

Juntos haremos posible la patria que anhelamos | Julio · Agosto · Septiembre 2026

ZIPodemos

**Fanatics y Club
Deportivo Motagua:
una alianza que va más
allá de una camiseta**

**Cuando la
industria
viste la
pasión
del fútbol**

**Sourcing desde
Honduras para
el mundo**



ALL NEW

STARRAY

EXPERIENCIA DE CONDUCCIÓN ELEVADA



CASA JAAR

📍 SPS, BLVD DEL SUR, 21 CALLE S.O. COL. ALTAMIRA

📍 LA GALERÍA, TEGUCIGALPA

📷 GEELY HN

📺 GEELY HONDURAS

📞 SPS: 9410-5895 / TGU: 2280-4630

🌐 GEELY.HN

En esta edición

- 5**
Honduras: capacidad para crecer, visión para avanzar
- 7**
Fruit of the Loom celebra 175 años de historia junto a su equipo en Honduras
- 12**
Empresas afiliadas a la AHM representan a Honduras en el Apparel Sourcing Show 2026 en Guatemala
- 14**
Secretaría de Trabajo y la Asociación Hondureña de Maquiladores firman convenio para certificar cumplimiento de normativa laboral
- 16**
Celebración del mes de la familia en Powers Athletic de Honduras
- 17**
AHM capacita al sector maquilador sobre regulaciones contra el trabajo forzoso
- 18**
Fanatics y el Club Deportivo Motagua: Cuando la industria viste la pasión del fútbol
- 22**
Impulso Empresarial: Masterclass 2026 Fortaleciendo las capacidades y crecimiento de emprendedores
- 24**
Cintas de Honduras fortalece la preparación de sus colaboradores con entrenamiento en primeros auxilios
- 25**
TEGRA impulsa el desarrollo de competencias por medio de su "AI Productivity Program"
- 26**
Del Mar Apparel celebra la graduación de la cuarta promoción de "Avanzando con Del Mar"
- 27**
PACASA fortalece las habilidades de servicio al cliente de su equipo de logística
- 28**
Fruit of the Loom realiza importante donación de computadoras y equipo industrial al Centro Técnico Honduras Corea de San Pedro Sula
- 30**
Tecno Supplier, junto a las empresas de RCJ Corporación y Fundación Estelita Joch, se suma a la celebración del Día del Abuelo
- 31**
RKI Honduras realiza campaña de donación de sangre
- 32**
UTEXA realiza su Primera Feria de la Salud 2026 y brinda 255 atenciones médicas a colaboradores y familiares



ZIPodemos, la revista informativa trimestral de la industria maquiladora, circula gratis a nivel nacional. Es una publicación de la **Asociación Hondureña de Maquiladores**, que constituye el órgano oficial de comunicación de la industria de la maquila, cuyo propósito es dar a conocer las actividades, programas de Responsabilidad Social Empresarial de nuestras afiliadas, opiniones de nuestros empleados y empleadas y noticias de interés que se dan dentro de la industria. Háganos llegar sus comentarios sobre nuestra revista o información pertinente a la industria al correo: zipodemos@ahm-honduras.com o si prefiere puede llamarnos al tel. (504) 2516 9100. **PRODUCIDO POR:** Departamento de Comunicaciones y Mercadeo de la Asociación Hondureña de Maquiladores. **REDACCIÓN:** Joseet Ordóñez, Américo Hernández. **EDICIÓN GRÁFICA:** Héctor David Salinas, Oscar Escot. **FOTOGRAFÍA:** Staff ZIPodemos y colaboradores de la Industria. **EDITOR GENERAL:** Lic. Américo Hernández. **DIRECTOR GENERAL DE LA AHM:** Abogado Arnoldo Solís. **DIRECTORA TÉCNICA DE SERVICIOS:** Lic. Martha Benavides. **COMUNICACIONES Y MERCADEO:** Lic. Joseet Ordoñez. **GERENTE REGIONAL EN TEGUCIGALPA:** Lic. Guillermo Matamoros.



DONDE EL RESPALDO LIDERA



ESCANEA PARA ESCRIBIRNOS
POR WHATSAPP

IPSA

57
ANIVERSARIO

f ipsaHonduras

@ipsahn

www.ipsa.hn

9441-8404

Industrias Panavisión S.A.

ipsahn_

SPS PRINCIPAL
2527-4772

SPS SUCURSAL
2527-4778

TEGUCIGALPA
2241-4772

TEGUCIGALPA #2
2241-4792

LA CEIBA
2418-0500

COMAYAGUA
2723-0500

Honduras: capacidad para crecer, visión para avanzar

El mundo está cambiando la manera de producir, abastecerse y decidir dónde invertir. Hoy, las empresas buscan mucho más que costos competitivos: buscan cercanía con sus mercados, talento preparado, infraestructura, agilidad y, sobre todo, aliados capaces de acompañar su crecimiento. En ese nuevo escenario, Honduras tiene una historia que contar y una oportunidad que aprovechar.

Nuestro país ha construido durante décadas una sólida experiencia industrial. Miles de hondureños han desarrollado conocimientos y capacidades en manufactura, textiles, confección, componentes, logística, calidad, sostenibilidad y múltiples procesos que forman parte de cadenas globales de valor. Esa experiencia representa uno de nuestros mayores activos y demuestra que Honduras no comienza desde cero: cuenta con una base productiva sobre la cual es posible seguir creciendo.

Pero la industria hondureña es mucho más que plantas y líneas de producción. Es talento. Es conocimiento acumulado. Es una cultura de trabajo que ha evolucionado

junto a las exigencias de mercados internacionales cada vez más competitivos. Es también una nueva generación de técnicos, profesionales e ingenieros preparados para incorporar tecnología, innovación, eficiencia y sostenibilidad a los procesos productivos.

A esta capacidad humana se suma una infraestructura industrial desarrollada para acompañar nuevas inversiones. Nuestros parques industriales ofrecen espacios y servicios diseñados para facilitar la instalación y expansión de operaciones, con alternativas que permiten responder a proyectos de diferentes dimensiones y necesidades. Honduras tiene capacidad disponible para recibir nuevas compañías y continuar ampliando su ecosistema productivo.

