

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL  
BAC CREDOMATIC**

**SUSTENTADO POR:**

**ANGIE GISELLE AMADOR SALGADO  
21851069**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE NEGOCIOS**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A.**

**JUNIO, 2021**

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Objetivos de la Práctica Profesional</b>	<b>1</b>
1.1.1. Objetivo General.	1
1.1.2. Objetivos Específicos.	1
<b>1.2 Datos Generales de la Empresa</b>	<b>2</b>
1.2.1. Reseña Histórica.	2
1.2.2. Misión.	3
1.2.3. Visión.	4
1.2.4. Valores.	4
1.2.5. Organigrama.	5
<b>Capítulo II</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Actividades Realizadas</b>	<b>7</b>
2.1.1. Programa Regional de Educación Financiera.	7
2.1.2. Comunicación Interna y Externa.	11
2.1.3. Programa Yo Me Uno.	13
2.1.4. Proyecto Conociendo BAC Credomatic con estudiantes del Bachillerato Técnico Profesional en Banca y Finanzas.	15
2.1.5. Coordinación y apoyo en la jornada de vacunación para colaboradores y proveedores de BAC Credomatic y demás.	16
<b>Capítulo III</b>	<b>19</b>
<b>3.1. Propuestas de Mejoras Implementadas</b>	<b>19</b>
3.1.1. Propuesta: Análisis de las organizaciones no gubernamentales en Yo Me Uno.	19
<b>3.2. Propuestas de mejora</b>	<b>28</b>
3.2.1. Propuesta: Implementación del programa de seguimiento, control y desarrollo de ONGs en Yo Me Uno.	29
<b>Capítulo IV</b>	<b>36</b>

<b>4.1. Conclusiones</b>	<b>36</b>
<b>4.2. Recomendaciones</b>	<b>36</b>
<b>4.2.1. Recomendaciones para la empresa.</b>	<b>36</b>
<b>4.2.2. Recomendaciones para la institución.</b>	<b>36</b>
<b>4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes.</b>	<b>37</b>
<b><i>Bibliografía</i></b>	<b>38</b>
<b><i>Glosario</i></b>	<b>39</b>

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama BAC Credomatic.....	5
Ilustración 2 Entes involucradas en BAC Credomatic.....	6
Ilustración 3 Investigación de antecedentes de comportamiento y cantidad de publicaciones en medios digitales.....	22
Ilustración 4 Propuesta de proyecto de capacitación para ONGs de Yo Me Uno .....	30
Ilustración 5 Comparación con variación anual de las recaudaciones de ONGs del 1er trimestre de 2020 y 2021 .....	32
Ilustración 6 Comparación con variación del 1er trimestre del 2020 y 2021 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones.....	33
Ilustración 7 Comparación con variación anual de las recaudaciones de ONGs del 1er trimestre de 2021 y 2022 .....	34
Ilustración 8 Comparación con variación del 1er trimestre del 2021 y 2022 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones realizadas .....	35

## Índice de Gráficas

Gráfica 1 Detalle de publicaciones de ONGs en Yo Me Uno en 2020.....	23
Gráfica 2 Ejemplo de programación para registro mensual de recaudaciones monetarias por ONG en Yo Me Uno .....	24
Gráfica 3 Registro de recaudaciones monetarias para las ONG en el año 2020.....	24
Gráfica 4 Publicaciones de ONGs en Yo Me Uno 2020 al 2021 .....	25
Gráfica 5 Donaciones a ONGs en Yo Me Uno 2020 al 2021 .....	26
Gráfica 6 Relación de Posts y Donaciones de ONG's en Yo Me Uno.....	27
Gráfica 7 Comparación de las recaudaciones de ONGs por medio de Yo Me Uno del 1er trimestre de 2020 y 2021 .....	32
Gráfica 8 Comparación del 1er trimestre del 2020 y 2021 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones realizadas por ONG miembro de Yo Me Uno.....	33
Gráfica 9 Comparación de las recaudaciones de ONGs por medio de Yo Me Uno del 1er trimestre de 2021 y 2022.....	34
Gráfica 10 Comparación del 1er trimestre del 2021 y 2022 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones realizadas por ONG miembro de Yo Me Uno.....	35

## Introducción

En una economía (macro o micro) nacional o internacional, el sistema bancario, está constituido por el conjunto de entidades o instituciones enfocadas a la intermediación y manejo adecuado de los recursos financieros. Esto con el fin de que dentro de la economía, presten servicios propios de su actividad al sector privado ,al sector público o a ambos.(Cuartas, 2013, p.41).

Ciertamente, la función de las instituciones bancarias representa una empresa que puede ser un intermediario por medio del cual un público pueda sacar un préstamo, aperturar una cuenta de ahorros, establecer un fondo de pensiones y demás. Es fundamental que una organización cuide la forma en la que brinda sus productos, servicios y, asimismo, el trato que le otorga a sus clientes, proveedores, accionistas, colaboradores y, en sí, todos los entes relacionados.

El presente informe estaremos abordando la información pertinente a la práctica profesional, de la licenciatura en Administración Industrial y de Negocios, realizada en la institución financiera internacional BAC Credomatic. La práctica profesional fue desempeñada por el estudiante en la Vicepresidencia de Recursos humanos, en el Área de Sostenibilidad, desde el 19 de abril hasta el 25 de junio del 2021 respectivamente.

Con el propósito de llevar una secuencia recurrente que lleve a un mejor detalle y comprensión del mismo, se verán en el orden siguiente los temas de objetivo general y objetivos específicos de práctica profesional e información general de la empresa (misión, visión, resumen de la historia de la misma, los valores y el organigrama de la institución).

Asimismo, se presentan las actividades realizadas a lo largo de la práctica profesional en la institución financiera y un detalle particular de las propuestas que se realizaron, con el fin de aportar positivamente a la organización. Por último, se realizarán las conclusiones correspondientes acerca de los resultados que fueron obtenidos a lo largo de la misma.

## **Capítulo I**

En este capítulo inicial detallaremos el objetivo general y los objetivos específicos de la práctica profesional, con el fin de llevar claridad, precisión y continuidad a lo largo de este informe, que contendrá los diferentes detalles de las actividades a desarrollar en la organización.

### **1.1. Objetivos de la Práctica Profesional**

#### **1.1.1. Objetivo General.**

Contribuir en el desarrollo de las gestiones encaminadas al desarrollo de educación financiera y ambiental mediante la integración de actividades que impulsen un eficiente funcionamiento interno y creación de lazos con la comunidad exterior, para que puedan ser beneficiados de los programas que ofrece la organización y que contribuyen al desarrollo sostenible.

#### **1.1.2. Objetivos Específicos.**

- Realizar aportes que conlleven a mejores análisis situacionales de las diferentes organizaciones no gubernamentales (ONG) que buscan ser partes del programa de Yo Me Uno.
- Optimizar el desarrollo de gestiones de creación, reservación y publicación de noticias en sitios internos.
- Gestionar la eficiencia de los temas de educación financiera y el alcance de estos en las instituciones con las cuales se comparten detalles de los temas.

## **1.2 Datos Generales de la Empresa**

### **1.2.1. Reseña Histórica.**

Los inicios se remontan a más de medio siglo atrás, cuando en 1952 se fundó el Banco de América, en Nicaragua. Sin embargo, no fue sino hasta los años setenta cuando se incursionó en el negocio de tarjetas de crédito, mediante las empresas Credomatic. A mediados de los años ochenta, el Grupo decidió ingresar en otros mercados de la Región, empezando por Costa Rica, con la adquisición de lo que se conoció durante muchos años como BAC San José. Fue en la década de 1990 cuando se concretó la expansión hacia los otros mercados centroamericanos, fortaleciendo así la presencia del Grupo en toda la Región, la cual se mantiene hasta hoy en día.

BAC International Bank Inc. fue incorporada como entidad financiera internacional el 25 de agosto de 1995, en la ciudad de Panamá. Desde dicha entidad proveemos, directamente y a través de nuestras subsidiarias, una amplia variedad de productos y servicios financieros a individuos y organizaciones de toda naturaleza, principalmente en Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá. Las operaciones de tarjetas de crédito se realizan a través de Credomatic International Corporation CIC y sus subsidiarias, todas, propiedad de BAC International Bank.

Ya en el año 2004, el Grupo Financiero inició sus operaciones de tarjeta de crédito en México y, un año más tarde, se llevó a cabo una alianza estratégica por medio de la cual GE Consumer Finance (subsidiaria de GE Capital Corporation) adquirió el 49,99% del capital de BAC Credomatic, una sociedad que controlaba indirectamente el 100% de BAC International Bank. Paralelamente y como parte de la estrategia de expansión, se llevó a cabo la adquisición del Banco Mercantil (BAMER) de Honduras, uno de los bancos privados más importantes de ese país, para dar paso a BAC Honduras. En 2007 también se adquirieron Propemi (Programa de Promoción a la Pequeña y Microempresa) en El Salvador y la Corporación Financiera Miravalles en Costa Rica, ambas compañías dirigidas a segmentos específicos de mercado.

A mediados de 2009, la compañía GE Capital Corporation aumentó su participación accionaria al 75%, y se convirtió así, en el accionista mayoritario. No obstante, a raíz de un cambio de estrategia a escala mundial, GE decidió concentrarse más en la actividad industrial (infraestructura, tecnología y salud) y menos en actividades de banca privada y comercial. Como resultado, en julio de 2010, el Grupo Aval de Colombia, el conglomerado financiero más grande ese país -conformado por el Banco de Bogotá, el Bancode Occidente, el Banco AV Villas, el Banco Popular y el Fondo de Pensiones AP Porvenir-, suscribió un contrato de compraventa de acciones con GE Consumer Finance relativo a la adquisición del 100% de las acciones del Grupo BAC Credomatic. En diciembre de 2010, y después de obtener las aprobaciones de las superintendencias de entidades financieras de cada país, el proceso de compra culminó exitosamente.

