

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

IMPACT HUB TEGUCIGALPA

SUSTENTADO POR:

GABRIELA NICOLLE NAVAS ZELAYA

#21741210

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE NEGOCIOS

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

FECHA: JULIO, 2021

Índice de Contenido

Índice de Contenido	I
Índice de Tabla	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Resumen Ejecutivo.....	VI
Introducción.....	VIII
1. CAPÍTULO I	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	1
1.1.1 Objetivo General	1
1.1.2 Objetivo Específicos	1
1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA.....	1
1.2.1 Reseña histórica	1
1.2.2 Misión.....	3
1.2.3 Visión.....	3
1.2.4 Valores	3
2 CAPÍTULO II	4
2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA	4
2.1.1 Desarrollo de portafolio de herramientas de negocios	4
2.1.2 Crear cuadro de pago.....	7
2.1.3 Moderar módulo de operaciones eficientes.....	8
2.1.4 Moderar sesión de Speed Networking	8
2.1.5 Crear glosario de emprendimiento.....	9
2.1.6 Crear certificado de reconocimiento para mentores	10
2.1.7 Preparar presentación audiovisual de Emprendimiento Social.....	11
2.1.8 Elaborar presentación audiovisual para el programa BizNest.....	12
2.1.9 Elaborar reporte de retroalimentación.....	13
2.1.10 Realizar Agenda de Bienvenida.....	14
2.1.11 Modificar formulario de herramienta de diagnóstico empresarial	15
3 Capítulo III	16
3.1 PROPUESTA DE MEJORA	16

3.1.1	Propuesta 1: Portafolio de herramientas de negocios	16
3.1.1.1	Antecedentes	16
3.1.1.2	Descripción de la propuesta	16
3.1.1.3	Impacto de la propuesta	17
3.2	PROPUESTA DE MEJORA	18
3.2.1	Propuesta 2: Herramienta de diseño gráfico en línea Canva Pro	18
3.2.1.1	Antecedentes	18
3.2.1.2	Descripción de la propuesta	19
3.2.1.3	Impacto de la propuesta	19
3.3	PROPUESTA DE MEJORA	20
3.3.1	Propuesta 3: Capacitación y certificación de la herramienta Wordpress.....	20
3.3.1.1	Antecedentes	20
3.3.1.2	Descripción de la propuesta	21
3.3.1.3	Impacto de la propuesta	22
4	Capitulo IV	23
4.1	CONCLUSIONES	23
4.2	RECOMENDACIONES	24
4.2.1	Recomendaciones para la empresa	24
4.2.2	Recomendaciones para la institución	24
4.2.3	Recomendaciones para los estudiantes.....	24
	Referencias.....	26
	Glosario	29
	Anexo Plantilla de estrategia de ventas.....	30
	Anexo 2. Hoja de Balance	44
	Anexo 3. Business Model Canvas.....	46
	Anexo 4 Pitch Deck	47
	Anexo 5. One Pager.....	62
	Anexo 6 Presentación audiovisual de Emprendimiento Social.....	64
	Anexo 7. Glosario de Emprendimiento.....	84
	Anexo 8 Certificado de Reconocimiento	89
	Anexo 9. Presentación audiovisual para el programa BizNest	90

Índice de Tabla

Tabla 1 Costo de implementación de herramienta de diseño gráfico en línea Canva Pro	18
Tabla 2 Costo de certificación herramienta de Wordpress	21

Dedicatoria

A mis amados padres Rolando Navas y Sylvia Zelaya, cuyas palabras de aliento y presión por la tenacidad me han llevado a completar un éxito más en mi vida.

A mi hermano mayor, Rolando David, quien ha creído en mi potencial desde el día que me conoció, gracias por tus palabras de aliento y tus enseñanzas.

Agradecimiento

Deseo agradecer a Dios por permitirme culminar un paso más para mi continua educación, quien me ha bendecido con mucha sabiduría y paciencia para poder tomar las mejores decisiones.

A mis queridos amigos ya que con su entusiasmo y la voluntad de proporcionar retroalimentación hicieron que la finalización de este trabajo y toda la carrera universitaria fuera una experiencia agradable. A mis colegas que fueron más que generosos con sus experiencias y su valioso tiempo.

Un agradecimiento especial a la licenciada Hilda Castillo que hoy por hoy considero una gran mentora, por sus incontables horas de reflexión, lectura, y sobre todo paciencia durante todo el proceso académico y personal.

Me gustaría reconocer y agradecer a la organización Impact Hub Tegucigalpa por permitirme realizar mi práctica profesional y proporcionar la asistencia solicitada. En especial a la licenciada Cesia Perdomo por creer en mi potencial desde el día uno, por permitirme explorar y aprovechar más de mis capacidades en el ambiente laboral.

Resumen Ejecutivo

El ecosistema emprendedor es el conjunto de instituciones que tienen relación y actúan en diferentes etapas del emprendimiento empresarial, asumiendo funciones y responsabilidades como la motivación, la formación emprendedora, la capacitación, la financiación, el acompañamiento.(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013)

La organización Impact Hub Tegucigalpa es un actor y promotor del ecosistema de emprendimiento en Honduras, por lo cual la organización se enfoca en fomentar espacio de colaboración y facilitar servicios de apoyo a los emprendimientos del país que activamente buscan desarrollar a emprendedores hondureños para rectificar aquellos problemas socioeconómicos y convertirlos en nuevas oportunidades.

Hoy en día, el concepto de organización ha cambiado y se ha pasado de un pensamiento lineal a un pensamiento sistémico, en donde las cosas no son vistas como estructuras aisladas, sino como procesos integrantes de un todo; en tal sentido, podemos decir que la organización es un sistema de relaciones entre individuos por medio de las cuales las personas, bajo el mando de los administradores, persiguen metas comunes.(Hernández Palomino et al., 2011)

El área de trabajo asignado fue programas y operaciones dentro del cual se desempeña la labor como coordinadora de programas y operaciones, cumpliendo con la función de brindar apoyo en la coordinación de eventos, programas, y talleres, aplicación de diagnósticos empresariales y brindar apoyo a el departamento de comunicaciones. Adicionalmente poner en utilidad los conocimientos de administración de proyectos para proponer mejoras en el departamento con la intención de contribuir a la mejora de productividad y efectividad de este.

Las incubadoras funcionan como empresas de prestación de servicios que por medio de patrocinantes y esfuerzos compartidos brindan conocimientos, instalaciones, servicios e infraestructura administrativa y operativa a las empresas acogidas por ellas, dotándolas así de mayores capacidades técnicas y gerenciales y posibilitando la reducción de sus costos (Medeiros, 1998)

Las actividades realizadas dentro de la empresa comprenden la elaboración, creación y desarrollo de múltiple documentación para implementar en los distintos proyectos desarrollados simultáneamente.

El departamento de programas y operaciones no posee formatos sobre herramientas de negocios. En ocasiones haciendo que la recolección de algunos datos de los emprendimientos tome

más tiempo. Adicionalmente el brindarles herramientas de negocios a los emprendedores ayudara a que estos puedan potenciar sus negocios y tomar decisiones más acertadas. Por este motivo se desarrolla un portafolio de herramientas de negocios el cual beneficia a las operaciones internas del departamento y brinda un apoyo adicional a los emprendimientos.

En segundo lugar, como parte del equipo de programa y operaciones se realizan dos moderaciones de eventos, la primera siendo como moderadora del módulo de operaciones eficientes y en segunda instancia la moderación de la sesión de speed networking, ambas sesiones fueron del mismo programa que se lleva a cabo en la organización.

En tercer lugar, se elabora un glosario con términos de emprendimiento considerando que la empresa es un actor del ecosistema de emprendimiento es de suma importancia que todo el personal de las diferentes áreas comprenda con claridad el lenguaje que se utiliza en el rubro, esto no solo demuestra un amplio conocimiento en el área si no también ayuda a promover a utilizar los términos correctos dentro del ecosistema de emprendimiento.

Luego se realizan actividades tales como crear certificado de reconocimiento para mentores, preparar presentaciones audiovisuales para programas y exposiciones, elaborar agendas de bienvenida para eventos y redactar reportes de retroalimentación.

Como áreas de oportunidad encontradas dentro de la organización se realiza la propuesta de implementar el portafolio de herramientas de negocio que ayudara a la facilitación de registro de información en las operaciones internas del departamento. El portafolio de herramientas de negocio está en proceso de revisión por parte de los encargados de la organización evaluando si podrá ser una herramienta complementaria para todos sus programas y proyectos.

Por otra parte, la elaboración de un manual de descripción de puesto, ya que dentro de la organización algunos departamentos no reconocen que funciones deberían de cumplir. La elaboración de un manual permitirá un desarrollo organizacional apropiado.

Introducción

La actual documentación emerge debido a el trabajo realizado durante el desarrollo de la práctica profesional correspondiente a la licenciatura de administración industrial y de negocios que se llevó a cabo en la empresa Impact Hub Tegucigalpa, la práctica profesional se extendió por un periodo académico que consta de diez semanas.

El cargo desempeñado dentro de la organización de Impact Hub Tegucigalpa fue como coordinadora de programas y operaciones, en el cual se realizaron actividades de apoyo al departamento como ser coordinación de mentorías, sesiones de coaching y reuniones del equipo. Adicionalmente asistencia al equipo de comunicaciones en actividades de convocatorias y campañas. Apoyo en actividades operativas en cuanto a la gestión de programas y proyectos. Por otra parte, a la coordinación y aplicación de diagnósticos y levantamiento de línea base a emprendedores con la finalidad de brindar conocimiento que el estudiante ha adquirido durante la carrera de administración industrial y de negocios. El conocimiento brindado del estudiante mejorara el desempeño de los programas y proyectos a los cuales asista lo cual garantizara que los objetivos generales del proyecto y sus tareas e hitos (milestones) posteriores se alineen con la estrategia de la organización.

La organización Impact Hub Tegucigalpa es un componente clave en el ecosistema de emprendimiento del país. Con una gran visión, la organización con el enfoque de una comunidad colaborativa busca desarrollar a los emprendedores de Honduras. Apoyando el desarrollo y la creación de ecosistemas para así la colaboración y la innovación empresarial.

El informe de práctica profesional se compone de cuatro capítulos donde el primer capítulo se presentan los objetivos de la práctica profesional y se presentan los datos generales de la empresa como ser la historia, misión, visión y valores. En el segundo capítulo se brinda el contexto de las actividades que se llevaron a cabo a lo largo de la práctica profesional, se destacan las funciones principales y las actividades realizadas. El tercer capítulo comprende las propuestas de mejoras para la organización y para culminar el informe el capítulo cuatro abarca las conclusiones y las recomendaciones tanto como para la empresa, los alumnos y la institución académica.

1. CAPÍTULO I

1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1.1 Objetivo General

Proponer la planeación, ejecución y seguimiento de los programas de emprendimiento en el departamento de programas y operaciones de Impact Hub Tegucigalpa durante los meses establecidos de la práctica profesional.

1.1.2 Objetivo Específicos

- Desarrollar documentación que permitan mejorar el desenvolvimiento de programas y metodologías.
- Componer documentación de propuestas de alianzas, colaboración y propuestas comerciales.
- Identificar metodologías de apoyo al emprendimiento o nuevos negocios para Impact Hub.

1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1 Reseña histórica

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

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

Esperanza de Soweto, también conocida como 'SoMoHo', un centro de arte, educación ambiental y comunidad, que eclipsó la cumbre de la ONU y tocó a los jefes de estado, así como a secretario general de la ONU, Kofi Annan.

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

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

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

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

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

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

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

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

En 2018, como una red verdaderamente global, ahora está abordando su próximo desafío: Impacto a escala.(Dogshun, 2018)

1.2.2 Misión

Como primer Hub en nuestro país, deseamos desarrollar emprendedores de triple impacto que transformen a Honduras por medio de la innovación social. Buscamos personas que crean y se identifiquen con nuestra visión. Sé parte de una comunidad de creadores del cambio con más de 17k miembros a nivel mundial.

1.2.3 Visión

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

1.2.4 Valores

- Confianza
- Colaboración
- Coraje

2 CAPÍTULO II

El área de programas y operaciones es el centro de todas las actividades a realizar dentro de la organización Impact Hub Tegucigalpa, siendo el encargado de coordinar actividades y alianzas con múltiples participantes del ecosistema de emprendimiento. El departamento de programa y operaciones asegura que el proceso de producción de eventos y alianzas se lleve a cabo de manera eficaz y eficiente de principio a fin. El área trabaja en conjunto con el departamento de comunicaciones y comunidad para hacer llegar los eventos y actividades a los actores del ecosistema emprendedor.

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA EMPRESA

2.1.1 Desarrollo de portafolio de herramientas de negocios

Se desarrolla un portafolio de herramientas de negocio con el fin de brindar a los emprendedores una guía sobre herramientas que ayudaran a potenciar sus negocios o emprendimientos. Al utilizar las herramientas adecuadas, estos datos pueden ayudar a que el negocio crezca. Adicionalmente ayuda a tomar decisiones acertadas. Las plantillas de las herramientas elaboradas se brindarán a cada uno de los participantes de proyectos o programas seleccionados por la organización o por ser miembro activo de la misma. Cada una de las herramientas brindadas en el portafolio podrán ser de utilizada de forma singular para brindar apoyo a las diferentes necesidades presentadas para los programas o proyectos. Las herramientas desarrolladas son las siguientes: plan de ventas, hoja de balance, Lienzo de Modelo de negocio (business model canvas), one pager, y un pitch deck.