Nuestra ubicación también representa una ventaja estratégica. La proximidad con Norteamérica, la conectividad logística y la experiencia exportadora construida durante décadas permiten que Honduras participe de manera natural en la conversación global sobre cadenas de suministro más cercanas, ágiles y resilientes.

Sin embargo, atraer inversión no consiste únicamente en ofrecer una ubicación o una infraestructura adecuada. Se trata de construir confianza.

Cada empresa que decide establecerse en Honduras debe encontrar un país dispuesto a escuchar,

facilitar, acompañar y construir relaciones de largo plazo. Debe encontrar aliados que comprendan que una inversión significa mucho más que capital: significa empleo, transferencia de conocimiento, desarrollo de proveedores, tecnología y nuevas oportunidades para nuestras comunidades.

Por eso debemos salir al mundo no solamente a decir dónde está Honduras, sino a demostrar qué puede hacer Honduras.

Tenemos experiencia industrial. Tenemos talento. Tenemos infraestructura. Tenemos empresas que durante años han demostrado que desde nuestro país es posible producir para algunos de los mercados más exigentes del mundo. Y, sobre todo, tenemos la voluntad de seguir avanzando.

Honduras está preparada para recibir a quienes buscan crecer, diversificar sus operaciones y construir nuevas oportunidades en nuestra región.

Queremos que quienes miren hacia Honduras encuentren mucho más que un destino de inversión. Queremos que encuentren un socio, una plataforma para crecer y un país dispuesto a caminar junto a ellos.

Porque cuando una empresa decide invertir en Honduras, nuestra aspiración no es simplemente abrirle las puertas.

**Es convertirnos en su
aliado estratégico.**



The 4 Disciplines of Execution®

Convierte tus *prioridades* en resultados reales.

Una fórmula sencilla y repetible para ejecutar lo que realmente importa.

Metas organizacionales



Impulsar el crecimiento de ingresos

Cómo 4DX impulsa el valor

- Identifica y prioriza los objetivos más importantes que requieren un enfoque sostenido para alcanzarse, asegurando la alineación y generando un impacto colectivo.
- Actúa sobre compromisos semanales de alto impacto haciendo seguimiento de las medidas de avance en lugar de indicadores rezagados.



Optimizar la eficiencia operativa

- Enciende una competencia interna saludable y crea un compromiso emocional entre los equipos con marcadores sencillos y atractivos.
- Impulsa la mejora continua haciendo que los equipos reflexionen regularmente sobre el rendimiento y ajusten estrategias.



Aumentar el servicio y la satisfacción

- Crea una mentalidad de propiedad en la que el compromiso vaya más allá de una tarea laboral y se convierta en una promesa personal.

Hagamos que tu estrategia se convierta en *resultados*.

Conoce cómo FranklinCovey puede ayudar a tu organización a lograr lo que más importa.

Impacto en el negocio

#1

Sistema de Ejecución Galardonado

23%

↑ Aumento de ingresos

172%

↑ Ejecución dirigida

++

Mejora cultural

50%

↓ Tiempo de finalización del proyecto

40%

↑ Satisfacción del cliente

→ Contáctanos



+504 9374-7967



businesspartner@franklincovey.hn



www.franklincovey.hn



Franklin Covey Honduras



Noticias de la industria

Fruit of the Loom celebra 175 años de historia junto a su equipo en Honduras

Una historia que comenzó en 1851 y que hoy continúa escribiéndose desde Honduras. Fruit of the Loom celebró sus 175 años de trayectoria mundial junto a sus colaboradores de Planta Tela, ubicada en El Progreso, Yoro, en una jornada que destacó el legado, la excelencia y el talento humano que han acompañado el crecimiento de la compañía.

La celebración tuvo un significado especial para sus operaciones en la región, donde Fruit of the Loom suma 33 años de presencia en Honduras y 32 años en El Salvador, formando parte de la historia productiva y laboral de ambos países.

Fundada en Rhode Island, Estados Unidos, Fruit of the Loom se ha consolidado como una de las marcas de ropa interior más reconocidas a nivel mundial. Su portafolio incluye ropa interior, camisetas, calcetines, sudaderas, prendas deportivas y otros básicos de uso cotidiano, además de productos destinados a la industria de impresión y personalización textil.

En Honduras, el aniversario coincidió con otro importante logro: Planta Tela recibió el reconocimiento Predator, otorgado por la corporación por su desempeño y el cumplimiento de metas relacionadas



FORTALECE LA GESTIÓN FINANCIERA Y TRIBUTARIA DE TU EMPRESA



AUDITORÍA FINANCIERA

Estados financieros
confiables y transparentes
que generan confianza
ante socios, bancos e
inversionistas.



PRECIOS DE TRANSFERENCIA

Cumplimiento normativo
en operaciones con partes
relacionadas, evitando
contingencias fiscales.



PLANEACIÓN TRIBUTARIA

Estrategias legales para
optimizar su carga fiscal
y proteger la rentabilidad
de su empresa.

¡COTIZA CON NOSTROS!

con calidad, eficiencia en costos y entregas, entre otros indicadores.

Los colaboradores participaron en la celebración vistiendo camisas azules conmemorativas de los 175 años. La jornada incluyó cabina fotográfica, espacios especiales para fotografías y una actividad en la cafetería en la que los ejecutivos de la planta sirvieron los alimentos al personal.

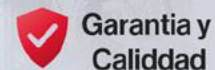
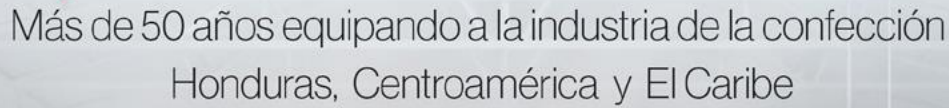
También se brindó un reconocimiento especial a los colaboradores que acumulan 33 años de servicio en Fruit of the Loom Honduras, destacando su compromiso y contribución al crecimiento de la compañía.

Durante el evento, José Fernández, gerente de Planta Tela, destacó que formar parte de una empresa con 175 años de historia representa tanto un privilegio como una responsabilidad.

“Cada prenda que fabricamos, cada meta que alcanzamos y cada mejora que implementamos contribuyen a seguir construyendo este legado para las futuras generaciones”, expresó, al tiempo que agradeció al equipo por su esfuerzo, dedicación y compromiso.

