentina:  
<https://www.argentina.gob.ar/produccion/registrar-una-pyme/que-es-una-pyme>
- (14 de Junio de 2021). Obtenido de Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/about-us>
- (14 de Junio de 2021). Obtenido de Coronapedia: <https://www.coronapedia.org/base-conocimiento/que-es-una-pandemia-definicion-y-fases/>
- (14 de Junio de 2021). Obtenido de Formación INTEF:  
[http://formacion.intef.es/pluginfile.php/53330/mod\\_imsdp/content/3/qu\\_es\\_un\\_portafolio.html](http://formacion.intef.es/pluginfile.php/53330/mod_imsdp/content/3/qu_es_un_portafolio.html)
- (15 de Junio de 2021). Obtenido de Gestión: <https://www.gestion.org/que-es-un-presupuesto/>
- (15 de Junio de 2021). Obtenido de ESalud: <https://www.esalud.com/pruebas-psicometricas/>
- (15 de Junio de 2021). Obtenido de RockContent:  
<https://rockcontent.com/es/blog/publicidad/>
- (15 de Junio de 2021). Obtenido de Global Negotiator:  
<https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/regalias/>
- (15 de Junio de 2021). Obtenido de Sdelsol: <https://www.sdelsol.com/glosario/socio/>

(16 de Junio de 2021). Obtenido de 20 Minutos:

<https://www.20minutos.es/noticia/4287397/0/que-es-como-funciona-webinar/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. M

## GLOSARIO

1. **Adobe Illustrator:** es una aplicación informática dedicada al dibujo vectorial y al diseño de elementos gráficos casi para cualquier tipo de soporte y dispositivo, pudiendo ser usado tanto en diseño editorial, dibujo profesional, maquetación web, gráficos para móviles, interfaces web, o diseños cinematográficos. (Creativos Online, 2021)
2. **Adobe Photoshop:** es un programa informático de edición de imagen desarrollado por la empresa Adobe Systems para dispositivos Windows y Mac Os. Lanzada por primera vez en el año 1990 para MacOs y para Windows en 1992, la herramienta estrella de Adobe ha ido completa de retoque fotográfico, y la favorita de los profesionales del sector. (Armetrics, 2021)
3. **Branding:** es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo. (CitySem, 2021)

4. **Coaching:** es un conjunto integrado de acciones orientadas a mejorar el desempeño de una persona, de manera que alcance todo su potencial. (Economipedia, 2021)
  
5. **Eta:** trata de uno de los fenómenos atmosféricos más desafiantes desde el huracán Mitch en 1998. Eta, que se cobró la vida de al menos 50 personas al 3 noviembre solo en Honduras y de 261 en toda América Central. (La Tribuna, 2021)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
6. **Fidelización:** consiste en retener clientes ganados, que continúan comprando tus productos o servicios gracias a las experiencias positivas que han tenido con tu empresa. (RD Station, 2021)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
7. **Inversión:** es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con el objetivo de lograr beneficios o ganancias y su importancia radica en lograr obtener libertad financiera. (Ficensa, 2021)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
8. **Iota:** el huracán más poderoso de la temporada (alcanzó la categoría 5 y hasta 260 km/h) que golpeó nuevamente los tres países cuando apenas intentaban levantarse del primero. (BBC, 2021)
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
9. **Mipymes:** es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: servicios, comercial, industrial, agropecuario, construcción o minero. (Gobierno Argentina, 2021)

10. **Portafolio:** es una herramienta que se empezó a utilizar en ámbitos profesionales, principalmente relacionados con el diseño, para mostrar la creación de obras. (Formación INTEF, 2021)
  
11. **Presupuesto:** es la estimación futura de las operaciones y los recursos de una empresa. Se elabora para obtener los objetivos económicos y financieros propuestos en un periodo determinado. (Gestión, 2021)
  
12. **Psicométrica:** puede ser definida como cualquier actividad que se realice con el fin de evaluar el desempeño de un individuo. (ESalud, 2021)
  
13. **Regalías:** Compensación o parte de los beneficios pagados al propietario de un derecho de propiedad industrial (patente, marca, know how) o intelectual (derechos de autor). (Global Negotiator, 2021)
  
14. **Webinar:** hace referencia a un curso, taller, charla, conferencia, seminario, o cualquier actividad similar, a través de Internet en un formato de vídeo. (20 Minutos, 2021)

# **ANEXOS**

**Tabla 2. Formato para Matriz Ansoff.**

	PRODUCTOS	
	ACTUALES	NUEVOS
	MERCADOS	
	NUEVOS	ACTUALES
	Desarrollo de mercados	Penetración de mercados
	Diversificación	Desarrollo de nuevos productos