Todo negocio tiene la oportunidad de realizar distintos tipos de ventas de sus productos o servicios. En particular de decisión de vender de manera directa, o mediante el uso de canales de distribución masiva, lo que conlleva a usar, o no, publicidad para mejorar el desempeño de ventas del producto o servicio. (Torres Morales, 2014)

Uno de los aspectos a considerar cuando se evalúan los emprendimientos de los programas, es que la mayoría no cuenta con un plan de ventas. Por ese motivo se opta por desarrollar un plan de estrategia ventas. La planificación de ventas es importante porque ayuda a los emprendedores a prever los riesgos potenciales para que pueda intentar mitigarlos de antemano. No solo brinda las bases para formular un plan de preparación e inclusive prevención, sino que también pone en

control para ayudar a determinar el estado actual del producto o servicio que ofrezca, dónde desea escalar el negocio y cómo poder llevar a ese punto.

El plan de estrategia de ventas se estructura de la siguiente manera. En primer lugar, la descripción de la empresa donde se incluyen puntos tales como promotores y accionistas, asesores, productos y servicios, objetivo comercial a largo plazo, objetivos de la empresa y un análisis FODA. En segunda instancia se encuentra el análisis de mercado el cual contiene los elementos de mercado objetivo, valoración total de mercado, tendencias del mercado, perfil de competidores, ventajas competitivas y beneficios para los clientes. En tercer lugar, se describe el marketing y la estrategia de ventas, fuentes de ingresos, precios y estrategia de marketing y comunicación. En cuarto lugar, se establece el personal y operaciones donde se abarca un organigrama de la dirección, dotación del personal, planes de formación y operaciones. Finalmente se encuentra la sección de proyecciones financieras donde cubre puntos tales como supuestos claves, cuentas de pérdidas y ganancias, balance general y flujo de efectivo. Cada una de las secciones en el plan de estrategia de ventas (Ver Anexo 1) detalla y describe en que consiste cada uno de los puntos esto con la finalidad que los emprendedores puedan identificar qué información de su empresa se debe de colocar en las secciones.

La importancia de la información financiera que será presentada a los usuarios sirve para que estos formulen sus conclusiones y observaciones sobre el correcto desempeño financiero, administrativo y fiscal de la entidad. Por medio de esta información y otros elementos de juicio el usuario podrá evaluar el presente y futuro de la empresa. Tomar decisiones de carácter económico, financiero, laboral, social y tributario, sobre la compañía.(Guerrero Reyes & Galindo Alvarado, 2014, p. 46)

Con respecto a la hoja de estados de resultados (Ver Anexo 2) o también conocida como balance general se brinda una plantilla en la herramienta de Microsoft Excel. En la plantilla se brinda el ejemplo de una empresa con números ficticios con la finalidad de que las fórmulas puedan ser utilizadas de manera automática, las fórmulas ya están asignadas en cada una de las celdas. Se realiza de esta manera con la intención de que el emprendedor ingrese los datos y el cálculo se pueda ejecutar de manera automática, ahorrando tiempo para los emprendedores. Por otra parte, se detalla el significado de los activos y pasivos y que elementos estos comprenden.

Osterwalder et al (2010) afirma: “Un modelo de negocio describe el fundamento de cómo un la organización crea, entrega, y captura valor”(p. 14). Un modelo de negocio adecuado ayuda

a los emprendedores a descubrir elementos tales como: Su concepto de negocio: qué problema está resolviendo para quién; cómo creará valor para el cliente; cómo llegará el producto o servicio a los clientes; cómo el negocio seguirá siendo competitivo; y todos los ingresos y costos que pueda anticipar. Dado que los emprendimientos y start-ups que se suman a programas y proyectos dentro de la organización no tienen definido un modelo de negocios se opta por brindarles la plantilla del lienzo de modelo de negocios (Ver Anexo 3) La plantilla del lienzo de modelo de negocios cuenta con nueve elementos clave, donde en cada uno de los nueve elementos se puntualiza el objetivo y significado del elemento con la intención de que el emprendedor comprenda cada uno y pueda incluir la información necesaria para al finalizar tener más claro el modelo de negocio.

El sector financiero, que incluye bancos y mercados de capitales, ha contribuido menos de lo posible y lo deseable al crecimiento económico de América Latina. Se ha demostrado que el financiamiento es determinante para el crecimiento en todos los países, aunque los analistas no se han puesto de acuerdo acerca de sus canales. (Stallings & Studart, 2006, p. 29)

La financiación inicial demuestra ser muy importante para cualquier negocio. La recaudación de fondos inicial proporciona fondos incluso antes de que un negocio haya comenzado a generar ingresos. Ayuda a satisfacer las necesidades de fondos y compensa cualquier insuficiencia que pueda estar enfrentando. Algunos startups y emprendimientos dentro de la red de Impact Hub Tegucigalpa están en busca de alguna forma de inversión u obtención de capital semilla para poder escalar sus negocios. Por lo tanto, se opta por brindarles herramientas para la realización de un pitch. Se brinda una plantilla editable de un pitch deck en formato de PowerPoint donde se detalla los componentes necesarios para realizar un pitch de manera exitosa. El pitch deck (Ver Anexo 4) cubre los elementos del equipo, el problema, solución, el producto, oportunidad de mercado, go-to-market, modelo de negocios y contactos donde se brinda ejemplo de imágenes y formatos que más adelante pueden ser editados.

El resumen ejecutivo de un startup (emprendimiento tecnológico), más conocido por su nombre en inglés de one-pager, es un documento de una página que contiene la información esencial de la empresa. Resulta muy útil para que un potencial inversionista en la compañía valore la oportunidad y decida si quiere continuar la conversación con ese emprendimiento. (Rojas, 2020)

Sumando a lo anterior, una segunda herramienta para facilitar el interés de potenciales inversionistas y que los emprendedores puedan realizar un elevator pitch se proporcionan dos plantillas editables de One pager (Ver Anexo 5) en formato de Power Point donde se ofrecen dos

opciones que cada uno de los emprendedores puede tomar como referencia o utilizarlo de manera directa. Ambos resúmenes ejecutivos cuentan con las siguientes secciones: solución, producto o servicio, estrategia de monetización, plan de lanzamiento, canales de ventas, ventajas, clientes, proyecciones financieras, el equipo, socios y recursos. Cada uno de estos componentes en la plantilla contiene una breve explicación sobre qué información debería de ir colocada en cada sección.

2.1.2 Crear cuadro de pago

Intercambio se refiere a la recompensa que el empleado recibe a cambio de sus contribuciones de tiempo, esfuerzo y habilidades. Por ello, la buena voluntad del empleado de hacer tales contribuciones depende de la forma en que perciba su contribución en relación con la recompensa que recibe. (Varela Juárez & Rodríguez Tepezano, 2013)

Puesto que la organización lleva a cabo múltiples programas, proyectos y talleres. La organización recurre a expertos fuera de la organización en temas específicos para poder ser invitados especiales, facilitadores o mentores. Debido a esto, y según el tipo de servicios que se le solicita a el experto a este se le brinda una remuneración en base a sus conocimientos y tiempo brindado. Para ser específico, la gestión financiera ayuda a la organización a determinar qué gastar, dónde gastar y cuándo gastar. Ofrece una mejor visión del estado financiero de la organización, que describe con más detalle el procesamiento financiero de la misma. Para llevar un mejor orden y control dentro de las finanzas de la organización se desarrolla un cuadro de pago para cada uno de los facilitadores.

El cuadro de pago se desarrolla en la herramienta de Microsoft Excel donde en un cuadro se especifica el nombre del facilitador, se determina la cantidad de horas totales, se subdivide las horas en Ad Honorem y horas a pagar, y el precio por hora. Según lineamientos del área administrativa de la organización el veinte por ciento del total de horas será Ad Honorem y el ochenta por ciento del total de las horas serán remuneradas. En base a lo siguiente se realiza la suma total de las horas de cada facilitador luego se realiza el cálculo. Para obtener el resultado de la operación se emplea de la siguiente manera donde se multiplica el total de horas por ochenta por ciento y se obtiene la cantidad de horas que serán pagadas a cada facilitador participante y se comprende que lo restante, el veinte por ciento no serán remuneradas. Se realiza este mismo procedimiento de cálculo para los doce diferentes facilitadores que colaboraron en el programa.

El producto final se comparte con la coordinadora de programas y operaciones y el área administrativa. Posterior a la aprobación y revisión del cuadro de pago el área administrativa procede a compartir el cuadro con los facilitadores para confirmar las horas laboradas y luego de su confirmación se

procede a realizar el pago de los expertos.

2.1.3 Moderar módulo de operaciones eficientes

El Moderador es el árbitro y el facilitador. Su papel consiste en ayudar a los participantes a tener la oportunidad de hacer sus aportes y guiar la plenaria a llegar a sus propias conclusiones, no es un papel de experto en la materia. No es responsabilidad del Moderador proporcionar información técnica, ni servir de fuente de contenido. Si necesario y a su criterio, el moderador podrá complementar informaciones y ofrecer puntos de vista para reflexión del Grupo.(Organización Panamericana de Salud, 2018)

Como parte del equipo de programas y operaciones se asigna la moderación del tercer modulo del programa Taller Avanzado para emprendedores. La función de la moderadora incluye dar la bienvenida a el evento, donde se comparte instrucciones sobre cómo se llevará a cabo el módulo, donde se les indica a los participantes que deben mantener sus micrófonos apagados en todo momento, y cámaras encendidas de ser posible. Adicionalmente la moderadora se encarga de controlar el tiempo de la sesión para que se logren cubrir dudas o preguntas y sobre todo asegurar que se cumpla la agenda de horario establecida anteriormente. Simultáneamente, la moderadora se hace cargo de presentar a el experto en el tema para esa sesión. Durante el desarrollo del módulo, la moderadora está al tanto de preguntas que los participantes del módulo vayan realizando para asegurar que el experto pueda contestar y aclarar cualquier duda presentada. Así mismo la moderadora esta encargada de gestionar problemas técnicos que se presenten durante la sesión.

La moderación del módulo de operaciones eficientes se realiza dos veces, en horarios diferentes y con participantes diferentes ya que el enfoque de los grupos es distinto.

2.1.4 Moderar sesión de Speed Networking

El networking es principalmente una actitud ante la vida que refleja la forma en que nos relacionamos con los demás y que cuando es utilizada de forma inteligente, apropiada y profesional constituye una poderosa y barata herramienta de marketing, si bien, solo desarrollando una actitud proactiva se puede lograr un impacto a largo plazo(Calvo Muñoz & Rojas Llamas, 2009)

El programa “Taller Avanzado para Emprendedores” está compuesto por unos setenta y cinco emprendedores de diferentes rubros, sectores e industrias. Para poder enriquecer la experiencia de los emprendedores en el programa se opta por realizar una sesión de speed

networking. El propósito de realizar la sesión es para que los distintos emprendedores puedan tener un espacio donde se les brinde la oportunidad de conocerse entre sí.

La dinámica de la sesión es realizar un evento virtual de una hora de duración. Donde la moderadora cumplirá la función de dar una breve introducción de la organización, explicará la dinámica la cual consiste en dividir a los participantes en salas de sesiones por un aproximado de 10 minutos por bloque, habrá tres bloques. Cada diez minutos los participantes serán rotados entre las diferentes salas de sesiones, dentro de cada sala se les brindará a los participantes preguntas estructuradas para que el tema de conversación pueda fluir de manera apropiada. Las preguntas brindadas son las siguientes:

- ¿Cuál es su mejor recuerdo de 2020?
- ¿Cuál fue uno de los mayores retos para su negocio y como lo ha sobrellevado?
- ¿Cuál es uno de los puntos que le llamó la atención en el taller de propuesta de valor y cómo lo va a implementar?
- ¿Cuál es una de las metas de su negocio para este 2021?

Al concluir los tres bloques de speed networking se volverá a unir a los participantes en la sala principal donde la moderadora hará una breve reflexión y retroalimentación sobre la dinámica implementada. Dando espacio y oportunidad para que los participantes puedan comunicar lo aprendido en la sesión. La moderadora procederá a dar por concluida la sesión dando una breve explicación de la importancia de la participación en eventos como el antes mencionado.

2.1.5 Crear glosario de emprendimiento

La formación emprendedora, se entiende el emprendimiento como un conjunto de competencias, que parte de la actitud de la persona, para captar oportunidades de su entorno, lo cual requiere un pensamiento sistémico, convertirlas en ideas innovadoras con base en su creatividad y generar proyectos productivos en diferentes campos, para beneficio propio y de su entorno.(Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013, p. 14)

Siendo un miembro activo del ecosistema de emprendimiento en el país es de suma importancia que todos los integrantes de la organización de Impact Hub Tegucigalpa logren entender los conceptos y términos de emprendimiento que se emplean hoy en día. El conocimiento de la industria para la cual se trabaja permite identificar cambios en los hábitos, tecnologías nuevas y diferentes, cambios en estilos y preferencias o ver un aumento de la demanda en un área

específica. Ya que una vez que se tenga claro los términos de la industria, se tendrá el conocimiento que se requiere para impulsar aún más la organización y continuar siendo disruptiva.

Teniendo en cuenta lo anterior se desarrolla un glosario de emprendimiento (Ver Anexo 7) con términos básicos considerados necesarios para el entendimiento de los proyectos, programas, talleres y mentorías que se llevan a cabo dentro de la organización. Es de importancia que el equipo de trabajo conozca los términos para poder trabajar de manera homogénea, también demostrar a los emprendedores que se manejan los términos apropiados para sus necesidades. El glosario comprende de veintidós términos clave, estos términos se presentan en orden alfabético. Adicionalmente se puede visualizar la bibliografía de donde se consultó cada uno de los términos.

Se presenta el glosario a la coordinadora de programas y a una de las fundadoras de la organización para aprobación. Al ser aprobado el glosario, el mismo es distribuido a los diferentes departamentos de la organización.

