

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL

**SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA CENTROAMERICANA
(SIECA)**

SUSTENTADO POR:

**MAYRA ALEJANDRA CHÁVEZ MARTÍNEZ
21551092**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

ENERO, 2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTOS	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
INTRODUCCIÓN	x
1. CAPÍTULO I.....	1
1.1. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	1
1.1.1. Objetivo general.....	1
1.1.2. Objetivos específicos	1
1.2. DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN.....	2
1.2.1. Reseña histórica	2
1.2.2. Misión	4
1.2.3. Visión.....	4
1.2.4. Valores	4
1.2.5. Organigrama	5
2. CAPÍTULO II	7
2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN	9
2.1.1. Elaboración de informe ejecutivo de la Rueda Virtual de Negocios del ITC.....	9
2.1.2. Búsqueda de empresas compradoras y realizar matchmakings	11
2.1.3. Apoyo técnico en la II Rueda Virtual de Negocios del sector agroalimentario.....	12
2.1.4. Búsqueda de potenciales compradores y vendedores	14
2.1.5. Análisis de perfil de empresas de Panamá.....	14
3. CAPÍTULO III	17
3.1. PROPUESTA DE MEJORA IMPLEMENTADAS.....	17
3.1.1. Propuesta 1: Seguimiento oportuno a las empresas participantes	17
3.1.1.1. Antecedentes	17
3.1.1.2. Descripción de la propuesta	18

3.1.1.3. Impacto de la propuesta	19
3.1.2. Propuesta 2: Establecer alianzas colaborativas con instituciones afines	20
3.1.2.1. Antecedentes	20
3.1.2.2. Descripción de la propuesta	20
3.1.2.3. Impacto de la propuesta	22
3.2. PROPUESTA DE MEJORA	23
3.2.1. Propuesta 1: Optimizar e innovar la plataforma de negocios REDCA.....	23
3.2.1.1. Antecedentes	23
3.2.1.2. Descripción de la propuesta	24
3.2.1.3. Impacto de la propuesta	29
4. CAPÍTULO IV	31
4.1. CONCLUSIONES	31
4.2. RECOMENDACIONES	32
4.2.1. Recomendaciones para la institución.....	32
4.2.2. Recomendaciones para la universidad	33
4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes	33
5. REFERENCIAS	34
6. GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	36
7. ANEXOS.....	38

ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

Figura 1.1. Logo de la SIECA	4
Figura 1.2. Estructura organizacional del SICA y el Subsistema de Integración Económica	5
Figura 1.3. Estructura organizacional de la SIECA	6
Figura 2.1. Ruedas virtuales de negocios desarrolladas	8
Figura 2.2. Cantidad de empresas registradas en la REDCA	8
Figura 3.1. Potenciales aliados comerciales	21
Figura 3.2. Modelo de una sala de reunión virtual	26
Figura 3.3. Beneficios al implementar la propuesta recomendada	30
Tabla 3.1. Funcionalidades y ventajas del email marketing	19
Tabla 3.2. Base de datos de las empresas participantes para agendar reuniones	27

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis:

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este momento de mi carrera universitaria, por darme salud, sabiduría y la fuerza necesaria para alcanzar las metas que me he trazado tanto en mi desarrollo profesional como personal.

A mis padres, por siempre haberme guiado por el camino correcto; todos mis logros se los debo a ellos y éste es uno de los más significativos, son mi mayor ejemplo a seguir. Les aseguro que esto es apenas el comienzo de grandes cosas.

A mi hermano, por ser mi apoyo incondicional en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mis catedráticos que estuvieron siempre brindándome el mayor conocimiento a lo largo de toda mi formación académica, asimismo, por haberme retado a mejorar cada vez más, hasta lograr la excelencia. Muchos marcaron con sus enseñanzas mi futuro profesional y personal, eso es algo que no fácilmente se olvida.

