

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

EMBAJADA DE ESTADOS UNIDOS EN

HONDURAS

SUSTENTADO POR:

EMY CATALINA RAMIREZ GUTIERREZ

21641311

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

ABRIL, 2020

Índice General

Dedicatoria.....	I
Agradecimientos	II
Resumen Ejecutivo	III
Introducción.....	V
1. Capítulo I.....	1
1.1 Objetivos de la práctica profesional	1
1.1.1 Objetivo general.....	1
1.1.2 Objetivos específicos	1
1.1 Datos generales de la empresa.....	2
1.2.1 Reseña histórica	2
1.2.2 Misión	3
1.2.3 Visión.....	3
1.2.4 Valores	3
1.2.5 Organigrama	4
2. Capítulo II	5
2.1 Actividades a realizar	5
2.1.1 Capacitaciones y Cursos Recibidos	5
2.1.2 Actualización de Directorio de Proveedores de Servicios (Business Service Providers).....	6
2.1.3 Reuniones Sección Comercial	7
2.1.4 Exoneraciones	8
2.1.5 Función administrativa de la Sección Comercial.....	8
2.1.6 Feria Educativa Virtual	9
3. Capítulo III	10
3.1 Propuesta 1: Seguimiento a Clientes	10

3.1.1 Antecedentes	10
3.1.2 Descripción de la propuesta	11
3.1.3 Impacto de la propuesta.....	12
3.2 Propuesta 2: Actualización y Promoción del Directorio de Proveedores de Servicio	13
3.2.1 Antecedentes	13
3.2.2 Descripción de la propuesta	14
3.2.3 Impacto de la propuesta	15
4. Capítulo IV	16
4.1 Conclusiones.....	16
4.2 Recomendaciones	17
4.2.1 Recomendaciones para el Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras.....	17
4.2.2 Recomendaciones para la Universidad Tecnológica Centroamericana	18
4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes que realizarán su práctica en el Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras	18
Bibliografía.....	19
Glosario	21
Anexos.....	23

Dedicatoria

El presente informe está dedicado:

A MI MADRE que siempre me ha brindado el apoyo para seguir adelante y en cada una de mis decisiones, por brindarme la mejor educación, por sus palabras de aliento en cada etapa de mi vida, por enseñarme valores y, sobre todo, por ser un ejemplo de lucha diaria. Gracias por tu esfuerzo, sacrificio y amor incondicional.

A MIS PROFESORES por enriquecerme con todos sus conocimientos, que han contribuido enormemente en mi desarrollo profesional. Profesores que además de brindar conocimientos profesionales, también brindan consejos de vida con amor que quedan plasmados en nosotros, que se convierten en amistades y nos observan crecer y madurar al pasar los años.

Agradecimientos

Agradezco a Dios, por todas las bendiciones que me ha brindado a lo largo de mi vida, y permitirme culminar uno de los logros más importantes, por llenarme de sabiduría y ser la guía de mi camino.

Agradezco a mis familiares y amigos que siempre me han otorgado su apoyo incondicional y no han dudado de mi potencial, que me han dejado experiencias inolvidables y han hecho de este camino agradable.

Agradezco a Lic. Claudette Cubero, por ser comprensiva, por su flexibilidad y su capacidad de guiarnos por el camino correcto. Agradezco a todos los catedráticos que he tenido durante lo largo de mi carrera, que han sido fundamentales para mi desempeño profesional. Especialmente al Lic. Armando Boquín quien ejerce sus clases con total dedicación y amor, una excelente persona en todos lo sentidos y un excelente mentor.

Agradezco a la Universidad Tecnológica Centroamérica y a la Embajada de Estados Unidos en Honduras, por brindarme la oportunidad de ejercer mi práctica profesional, enriquecer mis conocimientos, crecer como persona y brindarme una inolvidable etapa de mi vida.

Resumen Ejecutivo

El informe que se presenta a continuación fue elaborado con el objetivo de resaltar los aspectos más importantes de las expectativas y el conocimiento adquirido durante el periodo de práctica profesional en la Embajada de los Estados Unidos de América en Honduras. La duración de la práctica fue de 10 semanas iniciando en el mes de febrero y finalizando en el mes de abril, previo a la obtención del título de Licenciatura en Relaciones Internacionales en la Universidad Tecnológica Centroamericana.

El presente informe detalla cada actividad realizada en el Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos de América en Honduras, cuya misión es llevar a cabo relaciones bilaterales con Honduras, incluyendo el apoyo a la democracia y el respeto a los derechos humanos por parte de los estadounidenses. Además, proporcionan el contacto por el cual los Estados Unidos pueden explicar las posiciones de política de los EE. UU sobre una variedad de temas al Gobierno de Honduras (Export.gov - Helping U.S companies to export, 2017). El Departamento Comercial es el encargado de promover las exportaciones de bienes y/o servicios de los EE. UU al mercado hondureño y la inversión interna en los EE. UU. Impulsando el comercio en una gama de industrias dentro de las cuales se destacan: productos de consumo general, ropa/maquinaria textil, alimentos procesados, materiales y maquinaria, industrias turísticas, etc.

(The Observatory of Economic Complexity: OEC, 2017) Indica que:

“Los principales destinos de las exportaciones de Honduras son los Estados Unidos (\$4,86 Mil millones), El Salvador (\$578 Millones), Nicaragua (\$500 Millones), Alemania (\$463 Millones) y México (\$328 Millones). Los principales orígenes de sus importaciones son los Estados Unidos (\$3,76 Mil millones), China (\$1,26 Mil millones), El Salvador (\$778 Millones), Guatemala (\$732 Millones) y México (\$720 Millones).”

Siendo Estados Unidos el socio comercial más influyente e importante para Honduras, la oportunidad de realizar la práctica profesional dentro de la Embajada Americana fue de beneficio para conocer a profundidad cómo surgen las relaciones comerciales. Entre las principales responsabilidades asignadas por parte del Departamento se encontraban: actualizar la plataforma de datos del Directorio de Proveedores de Servicio, brindar apoyo en las fases de preparación, desarrollo y seguimiento de las reuniones de la Sección Comercial, trabajar en la logística y preparación del evento “Feria Educativa Virtual”.

El comercio internacional se ha convertido en uno de los pilares fundamentales de la economía mundial, beneficiando a los países involucrados mutuamente al posicionar mejor sus productos y/o servicios, e ingresar a mercados extranjeros.

“Con el comercio internacional nacieron los mercados internacionales y la interdependencia entre los países, tanto en sus formas de producción como en la asignación de recursos (que y cuanto producir de cada bien), cada país se especializa en aquellas actividades en las que tiene ventajas comparativas. Es este principio el que rige el ámbito económico en el mundo y en función del cual se crean las Teorías de Comercio Internacional, sobre cuyas bases se estructuran las Políticas de Comercio Internacional.” (Inter-American Seminar on Transportation Infrastructure as a Factor in Integration et al., 1995)

El comercio internacional fomenta la competencia, puesto que los países tienen el incentivo de estar en constante innovación y buscar la reducción de costos para seguir manteniendo su ventaja competitiva respecto al exterior. Es por lo que, la realidad económica actual no puede desligarse del comercio internacional como ser una actividad que promueve el desarrollo y bienestar de las naciones, aunque la tendencia de la globalización tenga sus “pros y contras”. Sin olvidar que las desigualdades socioeconómicas surgen debido a las dinámicas impuestas por países hegemónicos, también se debe reconocer que las relaciones internacionales son de gran relevancia para el campo comercial, político y cultural.

Desde su origen, la actividad comercial ha logrado satisfacer todas las demandas, y por ende las necesidades más importantes de la población mundial, dado que sin importar si son países que se encuentran en vía de desarrollo, desarrollados, industrializados, etc. todos requieren mutuamente. La importancia de un buen desempeño de las relaciones internacionales en desarrollo tanto político, comercial, cultural a nivel mundial es primordial hoy en día para el logro del desarrollo integral de las naciones.