Cabe resaltar que, a pesar del cambio de control accionario, la estrategia de negocios y la identidad del Grupo BAC Credomatic se mantienen y, más bien, a raíz de la adquisición ha sido posible ofrecer productos de mayor valor agregado a los clientes, compartir experiencias, aprovechar las sinergias y las mejores prácticas de ambas partes y, sobre todo, compartir la visión de negocios, lo que hace que BAC Credomatic siga siendo hoy una organización caracterizada por el mejoramiento continuo, la pasión por la excelencia, la innovación y la creatividad. (BAC Credomatic, 2017)

### **1.2.2. Misión.**

"Facilitar con excelencia el intercambio y financiamiento de bienes y servicios a través de sistemas de pago y soluciones financieras innovadoras y rentables que contribuyan a generar riqueza, a crear empleo y a generar el crecimiento económico sostenible y solidario de los mercados donde operamos"(BAC Credomatic, 2017)



### **1.2.3. Visión.**

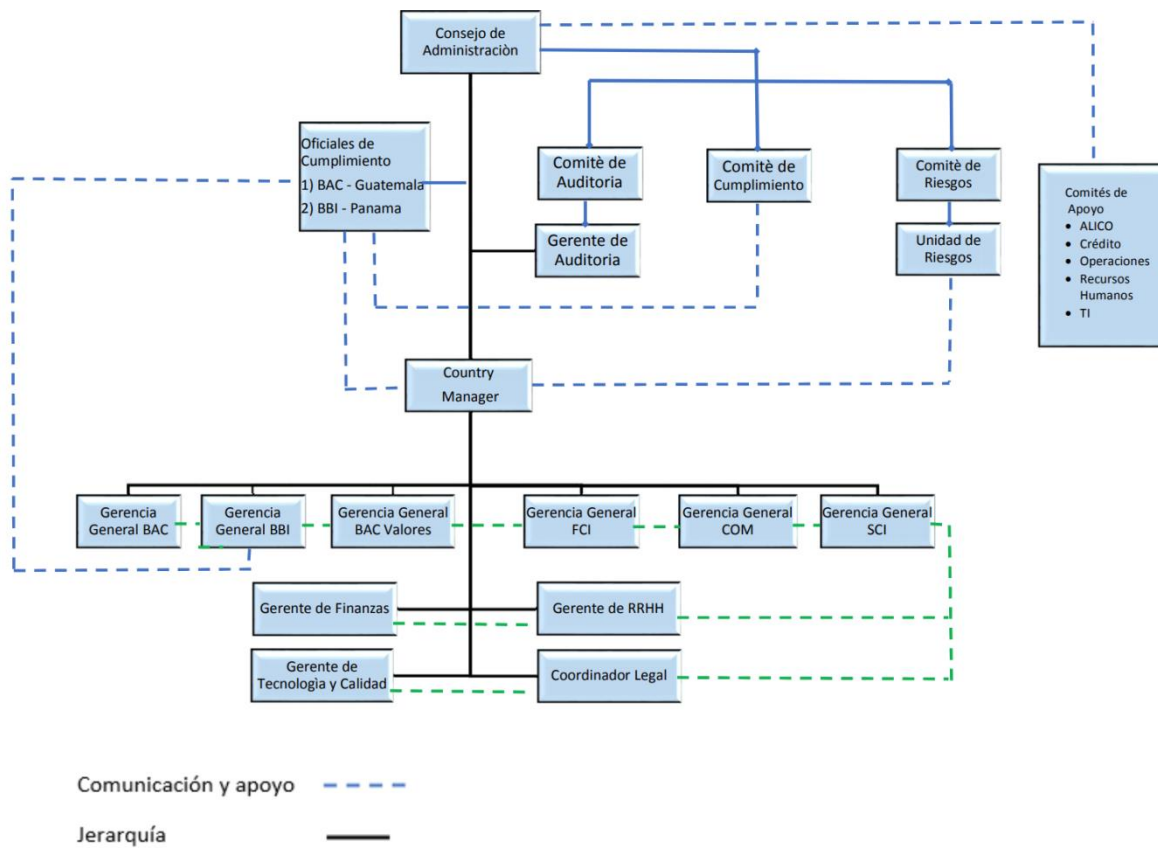
“Ser la organización financiera preferida de todas las comunidades que servimos por nuestra conectividad con personas y empresas, nuestra confiabilidad, espíritu innovador, solidez y claro liderazgo en los sistemas de pago de la Región”(BAC Credomatic, 2017)

### **1.2.4. Valores.**

- Integridad: prudencia, honestidad, coherencia, lealtad, confiabilidad, sinceridad, ética, honorabilidad.
- Respeto: saber escuchar, justicia, saber compartir, colaboración, solidaridad, accesibilidad, inclusión, amabilidad.
- Excelencia: capacidad, eficiencia, con afán de superación, en busca de la calidad, que va más allá, perspicaz, orientación a resultados, compromiso.
- Responsabilidad: dedicación, servicio, laboriosidad, perseverancia, ser consecuente, con sentido de urgencia.
- Innovación: creatividad, apertura al cambio, simplicidad, curiosidad, flexibilidad, optimismo, procura la mejora continua. (BAC Credomatic, 2017)

## 1.2.5. Organigrama.

*Ilustración 1 Organigrama BAC Credomatic*



(BAC Credomatic, 2017)

## Captítulo II

En este segundo capítulo inicial detallaremos las diversas actividades que se llevaron a cabo en el tiempo en el cual se ha ejercido la práctica profesional como miembro del área de Sostenibilidad, en el departamento de recursos humanos de la empresa financiera BAC Credomatic.

El área de Sostenibilidad, como parte de BAC Credomatic, se adhiere al concepto que detalla la Norma ISO 26,000. El enfoque es tener un sentido de responsabilidad ante todos los efectos que impactan a la sociedad y al medio ambiente, y que son generadas por las decisiones o diversas actividades que realiza la organización. Siendo parte del equipo de Recursos Humanos, enfocada en el área de Sostenibilidad, se logrará visualizar todas las actividades que se llevan a cabo con el fin de contribuir al medio ambiente, desarrollo sostenible y bienestar de la sociedad y de todos los entes involucrados.

*Ilustración 2 Entes involucradas en BAC Credomatic*



(BAC Credomatic, 2017)

## **2.1.Actividades Realizadas**

Con el propósito de hacer mención de las actividades realizadas durante el periodo de la práctica profesional, consideramos que es fundamental hacer mención de cómo BAC Credomatic considera de vital importancia poseer una eficiencia que impulse el desarrollo y la calidad en el servicio, productos y todas las actividades y procesos que se desarrollan en la organización. Por ende, en el departamento de Recursos Humanos, área de Sostenibilidad, se lleva un registro por medio de los BSC (Balance Score Card) y los planes de trabajo. Estos documentos de organización impulsan el desempeño y se utilizan para identificar, mejorar y controlar las diversas funciones y los resultados resultantes. En función de continuar implementando la planeación estratégica para impulsar la eficiencia y el logro de objetivos, en todo el equipo de BAC Credomatic, la utilización de los BSC ha logrado establecer un mayor ordenamiento y seguimiento de todas las actividades realizadas por cada uno de los colaboradores.

Rojas López (2011) afirma: “La planeación estratégica es el proceso que consiste en decidir sobre una organización sobre los recursos que serán utilizados y las políticas que se orientan para la consecución de dichos objetivos” (p. 48).

### **2.1.1. Programa Regional de Educación Financiera.**

Como parte de las estrategias del Grupo Financiero BAC Credomatic, se estima fundamental como partes de las metas organizacionales, el reafirmar el compromiso de contribuir con el bienestar de clientes, colaboradores y sociedad en general. Por lo tanto, a través del área de Sostenibilidad, se fomenta la salud financiera de las personas, empresas y familias con miras a una sociedad más informada, consciente y próspera. En vista de la situación que estamos enfrentando y como parte del grupo financiero, se brinda el Programa de Educación Financiera.

“La educación financiera es aquel conjunto de habilidades y conocimientos que permite a las personas tomar decisiones más conscientes e informadas, sobre el uso que hacen de todos sus recursos financieros” (BAC Credomatic, 2017)

El programa es totalmente gratuito y tiene duración de una hora en el cual se abordan temas de:

- Finanzas personales,
- La planificación,
- Educación financiera,
- El presupuesto,
- Los gastos hormiga,
- Consumir de forma inteligente,
- Formas de invertir,
- Etapas de la vida financiera,
- Compras en línea,
- Análisis de la oferta de endeudamiento,
- Control de deudas,
- El ahorro y
- Prácticas para ahorrar en tiempos de crisis.

Se realizan procesos de organización, logística, planeación, estimación y registro de evidencias y de las necesidades en conocimiento de conceptos financieros que poseen esas entidades externas interesadas como ser colegios privados y públicos, instituciones del rubro alimenticio, producción, call centers, maquilas, etc. con el propósito de poder compartir estos conocimientos y brindar acceso al portal educativo de BAC Credomatic [www.aprendiendo.baccredomatic.com](http://www.aprendiendo.baccredomatic.com). Las charlas se imparten de manera virtual debido a la situación actual y se utilizan recursos dinámicos para fomentar la participación y comprensión de los temas brindados.

Se han brindado charlas de educación financiera al Instituto Central, Little Feet & Big Step Institute, Instituto León Alvarado, la compañía Concetrix, Instituto Juan Melgar, Instituto Jesús Aguilar Paz, Instituto Don Bosco, Instituto Felipe Agustinus, Instituto José Trinidad Reyes, entre otros.

Las charlas son impartidas por los distintos colaboradores del área de Sostenibilidad. Las mismas son realizadas por 1 solo colaborador del área o 2 colaboradores, siendo uno el que imparte la charla y el otro colaborador sirve como un apoyo para poder gestionar a los asistentes, atender dudas o comentarios y por cualquier situación técnica o inconveniente que pudiera surgir.

### ***2.1.1.1 Programa de Vinculación: Capacita en Educación Financiera, en alianza UNITEC/CEUTEC -BAC Credomatic.***

Como parte del desarrollo y apoyo que se desea a impulsar, se ha logrado la alianza entre UNITEC/CEUTEC y BAC Credomatic con el propósito de brindar a los estudiantes de UNITEC/CEUTEC una nueva opción para lograr sus horas de vinculación, por medio de un programa de capacitación de Educación Financiera donde puedan desarrollar competencias profesionales y personales.

En el departamento de recursos humanos, área de sostenibilidad, se maneja este programa donde se desarrolla todo el proceso desde contacto con la institución universitaria, planeación, contacto, seguimiento y demás.

Primeramente, se organiza el departamento según los colaboradores encargados del programa para poder formar un cronograma del mismo y contactar a las autoridades institucionales para poder tener una reunión y hacer una verificación de los detalles de fechas, programaciones y demás.

Beneficios que se gestionan para provecho de los estudiantes:

- Adquisición de horas de vinculación.
- Adquisición de nuevos conocimientos en Educación Financiera.
- Desarrollan habilidades de presentación ante grupos grandes.
- Aprendizaje de nuevas herramientas virtuales.

Los requisitos que debe de cumplir el estudiante:

- Pasante de las carreras administrativas, finanzas, y mercadeo.
- Pasante del 50% equivalente a tercer o cuarto año de carrera.
- Tener un índice mayo o igual al 80%.
- Acceso a computadora e internet.
- Disposición de exponer hacia un grupo de personas de manera virtual, con cámara abierta.

Algunos de los temas abordados en el programa de educación financiera son:

- ¿Cómo mantener las finanzas sanas en casa durante la Pandemia?
  - ¿Qué es la educación Financiera?
  - Planificación.
  - Presupuesto.
  - Ahorro.
- ¿Cómo ha impactado la crisis?
  - ¿En qué escenario estamos económicamente?
  - ¿Cómo me afecta mis finanzas personales?
  - ¿Qué debo de evitar? Y ¿Qué debo de hacer?
- 5 elementos que nos ayudaran a salir adelante.
  - Primero: Tener calma.
  - Segundo: Hacer un plan.
  - Tercer: ¿Cómo aumentar mis ingresos?
  - Cuarto: Ajustar Gastos.
  - Quinta: Prever lo inesperado.
- Resiliencia Financiera.