Por otra parte, agradezco también a todos aquellos amigos y familiares que estuvieron apoyándome en este largo camino, su compañía y palabras de ánimos fueron de mucha ayuda, no me dejaron rendirme en ningún momento, sino más bien a seguirme esforzando mucho más y debo decirles que, valió la pena.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe tiene como finalidad presentar las actividades realizadas durante el desarrollo de la respectiva práctica profesional en la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). El 13 de diciembre de 1960, se suscribió el Tratado General de Integración Económica Centroamericana en la ciudad de Managua, Nicaragua y el 12 de octubre de 1961, la Secretaría Permanente del Tratado General abrió sus puertas con el objetivo de cumplir funciones técnicas y administrativas del mismo, como también para que realizara todas aquellas gestiones necesarias y así de esta manera, llevar a cabo la unión económica de Centroamérica a la práctica.

Con el transcurso de los años, la década de los noventa, representó para el proceso de la integración centroamericana una etapa muy significativa, en donde se enfocaron especialmente en recuperar y redimensionar todas aquellas áreas en donde seguía habiendo desafíos y es en este momento, cuando se estableció y consolidó el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA). Cabe mencionar que, el SICA comprende cinco subsistemas, los cuales son los siguientes:

- Subsistema de Integración Económica
- Subsistema de Integración Social
- Subsistema de Integración Ambiental
- Subsistema de Integración Política
- Subsistema de Integración Educativo y Cultural

De manera más específica, la SIECA forma parte de una de las Secretarías Técnicas del Subsistema Económico de Integración Centroamericana, la cual de forma general tiene como propósito lograr el desarrollo económico, social, equitativo y sostenible de los países miembros. Dicho Subsistema Económico cuenta con siete direcciones y el cargo desempeñado fue en la Dirección de Centro de Estudios para la Integración Económica (CEIE)¹ en el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial. Para un mayor conocimiento, las acciones y programas que el CEIE ejecuta son principalmente tres: investigación y análisis; formación técnica y capacitación práctica; gestión de plataformas de apoyo al comercio (SIECA, s.f.a).

¹Se encarga de crear y transmitir conocimiento en materia de integración económica y formar el capital humano a fin de potenciar el progreso en la región centroamericana.

Las actividades asignadas durante la práctica profesional fueron específicamente en el tercer eje de acción estratégica: gestión de plataformas de apoyo al comercio, en donde se administra distintas herramientas de información y análisis de mercados sobre el comercio en Centroamérica. Particularmente, se asistió en actividades que se ejecutan en la plataforma de la Red Centroamericana de Comercio (REDCA), su objetivo es promover y expandir oportunidades de negocios a todos aquellos empresarios interesados en tener contacto con otros de Centroamérica y el mundo.

A lo largo de la práctica profesional, se realizaron distintas tareas en el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial, el rol asignado de manera particular fue apoyar en todas las actividades llevadas a cabo a través de la REDCA, de las cuales se hablará ampliamente más adelante. Asimismo, durante la práctica se fue teniendo más conocimiento de lo que es la labor del Departamento y se logró identificar varias áreas de oportunidad de las cuales se realizaron una serie de propuestas de mejora.

Con respecto a lo anterior, de las primeras dos propuestas, una de ellas no se implementó porque no pudo llevarse a cabo la última rueda de negocios de 2020 que se había planificado al principio del año, la segunda propuesta sí se puso en práctica durante el desarrollo de una actividad que se solicitó, sin embargo, llegar a implementarla completamente en futuras ruedas virtuales de negocios también queda a discreción de la institución.

Asimismo, se incluye en el informe un apartado en el cual se plantea una propuesta de mejora para el área encargada de la realización de las ruedas de negocios. Dicha propuesta consiste en optimizar e innovar la plataforma de negocios REDCA, con el fin de que los técnicos de negocios puedan administrar mejor su tiempo y lo inviertan en otras actividades que son igual de importantes y por último, para que los empresarios puedan tener una mejor experiencia en sus reuniones virtuales. En la actualidad, las herramientas virtuales han sido fundamentales para que los negocios y la internacionalización de las empresas sigan avanzando ante los fenómenos dinamizadores del contexto actual e incluso por los efectos de la pandemia del COVID-19. Por tal motivo, la transformación digital dejó de ser una opción, sino un hecho, la clave consiste en automatizar procesos, diferenciarse en un mundo cada vez más competitivo y adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas (Echeverría, s.f.).

