



AERHNIC
Asociación de Ejecutivos
de Recursos Humanos
de Nicaragua



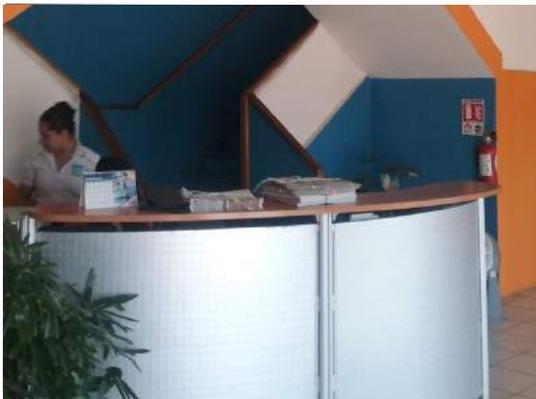
Boletín Informativo
Edición No. 7
Abril 2018

www.aerhnic.org



JUNTOS CONSTRUIMOS EL FUTURO DE AERHNIC

INDICE



03

Editorial

María Francisca Molina
Presidenta AERHNIC

04

Endomarketing

Ilsa María Guerrero
ND Medios

06

Consejos para Ganar Paciencia

Jeannine Palacios

07

Seguimos Creciendo

Nuevos socios
AERHNIC

08

Best Practice

Carolina Jirón
Ultronic

09

Eventos
AERHNIC

EDITORIAL



María Francisca Molina
Presidenta AERHNIC

Estimados socios!

El primer trimestre del año 2018 ha pasado en un pestañeo de ojos, contamos con la misma cantidad de horas y nuestros múltiples roles cada vez nos demandan mayor eficiencia y efectividad; a un con todo este torbellino, no olviden hacer un alto y disfrutar de los momentos agradables, como tomar un buen café con galletitas... A propósito de disfrutar de pequeños momentos.... Se me hace gratificante dirigirme a ustedes para relanzar esta iniciativa digital.

En estos seis meses de gestión, hemos organizado eventos donde lo característico ha sido el estrechamiento de lazos y compartir nuestras experiencias, las que han quedado registradas y serán apreciadas en el presente boletín.

En estos encuentros de crecimiento conocimos de la aplicación de Endomarketing (hacer marketing al interior de la empresa) en una empresa nicaragüense, y cómo la aplicación de acciones ha ayudado a la alineación de toda la empresa en

torno a objetivos comunes y su correcta ejecución; sus buenas prácticas son sorprendentes y están haciendo la diferencia en el clima organizacional. No dejes de leer este artículo que les puede dar un plus a su experiencia. Así como a otros artículos de interés social y cultural para estar al día.

Por otra parte, les adelanto que este 1ero de Junio tendremos la 4ta Jornada de Actualización en honor al día del Gestor Humano, abordaremos un tema complejo que trastoca el corazón de la Estrategia de negocio “nuestra gente”, para esto nos hemos hecho una pregunta primordial ¿cómo mantener al equipo humano conquistado a través de un ambiente saludable de bienestar interno para atraer y fidelizar al talento?, dilucidaremos varios enfoques y al final cada uno tendrá su propia respuesta. Esperamos que te guste tanto el evento como a nosotros el organizarlo.

¡Sean bienvenidos a ser partícipes de esta iniciativa con artículos y experiencias que han resultado exitosas en sus empresas, darlas a conocer es aportar al crecimiento de todos nuestros miembros!! les invito a leer, no se diga más....





ENDOMARKETING

EN ND MEDIOS

La evolución de ND Medios como grupo de empresas ha tenido dos caminos diferenciados: uno que podríamos llamar estructural o inorgánico (como por ejemplo el espacio físico) y otro que denominaremos orgánico, es decir, el capital humano.

El primer aspecto se produce por una unión entre empresas y marcas bajo un mismo paraguas identificativo, en este caso ND Medios, que acoge hoy día tres diarios: El Nuevo Diario, Metro y Qhubo; una imprenta, Ardisa; un servicio de ecommerce, Tuya.com.ni; y un nuevo medio nativo digital, Maje.com.ni.