2.1.6 Crear certificado de reconocimiento para mentores

Un mentor es una persona que transfiere su experiencia y conocimiento a otra, normalmente más joven o con menor experiencia en determinado ambiente. Es, por tanto, un modelo, consejero y fuente de inspiración y estímulo para la superación. (Valderrama, 2012)

Dentro de la organización se desarrolla un programa de mentores llamado “Mentores de Triple Impacto”. El programa está diseñado para que dueños de empresas establecidas y/ o con experiencia ejecutiva de alto nivel pueden compartir con emprendedores creativos e innovadores sobre sus conocimientos y experiencias. Con este programa los mentores podrán ayudar a desarrollar la próxima generación de líderes y emprendedores sociales. Asimismo, los emprendedores podrán transformar radicalmente la sociedad a través de emprendimientos de triple impacto.

A cada uno de los mentores se le asigna un emprendimiento según su rubro de experiencia y las necesidades que el emprendimiento presente. Al concluir las mentorías solicitadas se le brinda un certificado de reconocimiento (Anexo 8). El certificado de reconocimiento se elabora de la siguiente manera donde se indica el nombre del mentor al cual se le hace entrega, el día ,31 de agosto de 2021, por su apoyo y contribución como mentor en el programa Mentores Triple Impacto. Se firma por la Cofundadora y presidenta Dina Núñez y por la coordinadora de programas Cesia Perdomo.

Se presenta el certificado de reconocimiento para aprobación. Al ser el certificado de reconocimiento aprobado, el mismo es enviado a cada uno de los mentores participantes con la intención de que lo puedan compartir en sus redes sociales profesionales o adjuntarlo a su portafolio profesional.

2.1.7 Preparar presentación audiovisual de Emprendimiento Social

El emprendimiento social (SE) tiene muchos campeones y una falta notable de detractores. Los gobiernos lo han adoptado, las escuelas de negocios comprometido millones de dólares para estudiarlo, las organizaciones sin fines de lucro han se fundó para incubarlo, y las personas creativas lo están convirtiendo rápidamente en formas nuevas e innovadoras.(Mair et al., 2006)

El emprendimiento social es el proceso de reconocer y buscar con ingenio oportunidades para crear valor social. El equipo de programas y operaciones son encargados de realizar la asignación de crear una presentación audiovisual de emprendimiento social (Ver Anexo 6). La presentación fue realizada en la herramienta de Microsoft Power Point. En cuanto al contenido de la presentación se comenzó dando una breve explicación sobre quien es Impact Hub Tegucigalpa como organización, se compartió la misión y visión. Iniciando la presentación se mostraron logos de algunas empresas con modelo de emprendimiento social conocidas a nivel nacional y mundial. Algunas de estas empresas son Wakami, K Chapetón, Toms y Finca Margarita, se compartió sus modelos de negocio y el producto. Continuando el orden de la presentación se expuso una definición sobre lo que es un emprendimiento social como un nuevo modelo de negocio, agregando a ello en la diapositiva continua se comenta sobre que son los emprendedores sociales, cual es el rol de ellos en un ecosistema empresarial y porque es necesario que exista un ecosistema para que los mismos puedan desarrollarse. Seguidamente se muestran tres imágenes que reflejan lo que es un emprendimiento social acompañado de un texto que expone la importancia de promover un entorno donde las empresas puedan encontrar su propio éxito en la búsqueda de ayudar a los demás.

El emprendimiento y su importancia como factor diferenciador de las organizaciones modernas requiere ser dinamizado en los diversos equipos de colaboradores de las empresas actuales, como eje de productividad y competitividad; para ello es necesario involucrar novedosas estrategias y técnicas que faciliten y procuren su evolución.(Rey Romero et al., 2019)

Contestando la interrogante “Como nace una empresa social” se da comienzo a la siguiente

diapositiva donde se brindan dos breves explicación sobre como nacen y en que están interesadas estas empresas de impacto social. Enseguida se mencionan tres maneras sobre como los emprendedores sociales miden su éxito, en la siguiente diapositiva se comparten características de un emprendimiento social según la fundación Schwab.

Los ODS constituyen un compromiso audaz para finalizar lo que hemos iniciado y abordar los problemas más urgentes a los que hoy se enfrenta el mundo. Los 17 Objetivos están interrelacionados, lo que significa que el éxito de uno afecta el de otros. Responder a la amenaza del cambio climático repercute en la forma en que gestionamos nuestros frágiles recursos naturales. Lograr la igualdad de género o mejorar la salud ayuda a erradicar la pobreza; y fomentar la paz y sociedades inclusivas reducirá las desigualdades y contribuirá a que prosperen las economías. En suma, es una oportunidad sin igual en beneficio de la vida de las generaciones futuras. (*Antecedentes / PNUD, n.d.*) Con lo antes mencionado se va dando cierre a la presentación con el tema de los 17 objetivos de desarrollo los cuales juegan un papel importante en el emprendimiento social.

2.1.8 Elaborar presentación audiovisual para el programa BizNest

En el estudio de mercado se trata de analizar el perfil actual del cliente y su proyección, sus hábitos de consumo, sus preferencias, su comportamiento, su capacidad de pago. El fin último es obtener información para confeccionar la proyección de la demanda, la cual se plasmará como la principal fuente de ingreso en el flujo de fondos. Otro aspecto importante de este estudio de viabilidad es obtener información sobre el resto de los actores que interactúan en el mercado e influyen en el proyecto. (Quaranta, 2019)

Debido a la alta demanda de emprendimientos y startups en la organización con la necesidad de asistencia y coaching, y considerando que los estudiantes universitarios podrían ser parte activa del ecosistema de emprendimiento. Se realiza un programa de pasantías de 3 meses enfocados en asistir a MIPYMES en Honduras a desarrollar nuevos negocios, identificar potenciales clientes y/o entrar a nuevos mercados.

El nombre del programa nace de la combinación de dos palabras que fueron propuestas business, que significa negocio en el idioma inglés y Nest, que significa nido. La combinación de esas dos palabras le da paso a el nombre BizNest, el cual le da sentido al programa ya que se enfoca en identificar nuevas oportunidades de negocio en el mercado.

El programa tiene como objetivo capacitar y habilitar a 30 jóvenes universitarios para que logren convertirse en desarrolladores de negocios. Adicionalmente generar una fuerza de ventas para las MIPYMES a atender en el programa Ruta de Dinamización, facilitando la conexión de estas con sus mercados meta y potenciales aliados estratégicos y que los jóvenes universitarios realicen acompañamiento a las MIPYMES en la identificación de nuevas oportunidades de negocio en el mercado. Dentro del programa de 10 semanas se deberán realizar actividades como ser: completación de curso de desarrollo de negocios, elaboración de plan de trabajo para asistir a una cartera de 8 a 10 MIPYMES, realizar investigaciones para la identificación de oportunidades de negocios para la cartera de MIPYMES asignadas, agendar reuniones entre potenciales clientes y MIPYMES, y elaboración de reporte de cierre y logros alcanzados. Todo esto estará sustentado por entregables para asegurar que las actividades se realicen en tiempo y forma.

Al ser participante en el programa de pasantía los jóvenes universitarios tendrán como beneficio la experiencia en formación en desarrollo de negocios, experiencia de trabajo formal, networking directo con actores del ecosistema emprendedor, reconocimiento formal de la pasantía realizada y experiencia que podrán reflejar en su portafolio profesional.

El programa se realiza en alianza con la Universidad Tecnológica Centroamericana y el programa se presenta a los estudiantes de las clases de generación de empresas I y II con una presentación audiovisual (Anexo 9) realizada en el software de ofimática Microsoft PowerPoint de toda la información antes mencionada.

La presentación contiene la siguiente información: la definición del programa, los criterios para postularse a la pasantía, objetivos del programa, los beneficios, y el cronograma de actividades con los entregables.

2.1.9 Elaborar reporte de retroalimentación

En esta revisión, la retroalimentación se conceptualiza como información proporcionada por un agente. (por ejemplo, maestro, compañero, libro, padre, yo mismo, experiencia) con respecto a los aspectos del desempeño o la comprensión de uno. (Hattie & Timperley, 2007)

La retroalimentación consiste en escuchar activamente, tomarse el tiempo para analizar y luego pensar en la mejor solución posible para desempeñarse mejor. Proporciona críticas positivas y permite ver lo que todos pueden cambiar para mejorar su enfoque y resultados. Por lo tanto, al finalizar cada uno de los módulos del programa “Taller avanzado para emprendedores” se realiza

un documento de resumen de retroalimentación. Las respuestas para dicha retroalimentación son recolectadas a través de un formulario que cada uno de los participantes del módulo completan al terminar la sesión. En base a ello se genera un documento resumen donde incluyen aspectos como el porcentaje de como los participantes calificarían ese taller, la escala presentada va del uno al cinco. Siendo 1 “Malo”, 2 “No muy bueno”, 3 “Bueno”, 4 “Muy bueno”, 5 “Excelente”. La segunda sección brinda el resumen de lo que los participantes aprendieron sobre el tema, donde se destaca las respuestas más repetidas y algunas de mayor importancia. Para la tercera sección se les pide a los participantes enlistar una o dos preguntas para el experto que le gustaría que abordara más adelante en la mentoría grupal en esta sección se destacan las preguntas relacionadas al tema y se brindan. En cuanto a la cuarta sección se le consulta a los encuestados “¿Qué recomendación nos harías?” se detallan las recomendaciones más mencionadas. Para culminar el documento la sección cinco se realiza un análisis de las respuestas obtenidas y se genera una serie de preguntas que se consideran importantes para el siguiente modulo, de esta manera el siguiente expositor pueda tener una idea sobre qué temas los encuestados están interesados en cubrir.

Al finalizar el documento se remite a la coordinadora de programas y operaciones. Al obtener la retroalimentación necesaria y realizar las modificaciones, el reporte de retroalimentación es compartido con el expositor que brindo el módulo, y con el expositor que dará el siguiente modulo.

2.1.10 Realizar Agenda de Bienvenida

Se realiza la propuesta de una agenda para el evento apertura del programa “Taller Avanzando para emprendedores” un programa desarrollado en conjunto con la embajada americana y el Centro Cultural Sampedrano. Donde se establece los bloques de actividades a desarrollar, las actividades que se llevaran a cabo y el responsable o encargado de cada una de las actividades. El programa se fraccionó en diez secciones dando un tiempo de cinco minutos aproximadamente en cada bloque, dado que se estableció que el programa debería de tener una hora de duración. El programa se dividió en las siguientes actividades: bienvenida, palabras que serán impartidas por el maestro de ceremonia, palabras del centro cultural Sampedrano, palabras de la embajada americana, palabras de Impact Hub Tegucigalpa. Presentación de un video sobre Honduras, palabras de la embajada americana, antecedentes el programa, presentación y cronograma del programa, preguntas y respuestas y el cierre del evento.

Teniendo la agenda completada, esta se comparte con la coordinadora de programas y operaciones, en su aprobación y modificación por la coordinadora se distribuye la agenda de bienvenida con los

diferentes participantes del programa. Con la finalidad de que todos estén al tanto del orden de la presentación del evento.

2.1.11 Modificar formulario de herramienta de diagnóstico empresarial

El diagnóstico empresarial permite a la empresa, definir el estado actual de la organización que permita tener unos resultados valorativos, que sirven para tomar decisiones en el factor tiempo para reestructurar la organización y cumplir con las metas proyectadas. (Portugal, 2017)

La encuesta herramienta de diagnóstico empresarial fue realizada en la herramienta de Google Formulario, realizando una supervisión de esta herramienta de diagnóstico se observa que el interfaz es complicado para los encuestados y algunas de las preguntas contienen errores de redacción y ortografía por lo que se procede a realizar modificaciones en ciertas secciones del formulario. El formulario se divide en seis secciones: Fase Inicial, modelo de impacto, modelo de negocio, estrategia de crecimiento y escalabilidad. La primera sección por modificar son las instrucciones de la herramienta del diagnóstico donde se le brinda a él encuestado una amplia explicación sobre las instrucciones, que es lo que debe de responder y que esperar de dicha encuesta. Se adiciona que toda la información compartida a través del formulario será manejada como información confidencial.

Como segunda modificación a el formulario sección cuatro, el modelo de negocio se establece que la redacción de la primera pregunta de la sección no es correcta por lo que se realiza modificación de la redacción. Adicionalmente se observaron tres errores gramaticales en cuanto a acentuación. A través de todo el formulario se presentaron múltiples errores ortográficos y gramaticales como la falta de tildes, no usar mayúsculas tras el punto, falta de algunos signos de interrogación. Se realizan todas las modificaciones necesarias y se envía el formulario de diagnóstico empresarial a la coordinadora de programas para una última revisión para luego proceder a aplicar dicha encuesta.

3 Capítulo III

3.1 PROPUESTA DE MEJORA

3.1.1 Propuesta 1: Portafolio de herramientas de negocios

3.1.1.1 Antecedentes

La organización Impact Hub Tegucigalpa no cuenta con herramientas de negocios que puedan proveer a los participantes de sus múltiples programas. Tomando en cuenta que la mayor parte las herramientas han sido mencionadas anteriormente en distintos de sus talleres, mentorías y programas se considera necesario desarrollar un portafolio con herramientas de negocio.