Dentro del cronograma del programa de vinculación de educación financiera se consideran las siguientes etapas y actividades:

#### 1) Inscripción:

- Creación de enlace creación de inscripción.
- Creación de artes (Arte: Capacita y obtén horas de vinculación, Html: ¡Bienvenidos al Programa de Vinculación, Html: Programa de Vinculación de Educación Financiera, Arte: ¡Cupos llenos!)
- Revisión de artes.
- Envío de información a UNITEC.
- Webinar de introducción al programa, por parte del quipo de Sostenibilidad.
- Semana de inscripción.
- Revisión de perfiles de estudiantes inscritos por parte del equipo de Sostenibilidad y de UNITEC.

## 2) Formación:

- Envío de confirmación estudiantes por correo, convocatoria para primera reunión y creación del grupo de Whatsapp.
- Envío de división de alumnos para equipo de Sostenibilidad.
- Primera reunión de introducción con alumnos.
- Semana de evaluación y charlas de prueba.
- Espacio de capacitaciones.

## 3) Finalización:

- Cierre del programa.
- Envío del resumen de horas de vinculación, evidencia y resultados.
- Envío de arte de agradecimiento por whatsapp y correo electrónico a estudiantes, después de confirmación por parte de UNITEC.

### **2.1.2. Comunicación Interna y Externa.**

La organización reconoce la situación actual y las necesidades de conocimiento y desarrollo más detallado de las diferentes plataformas virtuales de teletrabajo.

La comunicación interna busca la involucración y motivación del personal y además que desarrolla una buena relación entre las personas de la empresa. Los requisitos que, por tanto, debe cumplir la comunicación interna son:

- Dar a conocer la filosofía de la empresa.
- Compartir información sobre las metas de la organización, instruyendo sobre las tareas (por ejemplo, mediante manuales de procedimientos).
- Coordinar las acciones de los diferentes departamentos.
- Motivar y reconocer el esfuerzo y trabajo bien hecho.
- Tener en mente todos los tipos de comunicación (descendente, ascendente y horizontal). (Ramos, 2015, p. 179)



Asimismo, teniendo en cuenta que actualmente el mayor porcentaje de la comunicación se lleva a cabo de forma escrita, es fundamental comprender los aspectos, importancia y metodología de la comunicación escrita.

Las personas al escribir nos enfrentamos a un mayor esfuerzo intelectual de concreción y siempre nos surgen dudas sobre si se entenderá lo que queremos decir, si hemos utilizado los argumentos adecuados o si los demás se esforzarán en entender nuestro mensaje. (Ramos, 2015, p. 201)

Reconociendo lo esencial de los aspectos antes mencionados, al momento de compartir información de forma interna o externa como parte de la organización, se debe tener en mente ciertos consejos o regulaciones cómo ser:

- Tener en mente el público al cual será expuesta la información,
- Utilizar palabras que sean claras y puedan transmitir perfectamente el mensaje,
- Ser breves y concisos,
- Utilizar verbos y adjetivos adecuados,
- Evitarlos pleonasmos o ser demasiado redundante con las palabras,
- No cometer cacofonía o repetir constantemente las mismas letras o sílabas,
- Estar atentos al empleo excesivo de gerundios,
- Siempre tratar de emplear un lenguaje activo, real y sencillo y
- Sin faltas de ortografía.

De igual forma, si son comunicados en los cuales su información será compartida de forma externa, se toma en cuenta la utilización de factores de marca como ser:

- Los colores institucionales y sus variantes,
- El estilo de la letra y su número de letra o tamaño,
- Orientación del texto,
- Imágenes e iconos,
- Logos (si se realizan alianzas organizacionales por algún evento u otros),
- Regulaciones de texto,
- Dimensiones del comunicado,
- Forma de transmisión, etc.

En vista de que la gestión de la comunicación interna y externa es fundamental para el desarrollo de todas las actividades y procesos de la organización, se emplean espacios virtuales por medio del uso de las herramienta de Microsoft 365 (Excel, Forms, OneDrive, Teams, Sway, PowerPoint, Calendario, Outlook, OneNote, Word y Yammer) para poder realizar proyectos, reuniones, llamadas, chats grupales, conferencias, convocatorias, formularios, encuestas, almacenamiento de información, webinars y envío de informes, presentaciones, planillas y demás.

Por medio de estas herramientas, el departamento de Recursos Humanos, área de Sostenibilidad, gestiona información interna y hace preparación de todos los elementos que serán utilizados de forma externa. Dentro de las actividades realizadas en este tema, de forma específica, se han realizado formularios eNPS (Employee Net Promoter Score) los asisten a evaluar el desempeño de alguna actividad o evento realizado de forma interna y, asimismo, a reconocer el nivel de compromiso y satisfacción de los colaboradores para de esta forma poder obtener un detalle o feedback con el cual se pueda optimizar los procesos y experiencia del usuario.

De igual forma, se ha gestionado información por medio de la herramienta Yammer. Esta plataforma es un espacio donde se crean grupos específicos con temas de interés público y particular de los colaboradores.

Se incluyen comunicados generales de eventos de la organización y comunicados específicos de cada comunidad. En lo referente, se realizaron artes, html, sondeos forms, diseños y videos con información para la Comunidad Finanzas Personales Sanas BAC Credomatic Honduras, Comunidad Ambiental BAC Credomatic Honduras, Comunidad de Mamás BAC Credomatic Honduras y Comunidad de Voluntarios BAC Credomatic Honduras.

### **2.1.3. Programa Yo Me Uno.**

Con el fin de ampliar el impacto de BAC Credomatic en la sociedad y beneficiar a sectores de la población que están fuera del alcance de la empresa, desde octubre 2014, se ha puesto en marcha el programa Yo Me Uno, mecanismo que promueve el fortalecimiento de Organizaciones no Gubernamentales sin fines de lucro –ONG–, y facilita su conexión con

empresas privadas y ciudadanos, como potenciales donantes y partícipes de las iniciativas que impulsan. (BAC Credomatic, 2017)

El sitio Yo Me Uno es una plataforma segura para que las Organizaciones Sociales de la región den a conocer el trabajo que realizan por el desarrollo del país y reciban apoyo de personas y empresas que se sientan identificadas con su causa.

Cada organización posee su perfil con información de su trabajo, objetivos, metas, logros, misión, visión, equipo, rendición de cuentas y direcciona a sus redes sociales. Además, cada una puede sacarle el mayor provecho a los beneficios que el sitio ofrece:

- Donación a organizaciones: Los usuarios puedan ingresar el sitio y ver todas las organizaciones no gubernamentales que forman parte del programa y conocer más de su trabajo. Los donantes que suelen llegar al sitio, ingresan buscando una causa de su interés o por referencia.
- Donación a campañas o causas específicas: En el banner principal del sitio, se colocan las organizaciones que poseen activa una campaña de recaudación específica. Esta sección está enfocada en apoyar a que las organizaciones que poseen activa una campaña (causa específica o proyecto) , pueden tener ese espacio para que puedan ser visualizados rápidamente.

Como parte del departamento de Recursos Humanos, área de Sostenibilidad, informamos acerca de los beneficios que se otorgan a las ONG que cumplan todos los requisitos y lleguen a ser miembros de Yo Me Uno.

Los beneficios que se han gestionado son:

- Se les otorgan también las comisiones de las donaciones,
- Donaciones deducibles de impuestos,
- Ventas de entradas a eventos y
- Se les brindan programas de capacitación en diferentes temas que puedan ser de beneficio para las organizaciones.

Los requisitos generales que se han gestionado son:

- Estar inscritos como una asociación o fundación.
- Tener mínimo 1 año de estar operando.
- Presentar rendición de cuentas de lo ejecutado como organización.
- Inscrita en la DIRRSAC.

Todo el proceso es gestionado por parte del departamento de Recursos Humanos, área de Sostenibilidad, donde se asiste con el análisis de cada organización no gubernamental prospecto, en proceso de documentación para ser miembro y, de igual forma, el seguimiento de cada una de las ONG por medio de análisis de sus redes sociales, eventos, capacitaciones y demás.

#### **2.1.4. Proyecto Conociendo BAC Credomatic con estudiantes del Bachillerato Técnico Profesional en Banca y Finanzas.**

El departamento de Recursos Humanos, área de Sostenibilidad, desarrolla en conjunto con la alianza de diferentes institutos del BTP este programa que tiene el propósito de orientar al estudiante en el conocimiento de la función de una institución financiera y contribuir para que el estudiante desarrolle el pensamiento crítico y reflexivo sobre el uso de herramientas tecnológicas en las diferentes áreas de una institución financiera.

Debido a la situación actual de la pandemia, la metodología de aprendizaje es realizada de forma virtual, donde las vicepresidencias o departamentos de la organización brindan las capacitaciones. Estas capacitaciones son realizadas a través de la plataforma Microsoft Teams, pues es la plataforma que utiliza la institución. En estas reuniones es donde se brindan las capacitaciones que realmente son como clases magistrales virtuales y, asimismo, conversatorios en los cuales se utilizan diapositivas y presentación de mapas conceptuales y estudio de casos, para así despertar el interés y la motivación entre los estudiantes.

Las vicepresidencias o diferentes áreas del banco que participan en este proyecto son las siguientes:

1. Canales de servicios.

2. Pensiones BAC Credomatic.
3. Recuperaciones y activos eventuales.
4. Riesgo Integral.
5. Banca de Personas.
6. Operaciones de Tarjeta.
7. Tecnología de la Información.
8. Operaciones Banca.
9. Fideicomisos.
10. Finanzas.
11. Legal.
12. Inteligencia de Negocios.
13. Legal.
14. Recursos Humanos.
15. Mercadeo.
16. Comercial tarjetas.

Lo que se alcanza por medio de este Proyecto de Conociendo BAC Credomatic con estudiantes de los institutos de con Bachillerato Técnico Profesional en Banca y Finanzas, es lo siguiente:

- 36 horas de capacitación por instituto.
- 199 alumnos capacitados.
- 16 Vicepresidencias participantes.
- Premiación de los mejores alumnos.

#### **2.1.5. Coordinación y apoyo en la jornada de vacunación para colaboradores y proveedores de BAC Credomatic y demás.**

Como parte del proceso de preparación para la jornada de vacunación, el departamentode Recursos Humanos coordino con otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales y, asimismo, con las asociaciones a las que se pertenece. Es decir, Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA), Cámara de Comercio e

Industrias de Cortés (CCIC), Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa (CCIT) y el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP), entre otros.

El comunicado salió publicado en Gente BAC Credomatic en la plataforma de Yammer, el día lunes 24 de mayo dando a conocer las acciones y plan en conjunto con el COHEP, AHIBA y el IHSS. Se detallo en los diferentes artes y comunicados que esta jornada de vacunación covid19 es para colaboradores BAC Credomatic afiliados al IHSS a través de la alianza IHSS- COHEP-AHIBA.