INTRODUCCIÓN

En un mundo globalizado, como en el que vivimos actualmente, las exigencias y la competitividad del mercado laboral son cada vez mayores y es por esta razón, que la carrera de Relaciones Internacionales cumple con los requisitos necesarios para poder desempeñarse eficientemente en distintos escenarios nacionales e internacionales; aplicar conocimientos en Diplomacia, Ciencias Políticas y Comercio Internacional y ser lo suficiente competente en diversos campos. Por ello, como último requisito de graduación, la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), establece realizar una Práctica Profesional con la finalidad de que los estudiantes que están cerca de egresar, puedan ir desarrollando sus habilidades y capacidades en el ámbito laboral e incluso, es una excelente oportunidad para adquirir nuevos conocimientos y competencias que enriquezcan la vida profesional y personal del individuo.

Por lo tanto, el presente informe de práctica profesional, previa investidura al título de Licenciatura en Relaciones Internacionales, tiene como propósito mencionar y detallar las actividades realizadas en el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial de la SIECA. La sede de dicha institución se encuentra ubicada en la Ciudad de Guatemala, República de Guatemala y cabe mencionar que, el ejercicio de la práctica profesional se realizó bajo modalidad a distancia en virtud de la pandemia COVID-19. Con respecto a la duración de la misma, fue en un periodo de 10 semanas, el cual inició el 12 de octubre y culminó el 18 de diciembre del año 2020.

En relación con la estructura y contenido del informe, consta de cuatro capítulos, en los cuales se detalla la experiencia laboral vivida en la institución, a fin de que, el lector pueda tener un amplio conocimiento de lo que fue la práctica profesional. El primer capítulo, plantea los objetivos y detalla los datos generales de la SIECA. Seguidamente, en el segundo capítulo, se mencionan las actividades realizadas en el cargo asignado. Las propuestas de mejora presentadas e implementadas se puntualizan en el tercer capítulo; y por último, el cuarto capítulo establece las conclusiones en base a la experiencia durante el desarrollo de la práctica profesional. Asimismo, se incluyen en este último capítulo, varias recomendaciones para la SIECA, UNITEC y los estudiantes que estén próximos a culminar su carrera universitaria, con el propósito que puedan tener en cuenta ciertos puntos importantes para la realización de la misma.

1. CAPÍTULO I

El siguiente capítulo, es la parte introductoria del informe, en donde se detallan los objetivos a lograr durante la realización de la práctica profesional correspondiente, éstos se subdividen en uno general y cuatro específicos. De igual manera, en esta misma sección, se incluyen los datos generales de la SIECA: breve reseña histórica; la misión y visión; los valores o principios por los que se rige la institución, con el fin de alcanzar los objetivos deseados y por último, la estructura interna de la misma.

1.1. OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

A continuación, se dan a conocer los objetivos del presente informe en los cuales se establece el propósito del ejercicio profesional en la institución.

1.1.1. Objetivo general

Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridas durante la formación académica, cumpliendo con las actividades asignadas, desarrollando destrezas de comunicación, trabajo en equipo y análisis, a fin de identificar posibles oportunidades de mejora para la institución.

1.1.2. Objetivos específicos

- Colaborar en el manejo técnico y en actividades de seguimiento de las ruedas virtuales de negocios realizadas, a través de la plataforma regional de información e inteligencia comercial, mejor conocida como la Red Centroamericana de Comercio (REDCA).
- Identificar mejoras en el desarrollo y realización de las ruedas virtuales de negocios, así como también, optimizar el uso de la plataforma REDCA.
- Proponer la implementación de nuevas funcionalidades a la plataforma, con el fin de mejorar la experiencia del empresario y optimizar el trabajo realizado por los técnicos de negocios.

1.2. DATOS GENERALES DE LA INSTITUCIÓN

Seguidamente, se detalla la información general de la institución en donde se llevó a cabo la práctica profesional, con el fin de que se conozca sus inicios y el propósito del porqué se creó.