Las estructuras: espacios, maquinaria, tecnología se van agrupando bajo un mismo esquema organizacional, y aunque, se ocupen espacios separados como el caso de la imprenta y los medios, la marca madre ahora agrupa a todos, y eso conlleva también la parte humana. Es aquí en donde entró la necesidad de poner en práctica del endomarketing o marketing interno para dar solidez al todo y cumplir la función de agrupar a todo el personal de las diferentes marcas o empresas y hacer que se sintieran parte de ese todo, eliminando las posibles reacciones a la fusión que lógicamente se generan ante una situación nueva (por ejemplo el estado de confort de los integrantes del grupo) y ante un nuevo modus operandi.

La dificultad no estriba pues en una mera unión mercantil o física de marcas, sino en la verdadera identidad de grupo que deben sentir todos los miembros de la empresa para abandonar "su" marca histórica, su "camiseta".

¿Qué se hizo en ND Medios?

1. La agrupación física

ND Medios agrupa como hemos referido antes a 4 medios de comunicación, una imprenta y una empresa de ecommerce. En un principio eran sólo dos: El Nuevo Diario y Metro, y la imprenta. En el caso de los medios de comunicación, cada uno con una redacción diferente, en diferentes ubicaciones y cada profesional se sentía identificado con su propia marca.

Lo primero fue tratar de reunir a todo el personal en un solo espacio. Como es lógico cada uno tenía su agenda temática y el personal no se conocía entre sí.

Al principio se genera desconfianza que poco a poco se convierte en una incipiente relación para compartir agendas, contactos, una tímida colaboración sin abandonar aún la "camiseta" de la propia marca.

Hay una unión física, pero aún les separan su arraigo a la marca, sus temáticas, su forma y hábitos de operar y trabajar.

2. La unión psicológica

Ahí es donde entran las campañas de mercadeo interno o endomarketing con el fin de acoplar mejor a los equipos y "limar" las asperezas o los "amores" propios a la marca inicial con campañas internas para hacer "sentir" a cada uno formante del todo.

Se recurrieron a dinámicas que implicaban a todos los integrantes de cada marca con eslóganes como: **Yo Soy ND Medios o Todos somos ND Medios.**

Se realizaron también carteles alusivos a la campaña y spots internos en los que participaban personal de los diferentes ámbitos de la empresa mezclados. Por ejemplo, gente de redacción con gente de mercadeo, de administración, o personal de comercial junto con personal de la imprenta posando con los carteles y eslóganes alusivos a la conciencia de un solo grupo y así poder compartir la campaña igualmente en las redes sociales propias.

Además, la fiesta de fin de año se reinventó y comenzó a hacerse en conjunto, con todo el personal de todas las marcas, con dinámicas y concursos que fomentasen la participación así como la convivencia entre los trabajadores. Una fiesta de convivencia fuera del ámbito laboral para estrechar lazos de pertenencia al grupo ND Medios. Esta dinámica nos permite conocer los talentos de los colaboradores fuera del ámbito laboral (cantar, bailar, tocar instrumentos, etc.), fomentamos la participación de todos sin contratar a nadie externo para animar o participar.

Otra dinámica, cada mes celebramos aniversarios laborales, a cada colaborador se le recuerda con un detalle (tarjetas, dulces, etc.) su llegada al Grupo ND MEDIOS, y lo más importante es que son los demás colaboradores quienes entregan el detalle y se unen a la celebración.

A veces sin presupuesto para dinámicas hemos aprendido que celebrar con aplausos los logros de cada colaborador. Es muy importante y satisfactorio, y contribuye a sentirnos parte de la familia ND Medios.

La campaña de endomarketing tiene que tener sus réplicas a futuro ya que lo logrado en primer término es que todos conocen ya la marca paraguas que acoge a todas las empresas y eso ya está en conocimiento de todos los colaboradores.

Las réplicas deben servir para seguir fomentando la unidad y espíritu de pertenencia a un solo grupo. Por ejemplo, en la sala de redacción ya se tiene asimilado que es una redacción central, ya no se habla de los integrantes de El Nuevo Diario, del diario Metro o del diario Qhubo. Todo el personal trabaja para todas las marcas. El trabajo de organizar y personalizar lo que contiene cada medio es función de los editores, que son quienes le dan la impronta a sus contenidos.

Como parte de seguir fomentando la unión y cultura de nuestros colaboradores pretendemos organizar visitas por grupos a los diferentes centros de trabajo, es decir, que personal de la imprenta pueda conocer de primera mano cómo funciona la redacción o cómo funciona el departamento de mercadeo, o comercial.