Debido a que la jornada de vacunación se realizaría en solamente una agencia en cada una de las tres localidades determinadas a nivel nacional. Una agencia en Tegucigalpa, una en San Pedro Sula y la otra en La Ceiba. En el caso de San Pedro Sula, la jornada de vacunación se dio lugar en Construmall el día miércoles 12 y jueves 13 del mes de junio.

El proceso de preparación incluyo la elaboración de varios comunicados enviados (como el de preguntas frecuentes) a todos los colaboradores de BAC Credomatic y, asimismo, se empleo la creación de plataformas online para informar a colaboradores outsource que no tenían acceso a algunos medios de comunicación interna. Por lo tanto, se creo y habilito la plataforma mobi. En esta se detalla información acerca de:

- Conoce más de la vacuna astrazeneca.
- ¿Qué hacer previo vacunarte?
- ¿Cómo será el proceso de vacunación?
- Conoce tu centro de vacunación en SPS.
- ¿Qué debo hacer posterior a vacunarme?

Asimismo, se empleo el formulario de pre-registro para afiliados directos únicamente. Es decir, únicamente para afiliados que ya fueron reportados en la planilla por la empresa donde laboran. Este formulario solicita una variedad de información personal con la cual se determina si la persona esta inscrita en el IHSS o no. Es utilizado porque las personas que no esten registradas no pueden ser participes de la vacunación según datos del IHSS. Por lo tanto, los colaboradores de BAC Credomatic, también estaban realizando estas verificaciones a medida que iban ingresando personas al precinto de la agencia. Asimismo, al momento de ingreso se realizaron las verificaciones correspondientes en la lista de colaboradores, personas

de otros bancos, aseguradoras o demás. Esto con el propósito de llevar un mejor control y aproximación de la cantidad de personas vacunadas, las dosis disponibles y el registro particular de cada colaborador para posterior comunicación.

La jornada se denominó “Campaña de vacunación: La esperanza devolver a estar juntos. Vacuna frente a la Covid-19”. La preparación involucró a todo el equipo del departamento de recursos humanos a nivel nacional, ya sea para preparar las instalaciones físicas, realizar voluntariado para apoyar en la jornada de vacunación y, asimismo, departe de todos los colaboradores que estaban en otras agencias. Esto debido a que se tuvieron que movilizar desde todas las demás agencias a nivel nacional. En Construmall recibimos a colaboradores de las agencias de Tela, Puerto Cortés, Santa Bárbara, Copán, Choloma, El Progreso, Ocotepeque y demás. De igual forma, fueron bienvenidos demás bancos, compañías de seguro y otros que están asociados con BAC Credomatic, IHSS o AHIBA.

El modelo estándar de logística por centro de vacunación que se dejó implementado, y también por medio del cual se definieron las funciones de los colaboradores en la jornada de vacunación, fue el siguiente:

- Estación 1: Sala de pre espera para chequeo de cita.
- Estación 2: Fila de ingreso previo a vacunación.
- Estación 3: Ingreso y registro de asistencia.
- Estación 4: Toma de datos por parte de IHSS.
- Estación 5: Estación de vacunación por parte de GEA Honduras.
- Estación 6: Sala de post vacunación.
- Estación 7: Sala de recuperación.

Las instalaciones de las agencias de la institución bancaria fueron adaptadas a los requerimientos de distanciamiento social, regulación, señalización y demás aspectos considerados por parte de los involucrados. En el caso de la agencia en San Pedro Sula, el parqueo, el pasillo de las instalaciones, la cafetería, las salas de reuniones del departamento de mercadeo y del departamento de recursos humanos y demás, fueron adaptadas con el propósito de poder brindar instalaciones adecuadas tanto a los colaboradores como al personal externo del IHSS u otros.

## Captítulo III

En el presente capítulo, se detallaran las diversas propuestas que se han realizado A lo largo del periodo de práctica profesional en la Vicepresidencia de Recursos Humanos, en el área de Sostenibilidad. Las cuales han sido elaboradas con el propósito de contribuir en el desarrollo de los procesos y diferentes gestiones del área.

### 3.1. Propuestas de Mejoras Implementadas

#### 3.1.1. Propuesta: Análisis de las organizaciones no gubernamentales en Yo Me Uno.

##### 3.1.1.1. Antecedentes.

Desde la implementación del programa Yo Me Uno en el octubre del 2014, nivel regional, la vicepresidencia de Recursos Humanos de cada país regula las inscripciones, seguimiento y demás de todas las organizaciones no gubernamentales que deseen ser miembros del programa de Yo Me Uno.

Yo Me Uno es la alternativa para disminuir la brecha del desconocimiento, incertidumbre y demás, permitiendo a los ciudadanos conocer el trabajo de las ONG y escoger causas de su preferencia, para donar dinero, trabajo voluntario o bienes en especie. A la vez, ofrece un portal en línea para que estas organizaciones puedan dar a conocer su trabajo, facilitando y promoviendo ese apoyo de la ciudadanía. Así, se convierte en una plataforma que coayuda al fortalecimiento del sector no gubernamental, y canaliza recursos privados hacia los grupos menos favorecidos de la sociedad, con un mecanismo innovador, de bajo costo y alta efectividad, que garantiza su sostenibilidad e impacto en el largo plazo. (BAC Credomatic, 2017)

Como proceso para ser miembros del programa Yo Me Uno, se debe de seguir un proceso riguroso de inscripción. Esto también, con el propósito de tener un desarrollo claro y transparente de toda la documentación legal del proceso. Es por esto, que aparte de los requisitos generales que se mencionaron anteriormente, de igual forma, es necesario que las organizaciones cumplan con la siguiente documentación y presentarla con la vicepresidencia de Recursos Humanos, área de Sostenibilidad:

- Información miembros de la junta directiva.
- Documentos de aprobación de ONG sin fines de lucro.



- Documento Contra cargos Addendum 3D Secure.
- Políticas y Condiciones de la plataforma virtual de Yo me Uno.
- Addendum de transacciones Manual.
- Formularios Yo me Uno - Perfil ONG.
- Formulario de solicitud de incorporación al programa YMU BAC Credomatic.
- Solicitud empresarial de cuenta internet y servicios electrónicos.
- Cuenta de ahorro para asociaciones civiles (en caso que no tengan cuenta con BAC Credomatic).

Asimismo, las organizaciones deben afiliarse al banco para poder habilitar la opción de e-commerce en el sitio, es decir, poder recibir donaciones económicas. Cuando el perfil ha sido aprobado, se inicia el proceso de afiliación para ser miembro de Yo Me Uno y se solicitan los siguientes requisitos.

- Escritura de constitución.
- Certificación de persona jurídica emitida por Secretaria de Derechos humanos, justicia de gobernación y descentralización.
- Constancia de registro de la junta directiva ante la unidad de registro y seguimiento de asociaciones civiles DIRSAC) del año correspondiente.
- Identificación miembros Junta directiva, presidente o representante legal.
- Número de cuenta BAC Credomatic de la asociación.
- RTN de la asociación.
- Acuse de recibido DIRSAC.
- Constancia recepción del informe anual DIRSAC.
- Fotos de las instalaciones.

El proceso que representa el proceso de afiliación al programa de Yo Me Uno, es llevado a cabo en todos los países a nivel regional y, ciertamente, los beneficios que cada ONG recibe una vez finalizado el proceso de inscripción son de beneficio para cada una.

El programa Yo Me Uno ha logrado apoyar a diversidad de ONGs en diferentes países y ha logrado recaudar más de 1.7 millones de dólares y realizar campañas exitosas que promuevan y traigan más reconocimiento a las ONGs para que estén puedan recibir donaciones monetarias y no monetarias como ser ofertas de voluntariados, productos alimenticios y demás. (BAC Credomatic, 2017)

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

El programa Yo Me Uno, como mencionamos anteriormente, dispone de una plataforma donde se realizan donaciones monetarias y no monetarias. Por lo tanto, dentro de esta plataforma queda registrada toda la información de las recaudaciones del recurso financiero o dinero, los datos de la persona que esta dispuesta ha realizar voluntariado en la ONG o, asimismo, donar productos no monetarios.

Se desarrollo la propuesta de realizar un análisis de la relación entre las recaudaciones registradas en Yo Me Uno y las plataformas digitales de las ONGs para tener una introspectiva del desempeño activo de las ONGs, las campañas y actividades realizadas por parte de cada ONG, la comunicación con los voluntarios y demás aspectos relevantes que reflejan el comportamiento y aprovechamiento que cada ONG le da al programa Yo Me Uno.

Las ONGs analizadas son las que actualmente son miembros del programa Yo Me Uno a nivel nacional y que han realizado el proceso de afiliación estipulado.

- Fundación Hondureña del Niño contra el Cáncer.
- World Vision Honduras.
- Fundación Casa David Harms.
- Fundación Taular.
- Cruz Roja Hondureña.
- Fundación Abrigo.
- Fundación Aldeas Infantiles SOS Honduras.
- Fundación Hospital Leonardo Martinez Valenzuela.
- Save the Children Honduras.
- Teléton Honduras.
- Fundación Amigos del Hospital María.

- Fundación Amigos de Guarderías Infantiles y Salas Cuna de SPS.
- Fundación Operación Sonrisa.
- Fundación Ruth Paz.
- FUNHOCAM.
- UNICEF.
- Asociación Hondureña del Teléfono de la Esperanza.
- Fundación María Rosa.
- Infracnovi.
- Olimpiadas Especiales Honduras.
- Programa de rehabilitación de parálisis cerebral "PREPACE".
- Pro-Vida.

Como podemos visulizar en la ilustración 3, se ha realizado una investigación de verifiación de antecedentes de publicaciones desde enero del 2020 hasta marzo del 2021.