1.2.1. Reseña histórica

El proceso de integración regional de Centroamérica es el más antiguo de América Latina y el Caribe. Inició en 1951, con la Carta de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA)², por iniciativa de los Estados de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, con un objetivo inicial, el cual era impulsar el intercambio comercial, con apoyo de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)³. Posteriormente, en 1960, se firmó el Tratado General de Integración Económica Centroamericana⁴, denominado el Protocolo de Guatemala, mediante el cual se creó el Mercado Común Centroamericano (MCCA)⁵ y es así, como se establece la Secretaría Permanente del Tratado General, con funciones propiamente técnicas y administrativas, junto con otros dos órganos más, el Consejo Económico Centroamericano (CEC) y el Consejo Ejecutivo del Tratado General (Aguilar & Orantes, 2020).

Desde su inicio, el proceso pasó por tres etapas significativas: i) la fase de industrialización por sustitución de importaciones (“integración hacia adentro”), ii) debilitamiento de la integración centroamericana, iii) la etapa de reestructuración, se le denominó “integración hacia afuera”, se acordó una estabilización económica y un cambio estructural progresivo (Martínez Piva, 2019).

Dicho lo anterior, a partir de la década de los 80’s, se realizaron esfuerzos para reactivar el programa de integración, los ministros de Relaciones Exteriores de Centroamérica expresaron su voluntad política a favor de la reestructuración del proceso para lograr la paz y la democratización,

² Organización de carácter principalmente político, su objetivo fue impulsar la integración en materia política.

³ Organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas, se encarga de promover el desarrollo económico y social de la región, fue gestora y promotora del proceso de integración.

⁴ Mediante este Tratado, se reafirmó el propósito de unificar las economías de los países de la región e impulsar en forma conjunta el desarrollo de Centroamérica.

⁵ Suscrito en la ciudad de Managua, Nicaragua, el 13 de diciembre de 1960, por El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. El MCCA entró en vigor en junio de 1961. Costa Rica se adhirió al Tratado en julio de 1962. Panamá se adhirió a este mecanismo hasta 2012.

por ende, como primer paso se creó el Diálogo de San José. Seguidamente, los Gobiernos centroamericanos, llevaron a cabo el trascendental Proceso de Esquipulas⁶.

En junio de 1990, se celebró la VIII Cumbre Presidencial en Antigua Guatemala, los Presidentes de las Repúblicas de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá aprobaron el Plan de Acción Económica para Centroamérica (PAECA) con la intención de lograr una reestructuración y fortalecimiento del proceso de integración centroamericana, así como también de los organismos subregionales.

Finalmente, en 1991 los cinco países de Centroamérica y Panamá suscribieron un protocolo adicional a la Carta Constitutiva de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA), el llamado Protocolo de Tegucigalpa⁷, que estableció y consolidó el Sistema de Integración Centroamericana (SICA), como el marco institucional de la subregión, cuyo objetivo principal era llevar a cabo la integración centroamericana, en temas no solamente económicos, sino también sociales, políticos y ambientales. Por medio este Protocolo, se modificó la estructura institucional y se conformó la Reunión de Presidentes, el Consejo de Ministros, el Comité Ejecutivo, la Secretaría General (SG-SICA), el Parlamento Centroamericano⁸ y la Corte Centroamericana de Justicia⁹, entre otros (Cordero & Jorge, 2009).

Dos años más tarde los países suscribieron el Protocolo al Tratado de Integración Económica, mejor conocido como el Protocolo de Guatemala, con el que se instituyó el Subsistema de Integración Económica y se nombró a la Secretaría Permanente como la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA). Le corresponde servir de enlace de las acciones de las demás Secretarías Técnicas del Subsistema Económico y coordinar con la Secretaría General del SICA (SG-SICA). Asimismo, se encarga de velar a nivel regional por la correcta ejecución del Protocolo de Guatemala, demás instrumentos jurídicos de la integración económica y el cumplimiento de las decisiones de los órganos del Subsistema Económico. Además, tiene las funciones que le asigne el Consejo de Ministros de Integración Económica o su Comité Ejecutivo.