Fruit of the Loom conmemoró así 175 años de evolución, innovación y excelencia, reafirmando que su historia continúa construyéndose a través de las personas que hacen posible su operación alrededor del mundo.





DESCUBRA LAS SOLUCIONES QUE IMPULSARÁN SU NEGOCIO

Únase a nosotros en Texprocess Americas 2027, el evento líder en desarrollo, abastecimiento y producción de productos cosidos.

Explore tecnologías innovadoras, conéctese con líderes de la industria y descubra soluciones que impulsan la eficiencia, la sostenibilidad y el crecimiento. No pierda la oportunidad de revolucionar la manera de fabricar.

¡RESERVA LA FECHA!

texprocess
AMERICAS

11-13 DE MAYO, 2027
Atlanta, Georgia



MÁS ALLÁ DEL PROGRESO.

Coubicado con
techtexsil
NORTH AMERICA

Co-producido por
spesa

 messe frankfurt

Noticias de la industria



Empresas afiliadas a la AHM representan a Honduras en el Apparel Sourcing Show 2026 en Guatemala

Guatemala fue nuevamente punto de encuentro para la industria regional de vestuario y textiles con la realización del Apparel Sourcing Show 2026, evento en el que Honduras destacó a través de la participación de empresas afiliadas a la Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM), que mostraron las capacidades, innovación y diversidad de servicios que ofrece la cadena de valor instalada en el país.

La trigésima tercera edición del Apparel Sourcing Show se desarrolló del 18 al 20 de agosto en Ciudad de Guatemala, reuniendo a cerca de 80 empresas expositoras distribuidas en 192 espacios de exhibición, además de representantes de diferentes países, compradores, marcas, fabricantes y proveedores de la industria.

Representando la fortaleza de Honduras estuvieron Caracol Knits,

COTTON USA, Coats Honduras, Grupo Elcatex, Finotex, Rethink, SIERRA y Crowley, empresas vinculadas a diferentes eslabones de la cadena productiva y de servicios que respaldan el desarrollo de la industria textil-maquiladora hondureña.

La participación permitió mostrar una oferta que abarca desde hilados, textiles, manufactura de prendas e insumos hasta soluciones de

identificación de marca, innovación para procesos textiles y servicios logísticos, evidenciando la capacidad de Honduras para ofrecer soluciones integrales a compradores y marcas internacionales.

El Apparel Sourcing Show es considerado la única feria comercial de Centroamérica especializada en reunir en un mismo espacio la cadena de suministro del sector de vestuario y textiles de la región DR-CAFTA. Para las empresas expositoras representa una plataforma para presentar capacidades productivas, certificaciones y propuestas de valor ante compradores, marcas y retailers interesados en fortalecer o diversificar sus fuentes de abastecimiento en el hemisferio.

La edición 2026 se desarrolló en un momento en que las estrategias globales de abastecimiento están dando mayor importancia a la rapidez de respuesta, flexibilidad, resiliencia, diversificación de proveedores y nearshoring. Estos factores han aumentado el interés por las capacidades productivas instaladas en Centroamérica y por su cercanía con el mercado norteamericano.

La presencia hondureña también permitió evidenciar capacidades particulares de sus empresas. Caracol Knits, por ejemplo, presentó en la feria su modelo de producción que integra hilado, tejido y confección, junto con su capacidad de res-



puesta y velocidad hacia el mercado; mientras que Rethink participó presentando soluciones orientadas a procesos textiles más eficientes y responsables. Asimismo, Finotex, Coats y Crowley figuraron entre las empresas expositoras vinculadas a la red regional de productores y proveedores de la industria.

Para la Asociación Hondureña de Maquiladores, la participación de sus empresas afiliadas en espacios internacionales de esta naturaleza contribuye a continuar posicionando a Honduras como un socio estratégico para el sourcing y nearshoring, respaldado por una industria con



experiencia, integración productiva, capacidad de innovación, servicios especializados y una ubicación privilegiada para atender los principales mercados del continente.

La presencia de estas compañías en el Apparel Sourcing Show 2026 reafirma, además, el papel de la industria hondureña dentro del ecosistema manufacturero regional y su capacidad para competir en un mercado global que demanda cadenas de suministro cada vez más ágiles, confiables, innovadoras y cercanas.

Nueva Era de la Inspección del Trabajo



Noticias de la industria

Secretaría de Trabajo y la Asociación Hondureña de Maquiladores firman convenio para certificar cumplimiento de normativa laboral

Con el propósito de certificar el cumplimiento de la normativa laboral por parte de las empresas maquiladoras del país, la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social (SETRASS) y la Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM) firmaron un convenio de coordinación para fomentar la práctica de normas de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).

Mediante la firma del convenio suscrito entre el Secretario de Estado de Trabajo, abogado Fernando Puer-

to y el presidente de la AHM, Daniel Facussé, las empresas maquiladoras se comprometen a promover entre sus trabajadores el cumplimiento de la normativa laboral que incluye la inscripción en el Registro Nacional Simplificado de Patronos (RNSP).

Además, la legalización de Comisiones Mixtas de Higiene y Seguridad para la obtención de las Certificaciones de Cumplimiento de la Normativa Laboral y la Certificación de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST).

El propósito de la firma de la certificación es promover ambientes laborales seguros como formas de mejorar la calidad de vida de los trabajadores del sector.

Las empresas maquiladoras se comprometen también a capacitar y supervisar a sus afiliados mediante auditorías de cumplimiento, realizadas por personal experto en la materia, utilizando equipos necesarios como: sonómetros, luxómetros, dosímetros y otros similares,



que permitan medir objetivamente las condiciones de trabajo.

En general, la AHM debe vigilar el estricto cumplimiento del Reglamento General de Medidas Preventivas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, sistematizando el proceso mediante informes trimestrales de resultados con evidencia fotográfica que debe ser remitido a la SETRASS.

Por su parte, la SETRASS debe dar trámite a las solicitudes de Certificación de la Normativa Laboral, Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) de la AHM, mediante sus procedimientos establecidos, extendiendo las certificaciones correspondientes siempre que la AHM cumpla con todos los requerimientos legalmente establecidos.