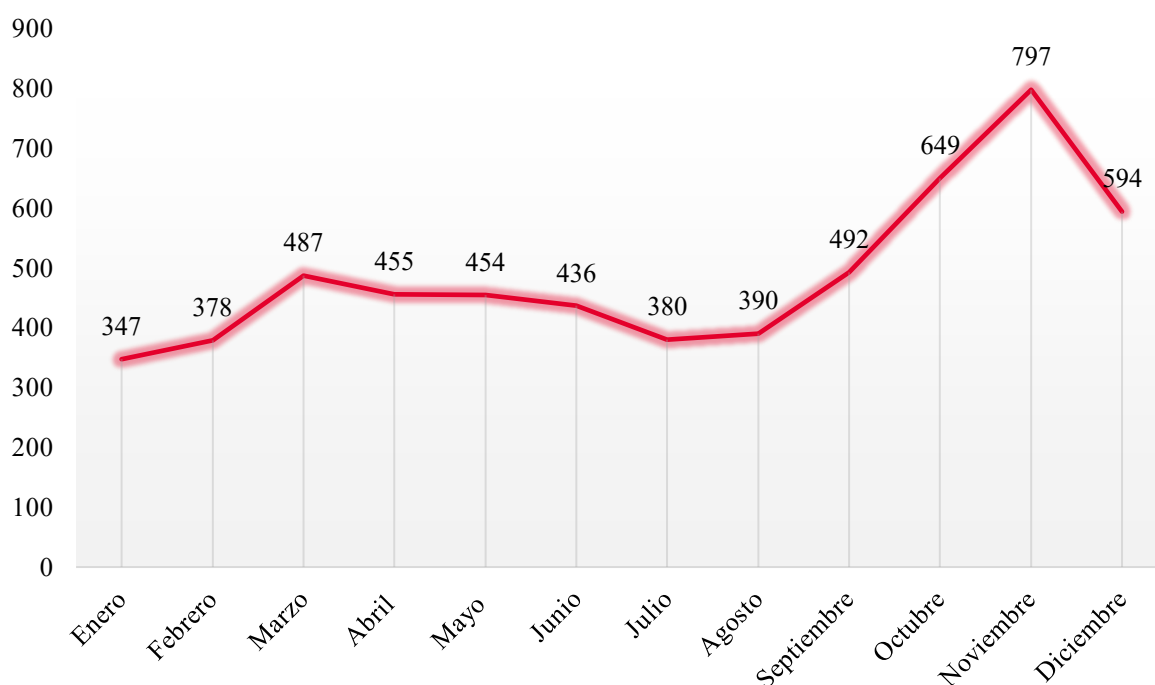
*Ilustración 3 Investigación de antecedentes de comportamiento y cantidad de publicaciones en medios digitales*

Etiquetas de fila ONG's en YMU	No. de Publicaciones														
	2020												2021		
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo
Fundación Hondureña del Niño contra el Cáncer	34	44	30	31	31	38	28	28	43	39	47	42	38	43	35
World Vision Honduras	23	19	22	39	29	49	13	33	42	46	77	53	28	42	51
Fundación Casa David Harms	9	34	25	22	14	13	12	14	16	22	37	22	26	32	21
Fundación Taular	0	2	4	10	4	5	3	6	6	1	1	0	1	0	0
Cruz Roja Hondureña	95	98	106	93	102	90	100	104	95	101	357	223	145	139	172
Fundación Abrigo	1	2	5	13	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Fundación Aldeas Infantiles SOS Honduras	23	16	33	31	24	29	22	24	19	25	21	34	7	40	16
Fundación Hosptial Leonardo Martínez Valenzuela	4	7	25	43	34	10	17	15	9	11	4	4	10	13	6
Save the Children Honduras	10	10	3	2	0	0	0	1	11	32	36	12	4	9	36
Telétón Honduras	1	4	22	4	6	4	2	2	2	20	19	2	31	91	2
Fundación Amigos del Hospital María	8	10	25	22	15	22	9	9	21	9	16	11	3	20	19
Fundación Amigos de Guarderías Infantiles y Salas Cuna de SPS	3	0	1	2	7	2	1	0	7	4	0	0	1	2	2
Fundación Operación Sonrisa	20	27	18	31	46	34	46	13	44	27	45	32	21	34	29
Fundación Ruth Paz	35	33	33	29	57	48	40	33	37	40	38	45	37	43	33
FUNHOCAM	9	16	13	5	9	4	5	8	8	65	8	6	8	7	6
UNICEF	6	9	21	6	15	10	22	20	19	12	21	11	8	18	14
Asociación Hondureña del Teléfono de la Esperanza	20	15	20	18	12	20	12	7	18	15	16	11	16	16	10
Fundación María Rosa	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	6	1	0	1
Infracnovi	1	2	3	5	2	10	8	28	22	39	7	8	4	0	12
Olimpiadas Especiales Honduras	30	4	15	13	25	23	20	23	18	22	15	24	6	17	11
Programa de rehabilitación de parálisis cerebral "PREPACE"	5	6	30	28	9	15	9	10	41	91	19	26	8	13	49
Pro-Vida	10	20	33	8	13	10	11	10	14	28	13	21	58	24	54
<b>Total general</b>	<b>347</b>	<b>378</b>	<b>487</b>	<b>455</b>	<b>454</b>	<b>436</b>	<b>380</b>	<b>390</b>	<b>492</b>	<b>649</b>	<b>797</b>	<b>594</b>	<b>461</b>	<b>603</b>	<b>579</b>

Fuente : Propia (2021)

En la ilustración 3, podemos visualizar de forma clara y precisa el comportamiento y cantidad de publicaciones que ha realizado cada ONG miembro del programa Yo Me Uno. Ciertamente, existe una gran variedad en la cantidad de publicaciones realizadas por parte de cada ONG. Asimismo, cabe recalcar que dentro de esta denotada cantidad de publicaciones realizadas, se visualizaron publicaciones no relacionadas con la promoción de la ONG y su relacionamiento con la sociedad y búsqueda de donaciones que puedan ser benéficas para la misma.

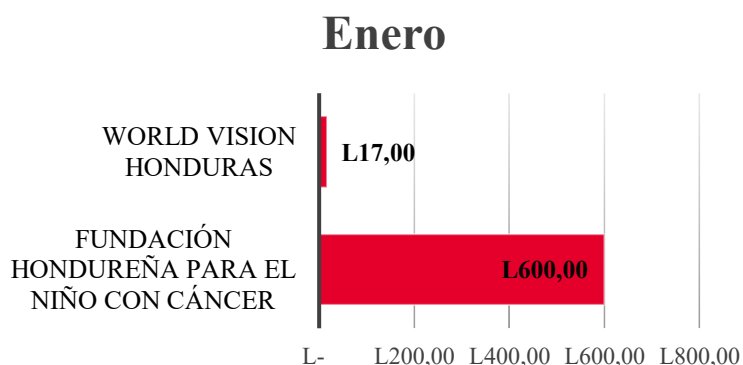
*Gráfica 1 Detalle de publicaciones de ONGs en Yo Me Uno en 2020*



Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 1, podemos visualizar el detalle de publicaciones de ONGs en Yo Me Uno en año 2020. Con esto podemos visualizar de una forma más comprensiva y general el comportamiento en las plataformas digitales que han tenido todas las ONGs miembros de YMU, lo cual nos permite tener un mapeo detallado y visual para poder accionar y, de igual forma, tener en consideración estos aspectos al momento de determinar los temas con los cuales también se realizan las capacitaciones a las ONGs afiliadas al programa YMU.

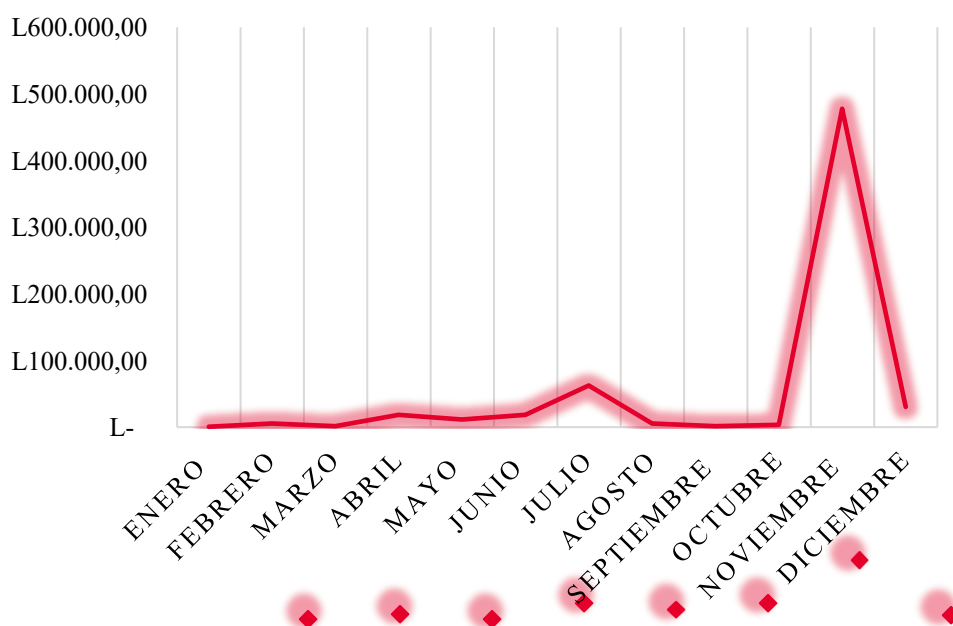
Gráfica 2 Ejemplo de programación para registro mensual de recaudaciones monetarias por ONG en Yo Me Uno



Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 2, podemos visualizar un ejemplo de la programación realizada para llevar el registro mensual de todas las recaudaciones monetarias que se realizan por medio de la plataforma Yo Me Uno a cada ONG miembro. Esto con el propósito de llevar un registro visual ya determinado, que nos permita darle un seguimiento más detallado y constante a las recaudaciones que se realizan mes con mes a cada ONG afiliada.

Gráfica 3 Registro de recaudaciones monetarias para las ONG en el año 2020



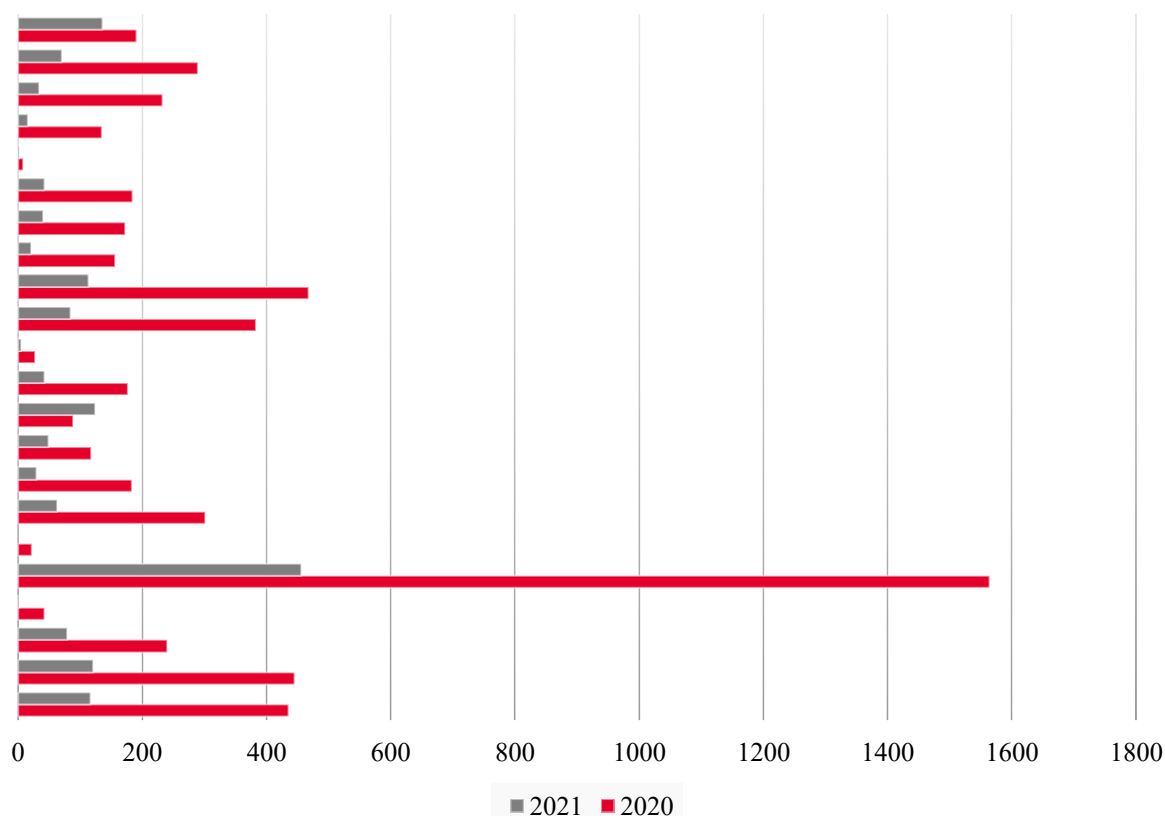
Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 3, podemos visualizar de mejor forma el detalle del registro de las recaudaciones monetarias realizadas cada mes del año 2020, por medio de la plataforma Yo Me Uno al conjunto de ONGs miembros. Con esto podemos visualizar de una forma más comprensiva y general el comportamiento de las fluctuaciones en las recaudaciones realizadas por parte de la sociedad a las diferentes ONGs afiliadas.