Es fundamental evaluar, con una postura crítica y profesional, si el proyecto responde a las expectativas y necesidades de la comunidad. directamente involucrada. No basta con oír decir que un proyecto dio resultado allá para implantarlo aquí. No basta con disponer de un inmueble, reformarlo y dotarlo de algunos equipos para poner en pie una incubadora. Su éxito implica afincarla en bases reales.(Medeiros, 1998)

Aunque la organización Impact Hub Tegucigalpa ofrece muchos tipos de recursos tangibles e intangibles, las nuevas empresas o emprendimientos a menudo ingresan con un enfoque solo en obtener capital físico y financiero a través de las alianzas que estos tienen. En consecuencia, la formación empresarial y los servicios de tutoría o mentorías a menudo se subutilizan, lo que reduce la eficacia potencial de la organización. Investigaciones anteriores han encontrado que el problema de la subutilización puede deberse a una mala correspondencia entre los recursos que los emprendedores necesitan y los recursos que ofrece la incubadora. Por lo tanto, se considera que corresponde a la organización implementar estrategias asertivas para lograr que los emprendedores participen activamente y se conecten con los servicios ofrecidos.

3.1.1.2 Descripción de la propuesta

El portafolio de herramientas de negocio se elaboró en base a la estructura de la organización, el rubro al cual se dirige la organización, y en base a la necesidad que la mayoría de los participantes de la organización presentan. El portafolio cuenta con un:

- Plan de ventas

- Hoja de balance
- Lienzo de Modelo de negocio (business model canvas)
- One pager
- Pitch deck.

Una vez concluido el portafolio se envió por correo electrónico, en una carpeta compartida, donde tiene el acceso a cada uno de los documentos del portafolio. La encargada del departamento de programas y operaciones, quien es la responsable de verificar toda la documentación proporcionada en el portafolio.

Posterior a la aprobación, el portafolio será compartido con todo el personal de la organización. Se procederá a brindar indicaciones sobre en qué tipo de programas o proyectos las herramientas del portafolio podrán ser utilizadas.

El proceso de capacitación para el personal de la organización tomara dos horas, donde se explicará a el personal cada una de las herramientas, en caso de que no manejen los términos, y como puede ser implementadas a los diferentes rubros de emprendimientos con los cuales la organización trabaja.

3.1.1.3 Impacto de la propuesta

El portafolio de las herramientas de negocio se elaboró con el fin de darle un valor agregado a la organización Impact Hub Tegucigalpa, siendo la organización un miembro del ecosistema de emprendimiento. El tener un portafolio de herramientas que los usuarios de la organización puedan implementar reducirá tiempo en las gestiones o mentorías. Las herramientas serán esencial para las nuevas empresas, ya que permitirá a los emprendedores a dividir sus elementos en piezas significativas que son más fáciles de entender y comprender. Si el emprendedor tiene toda la documentación necesaria completa, la organización podrá evaluar, preparar y tener la información requerida de manera organizada en menos tiempo. Mejorará la recolección de datos de los emprendimientos y start-ups haciendo que las operaciones internas sean más efectivas.

Adicionalmente la organización dentro del país se convertirá disruptiva al implementar el portafolio de herramientas de negocio ya que para los start-ups y emprendimientos que no tengan disponibilidad de estas herramientas se verán atraídos a los servicios ofrecidos que otras organizaciones en el país no ofrecen.

3.2 PROPUESTA DE MEJORA

3.2.1 Propuesta 2: Herramienta de diseño gráfico en línea Canva Pro

3.2.1.1 Antecedentes

El diseño es un proceso de creación visual con un propósito. A diferencia de la pintura y de la es cultura, que son la realización de las visiones personales y los sueños de un artista, el diseño cubre exigencias prácticas. Una unidad de diseño gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado. Un producto industrial debe cubrir las necesidades de un consumidor. (Wong, 2014)

El departamento de programa y operaciones trabaja en manera conjunta con el departamento de comunicaciones y comunidad, este departamento es el encargado de generar líneas gráficas, creación de publicaciones para las distintas redes sociales en las cuales Impact Hub Tegucigalpa tiene presencia como ser LinkedIn, Facebook, e Instagram.

Si bien es cierto el equipo de comunicaciones ya utiliza la herramienta Canva, la utilizan de manera gratuita, es decir que el acceso a algunas de las funciones está restringido. Habría que mencionar también que Canva no tiene almacenamiento de archivos local. Esto significa que si el sitio web está inactivo por algún motivo, se deberá esperar para acceder a sus diseños para realizar nuevos cambios. Por otra parte el uso excesivo de diseños. Es posible que el diseño no sea tan único porque mucha gente ha utilizado esa plantilla. El plan gratuito de Canva es una buena opción si se usa con frecuencia para crear diseños rápidos y no es de suma importancia la limitación que conlleva.

Adicionalmente una de las dificultades que en ocasiones el equipo presenta es que no cumplen con el plan de medios, porque se olvidan de programar la publicación, porque el horario se les pasa o demás.

Tabla 1 Costo de implementación de herramienta de diseño gráfico en línea Canva Pro

Descripción	Costo
Canva Pro (Hasta 5 personas)	\$ 119.99 al año
	\$12.99 al mes

Fuente: (Precios de Canva - Planes gratis, Pro y Enterprise, n.d.)

3.2.1.2 Descripción de la propuesta

Canva Pro les permite centralizar todos sus activos, colaborar más fácilmente y supervisar la imagen de una marca al proporcionar plantillas, imágenes y activos de diseño remezclables que otros equipos pueden usar para crear gráficos de marca.

Considerando que, el plan profesional es lo mejor para la organización ya que necesita acceso a millones de contenido premium y funciones que ahorran tiempo con una mejor funcionalidad de colaboración.

Desde Canva pro tendrán acceso a:

- Gestión del kit de marca
- Magic Resize
- Carpetas de diseño y fotos
- Descarga diseños con fondos transparentes
- Animador de Canva
- Eliminar fondos de imágenes
- Y una enorme biblioteca de imágenes que se incluyen en el plan Canva Pro

Una de las mejores características de Canva Pro es la capacidad de trabajar con un equipo y agregar diferentes niveles para las personas: administradores, diseñadores de plantillas y miembros. Esto permite que los colaboradores agreguen plantillas sin tener que enviar enlaces por correo electrónico.

Otra característica de Canva Pro es su Planificador de contenido, ahora podrán diseñar las publicaciones en las redes sociales y programarlas directamente en Canva. Ya sea que se programen publicaciones con semanas de anticipación o en momentos en que la participación sea alta, el Planificador de contenido de Canva publicará automáticamente en Instagram, Facebook o cualquier otra plataforma, según la fecha y hora que deseen establecer.

3.2.1.3 Impacto de la propuesta

Los beneficios de Canva Pro permiten:

- Hasta 100 MB de almacenamiento para todos los diseños y puede crear una cantidad ilimitada de carpetas para ayudar a mantener las cosas organizadas.
- Cargar cualquier fuente específica para cuando la organización necesite seguir pautas de marca más estrictas.

- Administrar los colores de la marca desde el kit de marca Canva para mantener la identidad de la marca consistente en todos sus diseños
- Elija entre plantillas prefabricadas y tamaños preestablecidos.
- La gran selección de plantillas y tamaños preestablecidos listos para usar con un clic. Estas plantillas ya están diseñadas donde todo lo que el departamento tiene por hacer es cambiar los colores, fuentes, imágenes y logotipo de la marca.
- Adaptación y cambio del tamaño de los diseños fácilmente.
- Botón Magic Resize de Canva Pro, permite modificar el tamaño del diseño en una variedad de plantillas. Incluso permite cambiar las dimensiones de un diseño en varios tipos de diseño diferentes al mismo tiempo.
- Planificar el próximo contenido de redes sociales con anticipación a las plataformas de redes sociales favoritas. Este es una verdadera ventaja para ahorrar tiempo en lo que respecta al diseño.

3.3 PROPUESTA DE MEJORA

3.3.1 Propuesta 3: Capacitación y certificación de la herramienta WordPress

3.3.1.1 Antecedentes

Hábitos de trabajo. Son el cómo se hacen las cosas en la empresa; por ejemplo, cómo se percibe y trata al cliente, cómo se elaboran los informes, el tipo de producto o el canal de distribución, entre otros. Incluye la forma en que se comparten o no los resultados del trabajo en todo el proceso, y cómo se comportan los canales formales e informales de transmisión de hábitos. (Hernández Palomino et al., 2011)

Dentro del equipo de comunicaciones, una de las tareas que se deben desarrollar es brindar constante actualización a el sitio web. El hosting que la organización utiliza es WordPress, ya que comentan que es la pagina que utilizan en todo Impact Hub Global. Sin embargo el equipo de comunicación no ha brindado ninguna actualización incluyen los aliados, programas que están en curso y demás.

El tener una herramienta como WordPress es de suma importancia para una organización como esta y se identifica el potencial de impacto que tendría si esta estuviera actualizada, y contara con la información necesaria para el público.

Uno de los grandes obstáculos que se tiene es que ninguno de los colaboradores de la organización cuenta con el conocimiento del maneja de WordPress, por lo cual la pagina no esta siendo utilizada de manera óptima.

3.3.1.2 Descripción de la propuesta

Tener un sitio web y una estrategia de presencia en línea le permite comercializar su negocio en línea. Un sitio web también es importante porque ayuda a establecer credibilidad como negocio. Teniendo en cuenta que un sitio web no solo da credibilidad, sino que también ayuda a dar una impresión positiva de que su empresa es más grande y exitosa. La siguiente propuesta detalla la importancia de la capacitación de todo el personal de la organización en cuanto a la herramienta de WordPress.

Aprender lo que hacen otros departamentos y trabajar con ellos en proyectos colaborativos son formas de evitar perder de vista las otras partes móviles de la organización. Las organizaciones con empleados de diferentes departamentos que trabajan juntos en proyectos pueden beneficiarse al compartir información y hacer preguntas.

Considerando que la organización ya cuenta con el hosting de WordPress. Se considera necesario que no solo el equipo de comunicaciones y comunidad debe de tomar una certificación y capacitación si no que todo el personal. Esto con el propósito de mejorar la gestión de actividades, programas, y mantener actualizada la página web para brindar una ventaja competitiva y mejor posicionamiento de mercado.

Tabla 2 Costo de certificación herramienta de WordPress

Descripción	Costo
Curso de WordPress Desde 0 - Principiantes 2021	\$13.99
The Complete WordPress Website Business Course	\$17.99

Fuente:(The Complete WordPress Website Business Course, n.d.)

La certificación mencionada anteriormente se puede realizar en la página de Udemy, es una plataforma digital que brinda aprendizaje y enseñanza de manera virtual, los cursos pueden ser tomados en cualquier tiempo y parte del mundo. La implementación de esta capacitación y certificación otorgara un valor agregado a todo el equipo de trabajo dentro de la organización.

3.3.1.3 Impacto de la propuesta

Una de las principales ventajas de tener un sitio web es que es accesible para cualquier persona, en cualquier lugar y en cualquier momento. Incluso fuera del horario comercial, los clientes pueden acceder a el sitio web y aprovechar los servicios u obtener la información que necesitan, que es uno de los elementos clave de la importancia de un sitio web en los negocios. El sitio web está siempre en funcionamiento para garantizar que los clientes que ingresan siempre sean atendidos en la comodidad de sus hogares.

Adicionalmente los clientes esperan que la organización tenga una presencia en línea donde puedan acceder a sus servicios. Uno de los aspectos más cautivadores de un sitio web es lo fácil que hace que la información sea accesible para los clientes. A continuación, se muestran algunas formas en las que los sitios web ayudan a intercambiar información:

- Anuncios que actualizan a los clientes sobre las últimas programas y servicios.
- Boletines informativos que actualizan a los clientes sobre los próximos eventos y noticias.
- Formularios de contacto que invitan a consultas o solicitudes del cliente.

Cuando se trata de una empresa con presencia en línea, la visibilidad o el alcance no tienen límites. Los usuarios de cualquier parte del mundo pueden acceder al sitio web.

4 Capítulo IV

Por consiguiente, se presentan las conclusiones elaboradas a partir de la realización de las actividades en el departamento de programas y operaciones con el cargo de coordinadora de programas y operaciones durante el periodo académico correspondiente a la práctica profesional. De igual modo se proponen las recomendaciones para las tres partes involucradas en el proceso siendo estas la empresa, institución y estudiantes.

4.1 CONCLUSIONES

- Se desarrollo documentación que permitieron mejorar el desenvolvimiento de programas tales como presentaciones audiovisuales que cumplieron la función de apoyo para los diferentes programas dentro de la organización. Se elaboraron y propusieron métodos de cuadros de pagos, y reporte de retroalimentación lo cual mejora operaciones internas del departamento y programas desarrollados.
- Se creo, diseño e implemento documentación de propuestas de alianzas y colaboración con la institución académica Universidad Tecnológica Centroamericana con el fin de poder lanzar el programa de pasantías BizNest.
- La metodología de apoyo al emprendimiento se alcanza a través de la propuesta del portafolio de herramientas de negocio, ya que al utilizar las herramientas adecuadas, estos datos pueden ayudar a que el emprendimiento crezca y tener estos recursos y herramientas que ayudaran a los emprendimientos a realizar tareas simples más rápido.

4.2 RECOMENDACIONES

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

Se recomienda que la organización amplíe el equipo de programas y operaciones, con el fin de poder desarrollar más programas y proyectos para captar mayor parte del ecosistema de emprendimiento. Adicionalmente el crecer el equipo de programas y operaciones beneficiara a aportar nuevas ideas a la organización, aumentara el conjunto de habilidades de la fuerza laboral actual.