⁶ Consistió en dos reuniones presidenciales que fueron trascendentales (Esquipulas I y II), para establecer una paz firme y duradera, y la reactivación de la integración centroamericana,

⁷ Mediante este Protocolo, Panamá se incorporó como Estado Miembro. Posteriormente, en el 2000 se adhirió Belice al SICA como Estado Miembro y en 2003 se unió la República Dominicana como Estado Asociado.

⁸ Serviría como órgano de planteamiento, análisis y recomendación.

⁹ Con el propósito de hacer cumplir el Protocolo y garantizar el Estado de derecho entre los países miembros.

Por último, no está de más mencionar que la SIECA, está a cargo de un Secretario General, nombrado por el Consejo de Ministros de Integración Económica para un periodo de cuatro años y actualmente, el cargo lo ocupa el hondureño Melvin Enrique Redondo (Departamento de Talento y Cultura, 2018).

1.2.2. Misión

“Contribuir a la consolidación del proceso de integración económica centroamericana y su inserción a los mercados internacionales, a través del mejor equipo de colaboradores dedicado al apoyo técnico, la gestión del conocimiento, y la ejecución eficiente y transparente de los recursos” (SIECA, s.f.b).

1.2.3. Visión

“Centroamérica económicamente integrada e insertada en los mercados internacionales” (SIECA, s.f.b).

1.2.4. Valores

La página oficial de la SIECA, menciona los valores a los cuales se adhieren como institución en el proceso de la integración económica centroamericana. Dichos valores por los se rigen, son los siguientes: *Transparencia; Responsabilidad; Integridad; Excelencia e Inclusión*. Cabe mencionar que, la SIECA solamente establece los valores mencionados, pero no una explicación de los mismos.

Por otra parte, para conocimiento del lector, en la siguiente Figura 1.1, se muestra el logo de la SIECA.