La SETRASS podrá someter cualquier informe emitido por la AHM

a la revisión pericial del personal de la Dirección General de Inspección de Trabajo (DGIT), cuando lo estime conveniente, a fin de mantener un mejor control de calidad de las auditorías.

Además, la SETRASS realizará capacitaciones y asesorías técnicas gratuitas a la AHM y sus afiliadas, a fin de promover el cumplimiento de la normativa laboral vigente.



Noticias de la industria

Celebración del mes de la familia en Powers Athletic de Honduras



Celebrando el Mes de la Familia, Powers Athletic de Honduras (PAH) desarrolló una Feria de Emprendedores, iniciativa orientada a apoyar el talento, la creatividad y las iniciativas de negocio de sus colaboradores.

La actividad brindó a los trabajadores un espacio dentro de la empresa para promover y comercializar sus emprendimientos independientes, contribuyendo a la generación de ingresos adicionales para sus hogares y al fortalecimiento de su economía familiar.

Durante la feria, los colaboradores tuvieron la oportunidad de presentar una variedad de productos elaborados y comercializados por ellos y sus



familias, entre los que destacaron opciones de repostería, artículos personalizados y otros productos desarrollados a partir de sus habilidades y creatividad.

Además de promover la cultura del emprendimiento, la jornada se convirtió en un espacio de convivencia e integración entre los miembros del equipo, fortaleciendo los lazos de compañerismo y permitiendo conocer una faceta diferente de los colaboradores y sus familias.

Con este tipo de iniciativas, Powers Athletic de Honduras reafirma su compromiso con el desarrollo integral de su talento humano, promoviendo acciones que contribuyen tanto a su bienestar profesional como al crecimiento económico y la estabilidad de sus familias.

La Feria de Emprendedores formó parte de las actividades con las que PAH conmemoró el Mes de la Familia, resaltando la importancia de generar oportunidades que fortalezcan el bienestar, la integración y el espíritu emprendedor de sus colaboradores.



Noticias de la industria

AHM capacita al sector maquilador sobre regulaciones contra el trabajo forzoso



La Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM) realizó una reunión informativa dirigida a sus empresas afiliadas, con la participación del Dr. Melvin Redondo, Comisionado Presidencial de la Oficina Presidencial de Comercio Exterior de Honduras, con el objetivo de brindar mayor claridad sobre el alcance, la aplicación y las implicaciones del Decreto Ejecutivo PCM-014-2026, para la Prohibición de Importación de Mercancías Pro-

ducidas en Condiciones de Trabajo Forzoso u Obligatorio, publicado en el Diario Oficial La Gaceta el 17 de julio de 2026.

La actividad se realizó en el Hotel Intercontinental San Pedro Sula, Salón Real 1, y constituyó un espacio dirigido especialmente a las empresas del sector para conocer de primera mano los alcances del Decreto, resolver dudas y exponer las inquietudes que puedan surgir en su aplicación

práctica dentro de las operaciones del sector manufacturero-textil.

Estados Unidos mantiene desde hace un tiempo medidas de control sobre la importación de mercancías vinculadas a condiciones de trabajo forzoso, y en los últimos meses Europa también ha comenzado a incorporar exigencias similares en su marco regulatorio de comercio. Este contexto internacional incrementa la relevancia de que las empresas de la industria textil y de manufactura de exportación en Honduras cuenten con información clara y actualizada sobre sus obligaciones de cumplimiento, particularmente en lo relacionado con el origen y la trazabilidad de las materias primas que importan.

El rol de la Asociación Hondureña de Maquiladores en este tipo de espacios es precisamente ese: dar a conocer e informar a sus afiliadas sobre las medidas que distintos mercados están imponiendo en materia de trabajo forzoso, de manera que las empresas cuenten con la asesoría necesaria para evitar errores en sus procesos de importación de materias primas que puedan derivar, a futuro, en sanciones o restricciones comerciales. La AHM reafirma con esta actividad su compromiso permanente con el cumplimiento normativo del sector, razón por la cual continúa desarrollando este tipo de encuentros informativos para sus empresas afiliadas.



Tema de Portada

Fanatics y el Club Deportivo Motagua: Cuando la industria viste la pasión del fútbol

Fanatics tiene presencia en Honduras a través de una oficina de sourcing para Latinoamérica.

Fanatics, afiliada a la AHM, es una compañía global de indumentaria deportiva licenciada, fabricante de uniformes y apparel para algunas de las principales ligas deportivas de Estados Unidos, incluyendo MLS, NBA, MLB y NHL, además de fanwear para NFL, MLB y NCAA. Ahora, abre un nuevo capítulo que combina identidad, innovación, desarrollo de producto y una visión más amplia de la marca del Ciclón Azul.

Hay camisetas que sirven para jugar un partido y hay otras que cargan historias, recuerdos, triunfos, generaciones y sentimientos. En el fútbol, vestir nuevos colores —aunque sean los colores de siempre— puede convertirse en la señal de que una nueva etapa está comenzando.

Eso es precisamente lo que representa para el Club Deportivo

Motagua su alianza con Fanatics, empresa afiliada a la Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM) y nuevo proveedor de la vestimenta deportiva del equipo.

El cambio nació de una visión que trascendía la cancha. Motagua buscaba continuar fortaleciéndose deportiva y comercialmente, pero para hacerlo necesitaba encontrar un

aliado capaz de comprender el peso de su historia y, al mismo tiempo, visualizar todo el potencial que existe detrás de una de las marcas deportivas con mayor arraigo en Honduras.

Andrea Atala explica que las conversaciones con Fanatics comenzaron precisamente alrededor de esa posibilidad.

“Desde el inicio nos llamó mucho la atención la dimensión global de Fanatics, su experiencia dentro de la industria deportiva y su capacidad para entender que hoy un club de fútbol va mucho más allá de los 90 minutos”, señala.

Ese entendimiento terminó siendo uno de los factores decisivos.

Motagua no buscaba solamente una compañía capaz de desarrollar una camiseta con condiciones adecuadas de rendimiento. También quería un socio que pudiera acompañarlo en diseño, innovación, producción, disponibilidad, distribución, retail y desarrollo de nuevos productos.

Era, en otras palabras, una decisión

deportiva con una clara dimensión de negocio y posicionamiento.