Se recomienda que la organización capacite a sus colaboradores en el uso de la página de su sitio web, con el fin de mejorar su sitio web para poder alcanzar un mejor posicionamiento de mercado (visibilidad) cuando las personas busquen servicios relacionados con la organización. Ya que cuanto mejor sea la visibilidad de la página en los resultados de búsqueda, más probabilidades tendrán de llamar la atención y atraer clientes potenciales y existentes a la organización.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

Se sugiere promover de forma proactiva la importancia de pasantías para los estudiantes a lo largo de la carrera universitaria ya que las pasantías son beneficiosas porque ayudan a desarrollar aptitud profesional, fortalecen el carácter personal y brindan una mayor puerta a las oportunidades. Al invertir en pasantías, obtendrán el espectro más amplio de oportunidades al buscar y postularse para un trabajo después de la universidad. Continuar ampliando la red de empresas y organizaciones donde los estudiantes puedan realizar pasantías y prácticas profesionales, con el objetivo que los estudiantes tengan mayor confianza y acceso a empresas donde puedan realizar los mismos.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes

Se recomienda un análisis de la industria ya que ayuda a que el estudiante pueda desarrollar un fuerte sentido de lo que está sucediendo en la industria y organización u empresa. Puede utilizar el análisis de la industria a su favor para identificar oportunidades y amenazas dentro de su entorno, así como para planificar a futuro, en el contexto del futuro de la industria. Comprender con claridad la industria a la cual la empresa u organización donde estarán realizando la práctica profesional

para que de esta manera los estudiantes puedan reforzar contenido visto en clases y realmente saber cómo aplicar ese conocimiento en el campo laboral de la manera más eficaz y eficiente

Referencias

- Antecedentes / PNUD*. (n.d.). UNDP. Retrieved August 24, 2021, from <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/background.html>
- ASALE, R.-, & RAE. (n.d.). *Ad honorem / Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Retrieved August 28, 2021, from https://dle.rae.es/ad_honorem
- Barros, I. (2018, March 14). Qué es y cómo diseñar un buen One Pager Parte I. *Startups (Es)*. <https://medium.com/startups-es/qu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-dise%C3%B1ar-un-one-pager-fb81dff7bb71>
- Business model canvas—Business design tool*. (n.d.). Business Models Inc. Retrieved August 26, 2021, from <https://www.businessmodelsinc.com/about-bmi/tools/business-model-canvas/>
- Calvo Muñoz, M., & Rojas Llamas, C. (2009). *Networking el uso práctico de las redes sociales*.
- Definition of Pitch Deck*. (n.d.). Cooley GO. Retrieved August 26, 2021, from <https://www.cooleygo.com/glossary/pitch-deck/>
- Dogshun, J. (2018, June 22). How Change Got Global: The Founding Story of Impact Hub. *Impact Hub*. <https://impacthub.net/how-change-got-global-the-founding-story-of-impact-hub/>
- Elevator Pitch en 4 pasos, 30 segundos para conseguir financiación. (2019, May 19). *Master y cursos de postgrado en Valladolid*. <https://www.escueladenegocio.com/blog/elevator-pitch-en-4-pasos/>
- Escuela Superior de Relaciones Públicas. (n.d.). *Consejos para un Speed Networking*. ESERP Business School. Retrieved September 15, 2021, from <https://es.eserp.com/articulos/consejos-para-que-un-speed-networking-resulte-efectivo/>
- Fontinelle, A. (2020, August 14). *What Exactly Is a Startup?* Investopedia. <https://www.investopedia.com/ask/answers/12/what-is-a-startup.asp>
- Guerrero Reyes, J. C., & Galindo Alvarado, J. F. (2014). *Contabilidad para administradores*. <http://site.ebrary.com/id/11013489>

- Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The Power of Feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://doi.org/10.3102/003465430298487>
- Hernández Palomino, J. A., Gallarzo, M., & Espinoza Medina, J. de J. (2011). *Desarrollo organizacional*. <http://site.ebrary.com/id/10957585>
- Mair, J., Robinson, J. A., Hockerts, K., & Universidad de Navarra (Eds.). (2006). *Social entrepreneurship* (1. publ). Palgrave Macmillan.
- Medeiros, J. A. (1998). *Incubadoras de empresas: Lecciones de la experiencia internacional*. 11.
- Moreno Castro, T. F., & e-libro, C. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. RIL editores.
- Organización Panamericana de Salud. (2018). *Guía de Funciones Especiales- Simposio OPS/OMS-2018*.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Clark, T. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Portugal, V. (2017). *Diagnóstico Empresarial*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423305.pdf>
- Precios de Canva—Planes gratis, Pro y Enterprise*. (n.d.). Canva. Retrieved September 16, 2021, from https://www.canva.com/es_es/es_es/precios/
- Quaranta, N. (2019). *Planes de negocio*. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=2452849>
- Rey Romero, M. R., Velandia Daza, D. M., Vera-Ramírez, H. D., Puello Socarrás, G. E., & Peña Lapeira, C. J. (2019). *El emprendimiento social y la innovación como motor del crecimiento empresarial*. <https://elibro.net/ereader/elibrodemo/129146>
- Rojas, S. (2020, October 19). *Cómo hacer un “one-pager” para tu emprendimiento*. Cube. <https://www.cube.ventures/post/cómo-hacer-un-one-pager-para-tu-emprendimiento>
- Sangri Coral, A. (2014). *Introducción a la mercadotecnia*. <http://site.ebrary.com/id/11013822>
- Stallings, B., & Studart, R. (2006). *Financiamiento para el desarrollo: América Latina desde una perspectiva comparada*. Economic Commission for Latin America and the Caribbean.

- The Complete WordPress Website Business Course*. (n.d.). Udemy. Retrieved September 16, 2021, from <https://www.udemy.com/course/the-complete-wordpress-website-business-course/>
- Torres Morales, V. (2014). *Administración de ventas*. <http://site.ebrary.com/id/11017470>
- Universidad de Salamanca. (2014). *El networking empresarial*. <https://fundacion.usal.es/es/empresas-amigas/205-contenidos/actualidad/1163-el-networking-empresarial?jjj=1631753958768>
- Uribe Macías, M., & Reinoso Lastra, J. F. (2013). *Emprendimiento y empresarismo*. Ediciones de la U. <https://public.ebookcentral.proquest.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=5634826>
- Valderrama, B. (2012). *Desarrollo de competencias de mentoring y coaching*. Prentice Hall Iberia.
- Varela Juárez, R. A., & Rodríguez Tepezano, J. L. (2013). *Administración de la compensación: Sueldos, salarios y prestaciones*. <http://www.ebooks7-24.com/?il=3383>
- Wong, W. (2014). *Fundamentos del diseño*. <http://site.ebrary.com/id/10853754>

Glosario

- Ad Honorem: Que se hace sin retribución alguna. (ASALE & RAE, n.d.)
- Business Model Canvas: El lienzo del modelo de negocio es un lenguaje compartido para describir, visualizar, evaluar y cambiar los modelos de negocio. Describe el fundamento de cómo una organización crea, entrega y captura valor. (*Business Model Canvas - Business Design Tool*, n.d.)
- Pitch Deck: es una plataforma de presentación que se utiliza para presentar su idea o empresa a cualquier número de audiencias, generalmente inversores. (*Definition of Pitch Deck*, n.d.)
- Start-up: Una startup es una empresa joven fundada por uno o más emprendedores para desarrollar un producto o servicio único y llevarlo al mercado. (Fontinelle, 2020)
- El plan estratégico es un informe escrito que resume a nivel económico- financiero, estratégico y organizativo la situación actual y la posición futura de la empresa. (Moreno Castro & e-libro, 2016)
- One pager: es la versión extendida de la tarjeta de visita de la empresa o la versión reducida del resumen ejecutivo. (Barros, 2018)
- Elevator pitch o elevator speech es un anglicismo que se utiliza en el discurso de presentación sobre un proyecto o emprendimiento, ante potenciales clientes o accionistas cobrando especial relevancia para este segundo colectivo que se supone que busca proyectos y emprendedores con ideas claras, concisas y sintéticas para tomar decisiones sobre si invertir o no. (“Elevator Pitch en 4 pasos, 30 segundos para conseguir financiación,” 2019)
- Networking: es el proceso de tejer, para luego aprovechar de forma eficaz, redes de influencias y contactos. Son encuentros organizados para empresarios y directivos con el objetivo de intercambiar información y contactos para promover las empresas participantes, mejorar su gestión, lograr recomendaciones, considerar la posibilidad de colaboración, etc. (Universidad de Salamanca, 2014)
- Speed Networking: son reuniones rápidas en las que se establecen relaciones de negocio. No se suelen cerrar tratos en ellas, pero sí son una buena forma de conocer a otros empresarios del sector y empezar una relación comercial. (Escuela Superior de Relaciones Públicas, n.d.)
- Posicionamiento de mercado: Es implantar con mucho cuidado, en la mente del consumidor, las

características de un producto y las tres utilidades que éste ofrece al consumidor: beneficio, tiempo y lugar.(Sangri Coral, 2014)

Anexo Plantilla de estrategia de ventas

Plantilla de estrategia de ventas

<<Logo de la empresa>>

<<Nombre de la empresa >>

Plan de Estrategia de Ventas

IMPACT
HUB

Tegucigalpa

<<Preparado por: Gabriela Navas >>

<<2021>>

Resumen Ejecutivo	32
Descripción de la Empresa	33
Promotores y accionistas	33
Asesores	33
Productos y servicios	33
Objetivo comercial a largo plazo	33
Objetivos	34
Análisis FODA	34
Análisis de Mercado	35
Mercado objetivo	35
Valoración total de mercado	35
Tendencias del mercado	35
Perfil de competidores	36
Ventaja competitiva	36
Beneficios para los clientes	36
Marketing y Estrategia de Ventas	37
Estrategia de mercadeo	37
Fuentes de ingresos	37
Estrategia de ventas	38
Precios	38
Estrategia de marketing y comunicación	38
Personal y Operaciones	39
Organigrama de la dirección (incluida la junta)	39
Dotación de personal	39
Planes de formación	39
Operaciones	39
Proyecciones Financieras	40
Supuestos clave	40
Cuentas de pérdidas y ganancias	41
Balance general	42
Flujo de efectivo	43

Resumen Ejecutivo

Esta sección no debe completarse hasta que se redacte el Plan de estrategia de ventas. Destacará todos los hitos en el desarrollo de la empresa durante los próximos cinco años. Debe resumir las siguientes áreas:

- Propósito del plan
- Producto o servicio y sus ventajas
- Oportunidad de mercado
- Equipo directivo
- Historial de seguimiento, si lo hubiera
- Proyecciones financieras
- Requisitos de financiación

Las proyecciones financieras deben resumirse y destacarse. Se sugiere el siguiente formato como guía:

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas			
Exportaciones (Opcionales)			
Beneficio neto antes de impuestos			
Inversión			
Empleo			

Recuerde que los inversionistas potenciales a menudo hacen un juicio provisional basado en el resumen ejecutivo y que su decisión de leer el cuerpo principal del Plan de estrategia de ventas dependerá de la información presentada aquí. Los apéndices al final del plan contienen información más detallada para respaldar el texto principal del plan de negocios. >>

Descripción de la Empresa

Promotores y accionistas

<< Descripción de las personas involucradas en la puesta en marcha del negocio:

- Promotores
- Estructura de gestión y áreas de responsabilidad
- Nombres de accionistas, no. de acciones, % de participación e inversión en efectivo hasta la fecha

Asesores

<< Se deben enumerar los asesores financieros, legales y de otro tipo, con nombres, direcciones y detalles de contacto. >>

Productos y servicios

<< Explique claramente cuál es su producto o servicio y para qué funciona. >>

- Antecedentes de su desarrollo
- Beneficios y características
- Puntos de venta
- Ventajas para los clientes
- Desventajas o puntos débiles
- Desarrollos futuros

Objetivo comercial a largo plazo

<< Indique el objetivo a largo plazo del nuevo negocio. >>

Objetivos

<< Indique los hitos específicos que debe alcanzar la empresa en los próximos cinco años (ventas, exportaciones, empleo, desarrollo de productos, etc.). >>

Análisis FODA

<< Analice las fortalezas y debilidades del negocio y el producto o servicio, las oportunidades que existen en el mercado y las amenazas a la viabilidad del proyecto. Esto se hace mejor en un diagrama de matriz de la siguiente manera: >>

Fortalezas •	Debilidades •
Oportunidades •	Amenazas •

Análisis de Mercado

<< Esta sección cubre la investigación de mercado y el análisis de la competencia. Debe demostrar que ha realizado la investigación de mercado para justificar las proyecciones realizadas en su plan de negocios. Debe demostrar que existe un mercado viable y que puede vencer a la competencia en el mercado de ventas. >>

Mercado objetivo

<< El mercado al que planea vender el producto o servicio. Analice los segmentos de este mercado de la siguiente manera:

- Tamaño de cada segmento de mercado
- ¿El segmento está creciendo o disminuyendo?
- Características de los clientes potenciales en cada segmento >>

Valoración total de mercado

<< Mostrar el valor potencial total del mercado para este tipo de producto o servicio, en todos los mercados objetivo, nacionales e internacionales. >>

Ingresos de la empresa objetivo

<< Estas cifras son la base para las cifras de ventas en sus proyecciones financieras y deben basarse en evaluaciones realistas. Incluya el tamaño medio de la transacción, la duración del ciclo de ventas, los ingresos recurrentes >>

Tendencias del mercado

<<Analiza lo que está pasando en el mercado:

- Cambios recientes
- Predicciones futuras
- Impulsores como cambios demográficos, factores económicos y legislativos
- Implicaciones para su producto o servicio
- Sus planes para satisfacer demandas futuras y cambios en el mercado

Perfil de competidores

<< Análisis de sus competidores en el mercado:

- ¿Cuáles son los productos y servicios de la competencia?
- Perfil de los actores clave (tamaño de la empresa, volumen de negocios, rentabilidad, etc.) y su cuota de mercado
- Ventajas y desventajas de las ofertas de la competencia >>

Ventaja competitiva

<< Esta es su evaluación de por qué los clientes potenciales elegirán comprar su producto en lugar de los descritos anteriormente. Las ventajas pueden incluir:

- Características únicas
- Precio
- Nuevas tecnologías o sistemas
- Mejor valor para los clientes en términos de eficiencia o ROI o relación costo / beneficio.
- Mayor compatibilidad con los sistemas existentes
- Incluya cualquier validación independiente o estudios de caso >>

Beneficios para los clientes

<< Esto es lo que su producto o servicio proporciona a los clientes potenciales en términos de sus propios objetivos comerciales. Su producto o servicio les permite:

- Incremento de ventas
- Incrementar la eficiencia
- ¿Ahorrar dinero?
- ¿Ahorrar tiempo?
- ¿Maximizar los recursos?
- ¿Reducir los errores?
- ¿Reducir el tiempo de inactividad?
- Mejore el servicio al cliente, reduzca la rotación, aumente la lealtad

¿Qué hará realmente la compra de su producto o servicio para el cliente?