Unos ubicados en la Imprenta y otros en la sala de Redacción. Y viceversa, que el personal de redacción, de mercadeo y comercial conozca el centro de producción de sus diarios o cómo se gestiona el portal de ecommerce.

Es importante mencionar que en cada actividad se ven involucrados principalmente la estructura gerencial, los líderes de la empresa se han sumado a esta iniciativa y esto ha permitido que sea un éxito total.

Con estas acciones se consigue un mejor ambiente de trabajo, no hay competencias internas sino más colaboración; debe servir para que los colaboradores se sientan más motivados al pertenecer a un grupo más amplio que les acepta, independientemente de la marca para la que tienen especificado su trabajo; y una mejor fluidez en las labores cotidianas interpersonales entre los integrantes de la empresa.

Para ello es importante que el departamento de Recursos Humanos sea el hilo conductor de todas las acciones. En nuestro caso, es por eso que no se limita a ser el encargado de hacer planillas y ejecutarlas, de reclutar personal o prescindir de él. En el departamento que en este caso dirijo es muy importante escuchar y que todo el mundo se sienta escuchado en sus inquietudes laborales y a veces más allá, ya que lo personal muchas veces no se puede separar, y tenemos que atender inquietudes y problemas personales que obviamente influyen en el desempeño profesional.

Desde el departamento de RRHH de ND Medios, creemos que el endomarketing es una herramienta que debe estar siempre dispuesta y engrasada. Aunque su parte visible sean las acciones concretas para conseguir la unidad y asimilación de pertenencia a un grupo, la parte invisible es un recordatorio constante y más implícito de esas acciones en el trabajo del día a día.

Hoy somos el grupo de comunicación más grande del país y tenemos el reto de mejorar cada día, obviamente esto nos compromete más a motivar a todos nuestros colaboradores que forman parte de la gran familia de ND Medios, ellos son el pilar fundamental de nuestra empresa.



Ilsa María Guerrero Salazar
Gerente de Recursos Humanos
ND MEDIOS
iguerrero@elnuevodiario.com.ni



CONSEJOS PARA GANAR PACIENCIA



Jesús y pregúntale qué es lo que debes hacer, ora con fe y El te dará la respuesta. Proverbios 14:29 “El que es paciente muestra gran discernimiento; el que es agresivo muestra mucha insensatez”. Efesios 4:2 “Siempre humildes y amables, pacientes, tolerantes unos con otros con amor” 1ra carta a los Corintios 13: 4-5: “El amor es paciente, es bondadoso. El amor no es envidioso ni jactancioso ni orgulloso. No se comporta con rudeza, no es egoísta, no se enoja fácilmente, no guarda rencor”.

E: Emprende nuevos proyectos, nuevas ideas que te auto-motiven, ya sea a nivel familiar, laboral o comunitario. Esto te ayudará a mantenerte vivo (a), positivo (a) y útil.

N: No te rindas, nunca digas que no puedes, sólo sigue intentándolo; si te equivocas, inténtalo de nuevo hasta lograr lo que quieres; infórmate, aprende, prepárate.

C: Confía en ti mismo (a) Comprende que las cosas no son lineales ni perfectas, solo toman su tiempo; aprende de tus errores y sigue moviéndote hacia adelante con optimismo.

I: Inteligencia Emocional, trabaja para desarrollarla. Impide que alguien te arrebatte tus sueños, no dejes que te manipulen ni te chantajeen.

A: Amate a ti mismo (a), acéptate como eres e identifica tus oportunidades de mejora para que trabajes en ser mejor persona cada día.

Jeannine Palacios González
Coach y Ex-Presidenta AERHNIC
Metas y Éxitos

P: Piensa en las posibles malas consecuencias que te puede ocasionar tomar una decisión de manera precipitada.

A: Ayuda dormir bien, hacer ejercicios, alimentarte sanamente y dejar todas las posibles adicciones que pudieras tener y que se supone te “tranquilizan” y que realmente no es así, más bien te perjudican y con ellas perjudicas a otros.

C: Cuenta con un mentor, un Coach de Vida, un guía espiritual, alguien de tu entera confianza, un buen amigo (a), alguien que te escuche con empatía y te acepte tal y como eres, que te de consejos saludables. Todos necesitamos apoyo y buscar ayuda.