Una camiseta que tenía que seguir siendo Motagua

Cambiar la indumentaria de un club con una identidad profundamente arraigada implica encontrar un delicado equilibrio entre evolución y tradición. El proceso involucró distintas áreas de Motagua, desde la directiva y mercadeo hasta el equipo deportivo. Calidad, desempeño y comodidad resultaban indispensables para los jugadores, pero igualmente importante era garantizar que el resultado representara a quienes llevan décadas identificándose con el azul profundo del club.

La premisa fue clara desde el principio. “Podés modernizar una camiseta, incorporar nuevos materiales o introducir nuevos elementos de diseño, pero hay cosas que no se negocian: nuestros colores, nuestro escudo y lo que representa vestir la camiseta de Motagua”, afirma Atala.

Por eso, la nueva propuesta buscó una apariencia moderna y limpia sin perder aquellos códigos visuales capaces de provocar un reconocimiento inmediato entre los aficionados. El desarrollo fue resultado de un constante intercambio entre ambas partes. Se analizaron distintas propuestas y se realizaron ajustes hasta encontrar diseños que respondieran a la personalidad del club.



En ese proceso se encontraron dos conocimientos complementarios: Motagua aportó el entendimiento de su historia, su identidad y su afición; Fanatics sumó su experiencia internacional en diseño y desarrollo de productos deportivos. “Esa combinación fue muy importante durante todo el proceso”, destaca Atala.

El resultado debía funcionar en dos escenarios muy diferentes, pero igualmente importantes: competir al más alto nivel dentro de la cancha y representar al club en las calles, las graderías, los hogares y las comunidades donde exista un aficionado motagüense.

Mucho más que once camisetas dentro de una cancha

Uno de los conceptos que atraviesa esta nueva etapa es que la camiseta pertenece tanto al jugador



como al aficionado. Motagua sabe que alrededor de su indumentaria existe una conexión que difícilmente puede medirse únicamente en términos comerciales.

“Al final, la camiseta no solamente la usan once jugadores dentro de una cancha; la usan miles de personas que sienten estos colores”, expresa Atala. Para un seguidor, añade, una camiseta puede representar “identidad, recuerdos, familia y pertenencia”.

Por eso la opinión y el comportamiento del aficionado han sido componentes importantes en esta nueva visión. Desde la presentación oficial, el club ha encontrado precisamente lo que esperaba generar: conversación, expectativa y entusiasmo. Las nuevas prendas comenzaron a aparecer en el estadio, en las calles y en las publicaciones de los seguidores en redes sociales.

Para Motagua, esas imágenes constituyen una de las respuestas más valiosas al lanzamiento.

La recepción inicial también se ha reflejado en el interés por los productos oficiales. Pero la atención de la afición ya no se concentra solamente en la camiseta recién presentada. Las preguntas ahora apuntan hacia lo que sigue. ¿Qué otros diseños vendrán? ¿Habrá nuevas camisetas? ¿Qué productos se incorporarán? ¿Existirán colecciones especiales? Esa expectativa forma parte, precisamente, de lo que Motagua y Fanatics quieren construir alrededor de la marca.

De una camiseta a todo un universo de productos

La visión de la alianza no termina en el uniforme oficial. Uno de los atributos que Motagua encontró especialmente atractivo en Fanatics fue su experiencia desarrollando productos dirigidos a distintos tipos de consumidores deportivos.

El objetivo es que el aficionado tenga cada vez más posibilidades de relacionarse con la marca: distintos productos, estilos, rangos de precio y alternativas para hombres, mujeres y niños, además de potenciales ediciones y colecciones especiales.

“Probablemente es una de las partes que más nos entusiasma de esta alianza. La visión es desarrollar mucho más todo el universo de pro-



ductos Motagua”, comenta Atala.

El potencial es amplio. La historia del club abre la posibilidad de crear prendas vinculadas con momentos memorables, celebraciones, etapas deportivas y símbolos capaces de despertar una conexión emocional entre distintas generaciones de aficionados.

Y es allí donde la experiencia de Fanatics cobra especial relevancia. La empresa entiende el deporte no solo desde la competencia, sino desde la relación que las personas construyen con sus equipos favoritos. Su visión de retail y desarrollo de productos permite imaginar un ecosistema más amplio alrededor del escudo motagüense.

Para el club, este enfoque representa una oportunidad para transformar el entusiasmo deportivo en una experiencia de marca más completa.

Acercar al Motagua a sus aficionados, estén donde estén

El siguiente desafío es llevar ese universo de productos hasta donde se encuentra la afición. Motagua posee una de las bases de seguidores más importantes del país, pero su comunidad no termina en las fronteras hondureñas. Existe también una numerosa presencia de motagüenses en el extranjero, particularmente en Estados Unidos.



La alianza apunta a fortalecer progresivamente los canales que permitan atender a esas comunidades y reducir una dificultad que históricamente han enfrentado muchos aficionados: encontrar productos oficiales y las tallas que necesitan.

El club señala que la planificación de inventarios, la ampliación de puntos y canales de venta y una mayor consistencia en la oferta forman parte de las prioridades de esta nueva etapa. La meta es sencilla de explicar, aunque ambiciosa en su ejecución: que la distancia no se convierta en una barrera para sentirse parte de Motagua.

Es también un planteamiento que refleja cómo ha evolucionado la industria del fútbol. Los clubes contemporáneos compiten por resultados cada fin de semana, pero también construyen marcas, generan contenidos, desarrollan experiencias y crean nuevas maneras de relacionarse con comunidades que pueden encontrarse a miles de kilómetros de su estadio.

“Nuestra prioridad siempre será competir y ganar dentro de la cancha, pero fuera de ella tenemos la responsabilidad de continuar creciendo y profesionalizándonos”, sostiene Atala. “Queremos que Motagua sea un referente tanto deportiva como comercialmente”.

El inicio, no la meta

Las primeras reacciones dejan un balance favorable para Motagua. Hay satisfacción por la recepción de la nueva indumentaria y, especialmente, por el entusiasmo generado entre los seguidores. Sin embargo, dentro del club existe claridad de que el verdadero alcance de la alianza no podrá medirse únicamente por el éxito inicial de una camiseta.