Figura 1.1. Logo de la SIECA

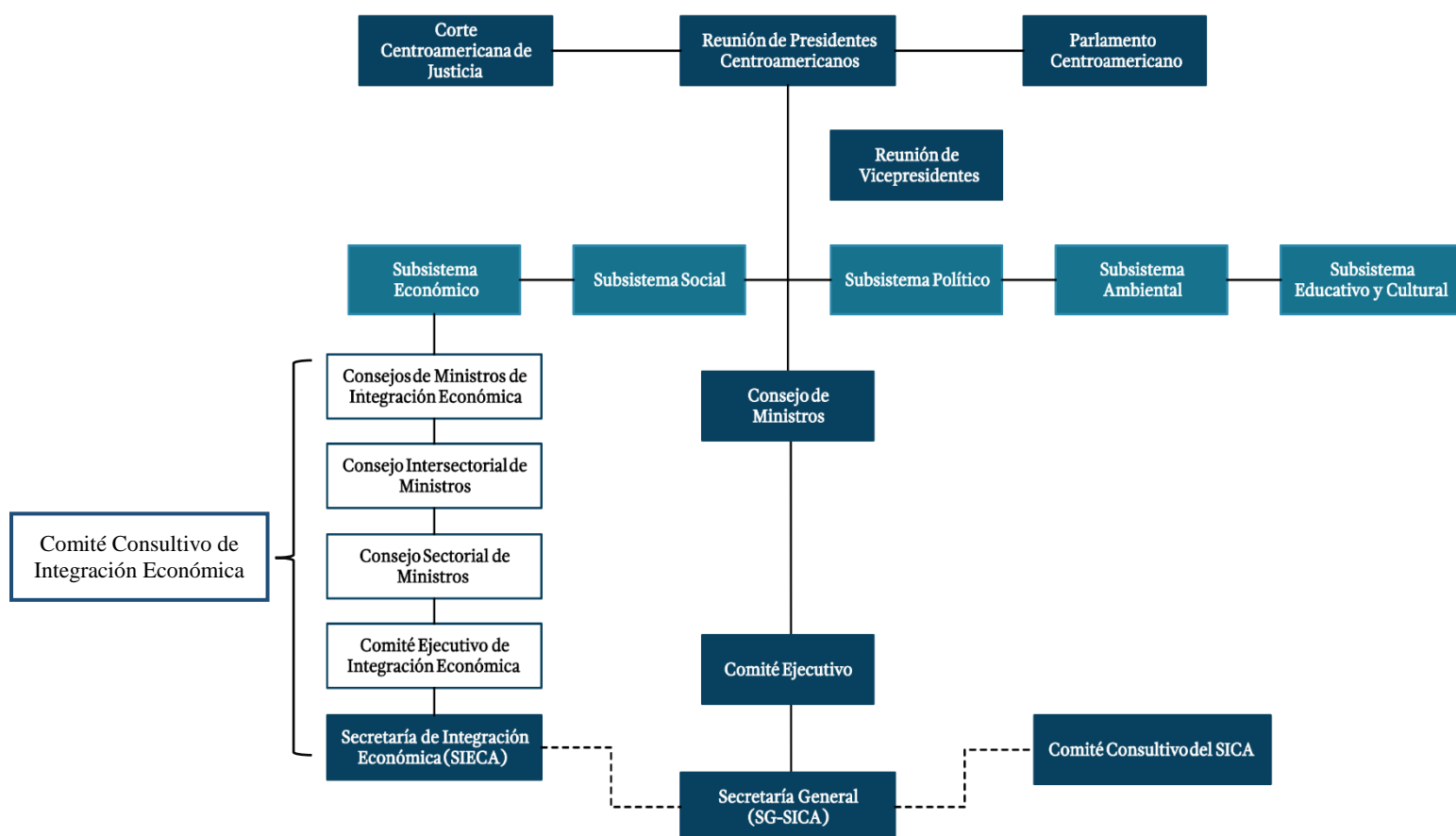


Fuente: SIECA, <https://www.sieca.int/>

1.2.5. Organigrama

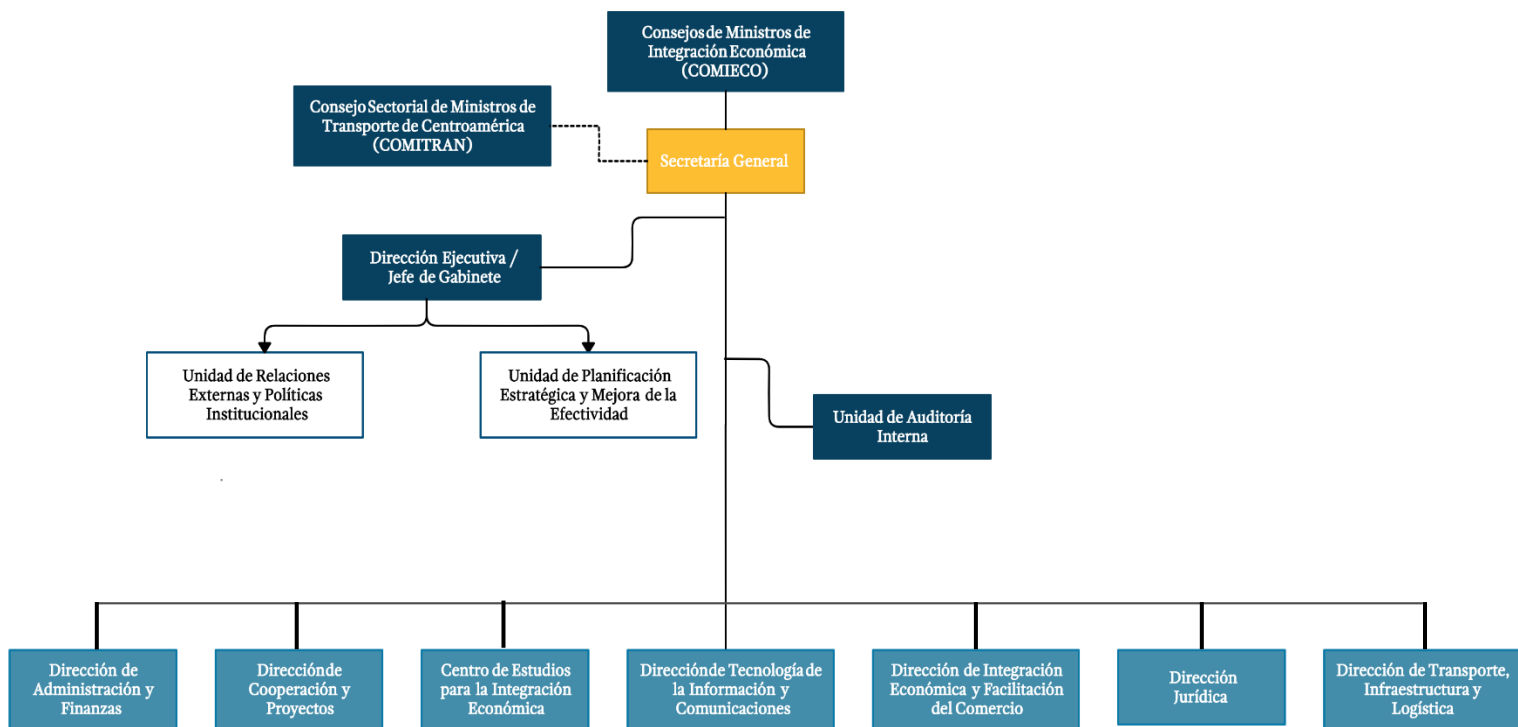
A continuación, en la Figura 1.2 se puede observar de manera jerárquica cómo está compuesta la estructura organizacional del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA), con el propósito de que haya una mejor comprensión de dónde es que proviene la Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA) y en la Figura 1.3, se muestra el organigrama del órgano técnico regional de la SIECA, junto con sus Direcciones.