Marketing y Estrategia de Ventas

<< Esta sección establece sus estrategias para llegar a su mercado objetivo, despertar su interés en su producto o servicio y, de hecho, entregarles el producto o servicio en ventas. >>

Estrategia de mercadeo

<< Cómo posicionará su producto o servicio en el mercado y lo diferenciará de sus competidores:

- ¿A qué segmentos del mercado se dirigirá primero y por qué?
- ¿Cómo se desarrollará esto para llegar a todo el mercado objetivo?
- ¿Cómo diferenciará su producto o servicio?
- ¿Qué beneficios clave se destacarán?
- ¿A qué clientes potenciales ya se ha dirigido?
- ¿Tiene un sitio de prueba en funcionamiento y qué comentarios se obtienen de esto?
- ¿Qué contactos se pueden utilizar para generar conocimiento del mercado y ventas?
- ¿Quién hará el marketing: personal, agencia, representantes? >>

Fuentes de ingresos

<< ¿Qué contribuciones a los ingresos y beneficios tendrá su empresa?

Productos	
Servicios	
Licencias	
Después de las ventas	
Actualizaciones	

Estrategia de ventas

<< Cómo venderá su producto o servicio al mercado objetivo.

- Directamente
- Al por menor
- Distribuidor
- Agente
- Representante de ventas
- Sitio web
- Socios de reparto de ingresos

Analice para cada método los costos involucrados, si llegará al mercado previsto de manera eficiente, el control que mantendrá sobre los precios y el posicionamiento, la logística y la integración general con su estrategia de marketing. Indique las ventajas de los métodos que ha elegido para vender su producto o servicio. >>

Precios

<< Cómo establecerá el precio cobrado por su producto o servicio. Las consideraciones incluyen:

- Precios de la competencia
- Nivel de competencia en el mercado
- Percepción de la relación calidad-precio por parte de los clientes
- Costos de producción y gastos generales
- Cadena de distribución y valor agregado en cada etapa
- Hasta qué punto el comprador puede controlar el precio.

Indique cómo se fijará el precio de cada producto o servicio, refiriéndose a las fuentes de ingresos anteriores. >>

Estrategia de marketing y comunicación

<< Cómo promoverá su producto o servicio en el mercado.

- Publicidad: dónde, cuándo, cómo, a quién
- Relaciones públicas
- Marketing directo
- Sitio web y marketing en Internet
- Exposiciones y conferencias
- Boca a boca >>

Personal y Operaciones

<< Aquí es donde describe la estructura prevista de la empresa en términos de administración, número de empleados y los requisitos operativos físicos para producir o suministrar el producto o servicio. >>

Organigrama de la dirección (incluida la junta)

<< Incluya un diagrama de la forma en que se organizará la gestión del nuevo emprendimiento. Esto debe mostrar las áreas de responsabilidad de cada gerente y los empleados que se asumirán durante los próximos tres años. >>

Dotación de personal

<< Indique qué empleados se contratarán durante los próximos tres años, con qué habilidades, en qué áreas del negocio. >>

Planes de formación

<< Describa el desarrollo planificado de los empleados y la dirección que se emprenderá para mantener una fuerza laboral capacitada. Esto también debe estar relacionado con los desarrollos futuros del mercado y cualquier desarrollo de nuevos productos o servicios. >>

Operaciones

<< Indique los requisitos físicos del negocio:

- Locales
- Equipo
- Instalaciones de producción
- Infraestructura
- Instalaciones de comunicaciones
- Costos involucrados
- Proveedores >>

Proyecciones Financieras

Supuestos clave

<< Esta sección revisa los supuestos claves utilizados en las proyecciones financieras. Es una guía para explicar cómo se llegó a las cifras clave en las proyecciones financieras. Aquí se deben incluir elementos como:

- Fuentes de ingresos
- Número de empleados proyectados para cada año y sus salarios previstos
- Inversión proyectada en equipos y materiales
- Costos de I + D proyectados
- Depreciación permitida para
- Cargos esperados de alquiler y tarifas
- Días esperados para el acreedor y días permitidos para el deudor
- Cálculos de gastos

Esta sección debe ser breve y directa. En los Apéndices se pueden encontrar más detalles sobre estos elementos. >>



Cuentas de pérdidas y ganancias

<< Adjunte aquí las cuentas de pérdidas y ganancias proyectadas para los primeros tres años de operaciones de la empresa. >>



Tegucigalpa

Balance general

<< Adjunte aquí los balances generales proyectados para los primeros tres años de operaciones de la empresa. >>



Flujo de efectivo

<< Adjunte aquí una predicción de flujo de caja mensual para los primeros dos años de operaciones de la empresa. >>



Tegucigalpa

Anexo 2. Hoja de Balance

Hoja de Balance
Nombre de Empresa

Dirección

Fecha Creada:
3 agosto, 2021

Fecha de emisión
3 agosto, 2021

Pro-Forma Hoja de Balance

Activos	Año 1	Año 2	Año 3
Activos Circulantes			
Efectivo	L78,000.00	L36,000.00	L78,000.00
Cuentas por cobrar	L36,000.00	L45,000.00	L36,000.00
Inventarios			
Otros Activos circulantes	L-	L-	L-
Total, de Activos Corrientes	L114,000.00	L81,000.00	L114,000.00
Activos Fijos			
Propiedad, planta y equipo	L36,000.00	L36,000.00	L36,000.00
Depreciación acumulada	L36,000.00	L36,000.00	L36,000.00
Total, Activos Fijos	L-	L-	L-
Total, Activos	L114,000.00	L81,000.00	L114,000.00
Pasivos y Capital			
Pasivos corrientes			
Cuentas por pagar	L1,800.00	L1,800.00	L1,800.00
Crédito	L1,800.00	L1,800.00	L1,800.00
Gastos Acumulados y otros	L1,800.00	L1,800.00	L1,800.00
Impuestos pagables	L1,800.00	L1,800.00	L1,800.00
Ingresos no devengados	L2,500.00	L3,000.00	L1,800.00
Otros Pasivos Corrientes	L1,800.00	L1,800.00	L1,800.00
Total, Pasivos Circulantes	L11,500.00	L12,000.00	L10,800.00
Pasivos a Largo Plazo			
Deuda a largo plazo	L36,000.00	L36,000.00	L36,000.00

Otras obligaciones a largo plazo	L9,000.00	L9,000.00	L9,000.00
Total, Pasivos a largo plazo	L45,000.00	L45,000.00	L45,000.00
Total, Pasivos	L56,500.00	L57,000.00	L55,800.00
Capital			
Beneficio neto (pérdidas)	L36,000.00	L36,000.00	L36,000.00
Ganancias retenidas	L36,000.00	L36,000.00	L36,000.00
depósito de propietarios (retiros)	L36,000.00	L36,000.00	L36,000.00
Total, Capital	L108,000.00	L108,000.00	L108,000.00
Total, Pasivo y Capital	L164,500.00	L165,000.00	L163,800.00

Anexo 3. Business Model Canvas

Business Model Canvas

Aliados Clave Bloque describe la red de proveedores y socios que hacen el modelo de negocio funciona	Actividades Clave Bloque describe las cosas más importantes que debe hacer una empresa para que su modelo de negocio funcione	Propuesta de Valor El bloque de propuestas de valor describe el paquete de productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.	Relación con Clientes El bloque describe los tipos de relaciones que una empresa establece con segmentos de clientes específicos.	Segmento de Clientes define los diferentes grupos de personas u organizaciones que una empresa pretende alcanzar y servir
	Recursos Clave Bloque describe los activos más importantes necesarios para que un modelo de negocio funcione		Canales Bloque describe cómo una empresa se comunica y llega a sus segmentos de clientes para entregar una propuesta de valor.	
Estructura de Costes Este bloque de construcción describe los costos más importantes incurridos mientras opera bajo un modelo de negocio particular		Flujo de Ingresos El bloque representa el efectivo que una empresa genera de cada segmento de clientes (los costos deben restarse de los ingresos para crear ganancias)		

Anexo 4 Pitch Deck



PITCH DECK

**NOMBRE DE
EMPRESA**

TABLA DE CONTENIDO

Puntos a discutir

- Equipo
- Problema
- Solución
- Producto
- Evidencia



NUESTRO EQUIPO



ELISE HUTTON
Directora de Marketing



ALANA LIVESTON
Manager



JASON HESS
Asistente de Marketing



MISIÓN

Si elige aceptarla, es identificar claramente el problema que está resolviendo

Nombre de la empresa

Problema

Describe el problema que esta resolviendo con lo que hace in una o dos oraciones concisas



EL PROBLEMA

¿Porque su cliente objetivo esta frustrado con la situacion actual?

¿PORQUÉ AHORA?

¿Qué hace que este sea el momento adecuado para usted, su empresa, su producto y su cliente?

Describa lo que su solución hace en una sola oración.

Nombre de la empresa



Esto configura su producto y características y debería resolver el problema

Esta sección de productos muestra lo que gana su cliente al usar su producto



Utilizar muchos elementos visuales y centrarse en características únicas y tecnología innovadora



Si tiene un solo producto, destacar sus tres ofertas principales también funciona aquí



Describe cómo su producto resuelve problemas

Característica

Asegurate de demostrar cómo su producto es único



Nombre de la empresa

Oportunidad de Mercado

Mercado potencial total

¿Cuál es la oportunidad global total para este producto?

Mercado objetivo total

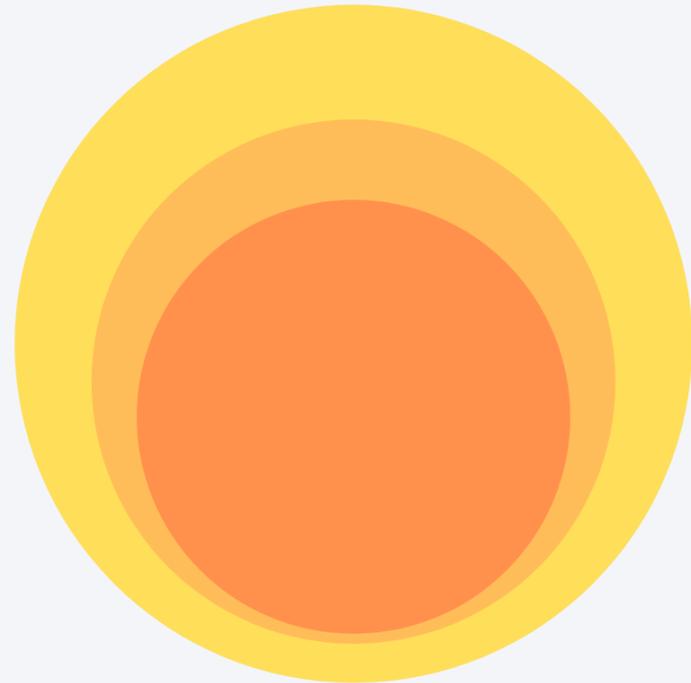
¿Cuál es el mercado total direccionable al que realmente puedes atender?

Mercado Meta

Describe a quién comercializarás y las personas que comprarán lo que vendes.

Participación de mercado

Estime su participación de mercado con un porcentaje o en dinero.



GO-TO-MARKET

Indica los canales a utilizar para llegar a sus futuros clientes



Redes Sociales



Referencias



Marketing de contenidos



Influencer Marketing



Aliados estrategicos



Ventas directas



Precios dopados.
Fijación de precios con
costo adicional.
Precios económicos.

Modelo de Negocios

EJEMPLO

Precio competitivo

EJEMPLO

Precios de penetracion

EJEMPLO

Precio dinamico

EJEMPLO

Precio basado en valor

Proyección de ingresos recurrentes





CONTACTANOS



DIRECCIÓN DE ENVIO

Coloca info aqui



DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRONICO

Coloca info aqui



NÚMERO DE TELÉFONO

(123) 456 7890

INCLUIR LOGO

GRACIAS

Anexo 5. One Pager





Nombre de la empresa

Slogan





Solución

Brevemente explica que solución estas brindando a tus clientes



Producto o servicio

Brevemente explica que ofrece tu empresa

Estrategia de monetización

es un plan sobre como generaras ingresos para tu producto.

Plan de lanzamiento

es un plan de acción que describe los pasos necesarios para que tengas éxito en un nuevo mercado o con un nuevo cliente.

Canales de ventas

es la forma en que haras la ventas de tu empresa es como sales al mercado, ya sea a través de rutas directas o indirectas, para vender su producto o soluciones a los clientes finales.