El horizonte es mucho mayor. Fortalecer la marca, ampliar el portafolio, mejorar disponibilidad y distribución, llegar a más seguidores dentro y fuera de Honduras y continuar profesionalizando la

operación comercial son algunos de los objetivos planteados.

“Esto apenas comienza”, resume Atala. “Una alianza de esta naturaleza no se puede evaluar únicamente por el lanzamiento de una camiseta; tenemos que evaluarla por todo lo que logremos construir alrededor de la marca Motagua en los próximos años.”

Esa frase quizá define mejor que ninguna otra el significado de esta nueva etapa. Fanatics no solamente está vistiendo a los jugadores que saltan al terreno de juego. Su alianza con Motagua busca construir nuevas formas de vestir, vivir y llevar los colores del club.

Y aunque cambien los diseños, se incorporen nuevos productos y se escriban nuevos capítulos, hay elementos que permanecen. Andrea Atala lo resume en un mensaje dirigido a quienes ya lucen la nueva camiseta y a quienes próximamente podrán sumarla a su colección: “Los diseños evolucionan y comenzamos nuevos capítulos, pero hay algo que permanece intacto: el orgullo, la historia y la pasión por el escudo de Motagua”.

En esa combinación entre historia y futuro se encuentra la esencia de la alianza. Una nueva camiseta ya está en la cancha. Pero lo que Motagua y Fanatics quieren construir alrededor de ella apenas comienza.

Capacitaciones



Impulso Empresarial: Masterclass 2026

Fortaleciendo las capacidades y el crecimiento de los emprendedores

Continuar fortaleciendo las capacidades de los emprendedores y brindarles herramientas que contribuyan al desarrollo y sostenibilidad de sus negocios ha sido el propósito de la Masterclass 2026 “Impulso Empresarial”, que este año tuvo como lema “Acción, Crecimiento y Avance”.

La jornada integró espacios de formación, intercambio de expe-

riencias y vinculación para cien emprendedores que están en proceso de formación empresarial con el componente de emprendimiento de la Asociación Hondureña de Maquiladores, de los cuales, 24 fueron ya beneficiados con sus escrituras de constitución, dando un paso significativo en el proceso de formalización y consolidación de sus empresas.

En la entrega participaron la Lic. Karen Orellana, representante de Fundación Terra en la Zona Norte; la Lic. María Rivera y el Lic. Carlos González, representantes de la Cámara de Comercio e Industrias de Choloma (CCICH); y, por parte de la Asociación Hondureña de Maquiladores (AHM), la Lic. Walquiria Ochoa y la Lic. Jennifer Blanco.

Como parte del componente formativo de la Masterclass, la Máster Yolany Zepeda desarrolló la conferencia “Visión de Crecimiento: Decisiones que impulsan un emprendimiento”, orientada a destacar la importancia de tomar decisiones estratégicas que permitan a los emprendedores avanzar hacia nuevas etapas de desarrollo y crecimiento.

Posteriormente, el Máster José Araujo impartió la conferencia “Propuesta de Valor e Impacto Financiero”, brindando conocimientos para fortalecer la propuesta de valor de los negocios y comprender su relación con los resultados financieros y la sostenibilidad empresarial.

Ambas conferencias incluyeron espacios de preguntas y respuestas, permitiendo a los participantes profundizar en los temas abordados e intercambiar experiencias directamente con los especialistas.

La Masterclass también contó con espacios de exposición y visita a stands, facilitando la interacción entre los participantes y promoviendo oportunidades para dar a conocer productos, servicios e iniciativas desarrolladas por los emprendedores.

“Impulso Empresarial” representa un espacio orientado no solo a ampliar conocimientos, sino también a motivar a los emprendedores a convertir sus ideas y capacidades en acciones concretas que les permitan fortalecer sus negocios, generar nuevas oportunidades y avanzar hacia un crecimiento empresarial sostenible.

Con iniciativas de formación, acompañamiento y articulación como esta, se continúa promoviendo una cultura emprendedora basada en la preparación, la formalización y el desarrollo de capacidades que contribuyan al crecimiento económico y a la generación de oportunidades.



Capacitaciones



Cintas de Honduras fortalece la preparación de sus colaboradores con entrenamiento en primeros auxilios

conocimientos fundamentales y herramientas prácticas para actuar de manera inicial ante diferentes eventualidades, contribuyendo a fomentar una cultura de prevención, seguridad y cuidado tanto dentro como fuera del entorno laboral.

Durante la jornada, los participantes tuvieron la oportunidad de ampliar sus capacidades para responder ante emergencias y comprender la importancia de estar preparados para actuar de forma responsable cuando una situación lo requiera.

A través de este tipo de iniciativas, Cintas de Honduras reafirma su compromiso con el desarrollo integral de sus colaboradores y con la promoción de entornos laborales más seguros y preparados, reconociendo que invertir en conocimiento y prevención contribuye al bienestar de su equipo y de la comunidad.



Cintas de Honduras desarrolló un Entrenamiento de Primeros Auxilios dirigido a sus colaboradores, con el propósito de fortalecer sus conocimientos y habilidades para brindar una respuesta oportuna y adecuada ante posibles situaciones de emergencia.

La capacitación fue impartida por personal del Cuerpo de Bomberos de Honduras, quienes compartieron

Capacitaciones



TEGRA impulsa el desarrollo de competencias por medio de su “AI Productivity Program”

Tegra, a través de su área de Capacitaciones y Mejora Continua, continúa fortaleciendo las capacidades de su talento humano mediante iniciativas orientadas a responder a los nuevos desafíos del entorno laboral y tecnológico.

Como parte de este compromiso, la compañía presentó el IA Productivity Program, un programa de entrenamiento de cuatro semanas dirigido a coordinadores, jefes y gerentes, con el objetivo de desarrollar conocimientos y habilidades prácticas para el uso de diversas herramientas de Inteligencia Artificial.

La iniciativa busca que los participantes conozcan y aprovechen un ecosistema de soluciones tecnológicas capaces de incrementar la



productividad, estimular la creatividad, optimizar procesos y contribuir a una mejor toma de decisiones en sus respectivas áreas de trabajo.