Introducción

Las embajadas tienen como facultad, según lo estipulado en la Convención de Viena sobre Relaciones Diplomática de 1961, transmitir comunicaciones y mensajes de su gobierno al gobierno del país donde se está representando y viceversa e incluso, preparar tratados y visitas de Estado para promover la economía y cultura. (Mondragrón, 2017) Es interesante conocer cómo funcionan las relaciones bilaterales de los países, las embajadas son una pieza fundamental para fomentar la integración con las autoridades e instituciones juntas con las del país receptor para el logro de los objetivos principalmente, su política exterior. Asimismo, promover vínculos con sectores empresariales, académicos, parlamentarios, culturales y con la sociedad civil. La Embajada de Estados Unidos en Honduras ha sido crucial para ampliar y fortalecer la relación comercial entre ambos países, así como también la cooperación económica, a través de contactos directos con empresarios y asociaciones de empresas hondureñas a fin de promocionar los productos que tienen por ofrecer los estadounidenses.

El propósito del siguiente informe es aplicar los conocimientos adquiridos durante el periodo universitario, para poder implementar propuestas de mejora que sean eficientes dentro de la embajada americana.

El siguiente informe está dividido en cuatro capítulos:

- Capítulo I: Se establecen los objetivos de realizar la práctica profesional en la Embajada de Estados Unidos en Honduras, así como los datos generales de la misma y su reseña histórica.
- Capítulo II: Se detallan cada una de las actividades a realizar en el departamento de Comercio de la Embajada de Estados Unidos en Honduras, y la importancia de estas.
- Capítulo III: Se identifica y establece las oportunidades de mejoras en el área de Comercio de la Embajada de Estados Unidos en Honduras y el impacto que tendrán estas propuestas.
- Capítulo IV: Se indica el cumplimiento de los objetivos planteados al inicio y se establecen propuestas de mejora para la Sección Comercial de la Embajada de EE. UU en Honduras.

1. Capítulo I

En el presente capítulo se muestran los objetivos tanto generales como específicos de la práctica profesional aplicándose a través de los conocimientos académicos; se enmarca los datos generales, reseña histórica, misión, visión, valores, y organigrama que conforman la estructura de la Embajada Americana.

1.1 Objetivos de la práctica profesional

1.1.1 Objetivo general

Aplicar los conocimientos, técnicas y métodos adquiridas a lo largo de la formación académica, afianzando una actitud de ética profesional y, poder contribuir con las habilidades investigativas y de manejo de la información de manera eficiente para las empresas americanas dispuestas a invertir en Honduras.

1.1.2 Objetivos específicos

- Aplicar a la realidad organizacional habilidades analíticas que permitan realizar aportes factibles a las áreas de oportunidad que se detecten dentro del área de trabajo, para facilitar el cumplimiento de las tareas asignadas en el departamento de Comercio.
- Adquirir experiencia en el desarrollo y ejecución de proyectos en el departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras que conceda desarrollar habilidades, trabajo en equipo, responsabilidad y liderazgo para poder ser de beneficio para el área Comercial.
- Desarrollar la capacidad para el análisis de problemas, formulación de alternativas, que contribuya al desarrollo de propuestas de mejora con el fin de lograr que exista mayor eficiencia y se faciliten los métodos de trabajo en el departamento de Comercio.

1.1 Datos generales de la empresa

1.2.1 Reseña histórica

La Embajada de los Estados Unidos trabaja para fortalecer las capacidades del gobierno para prevenir y responder ante violaciones de derechos humanos, mejorar las políticas laborales y de derechos humanos, apoyar los esfuerzos de las víctimas y de comunidades vulnerables para asegurar la justicia, y consolidar los esfuerzos de la sociedad civil para mejorar la situación de derechos humanos en Honduras. (Embajada de Estados Unidos en Honduras, 2014)

Entre los problemas de derechos humanos más serios en el país de Honduras se encuentra, la debilidad institucional del sistema judicial que ocasionan impunidad generalizada, por ende, genera corrupción, elementos de criminalidad organizada, entre otros, además de condiciones crueles en las prisiones, que en algunas ocasiones atentan contra la vida del ser humano.

La promoción del respeto de los derechos humanos es una de las mayores prioridades del Gobierno de los Estados Unidos en Honduras. La embajada de los Estados Unidos apoya el trabajo del Gobierno de Honduras y de la sociedad civil para integrar el tema de derechos humanos como una prioridad en las tareas de las instituciones gubernamentales y para afrontar las causas que dan a origen a las violaciones de los derechos humanos como ser, la inequidad, la impunidad y la injusticia.

El departamento de Comercio de los Estados Unidos fue creado el 14 de febrero de 1903 como “el Departamento de Comercio y Trabajo de los Estados Unidos y renombrado el 4 de marzo de 1914 ha como es conocido en la actualidad.¹ La misión del Departamento es “promover la creación de empleos y mejorar el nivel de vida de los estadounidenses a través de la creación de infraestructuras que promocionen el crecimiento económico, la competitividad tecnológica y el desarrollo sostenible”.

¹ Ver Anexo 1 Logotipo de la Sección Comercial.

1.2.2 Misión

La misión de los Estados Unidos en Honduras es llevar a cabo relaciones bilaterales con Honduras incluyendo el fomento de los valores democráticos y respeto por los derechos humanos; seguridad y prosperidad; mejoramiento en la salud y el medio ambiente; cooperación antinarcoóticos; y asuntos de comercio e inversión. (Embajada de Estados Unidos en Honduras, 2014)

1.2.3 Visión

La Embajada de Estados Unidos en Honduras se encarga de proveer el apoyo a compañías estadounidenses que buscan hacer negocios en Honduras y asistencia consular a ciudadanos estadounidenses que viajan a Honduras. (Embajada de Estados Unidos en Honduras, 2014)

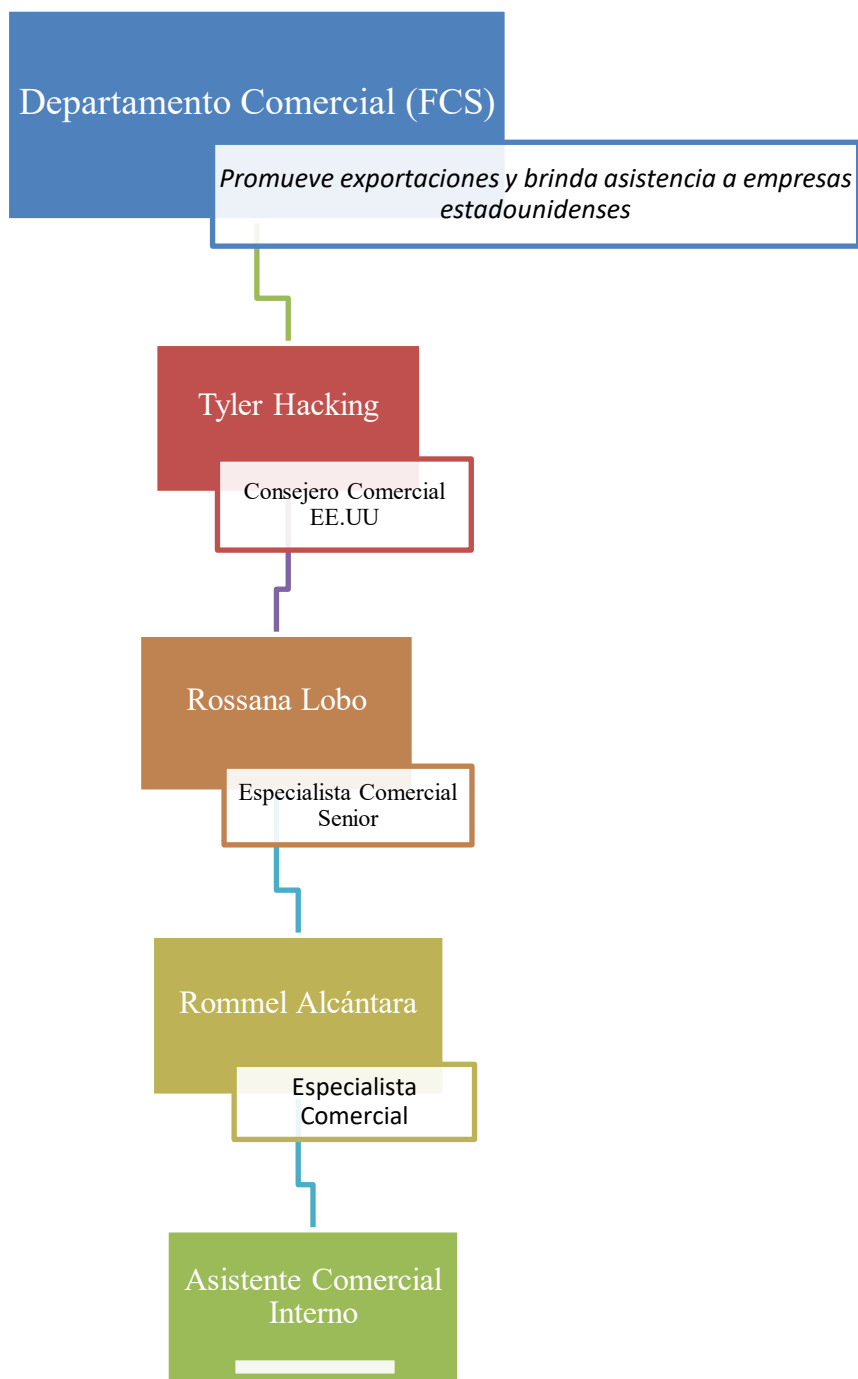
1.2.4 Valores

- Respeto a los Derechos Humanos
- Políticas Laborables
- Justicia
- Sociedad Civil