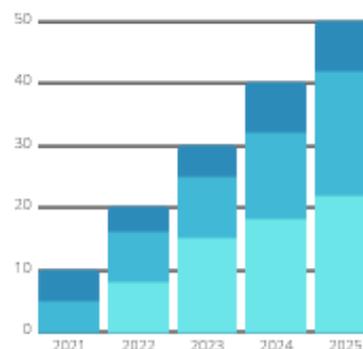
Ventaja

- Menciona la ventaja competitiva
- Menciona la ventaja competitiva

Clientes

- Define a tus potenciales clientes

proyecciones financieras





Nombre Cargo



Nombre Cargo



Nombre Cargo



Nombre Cargo





LOGO

Nombre de la empresa

Slogan

EQUIPO

- Nombre
(Cargo)
- Nombre
(Cargo)
- Nombre
(Cargo)
- Nombre
(Cargo)

PRODUCTO O SERVICIOS

Brevemente explica que ofrece tu empresa

SOLUCIÓN

Brevemente explica que solución estas brindando a tus clientes

CLIENTES

Define a tus potenciales clientes

PLAN DE LANZAMIENTO

ESTRATEGIA MONETIZACION

PROYECCIONES FINANCIERAS

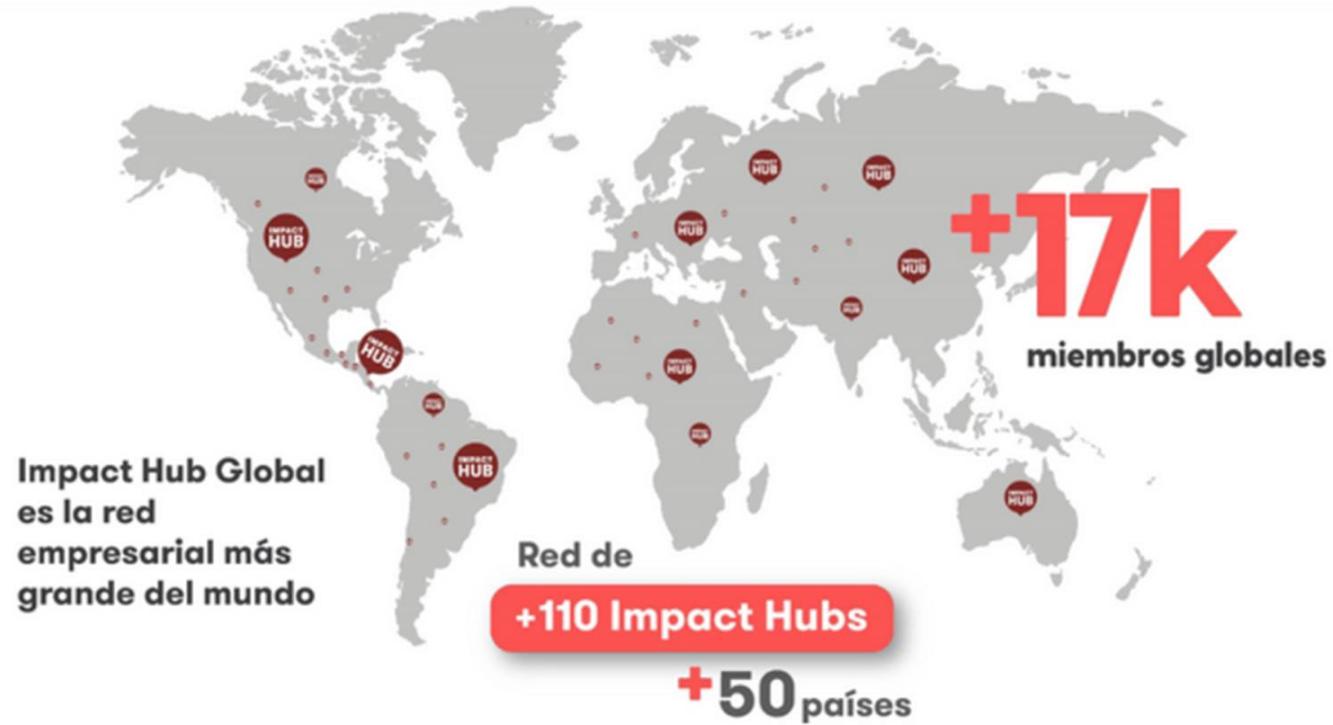
CANALES DE VENTA

CANALES DE VENTA

Anexo 6 Presentación audiovisual de Emprendimiento Social



SOMOS UNA RED GLOBAL





**Emprendedores, creativos,
activistas, artistas, innovadores,
profesionales, asesores, activistas,
inversionistas,
estudiantes, ejecutivos,
intraemprendedores, líderes,
disruptores, pensadores, creadores,
los hacedores**

Somos un laboratorio de innovación, una incubadora de negocios, un centro de negocios y un espacio de oportunidades para la comunidad emprendedora y los inversionistas de impacto.

¿QUIÉNES SOMOS?



Misión

Somos una comunidad colaborativa que conecta y desarrolla a emprendedores de Honduras para transformar los problemas socioeconómicos en oportunidades de negocio.

¿QUIÉNES SOMOS?



Visión

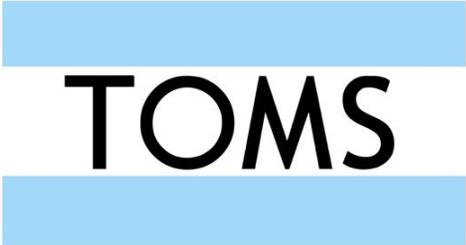
Desarrollar
emprendedores
de alto impacto
que transformen
a Honduras.

¿QUIÉNES SOMOS?

**IMPACT
HUB** Tegucigalpa



Emprendimiento Social

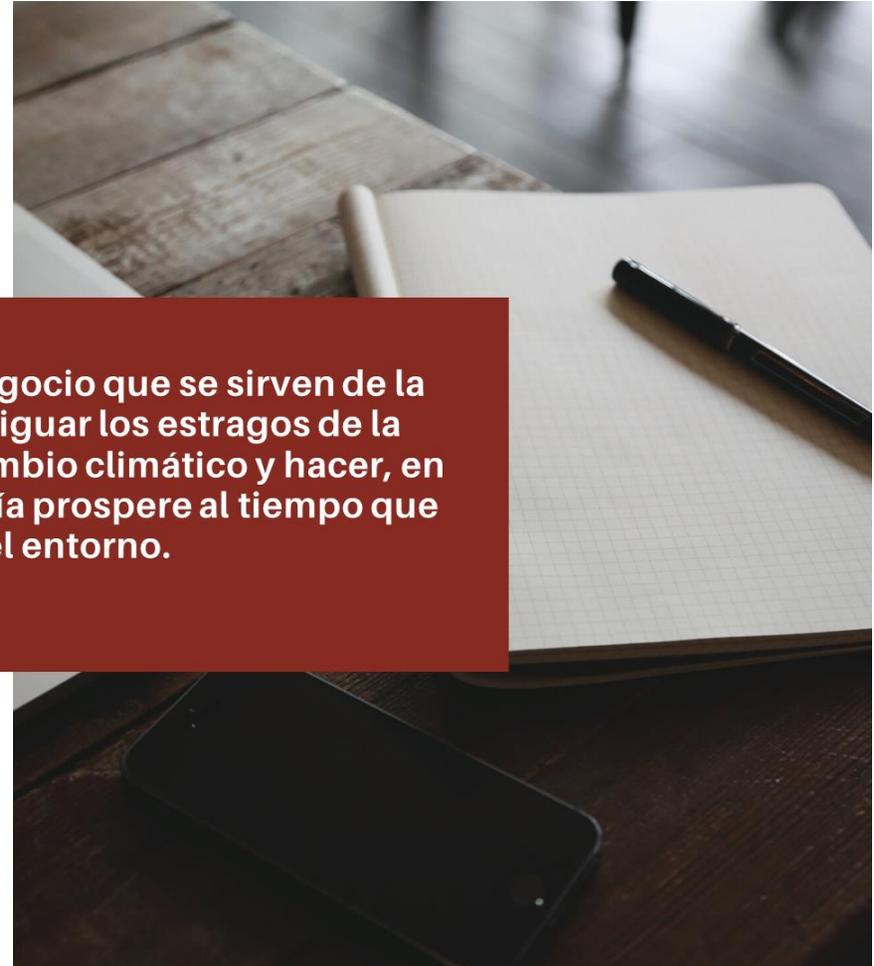


K. CHAPETON



Emprendimiento Social

Nuevos modelos de negocio que se sirven de la innovación para apaciguar los estragos de la pobreza, aminorar el cambio climático y hacer, en general, que la economía prospere al tiempo que mejora el entorno.



A group of people, including a man and a woman, are gathered around a table in a meeting room, looking at documents. The image is semi-transparent, with two yellow text boxes overlaid in the center.

Los emprendedores sociales necesitan un ecosistema empresarial favorable y propicio para prosperar y ampliar su impacto.

Estos ecosistemas empresariales requieren la colaboración de diferentes partes interesadas, así como intervenciones y programas específicos que apoyen las innovaciones a escala, especialmente en el área de rápido crecimiento del emprendimiento social.



**Se debe promover un entorno
habilitador para que las
empresas encuentren su propio
éxito en la búsqueda de ayudar a
los demás.**



**¿Como nace
una empresa de
impacto social?**

Buscan desarrollar productos amigables con el medio ambiente, servir a una comunidad desatendida o enfocarse en actividades de impacto social.

Están interesados en iniciar un negocio por el bien social y no solo por la búsqueda de ganancias.

Las empresas sociales combinan el comercio y los problemas sociales de una manera que mejora la vida de las personas relacionadas con la causa.





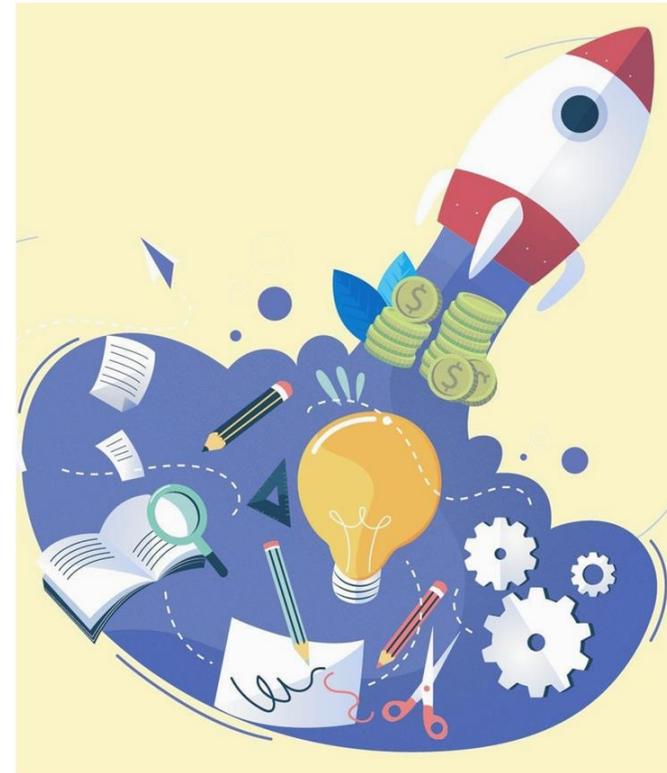
No miden su éxito solo en términos de ganancias



El éxito para los emprendedores sociales significa que han impactado positivamente su entorno



Ayudan a resolver un problema social





CARACTERÍSTICAS

Según la Fundación Schwab, el Emprendimiento Social tiene las siguientes características:



Logra un cambio social a gran escala.



Se concentra en el cambio social o ecológico que quieren hacer mientras ganan dinero para apoyar el cambio.



Innova en la búsqueda de una solución a un problema social.



Utiliza la retroalimentación para adaptarse y perfeccionar



En 2015, todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas aprobaron **17 Objetivos** como parte de la **Agenda 2030** para el Desarrollo Sostenible, en la cual se establece un plan para alcanzar los Objetivos en 15 años.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

17 OBJETIVOS PARA TRANSFORMAR NUESTRO MUNDO



"No puedo enfatizarlo lo suficiente: el crecimiento empresarial es clave para mover la aguja de la pobreza".

Robert D. Lupton, *Charity Detox: cómo sería la organización benéfica si nos importara*



CONTACTO



Impact Hub Tegucigalpa



@impacthubtgu



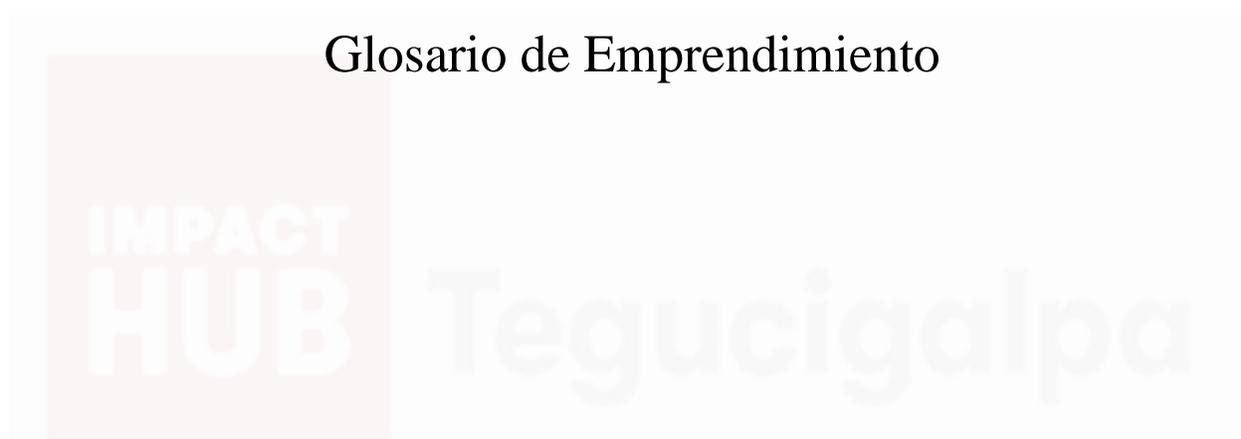
tegucigalpa@impacthub.net

**IMPACT
HUB**

Tegucigalpa

¡Gracias!