El programa es liderado por la Ing. Berenice Mejía y desarrollado por un equipo previamente capacitado en estas tecnologías, generando un espacio de aprendizaje, práctica y aplicación enfocado en incorporar la

Inteligencia Artificial como una herramienta estratégica dentro de las funciones diarias.

Con este tipo de iniciativas, Tegra reafirma su apuesta por la formación continua, la innovación y el desarrollo de competencias que permitan a sus colaboradores generar mayor valor y adaptarse a las nuevas dinámicas del entorno empresarial.



Del Mar Apparel celebra la graduación de la cuarta promoción de “Avanzando con Del Mar”



Puerto Cortés. Del Mar Apparel S.A., en alianza estratégica con el Instituto Hondureño de Educación por Radio (IHER), celebró la graduación de la cuarta promoción de su programa educativo interno “Avanzando con Del Mar”, mediante el cual un grupo de colaboradores culminó exitosamente sus estudios como Bachilleres en Ciencias y Humanidades.

La ceremonia representó un momento significativo para los nuevos graduados, sus familias y la empresa, al reconocer el esfuerzo, la perseverancia y el compromiso demostrado durante su proceso de formación académica.

“Avanzando con Del Mar” es una iniciativa de Responsabilidad Social Empresarial creada para promover la superación académica y el crecimen-

to personal de los colaboradores que forman parte de las áreas operativas y administrativas de la compañía.

El programa nació con el propósito de reducir las barreras de acceso a la educación media, ofreciendo horarios flexibles, herramientas de aprendizaje y el acompañamiento metodológico del sistema IHER, facilitando que los participantes pudieran combinar sus responsabilidades laborales con sus estudios.

Durante la ceremonia, las autoridades de Del Mar Apparel S.A. manifestaron su orgullo por este importante logro y entregaron reconocimientos especiales a los estudiantes que sobresalieron por su excelencia académica.

Con la graduación de esta cuarta promoción, la empresa reafirma su compromiso con el desarrollo profesional y humano de sus colaboradores, así como con el fortalecimiento de las comunidades de Puerto Cortés y sus alrededores.

Esta iniciativa demuestra que la educación, acompañada del respaldo empresarial, constituye una herramienta fundamental para generar mejores oportunidades laborales, transformar vidas y contribuir positivamente al desarrollo de la sociedad.

Del Mar Apparel S.A. felicitó a los nuevos Bachilleres en Ciencias y Humanidades, quienes alcanzaron un nuevo peldaño en su formación y se preparan para continuar avanzando hacia nuevas metas personales y profesionales.



Capacitación

PACASA fortalece las habilidades de servicio al cliente de su equipo de logística

PACASA desarrolló una jornada de capacitación sobre servicio al cliente, dirigida a su equipo de Logística, específicamente al personal encargado de las entregas y operaciones de Tráfico.

La actividad se realizó simultáneamente a nivel nacional con el apoyo de PROCINCO y de un capacitador externo, lo que permitió brindar una amplia cobertura y fortalecer los conocimientos del personal en esta importante área.

Esta iniciativa forma parte de un programa integral de capacitación que PACASA implementa desde hace tres años para su equipo de Tráfico, con el propósito de desarrollar

habilidades blandas que contribuyan a mejorar la atención, la comunicación y la experiencia de sus clientes.

La empresa expresó su satisfacción por continuar impulsando estos espacios de aprendizaje, orientados al crecimiento profesional y personal de sus colaboradores, así como al fortalecimiento de la calidad del servicio que ofrece.

Al finalizar la capacitación, los participantes recibieron un kit de cuidado personal, gracias a la alianza entre PACASA e Industrias Chamer, como un reconocimiento a su compromiso y participación durante la jornada.





Fruit of the Loom realiza importante donación de computadoras y equipo industrial al Centro Técnico Honduras Corea de San Pedro Sula

Como parte de su compromiso con el desarrollo de las comunidades y el fortalecimiento de la educación técnica en Honduras, Fruit of the Loom, a través del equipo de Mazapán del Centro de Distribución, realizó en agosto de 2026 una importante donación al Centro Técnico Honduras Corea de San Pedro Sula, destinada a fortalecer los procesos de formación académica y práctica de sus estudiantes.

La donación consistió en 20 computadoras para la implementación

de un laboratorio de informática, además de diverso equipo industrial que permitirá ampliar las oportunidades de aprendizaje práctico en las diferentes carreras técnicas que ofrece la institución. Entre los equipos entregados se encuentran una maquinaria industrial tipo Pallet Dispenser, una sierra de banco, dos máquinas roscadoras, un taladro de banco y una hidrolavadora de agua caliente.

Estos recursos contribuirán significativamente a mejorar las condicio-

nes de aprendizaje de los estudiantes y a fortalecer sus competencias técnicas, al brindarles acceso a herramientas y tecnologías utilizadas en entornos industriales reales, favoreciendo así una preparación más alineada con las necesidades actuales del mercado laboral.

El valor estimado de la donación supera los L 433,000.00, una inversión que refleja el compromiso de Fruit of the Loom con iniciativas capaces de generar un impacto positivo en las comunidades y respaldar

a instituciones educativas que desempeñan un papel fundamental en la formación del talento humano del país.

Durante la entrega estuvieron presentes, por parte de la Municipalidad de San Pedro Sula, Kathya Amador, Kevin Pérez, Jorge Ávila y Luis Hernández; y, por parte del Centro Técnico Honduras Corea, Osman Moya. Todos acompañaron esta iniciativa orientada a generar mayores oportunidades de formación para la población estudiantil.

Esta acción es resultado del esfuerzo y liderazgo del equipo de Mazapán del Centro de Distribución, cuyos integrantes impulsaron la iniciativa con el propósito de fortalecer las capacidades educativas del Centro Técnico Honduras Corea y contribuir al desarrollo integral de sus estudiantes, reafirmando así el compromiso de Fruit of the Loom con la educación, la formación técnica y el bienestar de las comunidades donde mantiene presencia.

Para Fruit of the Loom, contribuir al desarrollo educativo y social de las comunidades constituye una responsabilidad compartida. Por ello, mediante acciones como esta, la empresa continúa respaldando proyectos que promueven la educación, el desarrollo de competencias técnicas y la generación de nuevas oportunidades de crecimiento para las futuras generaciones de Honduras.