Figura 1.2. Estructura organizacional del SICA y el Subsistema de Integración Económica



Fuente: Elaboración propia, con base en información del SICA.

Figura 1.3. Estructura organizacional de la SIECA



Fuente: Elaboración propia, con base en información de la SIECA.

2. CAPÍTULO II

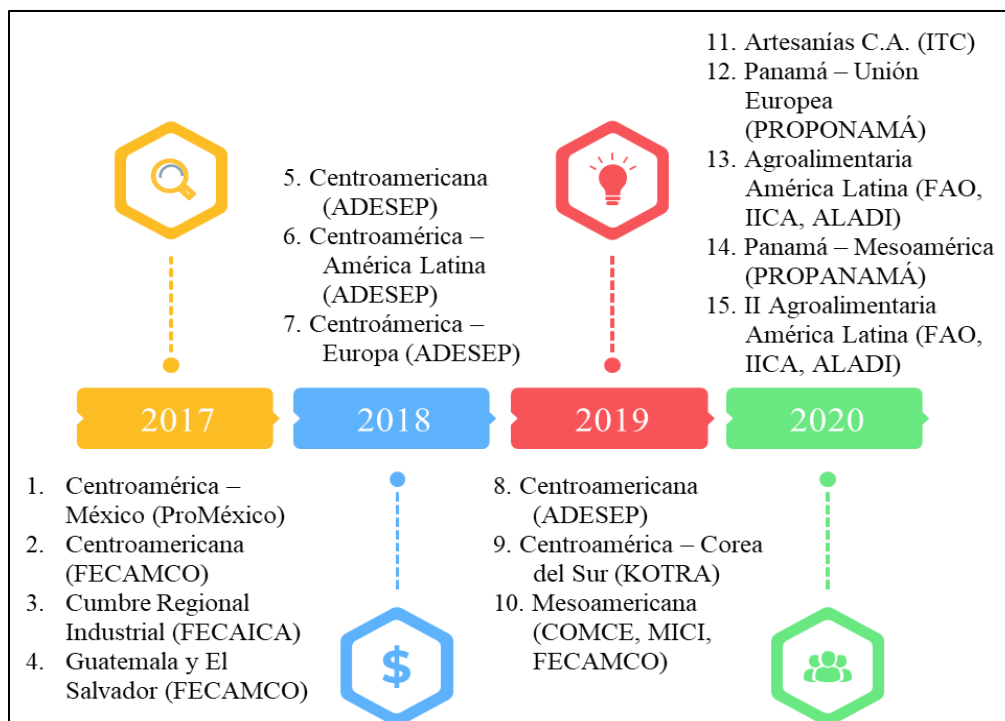
En el presente capítulo, se va a mencionar y detallar de una manera amplia las actividades realizadas durante el periodo de práctica profesional, a fin de que se tenga una noción clara respecto a las actividades que fueron asignadas específicamente en el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial. Cabe mencionar que, dichas actividades se desarrollaron con el propósito de cumplir con los objetivos planteados en el capítulo anterior.