(Embajada de Estados Unidos en Honduras, 2014)

1.2.5 Organigrama

Figura 1: Organigrama donde fue realizada y ejecutada la práctica profesional.



Fuente: Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras.

2. Capítulo II

El presente capítulo profundiza el contexto en donde se realizó el periodo de práctica profesional, en la Sección Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras. En el lapso formativo profesional se realizaron múltiples actividades que llevó al desarrollo de la formación académica en la Universidad Tecnológica Centroamericana, logrando adquirir nuevos conocimientos mediante nuevos retos, que enriquecieron la formación personal.

2.1 Actividades a realizar

El departamento Comercial de la Embajada de los Estados Unidos se encarga de promover las exportaciones de bienes y/o servicios de EE. UU al mercado hondureño y la inversión interna en los EE. UU. Está conformado por un consejero comercial, dos especialistas comerciales, y un asistente comercial interno, tomando mi persona este puesto. El departamento ofrece a las empresas estadounidenses una amplia gama de servicios diseñados para promover las exportaciones estadounidenses a Honduras, en estrecha colaboración con colegas de América Central para ejecutar la estrategia de exportación regional.

El Departamento Comercial es el encargado de brindar ayuda en situaciones como: una empresa estadounidense que esté evaluando el potencial de mercado, se encuentre con una barrera comercial, o esté en busca de identificar oportunidades comerciales y nuevos socios comerciales, el Departamento Comercial está designado para asesorar y ayudar a introducir los productos y servicios al mercado hondureño y viceversa, ayudando a las empresas hondureñas a encontrar los mejores proveedores estadounidenses en base a sus necesidades.

A continuación, se detallan en orden cronológico las actividades realizadas para el Departamento Comercial.

2.1.1 Capacitaciones y Cursos Recibidos

Durante el periodo de la práctica profesional, fueron recibidas capacitaciones y cursos, todos con duración de una hora por un solo día, que están relacionados con el campo de trabajo:

- La primera capacitación recibida fue la de “Orientación sobre Ética para el nuevo personal contratado localmente”, en donde se instruyó todas las conductas esperadas, las normas de la institución y las áreas de acceso restringido.
- El segundo curso recibido fue “Inteligencia y Seguridad”² cuyo objetivo es instruir la forma correcta de utilizar la plataforma de Departamento de Estado, los riesgos de compartir, recibir, la información clasificada y la responsabilidad de dicha información.
- El tercer curso recibido fue “Seguridad Cibernética”³, cuya finalidad es instruir a la utilización correcta de la computadora como herramienta de trabajo, desde los archivos que se permiten descargar y los que no y cómo clasificar la información en los distintos archivos que usa el Departamento de Estado.

2.1.2 Actualización de Directorio de Proveedores de Servicios (Business Service Providers)

El directorio de Proveedores de Servicios Comerciales (BSP) está diseñado para ayudar a las empresas estadounidenses a identificar proveedores de servicios profesionales para ayudarlos en la evaluación y financiamiento de una transacción de exportación, durante la práctica profesional se brindó apoyo en la actualización de este. Existen empresas en Honduras que ofrecen servicios profesionales a empresas extranjeras y nacionales por igual. (Export.gov - Helping U.S companies to export, 2017) El directorio se encuentra en el sitio web www.export.gov/honduras ⁴en donde se brinda acceso a la lista de proveedores de servicios comerciales, grupos de empresas que ofrecen servicios útiles para los inversionistas y exportadores estadounidenses interesados en Honduras.

Para poder formar parte del directorio, se ha realizado en el periodo de práctica profesional, una invitación de manera digital a las empresas hondureñas que deseen promocionar sus servicios por medio del sitio web, el cual es visitado por una gran cantidad de empresarios e inversionistas estadounidenses y locales interesados en explorar oportunidades de negocios en Honduras.⁵ Posteriormente aceptada la invitación

² Ver Anexo 2: Inteligencia y Seguridad

³ Ver Anexo 3: Seguridad Cibernética

⁴ Ver Anexo 4 Directorio de Proveedores de Servicio

⁵ Ver Anexo 5 Invitación al Directorio de Proveedores de Servicio

por parte de las empresas hondureñas, se procede a realizar un Acuerdo de Participación en el programa en el cual las empresas ejecutan su pago.

El directorio de proveedores de servicio incluye:

- Un año de publicidad (Al finalizar el año, la empresa puede renovar su Acuerdo de Participación).
- Logotipo y descripción de la empresa.
- Información de contacto de la empresa.

El directorio ofrece a las empresas la elección de establecer sus servicios y/o productos en las categorías disponibles. Las categorías disponibles más utilizadas son:

- Contabilidad y Auditoría, Impuestos y Servicios
- Banca y Finanzas
- Recursos Humanos
- Servicios Jurídicos
- Hospitales, Clínicas y Servicios de Salud
- Hoteles y Salas de Reuniones
- Alquiler de oficinas
- Servicios Inmobiliarios
- Traducción e interpretación

Seguidamente de haber creado el Acuerdo de Participación y que el pago ha sido efectuado por la empresa, se procede a realizar un Formulario de Inscripción, en el cual se incluye los datos proporcionados por la empresa (contacto, breve descripción de la empresa y la categoría seleccionada). Finalizado el Formulario de Inscripción, se publica y la empresa forma exitosamente parte del Directorio de Proveedores de Servicios Comerciales.

2.1.3 Reuniones Sección Comercial

Durante la práctica profesional, se asignó la función de revisar los horarios disponibles en las agendas de cada uno del personal, para convocar a los involucrados cada martes que la Sección Comercial realiza una reunión de personal de la oficina.⁶ El

⁶ Ver Anexo 7 Reuniones Sección Comercial

objetivo de la reunión es detallar las actividades que se realizaron durante la semana y destacar las actividades futuras de cada uno del personal del departamento como ser los eventos y reuniones que tiene cada jefe, se detallaban cuáles eran las asignaciones o reuniones pendientes y, al finalizar, se realiza una retroalimentación y recomendaciones de las actividades en las cuáles están trabajando.

2.1.4 Exoneraciones

Una de las principales asignaciones fue realizar Exoneraciones, mediante la Plataforma Administradora de Módulos de Exoneraciones de Honduras (PAMEH), debido a que la Embajada de Estados Unidos es una Misión Diplomática, está exonerada de pagar impuestos por parte del Gobierno de Honduras.

Las exoneraciones son realizadas una vez al mes, y se lleva a cabo el siguiente proceso: primero se emite la Factura Proforma en donde se registra la orden de compra, se indica quién es el beneficiario, se detalla la orden de compra y se menciona el servicio (internet) del cual está siendo exonerado y luego se envía a la plataforma PAMEH para ser aprobada. Después de haber sido aprobada, se remite a la Oficina de Servicios Generales (GSO) para sellar la hoja con el sello oficial de la embajada y, poder hacer la liquidación. Al finalizar la liquidación de las órdenes de compra del Departamento de Comercio, se presentan ante el Servicio de Administración de Rentas (SAR).