Las autoridades, docentes y estudiantes del Centro Técnico Honduras Corea expresaron su agradecimiento a Fruit of the Loom por esta significativa contribución y destacaron que los equipos tecnológicos e industriales fortalecerán los procesos de enseñanza y aprendizaje. Asimismo, señalaron que estos recursos permitirán ampliar las oportunidades de formación práctica para cientos de estudiantes, preparándolos con conocimientos, herramientas y habilidades acordes con las demandas de la industria.

Esta alianza evidencia cómo la colaboración entre la empresa privada,



las instituciones educativas y las autoridades locales puede traducirse en oportunidades concretas de desarrollo, fortaleciendo la educación técnica y la preparación del talento humano que contribuirá al crecimiento económico y social de Honduras.



RSE

Tecno Supplier, junto a las empresas de RCJ Corporación y Fundación Estelita Joch, se suma a la celebración del Día del Abuelo



San Pedro Sula, Honduras. — Tecno Supplier, junto a las empresas que conforman RCJ Corporación y Fundación Estelita Joch, participó en la celebración del Día del Abuelo, organizada por ECOSOCIAL y la Municipalidad de San Pedro Sula. La jornada reunió a 720 adultos mayores en un espacio dedicado a reconocer su trayectoria, legado y contribución a la sociedad.

Como parte de esta iniciativa, colaboradores de las distintas empresas del grupo se sumaron a través del programa de voluntariado corporativo para acompañar, atender y compartir con los adultos mayores du-

rante la jornada. Asimismo, cada uno de los participantes recibió MarySal, marca hondureña de sal para consumo de las familias, comercializada por Centroquim, empresa de RCJ Corporación.

La actividad representó una oportunidad para reconocer y retribuir, desde la cercanía y el servicio, el aporte de una generación que con su trabajo, experiencia y valores ha contribuido al desarrollo de nuestras familias y comunidades.

Para Tecno Supplier y RCJ Corporación, participar en este tipo de iniciativas fortalece una cultura de servicio



y participación, al tiempo que permite involucrar a sus colaboradores y acercar las marcas del grupo a las comunidades de una manera cercana y significativa.

A través de Fundación Estelita Joch, brazo social de RCJ Corporación, y de su programa de voluntariado corporativo, el grupo continuará sumando esfuerzos con instituciones y organizaciones para impulsar iniciativas orientadas al bienestar de las personas y las comunidades.

Acerca de Tecno Supplier

Tecno Supplier es una empresa hondureña con 28 años de trayectoria, especializada en la importación, transformación, distribución y comercialización de materias primas químicas y productos especializados para diversos sectores productivos de Centroamérica y el Caribe. Forma parte de RCJ Corporación y desarrolla sus iniciativas de impacto social a través de Fundación Estelita Joch, promoviendo programas relacionados con educación, inclusión, bienestar y desarrollo comunitario.

Contacto: Rachel Henríquez
+504 99971782
henriquez.rachel@rcjcorp.hn



Salud

RKI Honduras realizó, en julio, su Campaña de Donación de Sangre, una iniciativa solidaria en la que 15 asociados se sumaron de manera voluntaria, demostrando su generosidad y compromiso con esta noble causa.

La jornada contó con el apoyo del equipo de médicos y enfermeras de la empresa, así como de la Cruz Roja Hondureña, quienes acompañaron el proceso y contribuyeron al desarrollo seguro de la actividad.

A través de esta campaña, RKI Honduras reafirma su compromiso con la solidaridad y el bienestar de la comunidad, promoviendo acciones que, mediante el trabajo conjunto, pueden contribuir a salvar vidas y generar un impacto positivo.

RKI Honduras realiza campaña de donación de sangre



Salud

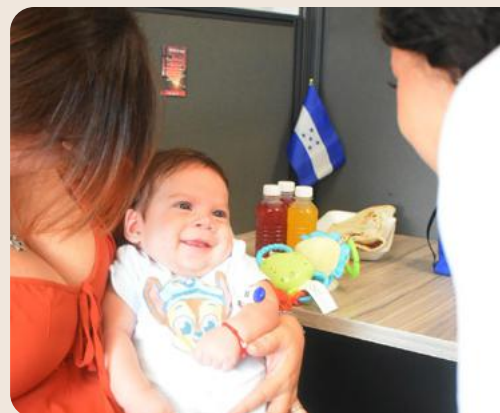


UTEXA realiza su Primera Feria de la Salud 2026 y brinda 255 atenciones médicas a colaboradores y familiares



Como parte de su compromiso con el bienestar integral de sus colaboradores y sus familias, UTEXA llevó a cabo su primera Feria de la Salud 2026, una iniciativa orientada a fomentar la prevención, la educación y la adopción de hábitos saludables.

La jornada fue liderada por la Dra. Cristian Melissa Domínguez, médico de planta de la empresa, en coordinación con el equipo de Recursos Humanos y un grupo de voluntarios, quienes unieron esfuer-



zos para desarrollar esta actividad en beneficio de la comunidad laboral y sus familias.

Durante la feria se brindaron un total de 255 atenciones médicas, facilitando el acceso a diversas especialidades y servicios de salud, entre ellos pediatría, medicina interna, medicina general, nutrición, medicina estética, sueroterapia, oftalmología, vacunación y odontología. Asimismo, los asistentes tuvieron acceso a revisiones preventivas del cuero cabelludo y lunares.

Como parte de las actividades, se habilitó un área recreativa para niños, brindando a las familias un espacio de convivencia y entretenimiento mientras los colaboradores y sus familiares recibían atención médica.

Con esta primera edición de la Feria de la Salud, UTEXA reafirma su compromiso de impulsar iniciativas que contribuyan al cuidado integral de las personas, promoviendo una cultura organizacional basada en la prevención, la salud y la calidad de vida.



Bajo el lema «La fuerza de UTEXA es tu salud», la empresa continúa fortaleciendo sus acciones orientadas a procurar el bienestar de sus colaboradores y sus familias, reconociendo en su talento humano uno de los pilares fundamentales de su desarrollo.

Conecta con noticias, proyectos y tendencias que mueven nuestra industria

Descubre la tercera edición 2026

 www.zipodemos.ahm-honduras.com