### 3.1.1.3. Impacto de la propuesta.

La información recopilada asistió a la comprensión y correlación entre los factores del comportamiento por medio de las diferentes plataformas digitales y el monto o cantidad de las recaudaciones realizadas para cada una de las ONGs miembros de Yo Me Uno.

Gráfica 4 Publicaciones de ONGs en Yo Me Uno 2020 al 2021

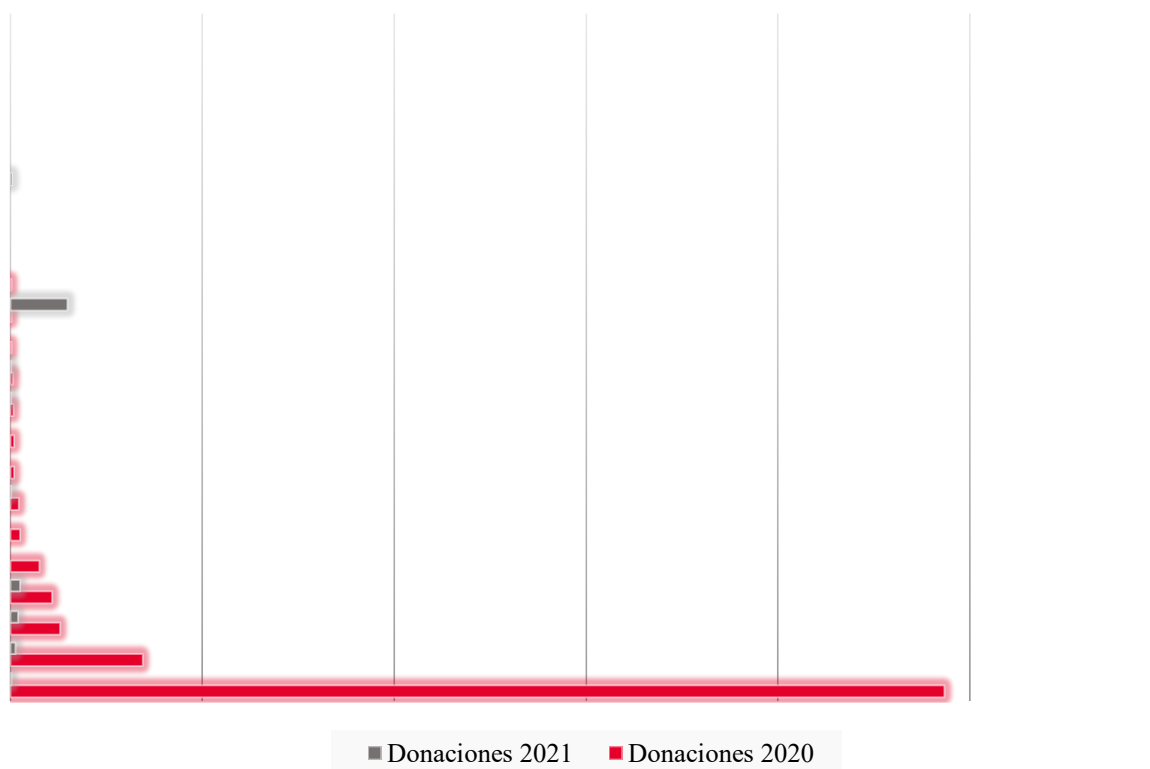


Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 4, visualizamos la comparación entre el comportamiento en las redes sociales y cantidad de publicaciones de cada ONGs en el año 2020 y el presente

año 2021. Con esto podemos visualizar de una forma detallada la progresión de las ONGs desde la perspectiva de su desenvolvimiento y presencia digital.

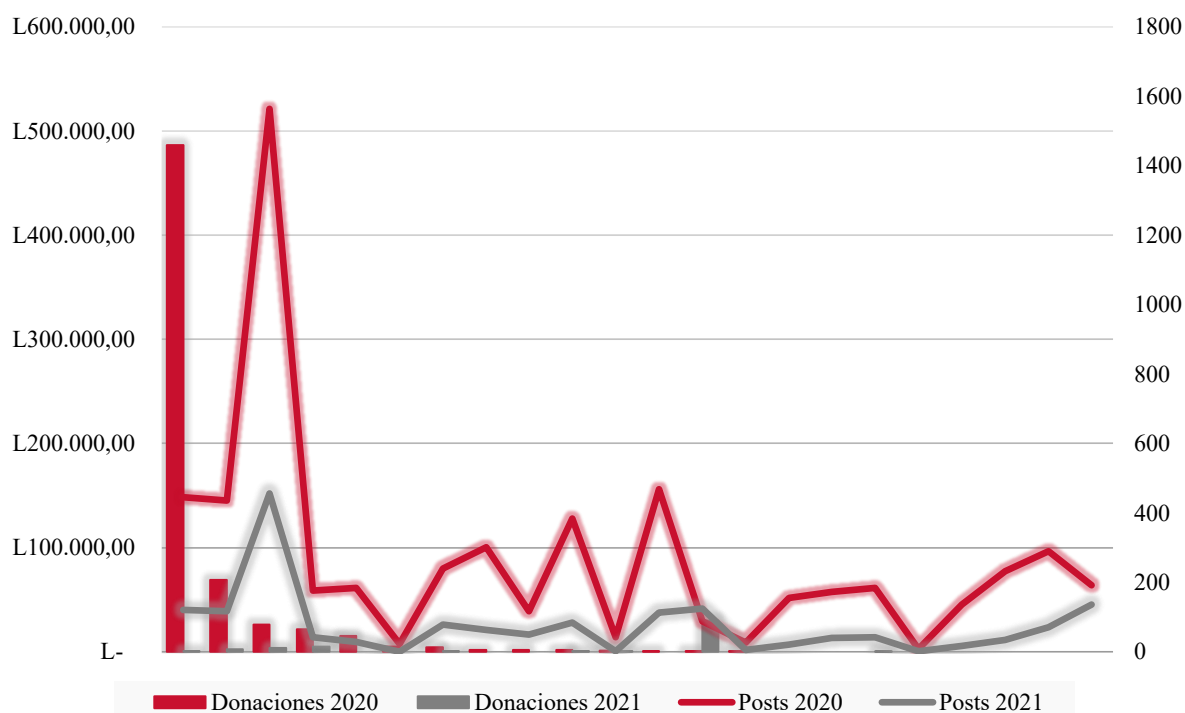
*Gráfica 5 Donaciones a ONGs en Yo Me Uno 2020 al 2021*



Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 5, analizamos el detalle del registro de las recaudaciones monetarias realizadas en el año 2020 y la comparación con la progresión y desarrollo de las donaciones en el transcurso del presente año 2021. Con el objetivo de poder visualizar y analizar la situación actual de las ONGs miembros.

Gráfica 6 Relación de Posts y Donaciones de ONG's en Yo Me Uno



Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 6, podemos visualizar la correlación entre el comportamiento en las medios digitales y la cantidad de recaudaciones percibidas por parte de la plataforma Yo Me Uno. Ciertamente, los posteos regulares y relacionados con las ONGs, actividades que se realizan, petición de voluntarios y acciones que impulsen a la sociedad a apoyar a cada ONG son necesarias para que estas puedan percibir el apoyo de la sociedad, sobre todo porque debido a la pandemia y al distanciamiento social, la sociedad y el público en general está principalmente desde sus hogares y residencias.

Se reconoce que un gran porcentaje de las ONGs realizan posteos con frecuencia. Sin embargo, más del 70% de estos no están dirigidos a promocionar una compañía o recaudar fondos. Asimismo, se visualizó la mención esporádica de YMU en los medios digitales de las ONGs. Se estima que, para un incremento de las recaudaciones, las ONGs deben organizar diferentes acciones estratégicas para sus organizaciones.



Se ha realizado la investigación, seguimiento y, sobre todo, análisis de las organizaciones no gubernamentales en Yo Me Uno y la correlación entre su comportamiento en los medios digitales, el desempeño de las recaudaciones como resultado del mismo y el fomento de la correcta utilización de las herramientas que se disponen por medio de Yo Me Uno, así como la óptima forma de utilizar los medios digitales como lugar para percibir reconocimiento y apoyo de la sociedad.

Los beneficios obtenidos de esta propuesta son los siguientes:

- Optimización de datos compartidos a ONGs (voluntarios, datos personales, donaciones no monetarias, etc).
- Verificación de estrategias de medios digitales de ONGs y demás acciones de campañas utilizadas previamente.
- Concientización de posicionamiento de ONGs y diversos métodos y herramientas útiles.
- Seguimiento de las ONGs para verificación de estrategias existentes de campañas de recaudación de fondos y donaciones no monetarias y cantidad de publicaciones y calidad del contenido de valor dispuesto por las ONGs.
- Planeación de las capacitaciones a ONGs con el propósito de brindar conocimientos de marketing, captación de leads, creación de artes y publicaciones en redes sociales, campañas, y demás que puedan ser benéficos para las ONGs y sus recaudaciones.

### **3.2. Propuestas de mejora**

A continuación, se presenta la propuesta que se ha planteado con lo referente al programa de Yo Me Uno y los diferentes aspectos a optimizar.

### **3.2.1. Propuesta: Implementación del programa de seguimiento, control y desarrollo de ONGs en Yo Me Uno.**

#### ***3.2.1.2. Antecedentes.***

La lógica del programa Yo Me Uno se sustenta en que esta iniciativa se basa en lo siguiente: como personas, la mayoría tenemos inquietudes sociales o ambientales y quisiéramos contribuir a la mejora de nuestra comunidad. Pero con frecuencia no sabemos cómo hacerlo o no conocemos organizaciones a través de las cuales pudiéramos canalizar esas inquietudes. En paralelo, varias ONG en nuestro país, están trabajando día a día para aportar al desarrollo y mejorar la calidad de vida de las personas, pero realizan su labor con escasos recursos, limitada asistencia técnica y débil apoyo de la ciudadanía. (BAC Credomatic, 2017)

Estos aspectos son tomados en consideración al momento de desarrollar los diferentes planes y acciones que puedan ser de beneficio para el crecimiento y buen funcionamiento de las ONG inscritas en Yo Me Uno.