2.1.5 Función administrativa de la Sección Comercial

La principal función administrativa de la Sección Comercial es la generación de accesos a las instalaciones de la embajada americana para aquellos visitantes que requieran información y asistencia para agendar reuniones con los diversos jefes de la Sección Comercial para discutir temas de inversión con compañías de los Estados Unidos de América en Honduras, además de esto se solicitaba vehículos debidamente autorizados como medio de transporte seguro para la asistencia y representación ante las empresas privadas y públicas de Honduras, en lugares exteriores de la embajada. Todo ello se realizó mediante la plataforma del departamento de Estado llamada “My Services”.⁷

⁷ Ver Anexo 7 Plataforma “My Services”

2.1.6 Feria Educativa Virtual

Durante el periodo de práctica profesional, se llevó a cabo un evento llamado “Virtual Education Fair”⁸, en donde participaron universidades y colleges de Estados Unidos con el fin de promocionar sus programas de estudios, y escuelas de Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba y Roatán, también estuvieron participando escuelas de El Salvador, Guatemala y Nicaragua.

El evento fue dirigido especialmente a los Orientadores Académicos y a los Consejeros Estudiantiles, con el objetivo de brindarles un panorama más amplio al momento de asesorar a sus alumnos que buscan estudiar en el extranjero, especialmente en Estados Unidos, el evento tuvo una duración de 4 horas y un total de 6 colleges y universidades de Estados Unidos y 26 participantes de Honduras. Se contactó a las escuelas mediante una invitación por correo electrónico. Las escuelas de Tegucigalpa asistieron presencialmente a la Embajada de Estados Unidos en Honduras y las escuelas de San Pedro Sula, La Ceiba y Roatán y las demás de la región Centroamericana estuvieron presentes de manera virtual.

La Feria Educativa tuvo como parte del programa una oradora de la Sección Consular de la Embajada Americana, en donde los consejeros u orientadores tuvieron la oportunidad de realizar preguntas con respecto a temas como las “visas de estudiante”. El objetivo de la Feria Educativa fue lograr generar lazos de contacto con escuelas de la región centroamericana y universidades y colleges de Estados Unidos, con el propósito de promover los programas de educación americanos y fomentar enlaces comerciales.

⁸ Ver Anexo 8 “Virtual Education Fair”

3. Capítulo III

El siguiente capítulo aborda una serie de propuestas de mejoras para el Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras, realizadas a partir de un amplio análisis de las funciones y estructuras del departamento en el marco de las funciones encargadas a realizar y considerando que serán de contribución para mejorar la eficiencia del funcionamiento de la sección comercial.

3.1 Propuesta 1: Seguimiento a Clientes

3.1.1 Antecedentes

El Departamento Comercial de la Embajada Americana en Honduras ofrece una gama de servicios y programas para ayudar a las empresas estadounidenses a exportar bienes y servicios al exterior, identificar oportunidades comerciales, encontrar socios comerciales locales, promocionar sus productos y servicios, lanzar su empresa al mercado y obtener valiosos informes de investigación de mercado, derivados de las industrias de la Sección Comercial. ⁹

Las industrias de la Sección Comercial son manejadas por la Especialista Comercial Senior y por el Especialista Comercial, ambos se encargan de encontrar clientes potenciales para dichas industrias, brindarles el asesoramiento necesario e incluso entablar reuniones para que surja la negociación, todo ello con el objetivo de generar lazos comerciales. La Sección Comercial establece metas para cada elemento de trabajo; un objetivo para la cantidad de empresas con las que llevan a cabo reuniones o una llamada introductoria; y un objetivo de cantidad de empresas con las que se hace servicios. Al finalizar el año se detallan las metas establecidas pero el problema reside en que al no ir documentando cada objetivo que se llevo a cabo, no se puede obtener un dato real del desempeño.

La propuesta para poder brindarle un mejor seguimiento al cliente surge de una empresa hondureña, que tuvo contacto con una compañía estadounidense por medio de la Sección Comercial, que casualmente reportó que la negociación había sido exitosa e incluso tenían planes a futuro. Brindándole un seguimiento correcto, podrían tener estadísticas más detalladas de qué está pasando luego de haber surgido el contacto entre ambas, los factores que influyen y el motivo del por qué no resultó la negociación, en

⁹ Ver Anexo 9 Industrias de la Sección Comercial

caso de ser así e ir documentándolo en el reporte anual para tener un dato real de los objetivos alcanzados.

3.1.2 Descripción de la propuesta

La Sección Comercial tiene a disposición una herramienta llamada “Salesforce”,¹⁰ cuya aplicación proporciona servicio de gestión de relaciones con el cliente, la herramienta es utilizada para realizar un seguimiento a las actividades de los clientes y coordinar las estrategias de venta; sin embargo, es una herramienta no utilizada en el área. Dentro de Salesforce se pueden encontrar aspectos tales como: WINS (las ofertas que ganan los especialistas comerciales) y el valor monetario que poseen los WINS; y Client Touches (contacto con los clientes). Se considera un WIN, cuando se logra que una empresa hondureña compre servicios y/o productos de una empresa estadounidense, considerándose historias de éxito comerciales y diplomáticos.

Client Touch, es el contacto que tiene el especialista comercial ya sea con un cliente hondureño o un interesado estadounidense de promover sus productos y/o servicios, anteriores al establecimiento de una relación entre ambos. Por ejemplo, una empresa estadounidense que quiera invertir en Honduras, los especialistas se encargan de buscar clientes potenciales para dicha empresa, y el contacto que tienen con empresas hondureñas para conseguir que exista una negociación entre ambas es considerado un Client Touch.

La Sección Comercial establece para cada elemento de trabajo que se detallan al final del año fiscal a través de la plataforma; el problema es la resistencia del personal a utilizar la aplicación, por lo tanto, se necesita crear una cultura de uso diario para tener el dato real del desempeño a lo largo del año fiscal. La propuesta se basa en la capacitación y aplicación de la herramienta en el área de trabajo, incentivando a cada uno del personal a utilizarla para llevar un mejor control y registro de las negociaciones que surgen, incluyéndolo como parte del procedimiento de trabajo al momento de establecer una relación comercial.

La Sección Comercial tiene a su disposición una serie de cuatro (4) videos que sirven de inducción a la plataforma, cada video tiene un rango de duración de 30 minutos, antes de iniciar los videos el Especialista Comercial dará una breve introducción acerca de la plataforma. La capacitación no tendrá costo monetario, ya que los videos son

¹⁰ Ver Anexo 10 Plataforma Salesforce

propios de la Sección, el equipo de trabajo que necesitarán será la computadora, otorgada previamente a cada uno del personal. El tiempo establecido para la inducción al personal actual y a los futuros nuevos empleados o practicantes, será de dos días. En el primer día, se instruye la parte teórica y el segundo día, lo práctico, mediante los videos que la Sección tiene a su disposición.

Para motivar a los usuarios a utilizar la herramienta se debe de seguir un protocolo¹¹, mediante el uso de la información proporcionada por el Especialista Comercial:

- Explicar su valor: la plataforma de gestión de relaciones con el cliente es un lugar centralizado para rastrear la interacción de posibles clientes, y almacenar notas sobre clientes que se consideran potenciales. Además, proporcionan una manera fácil de visualizar los pronósticos de ventas. La plataforma facilita el análisis del rendimiento, el seguimiento de las tendencias de venta y de la negociación, y es una manera efectiva de evaluar el estado del equipo que trabaja en estas.
- Convertir la herramienta en parte del entrenamiento: mediante la capacitación a todos los integrantes del equipo de trabajo y en cada capacitación a los nuevos integrantes que ingresen al departamento, ya que para que realmente funcione tienen que ser parte del departamento desde el primer día.
- Recalcar los beneficios e importancia de la utilización de la herramienta, recopilando los comentarios del equipo para determinar cuáles son los puntos débiles y en cuáles están teniendo éxito.
- Proporcionar un incentivo al uso de la plataforma: Por ejemplo, introduciendo una regla de “si una negociación no está en la plataforma Salesforce, no existe”. Se establece la expectativa de que no se atribuirá acuerdos a los representantes que cerraron negociaciones a menos que estén registrados en la plataforma.