Anexo 7. Glosario de Emprendimiento



<<Preparado por: Gabriela Navas >>

<<2021>>

Glosario de Emprendimiento

Aceleradora: proveen un programa con una duración definida y un proceso de admisión muy competitivo, los startups elegidos pasan a recibir una formación más adecuada para poder dar forma a su idea, estableciendo un modelo de negocio sostenible, diseñando y probando su escalabilidad, consiguiendo captar clientes y financiación.

Adquisición: una adquisición es cuando una empresa toma posesión de otra, generalmente más pequeña.

Beneficio: el beneficio financiero que se obtiene cuando los ingresos generados por una actividad comercial exceden los gastos, costos e impuestos involucrados en el sostenimiento de la actividad en cuestión.

Business Pitch: es un plan de negocios que presenta a sus posibles inversores para asegurar la financiación. El discurso le ayuda a explicar su negocio a los inversores para que puedan tomar las decisiones correctas.

Cadena de valor: el canal de distribución a través del cual su producto o servicio fluye desde el productor hasta el cliente

Capital de riesgo: capital invertido en un proyecto donde existe un riesgo significativo y alta rentabilidad

Ecosistema de emprendimiento: El ecosistema emprendedor abarca a los actores clave que están adoptando una mentalidad emprendedora (riesgo y descubrimiento) y desarrollando actividades relacionadas. Es un sistema compuesto por una gama de actores, públicos y privados, individuales y colectivos, así como el conjunto completo de medidas de política definidas y adoptadas para mejorar su acción, articulación y codesarrollo, con el fin de promover el emprendimiento, la creación de valor. y desarrollo económico.

Emprendedor: una persona que se encarga de la creación, organización y propiedad de una empresa innovadora con potencial de crecimiento; alguien que comienza con una idea brillante y quiere hacerla realidad

Emprendimiento: una actividad o plan de acción, a menudo en el negocio, que implica riesgo o incertidumbre:

Incubadora: son aquellas que se crean con el objetivo de acelerar el proceso de crecimiento y así asegurar el éxito de nuevos proyectos y nuevas empresas emprendedoras por medio de una amplia variedad de servicios y recursos empresariales, como por ejemplo, el alquiler de espacios físicos (desde oficinas hasta laboratorios), coaching, asesoramiento, capitalización, networking (o red de negocios) y cualquier otro servicio más básico como la limpieza, las telecomunicaciones, la secretaría o el estacionamiento.

Lanzamiento: el lanzamiento es el evento en el que un producto o servicio se lanza al mercado público.

Lienzo de modelo de negocio (Business Model Canvas): un lienzo de modelo de negocio (BMC) es una plantilla destinada a identificar de forma concisa los puntos principales de un modelo de negocio en un diagrama simple.

Mercado meta: Un grupo de clientes que una empresa elige para enfocar sus esfuerzos de marketing.

Modelo de negocio: es una descripción de cómo un negocio existente o una idea de negocio planea alcanzar el éxito, obtener ganancias y crear valor.

MiPyME: 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

Networking: es el intercambio de información e ideas entre personas con una profesión común o un interés especial, generalmente en un entorno social informal.

Notas Convertibles: Una nota vale un porcentaje del capital social de una empresa. Algunos dueños de negocios usan notas convertibles si quieren atraer inversionistas ángeles sin tener que valorar la empresa. La nota se convierte en capital en cuanto entra otro inversor.

pívor: un pivote es una recalibración o cambio en el enfoque o el modelo comerciales basado en la innovación, los comentarios de los clientes o para buscar un mejor retorno de la inversión.

Producto mínimo viable: un producto mínimo viable (MVP) es una versión de un producto o servicio con las características y el valor suficientes para ser lanzados al público.

Startups: son organizaciones humanas con gran capacidad de cambio, que desarrollan productos o servicios, de elevada innovación, muy requeridos o deseados por el mercado, donde su diseño y comercialización están orientados al cliente. Suelen tener, gracias a su modelo de negocio, costos mínimos pero altos beneficios que crecen exponencialmente. Los startups suelen tener una comunicación continua y abierta con sus clientes, además de una fuerte relación laboral con la tecnología.

Validación La acción de probar una idea antes de su lanzamiento, lo que le permite desarrollar el negocio para reflejar los comentarios de los clientes.

Velocidad de combustión (Burn rate): La cantidad de efectivo que gasta cada mes en relación con su capital. Se divide el monto de capital por la tasa de quemado para determinar la vida útil de su empresa.

Bibliografía

- Hathaway, I. (01 de marzo de 2016). *What Startup Accelerators Really Do*. Obtenido de Harvard Business Review: <https://hbr.org/2016/03/what-startup-accelerators-really-do>
- Westreicher, G. (24 de mayo de 2018). *Adquisición*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/adquisicion.html>
- Lopez, J. F. (s.f.). *Beneficio*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/beneficio.html>
- Aili. (s.f.). Business Pitch: What is it and what kinds exist? Obtenido de Genially Blog: <https://blog.genial.ly/en/business-pitch/>
- Peiro, R. (s.f.). Cadena de Valor. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-valor.html>
- Hayes, A. (15 de mayo de 2021). *Venture Capital*. Obtenido de Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/v/venturecapital.asp>
- Hayes, A. (26 de febrero de 2021). *Entrepreneur*. Obtenido de Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/e/entrepreneur.asp>
- Kenton, W. (25 de junio de 2021). *Incubator Firm*. Obtenido de Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/i/incubatorfirm.asp>
- Sheda, M. (6 de Julio de 2016). *How To: Business Model Canvas Explained*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/seed-digital/how-to-business-model-canvas-explained-ad3676b6fe4a>
- Corrales, J. A. (2019, septiembre 12). *Mercado Meta*. Retrieved from Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/mercado-meta/>
- <https://www.argentina.gob.ar/produccion/registrar-una-pyme/que-es-una-pyme>
- Ovans, A. (2015, Enero 23). *What Is a Business Model?* Retrieved from Harvard Business Review: <https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model>
- Kagan, J. (2021, Julio 6). *Networking*. Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/n/networking.asp>
- Convertible Notes. (n.d.). Retrieved from Investopedia: <https://www.investopedia.com/convertible-notes-4689776>
- Agrawal, V. (2020, Julio 3). *How To Pivot Successfully in Business*. Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/theyec/2020/07/03/how-to-pivot-successfully-in-business/?sh=53e0d83f7316>

Souza, I. d. (2019, junio 30). *Entiende qué es el Producto Mínimo Viable o PMV y cómo realizar uno en tu empresa*. Retrieved from Rockcontent:
<https://rockcontent.com/es/blog/producto-minimo-viable/>

Grant, M. (2020, Noviembre 7). *Startup*. Retrieved from Investopedia:
<https://www.investopedia.com/terms/s/startup.asp>

(“[Estudio de las empresas incubadoras y aceleradoras españolas](#)”)

Kenton, W. (2021, Marzo 30). *Burn rate*. Retrieved from Investopedia:
<https://www.investopedia.com/terms/b/burnrate.asp>

Anexo 8 Certificado de Reconocimiento

**CERTIFICADO DE
RECONOCIMIENTO**

Se le hace entrega a

**OMAR
MADRID**

*el día 31 de agosto de 2021 por su
apoyo y contribución como
mentor en el programa Mentores
Triple Impacto.*

A handwritten signature in black ink, appearing to read "D. Nuñez", written over a horizontal line.

DINA NUÑEZ

Co-Fundadora &
Presidenta

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Cesia Perdomo", written over a horizontal line.

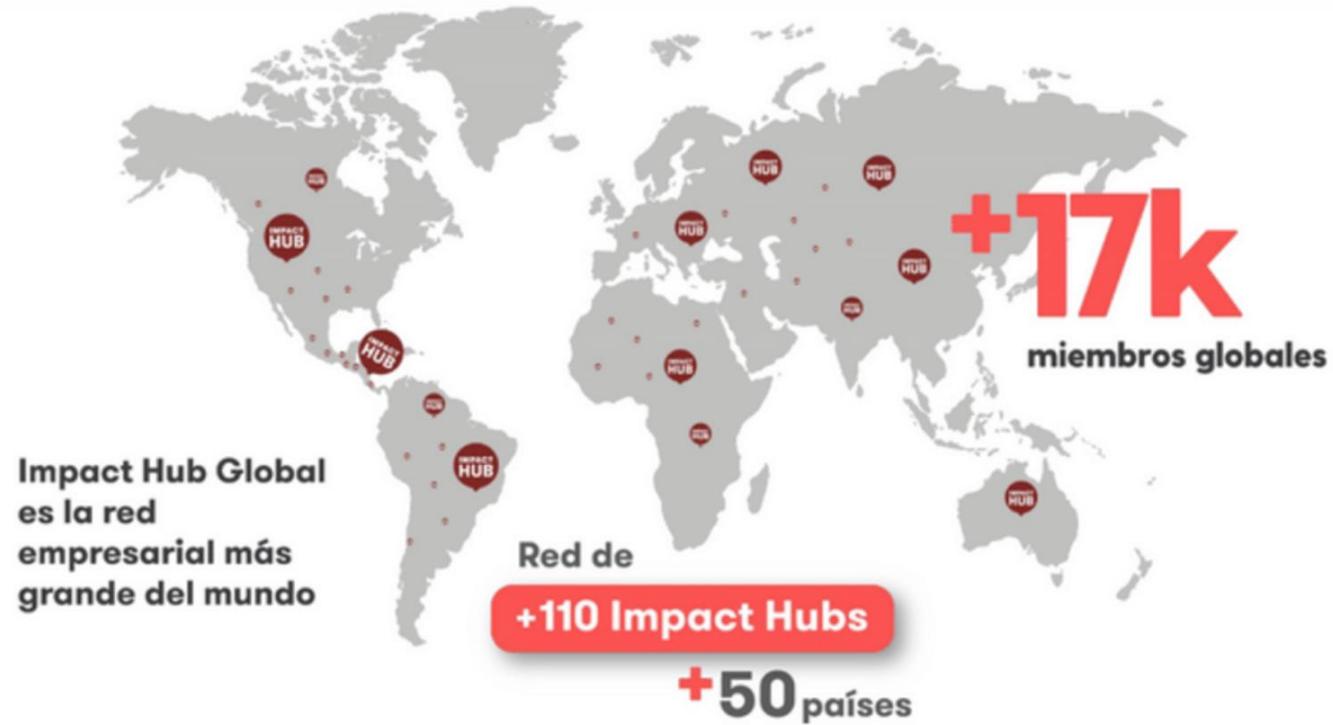
CESIA PERDOMO

Coordinadora de
programas

Anexo 9. Presentación audiovisual para el programa BizNest



SOMOS UNA RED GLOBAL





El Programa

Es un programa de pasantía de 3 meses enfocado en asistir a MIPYMES en Honduras a desarrollar nuevos negocios, identificar potenciales clientes y/o entrar a nuevos mercados.

Criterios

01

Estudiante o egresado de
Mercadotecnia, Negocios, Relaciones
Internacionales, Administración,
Finanzas, Comunicaciones o carreras
afines.

02

Estar cursando su último
año de universidad o
graduado recientemente.

04

Capacidad
comunicativa y de
negociación

03

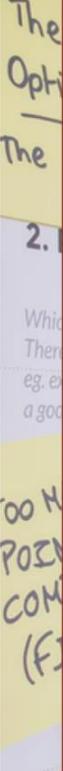
Disponibilidad de trabajar a
medio tiempo (20 horas a la
semana) o tiempo completo
(40 horas a la semana).

Objetivos



1

Capacitar y habilitar a jóvenes universitarios para que puedan convertirse en desarrolladores de negocios.



2

Acompañar a las MIPYMES en la identificación de nuevas oportunidades de negocio en el mercado.



3

Generar una fuerza de ventas para las MIPYMES a atender en el programa Ruta de Dinamización, facilitando la conexión de estas con sus mercados meta y potenciales aliados estratégicos.



Importante Saber

La información a la que tendrás acceso durante la pasantía es de carácter confidencial, y no puede ser utilizada para beneficio personal o profesional

Duración del programa: 3 meses

Las pasantías pueden ser a medio tiempo (20 horas) o a tiempo completo (40 horas).

Rol específico: definido de acuerdo con las vacantes disponibles

El programa de pasantías NO ofrece ningún tipo de pago o remuneración.



Cronograma de Actividades

30 Agosto - 10 Septiembre	13 - 24 Septiembre
Primera postulaciones abiertas	Curso desarrolladores de Negocio

Grupo #1 al Grupo #3
1 octubre
11 diciembre
2021

Grupo #4 al Grupo #8
enero a abril
2022

Actividad	Entregable	Tiempo
Completar curso de Desarrollo de Negocios	Participación y completación de curso (3 módulos)	Previo a pasantía
Elaborar plan de trabajo para apoyar a una cartera de 8-10 MIPYMES	Plan de acción & cronograma de trabajo	Semana 1
Búsqueda de información e identificación de oportunidades de negocios para su cartera de MIPYMES	Base de datos de oportunidades de negocios	Semana 2 - 9
Agendar reuniones para que MIPYMES presenten sus productos y servicios con potenciales clientes	Agenda de reuniones para MIPYMES	Semana 2 - 9
Realizar reuniones de preparación y seguimiento con las MIPYMES para que puedan llevar a cabo las reuniones con potenciales clientes	Agenda de reuniones con MIPYMES	Semana 2 - 9
Elaboración de reporte de cierre y logros alcanzados	Reporte Final	Semana 10

¿Preguntas?

Postulaciones cierran: **viernes 10 de septiembre**



CONTACTO



Impact Hub Tegucigalpa



@impacthubtgu



tegucigalpa@impacthub.net

**IMPACT
HUB**

Tegucigalpa

¡Gracias!