#### ***3.2.1.2. Descripción de la propuesta.***

Se considera que es necesario considerar los siguientes subtemas que son de beneficio para las ONG miembros de Yo Me Uno.

- ¿Cómo se pueden recaudar fondos?
- Marketing digital.
- Plataformas que nos faciliten recaudar fondos.
- Educación financiera.
- Diseño de campañas de publicidad.
- Habilidades para hablar en público.
- Manejo de conflictos.
- Negociación (gestión de fondos).
- Habilidades en publicidad para ONGs.
- Resiliencia empresarial.
- Valores que deben modelar los colaboradores (conocimiento de misión, valores y visión de empresa).

- Gestión de tiempo.
- Como desarrollar actividades de recaudación en tiempos de emergencia sanitaria.
- Estructuración y manejo de una ONG.
- Relaciones públicas.
- La virtualidad en los eventos y recaudación de fondos.
- Solicitación de fondos internacionales para ONGs.
- Las ONGs y su responsabilidad fiscal (fortaleciendo la transparencia financiera).
- ¿Cómo solicitar apoyo a empresas o donantes anónimos?
- ¿Cómo aumentar interacción en redes sociales para nuestras ONGs?

Teniendo en cuenta los diversos aspectos antes mencionados, se plantea lo siguiente determinando en la ilustración 4.

*Ilustración 4 Propuesta de proyecto de capacitación para ONGs de Yo Me Uno*

Tema	Subtemas	Tipo de capacitación	Mes	Duración en horas
1 Marketing.	Conocimientos de marketing digital, captación de leads, creación de artes y publicaciones en redes sociales.	Webinar	Septiembre	1
2 Creación de contenido de valor	Planificación y proyección de contenido. Contenido para medios digitales.	Webinar	Septiembre	1
3 Nuestra ONG como marca.	Fortalecimiento de marca y acercamiento a mi mercado meta.	Webinar	Octubre	1
4 La nueva era digital.	Poder de los medios digitales y nuevas estrategias de marketing.	Webinar	Octubre	1
5 Herramientas de fundraising digital	Creación y diseño de campañas para ONGs y herramientas de fundraising digital actuales.	Webinar	Noviembre	1
6 Habilidades organizacionales para ONGs.	Resiliencia empresarial, constancia por el éxito de los nuevos modelos de desarrollo, habilidades para hablar en público, negociación, manejo de conflictos y modelo de valores de cada ONG.	Webinar	Noviembre	1
7 Finanzas sanas y de éxito.	Organización del recurso financiero, la capacidad de ahorro y construcción del plan de metas.	Webinar	Diciembre	1

Fuente : Propia (2021)

De igual forma, se tiene en consideración el realizar un sondeo o cuestionario a todas las ONGs miembros del programa Yo Me Uno, en el que se pueda dar a conocer el número de colaboradores por ONG, el número de voluntarios por ONG, los datos de los diferentes medios digitales (ya sea página web o redes sociales), la periodicidad de publicaciones que realizan estimadamente y la aclaración de si se reciben donaciones del exterior y proyección de la consideración de la experiencia de cada ONG en temas de campaña realizados de forma propia por parte de cada ONG o en conjunto con el programa Yo Me Uno. Asimismo, tener en consideración las posibilidades del porque es afirmativo o negativo en el caso de si han realizado estas campañas, analizar los temas de interés de cada ONG, abrir una caja de respuestas abiertas dentro del cuestionario donde puedan detallar diferentes aspectos o comentarios propios por parte de cada ONG y brindar una sección para comentarios donde las ONGs puedan expresar y compartirnos los diferentes retos que han tenido a lo largo de este período de pandemia y desarrollo funcional de su ONG.

### ***3.2.1.3. Impacto de la propuesta.***

La información recopilada asistió a la comprensión y correlación entre los factores del comportamiento por medio de las diferentes plataformas digitales y el monto o cantidad de las recaudaciones realizadas para cada una de las ONGs miembros de Yo Me Uno. Dentro de los beneficios obtenidos de esta propuesta, están los siguientes:

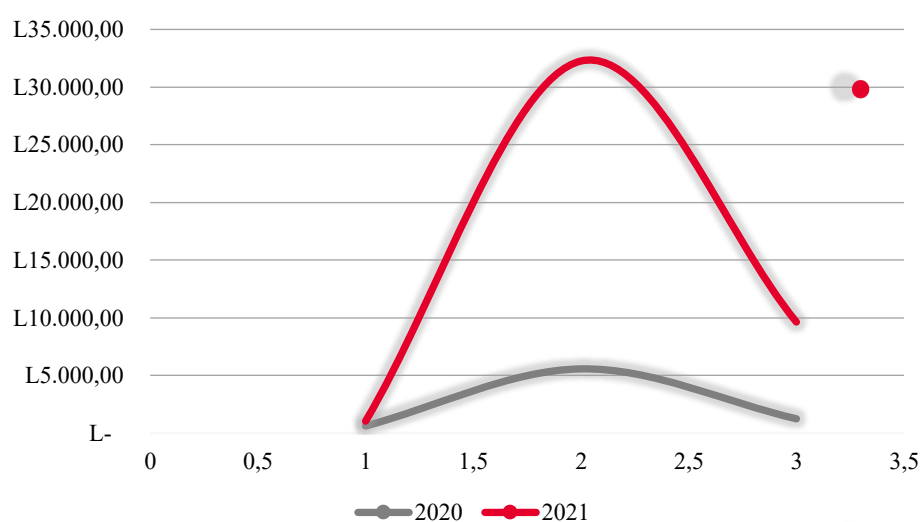
- Comunicación recurrente por medio de sondeos, capacitaciones y demás con cada ONG de Yo Me Uno, de forma que estas se desarrollan de forma óptima, recibiendo apoyo de la población y cumpliendo con su propósito respectivo de ayudar a la sociedad de diversas formas.
- Análisis de información característica de cada ONG afiliado que impulsa el eficiente aprovechamiento de los recursos disponibles por medio de Yo Me Uno.
- Implementación de capacitaciones que abordan temas teóricos y prácticos acorde a las necesidades de conocimiento que son fundamentales para cada ONG miembro de Yo Me Uno.

Con el planteamiento del proyecto, el desempeño de las ONGs afiliadas al programa Yo Me Uno se ha visto impactado. Podemos ver los resultados comparativos utilizando la gráfica 7, gráfica 8, gráfica 9 y gráfica 10.

Teniendo en consideración que dentro de las gráficas se representa de forma cuantitativa el detalle de los datos del primer trimestre del año, siendo los primeros tres meses: enero, febrero y marzo, se plantea de la siguiente forma:

- 1: enero
- 2: febrero
- 3: marzo

*Gráfica 7 Comparación de las recaudaciones de ONGs por medio de Yo Me Uno del 1er trimestre de 2020 y 2021*



Fuente : Propia (2021)

*Ilustración 5 Comparación con variación anual de las recaudaciones de ONGs del 1er trimestre de 2020 y 2021*

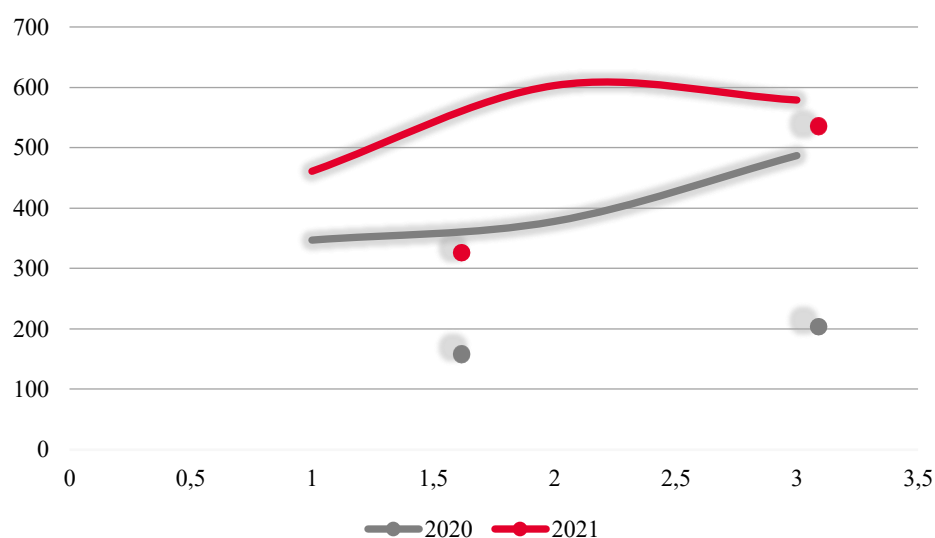
<b>Comparación recaudaciones 1er Trimestre 2020 y 2021</b>	<b>Variación</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Enero	L 416.00	L 617.00	L 1,033.00
Febrero	L 26,696.00	L 5,567.00	L 32,263.00
Marzo	L 8,392.00	L 1,240.00	L 9,632.00

Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 7 podemos visualizar el contraste entre las recaudaciones realizadas en la plataforma Yo Me Uno, por medio del cual se apoyo financieramente a las ONGs miembros. Asimismo, con la ilustración 5 observamos que la variación del

monto de recaudación del primer trimestre del año 2020 y del año 2021, resultado en L. 416.00, L. 26,696.00 y L. 8,392.00 lempiras en los meses de enero, febrero y marzo respectivamente. Esto nos indica que el monto de donaciones monetarias fue mayor en el presente año, 2021, hasta con una tasa de crecimiento del 479.54% entre el mes de febrero del año 2020 y el mes febrero del año 2021.