3.1.3 Impacto de la propuesta

La gestión de relaciones con los usuarios como ser Salesforce, incluye todas las actividades, estrategias y tecnologías que el departamento puede utilizar para gestionar sus interacciones con sus clientes actuales y sus clientes potenciales. Debido a que la lealtad del cliente y los ingresos son cualidades que afectan los ingresos del departamento, Salesforce es una estrategia de gestión que resulta en mayores ganancias para la sección

¹¹ Ver Anexo 11: Agenda de Capacitación

comercial, ayudándole a reconocer y comunicarse con los clientes de una manera progresiva. Utilizando de forma correcta y progresiva la herramienta de Salesforce, se puede especificar los registros de cuales fueron los servicios brindados y el resultado obtenido, mediante un porcentaje por parte de cada especialista del Departamento de Comercio de la Embajada de EE. UU en Honduras. Actualmente las proyecciones de los objetivos logrados, en base a los registros, al finalizar el año fiscal se encuentran en un cincuenta (50%), ya que no obtienen un dato real, sino un estimado. La plataforma Salesforce ayudará a incrementar la eficiencia del área de trabajo en un cuarenta por ciento (40%), debido a que se irá reportando en tiempo real los objetivos que se van cumpliendo, generando al finalizar el año un reporte estadístico con los datos reales. Por ejemplo, nombrando cuántos WINS o Client Touch tuvo cada uno en el periodo de un mes. Los resultados se podrían cuantificar al tener un número exacto que es generado por la misma aplicación, de esta forma se puede medir el rendimiento por empleado y monitorear el trabajo realizado.

3.2 Propuesta 2: Actualización y Promoción del Directorio de Proveedores de Servicio

3.2.1 Antecedentes

El Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras tiene a disposición un directorio que está destinado a proporcionar un recurso adicional a los exportadores estadounidenses que hacen negocio en esta área geográfica. Sin embargo, el directorio no cuenta con la actualización y promoción necesitada, lo que resulta en una pérdida de negocios tanto para empresas hondureñas como estadounidenses. Muchas empresas hondureñas no tienen conocimiento alguno de la existencia de dicho directorio, por ende, pierden una oportunidad fácil de posicionar sus productos y/o servicios a inversores extranjeros. En cuanto a la actualización, se realiza al menos una vez al año que es cuando se envía las invitaciones a las empresas que estén interesadas en formar parte, pero no se vuelven a reenviar recordatorios en el transcurso del año.

Las empresas han estado compitiendo entre ellas, haciendo un esfuerzo para buscar maneras de promover y vender sus productos y/o servicios la mayor parte del tiempo, tanto local como internacionalmente. La propuesta ayudará a mejorar los indicadores de clientes potenciales mediante las nuevas empresas hondureñas que ingresen al directorio, por ende, mejorará los indicadores de los ingresos monetarios de

la Sección Comercial. En un mundo tan globalizado, y la situación actual de la economía mundial, no hay lugar para la falta de disciplina de parte de las empresas.

3.2.2 Descripción de la propuesta

El objetivo de la propuesta es realizar un evento para el lanzamiento del directorio de proveedores de servicio, invitando a todas aquellas industrias, 32 en total, con las que trabaja el Departamento Comercial con el propósito de dar a conocer la importancia y beneficios de ser parte de un directorio de proveedores de servicio. El directorio es una de las herramientas más efectivas ya que ofrecen un beneficio de doble vía, permitiendo a las empresas darse a conocer, y a los clientes potenciales encontrar los productos o servicios de una forma sencilla y directa, y, sobre todo, con un éxito casi garantizado. Además, resulta una buena opción para crear diferentes tipos de relaciones que puede ayudar a crear alianzas estratégicas. El lanzamiento podría ser en un salón de conferencias de un hotel, ya que el acceso a la Embajada es complicado, la hora sería por la mañana e incluyendo un “coffee break” para que sea de agrado a las personas invitadas.¹² La fecha tentativa para llevar a cabo el evento sería el siguiente año (2021) en el mes de febrero-marzo que es cuando se vencen las suscripciones actuales, ya que las suscripciones son por un año y, cada seis meses enviar recordatorios para recordar que la suscripción es anual y que tienen la oportunidad de suscribirse el año siguiente.

El lanzamiento ayudará a reforzar los objetivos del directorio, a enfocar y lograr sus metas. Además de conseguir una mayor conexión entre las actividades del departamento y de su equipo, incentivando más compromiso.

Para el lanzamiento, se deberá tener presente los siguientes aspectos:

- Tener en cuenta quienes serán los clientes y cómo el directorio los puede beneficiar.
- Elaborar el plan del lanzamiento¹³, el cual debe contener datos como las características principales del directorio, el público objetivo, que tipo de publicidad se utilizará posteriormente para la difusión y establecer una meta de las empresas que deseen ingresar.
- Utilizar una comunicación eficaz, en este caso, por medio de correo electrónico

¹² Ver Anexo 12: Cotización en Hotel Intercontinental Tegucigalpa

¹³ Ver Anexo 13: Imagen de propuesta para el lanzamiento del Directorio de Proveedores de Servicios.

es un excelente canal para poder comunicarse con la base de clientes y potenciales.

3.2.3 Impacto de la propuesta

El directorio de Proveedores de Servicios inició con un registro total de 6 empresas produciendo un ingreso de \$2,100 anuales; actualmente, cuenta con un total de 17 empresas registradas, lo que genera un ingreso de \$5,950 anual; incrementando sus ingresos y clientes potenciales en un once por ciento (11%) anual. El lanzamiento del Directorio de Proveedores de servicio ayudará a incrementar los ingresos, en un valor del cincuenta por ciento (50%) incluyendo a las empresas actuales y las nuevas empresas que integren el directorio, e irá aumentando gradualmente hasta obtener el cien por ciento (100%). Asimismo, el lanzamiento contribuirá a conseguir clientes potenciales; proyectando que asistan un aproximado de 120-130 empresas, y que un cuarenta por ciento (40%) de las mismas se registren al directorio, esto debido a la aceptación, negociaciones con empresas hondureñas y alianzas estratégicas económicas. Además, es una oportunidad para las empresas hondureñas de conocer a su competencia, ya que, al momento de ingresar al directorio, se especifica a la categoría de industria que la empresa desee pertenecer; al registrarse en el directorio se puede buscar empresas del mismo sector y perfil, facilitando conocer la competencia y comparar la oferta. Los resultados se podrían cuantificar en qué tanto auge ha tenido el directorio después del lanzamiento, cuántas empresas nuevas ingresaron, cuántas están dispuestas a renovar suscripción y si hubo una aceptación positiva.

Una de las cosas más importante que las empresas deben de tener en cuenta es la constante innovación en la promoción y venta de sus productos, y una de las maneras más usadas y efectivas es registrándose en un directorio en internet. Estando en la lista del Directorio de Proveedores de servicio significa que la empresa y sus productos y/o servicios están siendo comercializados a miles de posibles clientes.

4. Capítulo IV

El presente capítulo está conformado por dos partes: conclusiones y recomendaciones. En las conclusiones se detalla el cumplimiento de cada objetivo planteado al inicio del presente informe y los resultados obtenidos de la práctica profesional, con una aportación al campo de relaciones internacionales. Las recomendaciones están orientadas a la institución en donde se realizó la práctica profesional, a la Universidad Tecnológica Centroamericana y a los alumnos que posteriormente realizarán su práctica profesional en el Departamento Comercial de la Embajada de los Estados Unidos en Honduras.

4.1 Conclusiones

En la actualidad, se vive en un mundo globalizado donde existe un constante intercambio tanto de bienes como servicios, los medios de importación y exportación han tenido un creciente auge, lo que genera lapsos de crecimiento elevados. Honduras sigue siendo un país con un modelo extractivo primario importador y, probablemente, lo va a seguir siendo. La importancia económica de los Estados Unidos de América en el sector comercial de la República de Honduras a lo largo de los años ha ido creciendo cada vez, eternamente dependiente de esta gran potencia y su socio comercial más importante e influyente.

El haber realizado la práctica profesional en el Departamento Comercial de la Embajada Americana fue una oportunidad de experimentar a primera instancia la relación comercial que existe entre empresas hondureñas y empresas estadounidenses, y la importancia de fomentar los lazos comerciales, lo que ha permitido comprender el rol de los intereses económicos de los Estados, mediante la aplicación de los conocimientos, técnicas y métodos adquiridos a lo largo de la formación académica.