I: Incluye en tu agenda del día actividades productivas, entretenimientos sanos que ocupen tu tiempo ocioso; por ejemplo, dedícale tiempo de calidad a tus hijos (as), habla con ellos y escúchalos; lee la Biblia y medítala, habla con

BIENVENIDOS A LOS NUEVOS SOCIOS

A los nuevos socios de AERHNIC, Momentos para compartir y dar a conocer nuestros pilares estratégicos como asociación.

Una mañana acompañadas por María Francisca Molina y Graciela Pérez de la Junta Directiva Actual.



BIENVENIDOS!!



AERHNIC

Un Cafecito de Bienvenida

Aldeas Infantiles SOS
Mansión Teodolinda
Credifast S.A
Asodenic
Kouture
Droguería Núñez & Cía. Ltda.

Carla Johana López
Sandra Tapia
Yahoska Marisol Pérez
Jeimy Pérez
Judith Rostrán
Karla Vanessa Loásiga

SEGUIMOS CRECIENDO

BEST PRACTICE

“En Ultranic ha sido una experiencia muy gratificante y retadora, el tema de acoso callejero ya que es un tema que lo vivimos a diario en todos los ámbitos de la sociedad; estamos dando inicio a una trayectoria de educación desde nuestra área de capacitación para todo el personal, tanto administrativo como operativo, pretendemos que en todo este año trabajemos la campaña a lo interno del **NO al acoso callejero**.”



Ultranic

Nuestro objetivo es desarrollar programas de capacitación, superación personal y profesional para los asociados, con el fin de contribuir a elevar su desempeño. Les compartimos los diferentes eventos que hemos venido desarrollando en los últimos tres meses, alineados a los resultados de la encuesta de Diagnóstico de Capacitación realizada entre los socios.

EL LIDERAZGO DE MILLENIALS



KEISER UNIVERSITY
Latin American Campus

AERHNIC
COMITÉ DE ASOCIADOS DE PROFESORES Y ALUMNOS DE EL ESTADU

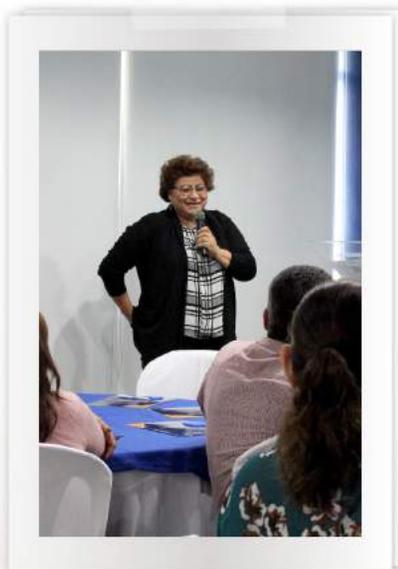
te invitan a

CONFERENCIA

El liderazgo de Millenials

Conferencista: Alejandro Vogel

Día: Miércoles, 7 de febrero
Hora: 7:30 a.m. a 10 a.m.
Costo: \$30
Lugar: Invercasa - Torre 2, 2^{do} Piso, Managua



LA NUEVA VISIÓN DEL SER DENTRO DEL MUNDO CORPORATIVO



NIVELES DE PENSAMIENTO EN LA EMPRESA Y SU EFECTO SOBRE EL EXITO



AERHNIC
Asociación de Emprendedores y Rolistas de Chile

NIVELES DE PENSAMIENTO EN LA EMPRESA Y SU EFECTO SOBRE EL ÉXITO

Facilitadores:
Alejandro Szilagyi
Juan Diego Lonza
Consultores Interoceánicos ZSP

- 1. Conocer la importancia de tener una empresa pensante y viva.
- 2. Metodología Integral para optimizar el pensamiento empresarial.
 - Diagnóstico de
 - Satisfacción de laboral.

09 DEL MARZO | HOTEL HILTON FRANCIS | 9:00 AM - 12:00 PM | \$ 4500 Socios / \$ 5000 No Socios





Jornada de
Actualización
EN HONOR AL DÍA DEL GESTOR HUMANO

¿TU MARCA ATRAE Y FIDELIZA TALENTO?

POTENCIA LA
MARCA
EMPLEADORA 
DE TU ORGANIZACIÓN

01 JUN 2018

Conferencista:

CAROLINA BORRACCHIA

Experta en gestión de Marca Empleadora



AERHNIC
Asociación de Ejecutivos
de Recursos Humanos
de Nicaragua