*Gráfica 8 Comparación del 1er trimestre del 2020 y 2021 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones realizadas por ONG miembro de Yo Me Uno*



Fuente : Propia (2021)

*Ilustración 6 Comparación con variación del 1er trimestre del 2020 y 2021 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones*

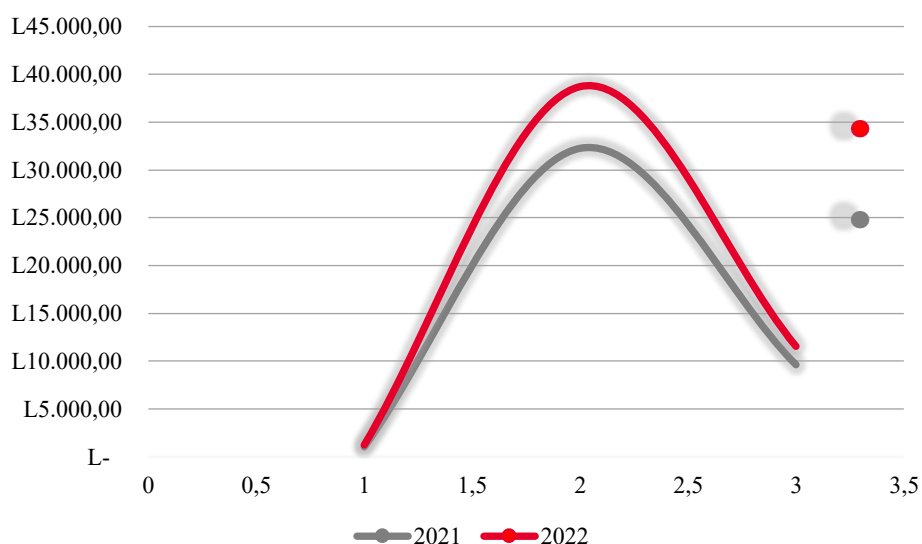
<b>Comparación publicaciones 1er Trimestre 2020 y 2021</b>	<b>Variación</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Enero	<b>114</b>	347	461
Febrero	<b>225</b>	378	603
Marzo	<b>92</b>	487	579

Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 8 analizamos el comportamiento digital de las ONGs del primer trimestre del año 2020 y del año 2021. Asimismo, con la ilustración 6 observamos que la variación de la cantidad de publicaciones de las ONGs resulto en 114, 225 y 92 en los meses de enero, febrero y marzo respectivamente. Esto nos indica que la cantidad

de publicaciones e interacciones por medio de los medios digitales incremento en el presente año, 2021, hasta con una tasa de crecimiento del 59.52% entre el mes de febrero del año 2020 y el mes febrero del año 2021.

*Gráfica 9 Comparación de las recaudaciones de ONGs por medio de Yo Me Uno del 1er trimestre de 2021 y 2022*



Fuente : Propia (2021)

*Ilustración 7 Comparación con variación anual de las recaudaciones de ONGs del 1er trimestre de 2021 y 2022*

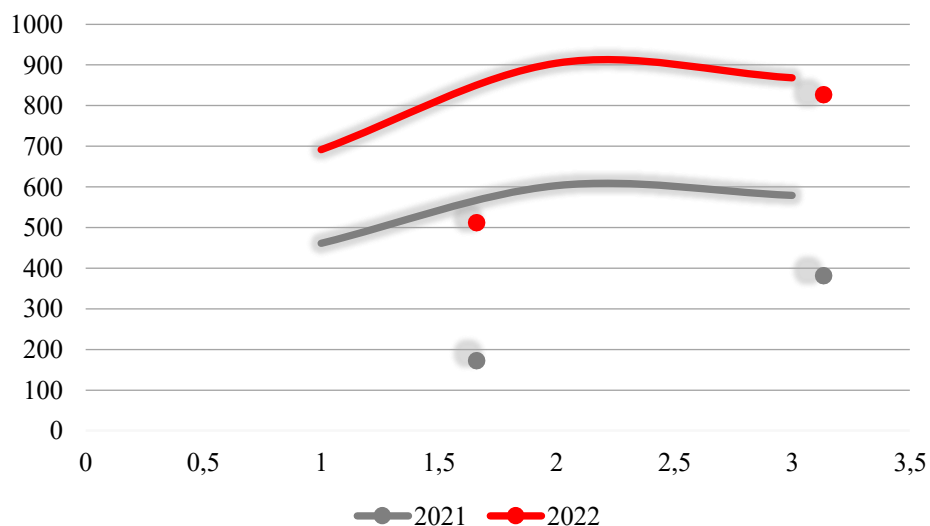
<b>Comparación recaudaciones 1er Trimestre 2021 y 2022</b>	<b>Variación</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Enero	L 206.60	L 1,033.00	L 1,239.60
Febrero	L 6,452.60	L 32,263.00	L 38,715.60
Marzo	L 1,926.40	L 9,632.00	L 11,558.40

Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 9 podemos visualizar el contraste entre las recaudaciones realizadas en la plataforma Yo Me Uno, por medio del cual se apoyo financieramente a las ONGs miembros. Asimismo, con la ilustración 7 observamos que la variación del monto de recaudación del primer trimestre del año 2021 y del año 2022, resultado en L. 206.60, L. 6,452.60 y L. 1,926.40 lempiras en los meses de enero, febrero y marzo

respectivamente. Esto nos indica que el monto de donaciones monetarias proyectadas se incrementa en el año 2022, de manera estimada en un 20%.

*Gráfica 10 Comparación del 1er trimestre del 2021 y 2022 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones realizadas por ONG miembro de Yo Me Uno*



Fuente : Propia (2021)

*Ilustración 8 Comparación con variación del 1er trimestre del 2021 y 2022 del comportamiento en los medios digitales y la cantidad de publicaciones realizadas*

<b>Comparación publicaciones 1er Trimestre 2021 y 2022</b>	<b>Variación</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Enero	<b>231</b>	461	692
Febrero	<b>302</b>	603	905
Marzo	<b>290</b>	579	869

Fuente : Propia (2021)

En la gráfica 10 analizamos el comportamiento digital de las ONGs del primer trimestre del año 2021 y del año 2022. Asimismo, con la ilustración 8 observamos que la variación de la cantidad de publicaciones de las ONGs resultó en 231, 302 y 290 en los meses de enero, febrero y marzo respectivamente. Esto nos indica que la cantidad de publicaciones e interacciones por medio de los medios digitales incrementa en el año 2022, hasta con una tasa de crecimiento proyectada del 50% en el primer trimestre del año 2022.



## **Captítulo IV**

En el presente capítulo, se hace mención de las conclusiones que se han analizado a lo largo del periodo de la práctica profesional en la Vicepresidencia de Recursos Humanos, en el área de Sostenibilidad, en la institución financiera BAC Credomatic.

### **4.1. Conclusiones**

- Se realizó una contribución a las gestiones encaminadas al desarrollo de educación financiera y ambiental mediante la integración de actividades que impulsaron un eficiente funcionamiento interno y creación de lazos con la comunidad exterior.
- Los aportes llevados a cabo por medio del programa de análisis situacionales de las diferentes organizaciones no gubernamentales (ONGs), que buscan ser partes del programa de Yo Me Uno, reflejo el nivel, experiencia y conocimiento de cada una.
- Se optimizó el programa de seguimiento, control y desarrollo de las ONGs miembros de Yo Me Uno que incrementa su funcionamiento y el alcance proyectado de las mismas en los medios digitales y las recaudaciones obtenidas.

### **4.2. Recomendaciones**

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

- Otorgar al practicante todos los accesos y herramientas requeridas para su eficiente desenvolvimiento dentro de la organización desde un inicio.
- Incentivar los espacios de interacción virtuales para poder establecer una mejor interacción con los demás colaboradores y áreas.
- Brindar capacitación a los empleados de las plataformas que se manejan en la organización y son necesarias para el correcto desempeño de las actividades del practicante para poder generar una mayor comprensión.

#### **4.2.2. Recomendaciones para la institución.**

- Fomentar la participación estudiantil en actividades extracurriculares que pueden desarrollar sus habilidades personales e enriquecer sus conocimientos profesionales.

- Implementar proyectos prácticos en todas las materias llevadas por los estudiantes, para que todo lo teórico que se ha aprendido pueda ser llevado a la práctica de forma inmediata y eficiente.

#### **4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes.**

- Involucrarse completamente en cada clase universitaria que cursen a largo de su carrera donde pueden adquirir todos esos conocimientos para estos luego sean aprovechados e implementados en las organizaciones dónde laboraran en un futuro.
- Participar en actividades institucionales y externas que les permitan desarrollar habilidades interpersonales, fomenten un crecimiento profesional y les ayuden a crear lazos provechosos con organizaciones.

## Bibliografía

BAC Credomatic (2017). Reporte de Sostenibilidad.  
[https://www2.baccredomatic.com/sites/default/files/reporte\\_de\\_sostenibilidad\\_2017.pdf](https://www2.baccredomatic.com/sites/default/files/reporte_de_sostenibilidad_2017.pdf)

ISO. (2021). ISO 26,000: Guía de responsabilidad social.  
<https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

Naciones Unidas. (2019). Objetivos de desarrollo sostenible.  
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Harvard Business Review. (2021). The Balanced Scorecard—Measures that Drive Performance. <https://hbr.org/1992/01/the-balanced-scorecard-measures-that-drive-performance-2>

Cuartas, F. (2013). Banca comercial y de inversión (1 ed.)  
<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/70217>

Villegas, G. (2003) Organizaciones virtuales. (1 ed.)  
<https://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/administer/article/download/685/609/>

Associated Press. (2021). AP eNPS: News Production System. <https://www.ap.org/enps/>

Secretaría de Gobernación, Justicia y Descentralización. (2021). Dirección de Regulación, Registro y Seguimiento de Asociaciones Civiles (DIRRSAC).  
<https://www.sgjd.gob.hn/biblioteca-virtual/direccion-de-regulacion-registro-y-seguimiento-de-asociaciones-civiles-dirrsac>

López, R. (2011). Planeación estratégica: fundamentos y casos (21 ed.)  
<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/70197>

Ramos, P. (2015). Psicología empresarial y comunicación (1 ed.)  
<https://elibro.net/es/ereader/unitechn/106624>

## Glosario

- Yo Me Uno: es una plataforma segura para que las ONG de la región dan a conocer el trabajo que realizan por el desarrollo del país y reciban apoyo de personas y empresas que se sientan identificadas con su causa.
- Sostenibilidad: área previamente denominada Responsabilidad Social Corporativa, parte de la vicepresidencia de RRHH.
- BSC: el denominado “Balance Score Card”. Son documentos de organización que impulsan el desempeño y se utilizan para identificar, mejorar y controlar las diversas funciones e impulsar la eficiencia y el logro de objetivos, en todo el equipo de BAC Credomatic.
- Aprendiendo BAC Credomatic: portal educativo de BAC Credomatic que tiene cursos dinámicos para fomentar la participación y comprensión de los temas financieros.
- Programa de vinculación UNITEC/BAC Credomatic:
- Html: enlaces que se envían como comunicación escrita por correo a los diferentes proveedores, socios o clientes de BAC Credomatic con el fin de presentar una comunicación fundamental que contiene un link que lo puede redirigir a un tercer sitio según programación específica.
- IC: área de Identidad Corporativa dentro de la vicepresidencia de RRHH.
- Yammer: Esta plataforma es un espacio donde se crean grupos específicos con temas de interés público y particular de los colaboradores. Se incluyen comunicados generales de eventos de la organización y comunicados específicos de cada comunidad.
- eNPS: formularios llamados “Employee Net Promoter Score”, que asisten en la evaluación del desempeño de alguna actividad o evento realizado de forma interna y, asimismo, a reconocer el nivel de compromiso y satisfacción de los colaboradores para de esta forma poder obtener un detalle o feedback con el cual se pueda optimizar los procesos y experiencia del usuario.
- Mobi: plataforma online que se creó para informar a colaboradores outsource que no tenían acceso a algunos medios de comunicación interna.