Se logró aplicar a la realidad organizacional las habilidades analíticas que permitieron efectuar aportaciones factibles a las áreas de oportunidad que se detectaron dentro del área de trabajo, demostrando un desempeño eficiente e influyente para facilitar el cumplimiento de las tareas asignadas en el departamento de Comercio, contribuyendo en el proceso investigativo y de manejo de la información de las empresas americanas dispuestas a invertir en Honduras.

Se cumplió con el objetivo de adquirir experiencia en el desarrollo y ejecución de proyectos en el departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras, mediante el evento “Virtual Education Fair” en el que se brindó ayuda para llevarse a cabo, resultando en un desarrollo de habilidades como, trabajo en equipo, responsabilidad y liderazgo, siendo de beneficio para el área Comercial.

Se logró realizar propuestas de mejora para la institución mediante el análisis de problemas y formulación de alternativas que buscan mejorar la eficiencia de los métodos de trabajo actuales dentro del Departamento Comercial como ser, incentivar a el personal a brindarle el uso adecuado a la plataforma Salesforce y el lanzamiento del Directorio de Proveedores de Servicios.

La cultura que existe dentro de la institución permite a las personas integrarse fácilmente, adaptándose tanto los estadounidenses y los hondureños a la diversidad de cultura que existe, aprendiendo a trabajar en equipo. El poder compartir con personas con trayectoria de experiencia laboral profesional ha permitido enriquecer el conocimiento, tanto en el ámbito profesional como en el ámbito académico, poniendo en práctica los conocimientos, destrezas y habilidades que fueron aprendidas a lo largo de la carrera profesional.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para el Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras

Se recomienda al Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras seguir impulsando el programa de practicantes que maneja, ya que es una oportunidad para los jóvenes hondureños de conocer cómo funcionan las relaciones comerciales entre dos países. Sin embargo, se debería de facilitar el proceso de admisión a la pasantía, esto podría ser mediante alianzas con instituciones académicas acreditadas para incentivar la participación en los programas de pasantías.

Se recomienda brindarle un seguimiento a las empresas con las que se crean lazos comerciales para medir la satisfacción del producto o servicio brindado, si bien, la carga de trabajo por los encargados de realizar esta gestión lo impide, es necesario la ayuda de un asistente o un practicante que se encargue estrictamente de medir el rendimiento y resultado que tuvo la negociación.

4.2.2 Recomendaciones para la Universidad Tecnológica Centroamericana

La misión de la Universidad Tecnológica Centroamericana destaca que forma estudiantes innovadores y emprendedores. Es por ello, que se recomienda realizar en sus clases más actividades relacionadas a situaciones reales en un ambiente laboral, para que, al enfrentarse a estas situaciones en un ambiente laboral real, tengan un conocimiento previo de cómo actuar y responder ante las diversas circunstancias. Sobretodo para que los estudiantes se den cuenta de las habilidades y el esfuerzo que se requiere para lograr un buen desempeño en el área de trabajo. Se recomienda incluir un programa de pasantías e incentivar a los alumnos a participar en ellos, debido a que en la mayoría de los puestos de trabajo exigen “experiencia laboral” y muchos alumnos finalizan su carrera sin tener una experiencia laboral alguna.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes que realizarán su práctica en el Departamento Comercial de la Embajada de Estados Unidos en Honduras

La carga de trabajo en el Departamento Comercial es bastante grande, al momento de realizar una tarea se debe de ejecutar con dedicación total y demostrar el mejor desempeño en ella. Involucrarse en actividades que agreguen experiencia laboral es primordial, no solo al momento de buscar un trabajo, sino porque ayuda a desenvolverse de mejor manera en el área trabajo y genera una capacidad de análisis de problema más amplia ante distintas situaciones que pueden ocurrir en el puesto de trabajo. El ámbito académico y el ámbito laboral son totalmente distintos, es por ello que siempre se tiene que tener una mentalidad abierta al cambio y a nuevos retos, estar dispuestos, sobre todo, a aprender.

Es de vital importancia conocer la situación actual de Honduras, ya que se necesitan perspectivas innovadoras, tener una mentalidad creativa, sin miedo al cambio, cuestionar los procesos que van surgiendo dentro de la institución para poder brindar nuevas alternativas y soluciones, especialmente de los jóvenes que somos el futuro de Honduras.

Bibliografía

Derechos humanos. (2016, agosto 30). <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/human-rights/index.html>

Eco-Finanzas. (s. f.). INVERSIONISTA. Recuperado 11 de marzo de 2020, de <https://www.eco-finanzas.com>

Embajada de Estados Unidos en Honduras. (s. f.). Embajada de Estados Unidos en Honduras. Recuperado 25 de febrero de 2020, de <https://hn.usembassy.gov/es/>

Enciclopedia de Economía. (s. f.). RELACIONES COMERCIALES. Recuperado 11 de marzo de 2020, de <http://www.economia48.com>

Embajada de Estados Unidos en Honduras. (2014). Obtenido de <https://hn.usembassy.gov/es/our-relationship-es/policy-history-es/>

Export.gov - Helping U.S companies to export. (Septiembre de 2017). Obtenido de <https://2016.export.gov/honduras/>

Google. (s. f.). Industria. www.google.com/industria

Inter-American Seminar on Transportation Infrastructure as a Factor in Integration, Gaviria Trujillo, C., Organization of American States, & Department of Regional Development and Environment (Eds.). (1995). Seminario interamericano de infraestructura de transporte como factor de integración: Informe final en español, executive summary in English. Departamento de Desarrollo Regional y Medio Ambiente, Secretaría Ejecutiva para Asuntos Económicos y Sociales, Organización de los Estados Americanos.

Jara, E. (1989). La Función Diplomática. Biblioteca CEPAL. <https://repositorio.cepal.org>

Julián Pérez, & Gardey, A. (2012). Definición de Comercial. En Definición.de. <https://definicion.de/comercial/>

Kluwer, W. (s. f.). Guía Jurídica. <https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es>

Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación. (s. f.). Términos Diplomáticos. Gobierno de España. <http://www.exteriores.gob.es>

Mondragón, V. (Noviembre de 2017). *Diario del Exportador - Portal Especializado en Comercio Exterior y Gestión de los Negocios Internacional*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2017/11/el-papel-de-las-embajadas-y-los.html>

Pirón, A. (2015). Política Laboral. En Economía y Finanzas. <https://es.slideshare.net/pirona1/politica-laboral-46463099>

Significados.com. (2017). Exonerar. <https://www.significados.com/exonerar/>

Ucha, F. (2009). Liquidación. En Definición ABC. <https://www.definicionabc.com>

The Observatory of Economic Complexity: OEC. (2017). Obtenido de OEC- Honduras: <https://oec.world/es/profile/country/hnd/>

Universidad Internacional de Valencia. (s. f.). ¿Qué es la seguridad informática y cómo puede ayudarme? <https://www.universidadviu.com>

Velazco, A. (2013). ¿Qué es el desarrollo sostenible? <https://www.eoi.es>

Derechos humanos. (2016, agosto 30). <https://www.un.org>

¿Qué es el desarrollo sostenible? (s. f.). Recuperado 11 de marzo de 2020, de <https://www.eoi.es>

Glosario

Barrera comercial: incluyen normativas, instituciones o cualquier medida que haga que el comercio entre dos países sea más difícil o costoso que el que se puede llevar a cabo dentro de un país. (Kluwer)

Derechos humanos: son derechos inherentes a todos los seres humanos, sin distinción alguna de raza, sexo, nacionalidad, origen étnico, lengua, religión o cualquier otra condición. (*Derechos humanos*, 2016)

Desarrollo sostenible: desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. (Velazco, 2013)

Exoneración: liberar a alguien o a una empresa de realizar los pagos correspondientes a las cargas tributarias o impuestos de forma temporal o definitiva. (Significados.com, 2017)

Industria: actividad económica y técnica que consiste en transformar las materias primas hasta convertirlas en productos adecuados para satisfacer las necesidades del hombre. (Google)

Inversionista: persona física o moral que destina parte o la totalidad de sus Recursos a la adquisición de títulos - valor, con el fin de obtener un Ingreso regular o realizar una ganancia de capital. (Eco-Finanzas)

Liquidación: se refiere a la acción y el efecto de liquidar, que puede hacerse efectiva en el ajuste formal de una cuenta, al pagar enteramente la misma o bien poniéndole punto final a un estado de cosas. (Ucha, 2009)

Misión diplomática: término genérico que abarca todos los tipos de representación permanente de un Estado ante otro, o ante una Organización internacional, o de éstas ante un Estado. (Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación)

Política laboral: se refiere a las leyes y normas actuales en el país que perturben al ámbito laboral. (Pirona, 2015)

Relación comercial: tratos entre individuos, empresas, países, etcétera, que tienen por objeto la compra, venta o permuta de mercancías. (Enciclopedia de Economía)

Sección consular: proveer servicios e información de utilidad a los ciudadanos extranjeros que planean viajar, residir o invertir en el país receptor y proveer servicios de visa a ciudadanos nacionales y a extranjeros, tanto para realizar visitas temporales como para inmigrar de forma permanente. (Embajada de Estados Unidos en Honduras)

Seguridad cibernética: el proceso de prevenir y detectar el uso no autorizado de un sistema informático.(Universidad Internacional de Valencia)

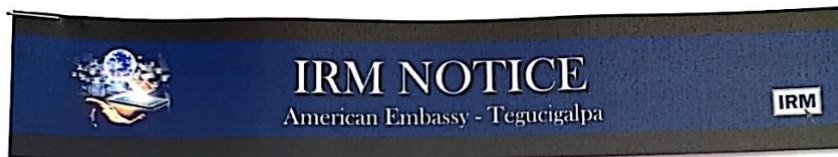
Servicio comercial: lo vinculado con el comercio o con las personas que se dedican a comprar y/o vender bienes o servicios. (Julián Pérez & Gardey, 2012)

Anexos

Anexo 1: Logotipo actual del Departamento Comercial



Anexo 2: Curso de Inteligencia y Seguridad



No. 16-019 DATE: April 11, 2016 DISTRIBUTION: B
 SUBJECT: 16-019 - Proper Computer Usage, Forbidden Activities, and Penalties

"The user's going to pick dancing pigs over security every time," Bruce Schneier – security expert."

1. U.S. Department of State regulations strictly govern the use of Department computer equipment and systems. It is essential that employees maintain familiarity with the associated official guidance and adhere to it. We are reiterating some of that guidance below for the benefit of all Mission personnel.

2. Personal use of equipment/systems: The Department of State's policies permit employees some limited personal use of USG-owned equipment if it involves negligible additional cost to the government, is done on personal time, and does not have an adverse effect on work performance or systems (see 5 FAM 723). Please note that streaming media, (i.e., online radio, YouTube videos, etc...) adversely affect network performance and is against department policy during regular business hours.

3. No assurance of privacy on USG equipment/systems: Open Net Plus users should remember that, even though they have been issued a logon ID and password, they have no expectation of privacy, and all activities are subject to monitoring. These logon IDs and passwords belong to the USG; they are not to be changed whenever you feel like it, or worse, in any attempt to escape detection of unauthorized use of equipment/systems.


4. Prohibited items/activities on USG equipment/systems: The following items are not to be sent or received via USG computers, networks, workstations, or systems:

- Chain letters and electronic greeting cards
- Audio (MP3) files or Multimedia files that are not business-related
- Personal files that can disrupt or impair network functioning or consume large amounts of disk space
- Program files (those with the file extension .exe, .bat, .com)
- Unauthorized software (i.e., Firefox)


The following activities are absolutely prohibited on USG computers, networks, workstations, or systems:

- Gambling
- Accessing sexually explicit material
- Advertising, fund raising, conducting a business, soliciting clients, or activities for personal gain

Anexo 3: Certificado del Curso de Seguridad Cibernética



George P. Shultz
National Foreign Affairs Training Center
Foreign Service Institute
U.S. Department of State



This certificate is awarded to

Emy C Ramirez

**In recognition of successful completion of
PK400 Mandatory Training for Classifiers and Users
of National Security Information**

2/10/2020

Anexo 4: Directorio de Proveedores de Servicio

The screenshot shows the 'export.gov' website interface. At the top, there is a search bar and a navigation menu with options like 'How to Export', 'Customized Services', 'Market Intelligence', 'Events', 'Trade Problems', 'FAQs', 'Boards', and 'About Us'. The main content area is titled 'Business Service Providers' and includes a sidebar with 'Honduras' and 'Our Worldwide Network' links. The main text explains the purpose of the directory and lists various service categories such as Accounting, Business Consulting, Hotels, Human Resources, Insurance, Legal Services, Office Rental, and Transportation.



Directorio de Proveedores de Servicio

BSP – Business Service Providers

Un espacio en línea en www.export.gov que le permite anunciar su compañía al formar parte de nuestro directorio exclusivo y así ofrecer sus servicios a empresas de Estados Unidos que actualmente están o desean operar en Honduras.

Las compañías de Estados Unidos constantemente visitan el sitio red en busca de oportunidades e información acerca de Honduras.

El BSP incluye:

- Un año de publicidad
- Logotipo y descripción de su empresa
- Información de contacto de su empresa

Costo anual: \$350.00 por categoría

Categorías Disponibles

- Contabilidad y Auditoría, Impuestos y Servicios
 - Banca y Finanzas
 - Recursos Humanos
 - Servicios Jurídicos
- Hospitales, Clínicas y Servicios de Salud
- Hoteles y Salas de Reuniones
 - Alquiler de oficinas
 - Servicios Inmobiliarios
 - Traducción e Interpretación
 - Y más...

Anexo 5: Invitación al Directorio de Proveedores de Servicio



U.S. DEPARTMENT OF COMMERCE
U.S. Commercial Service
Tegucigalpa, Honduras

21 de febrero de 2020
Tegucigalpa M.D.C

Sr. xxxxx
(Empresa)

Estimado Sr. xxxxx

Como máximo representante del Departamento de Comercio de los Estados Unidos en Honduras, me complace invitar a su empresa a ser socio de nuestro programa Proveedores de Servicios Profesionales o "Business Service Providers (BSP)", el cual estamos ofreciendo a un selecto grupo de empresas hondureñas.

El programa BSP consiste en facilitar el acceso a un selecto grupo de compañías para anunciarse en nuestro sitio web www.export.gov/honduras, el cual es visitado por cientos de empresarios e inversionistas estadounidenses y locales interesados en explorar oportunidades de negocios en Honduras. El Servicio Comercial de los Estados Unidos refiere a las empresas miembros del Programa BSP, ya que estamos seguros de que ofrecen servicios de calidad según su área de especialidad. En el último año, hemos asistido a varias empresas norteamericanas las cuales han exportado significativamente a Honduras y que han utilizado el directorio como referencia.

Para mayor información, favor comunicarse con María Gonzales y Emy Ramirez al correo electrónico María.Gonzales@trade.gov y Emy.Ramirez@trade.gov a fin de poder asistirle con un nuevo Acuerdo de Participación para este programa. La membresía anual tiene un costo de \$350.00. Esperando poder incluir a su empresa en el directorio BSP para el año 2020, aprovecho la oportunidad para reiterarle mis muestras de consideración y estima.

Atentamente,

Tyler Hacking
Consejero Comercial

U.S. Commercial Service | Embassy of the United States of America
Tegucigalpa, Honduras C.A. | (504) 2236-9320
www.export.gov/honduras | www.buyusa.gov/honduras | Office.Tegucigalpa@trade.gov

Anexo 6: Reuniones Sección Comercial

WEDNESDAY	
5	19 11:00am FW: FCS Staff Meeting; Office Tegucigalpa
12 11:00am FW: FCS Staff Meeting; Office Tegucigalpa	26 11:00am FW: FCS Staff Meeting; Office Tegucigalpa

Anexo 7: Plataforma “My Services”

myServices Quick Tour: *Customers*

GETTING STARTED

- Launch your Google Chrome web browser from OpenNet or the Internet.
- If you are using OpenNet:
 - Type in the URL (myservices.state.sbu/) OR click on the myServices icon on your OpenNet desktop, and you will automatically be logged into myServices.
- If you are not using OpenNet:
 - Type in the URL (<https://myservices.service-now.com/home>).
 - Enter your myServices User Name and Password and click the Login button. If you need to reset your password please navigate to the password reset link on the login page.

NAVIGATE THE PORTAL

- Navigate to the myServices Customer Portal. Once on the myServices Portal, you can submit new requests and check the status of previously submitted requests.

Use the Select a Post dropdown menu to choose the post where you would like to submit your request. Requests will be processed by the selected post. Your Supervisor and Agency will update automatically according to the selected post.

Use the Search bar to search for submitted requests; catalog items; and Knowledge resources.

Click the Learn & Collaborate dropdown menus to access the post feed, FAQs, and other resources.

Click the appropriate category to access different request types.

Click the Your Requests dropdown menu to access your open requests.

View your open requests from the Your Requests section on the Requests tab.

SUBMIT A REQUEST

- Requests are grouped by category to allow you to find a request form quickly and easily.
- From the category tab, click the link for the request you would like to submit.
- Complete the request form with the necessary information.
- Scroll to the bottom of the page and click the Submit Request button once complete.

Enter a brief title for your request in the Short Description field.

Printing Request

Use Printing Request to print or save PDF, DOCX, formatted, copied, or created. This includes flyers, posters, and business cards. Printing Request for this request should be completed in accordance with the scheduled dates.

Include request details in the Detailed Description field.

Click the Attach icon to include attachments (as needed). You can also click the Paperclip in the upper right-hand corner of the request to add an attachment. Note: do not include PII or sensitive data.

Complete all required fields, as indicated by the red asterisks.

- Once you submit your request, you will see a confirmation page and will receive a confirmation email notifying you that your request has been successfully submitted.

IMPORTANT NOTES

- If you need to submit a request on behalf of another user, click the Magnifying Glass next to the Requester field to replace your name with the user's name
- Preferred Date does not guarantee that your request will be completed by this date and time. Please review the Uniform Service Standard description at the top of the request form

Anexo 8: "Virtual Education Fair"



Anexo 9: Industrias de la Sección Comercial

Industrias de la Sección Comercial

1. Productos de Consumo general,
2. Computadores y periféricos/Equipo de oficina,
3. Ropa/Maquinaria textil,
4. Equipo para Supermercados,
5. Maquinaria Agrícola & Equipo,
6. Alimentos procesados/Equipo para empaques,
7. Equipo para construcción,
8. Materiales y Maquinaria,
9. Producción de plástico,
10. Aire Acondicionado y Equipo de refrigeración,
11. Equipo Industrial General,
12. Impresión y artes gráficas.

Industrias de la Sección Comercial

1. Industrias turísticas,
2. Equipo Médico/Servicios de Salud y Equipo Odontológico,
3. Aeronaves/Partes de Aeronaves, Equipo para aeropuertos y Pistas aéreas,
4. Partes para Vehículos/Equipo de Servicio, Servicios de Aviación,
5. Pesca comercial y equipo de pesca,
6. Sistemas de energía eléctrica,
7. Industria electrónica/Equipo de pruebas, Servicios Financieros,
8. Industria Farmacéutica,
9. Industria Maderera, Franquicias,
10. Industrias Químicas,
11. Maquinaria para Metalurgia,
12. Productos para pesca marítima,
13. Industria de la minería, Petróleo y Gas,
14. Productos minerales/Servicios de exploración,
15. Control de polución,
16. Equipos para puertos y construcción de navíos,
17. Energía renovable,
18. Equipos y servicios en telecomunicaciones,
19. Hoteles y Restaurantes,
20. Educación y Entrenamiento.

Anexo 10: Plataforma Salesforce

The image shows the Salesforce website homepage. At the top, there is a navigation bar with the Salesforce logo on the left and links for '1-866-450-8123', 'Contacto', 'Inicio de Sesión', and a 'TRY FOR FREE' button. Below the navigation bar, the main content area is titled '¿Qué es Salesforce?' and includes a description: 'Salesforce es una solución de gestión de relaciones con clientes que une a empresas y clientes. Es una plataforma CRM integrada que brinda a todos sus departamentos, incluidos marketing, ventas, comercio y servicios, una vista única y compartida de cada cliente.' A 'VER DEMOSTRACIÓN' button is prominently displayed. Below the text, there is a dashboard preview showing various charts and data points, including a bar chart for 'Monthly sales comparison', a donut chart for '2.9k', and a line chart for 'Average Deal Size' showing '267'. A cartoon character is also visible in the dashboard preview. At the bottom right of the dashboard preview, there are 'CONTÁCTANOS' and 'FEEDBACK' buttons.

Anexo 11: Agenda de Capacitación



U.S. COMMERCIAL SERVICE
United States of America
Department of Commerce

AGENDA DE CAPACITACIÓN

	ACTIVIDAD	HORA
DÍA 1	Explicar el valor y uso de la herramienta "Salesforce"	8:30 A.M- 10:30 A.M
DÍA 2	<ul style="list-style-type: none"> • Ejercicios prácticos en la plataforma Salesforce • Incentivos al uso de la plataforma 	8:30 A.M- 10:30 A.M

Anexo 12: Cotización Hotel Intercontinental Tegucigalpa



PRESUPUESTO BANQUETES



Nombre de la Empresa: Charla de Lanzamiento de Directorio
 Como anuncio su evento:
 Ejecutiva que cotiza: Madellin Rivera
 Fecha de Cotización: 17 de abril 2020
 RTN de la empresa:

Ejecutiva: Madellin Rivera
 Cliente: Emmy Ramirez
 Telefono:
 Email: ecramirez41@gmail.com

FECHA: 1-feb-21 HORA: 8:30 am - 12:00 pm SALÓN: Pendiente según disponibilidad

FACTURAR A NOMBRE DE: Charla de Lanzamiento de Directorio

Alimentos y Bebidas			
Día	Descripción	Cantidad	Precio
	Menú	Personas	Lps.
	Coffee Break AM (Incluye 3 bocas, cafe, te y leche)	130	L 140.00
Subtotal			L 18,200.00

Audiovisuales/Servicio/Otros			
Día	Descripción	Cantidad	Precio
			Lps.
	Renta de Salón y Cristalería	1	L 1,000.00
	Mesero	4	L 600.00
	Pantalla en cortesia	1	L -
	Datashow	1	L 1,500.00
	Audio (Incluye 1 microfono)	1	L 1,200.00
Subtotal			L 6,100.00

Detalles Adicionales	
Método de Pago:	
Cheque certificado, transferencia bancaria, deposito previo a la realización del evento (requerimos copia del depósito para posteo) orden de compra.	
El evento debe estar pagado con 48 horas de antelación, si su empresa tiene crédito con el hotel requerimos la orden de compra 2 días antes del evento.	
Favor asegure de habernos brindado los detalles de su facturación para evitar refacturaciones mismas que no son permitidas por ley de Honduras	
El hotel se reserva el derecho de cobrar un porcentaje de interes en el cobro final si no se recibe metodo de pago por anticipado.	

Nuestros Teléfonos
 Tel: (504) 2290-2700
 Fax: (504) 2231-2828
 Esta es una cotización para confirmar el evento

Alimentos y Bebidas	18,200.00
Audiovisuales/Servicio/Otros	6,100.00
Subtotal	24,300.00
15% isv	1,965.00
10% Servicio	700.00
Total	Lps. 26,965.00
	US \$ 1,092.14

Madellin Rivera
 Hotel InterContinental Tegucigalpa

Emmy Ramirez
 Sello y Firma Responsable Empresa

Este documento es solamente una cotización, no garantiza el bloqueo de un salón

Anexo 13: Propuesta para el lanzamiento del Directorio de Proveedores de Servicio



DIRECTORIO DE PROVEEDORES DE SERVICIO

BSP- Business Service Providers

CONFERENCIA

"Beneficios e importancia del Directorio de Proveedores de Servicio"

Sección Comercial- Embajada de Estados Unidos en Honduras

Febrero - Marzo del 2021
8:30 a.m
Hotel Clarion, Tegucigalpa

Un espacio en línea en www.export.gov que le permite anunciar su compañía al formar parte de nuestro directorio exclusivo y así ofrecer sus servicios a empresas de Estados Unidos que actualmente están o desean operar en Honduras.

Categorías Disponibles

- Contabilidad y Auditoría, Impuestos y Servicios
 - Banca y Finanzas
 - Recursos Humanos
 - Servicios Jurídicos
- Hospitales, Clínicas y Servicios de Salud
- Hoteles y Salas de Reuniones
 - Alquiler de oficinas
 - Servicios Inmobiliarios
 - Traducción e Interpretación
 - Y más...

Confirmar su asistencia

info@info.com