Como se indicó inicialmente, se realizaron distintas actividades en uno de los ejes más fundamentales e importantes de la SIECA, el cual es la gestión de plataformas de apoyo al comercio. Dentro de este eje, se encuentra una herramienta de inteligencia comercial y de networking empresarial, mejor conocida como la Red Centroamericana de Comercio (REDCA), la cual permite que los empresarios puedan hacer negocios en la región centroamericana y alrededor de todo el mundo a través de ruedas virtuales de negocios¹⁰ completamente gratuitas, para impulsar los diferentes sectores económicos de Centroamérica. Según la (SIECA, 2020), en la actualidad, la plataforma reúne el directorio virtual más grande de Centroamérica; con más de 18,000 empresas registradas, se posiciona como la plataforma líder en el desarrollo de encuentros empresariales, desde su lanzamiento en marzo del 2016 hasta la fecha ha desarrollado 15 diferentes ruedas de negocios, cada una con un monto de intención de compra muy significativo.

Seguidamente, en la Figura 2.1, se presenta las ruedas virtuales de negocios que se han realizado desde el 2017 y en la Figura 2.2, se muestra un mapa para que se tenga mayor conocimiento de cuáles regiones del mundo son las empresas que están registradas en la Red Centroamericana de Comercio.

¹⁰ Es un encuentro donde empresarios compradores y vendedores acuerdan citas previamente para negociar la compraventa de un producto o servicio durante las fechas que se esté llevando a cabo alguna rueda virtual de negocios organizada por la SIECA y cooperantes.

Figura 2.1. Ruedas virtuales de negocios desarrolladas



Fuente: Elaboración propia, con base en información de la SIECA.

Figura 2.2. Cantidad de empresas registradas en la REDCA



Fuente: SIECA, <https://www.sieca.int/>

2.1. ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA INSTITUCIÓN

La secuencia cronológica de las actividades desarrolladas fue de la siguiente manera.

2.1.1. Elaboración de informe ejecutivo de la Rueda Virtual de Negocios del ITC

Desde su lanzamiento, el objetivo de la Red Centroamericana de Comercio (REDCA) ha sido lograr que todas aquellas empresas interesadas pertenezcan al directorio más grande de la región y así, a través de esta herramienta puedan interactuar y ampliar las relaciones de comercio e inversiones en América Latina y el Caribe, al igual que, con otros usuarios desde cualquier parte del mundo.

Habiendo dicho lo anterior, el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial como parte de su trabajo, se encarga de conocer los resultados obtenidos luego que finaliza cada rueda de negocios, con el fin de saber si hubo algún intercambio comercial entre los empresarios. Por ende, como primera actividad se asignó darle seguimiento a la Rueda Virtual de Negocios sobre la *Compra de herramientas e insumos para la fabricación de artesanías centroamericanas*, la cual se llevó a cabo del 23 de marzo al 01 de abril de 2020. Dicha Rueda, pudo realizarse gracias a la cooperación del International Trade Center (ITC)¹¹, cuyo objetivo era apoyar y fortalecer las capacidades de negocios, como también aumentar la competitividad internacional de las mujeres artesanas en la región y que encontraran potenciales proveedores y socios para la fabricación de sus artesanías. Los países beneficiarios fueron únicamente Honduras, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua y Panamá.

Primeramente, antes de realizar la respectiva asignación, se explicó en una reunión de manera breve lo que había sido la temática de la Rueda y los subsectores que habían participado en la misma, éstos fueron los siguientes:

- Insumos y herramientas para bisutería y joyería
- Insumos y herramientas para productos de madera y cerámica
- Insumos y herramientas para marroquinería
- Insumos y herramientas para productos textiles y fibras naturales

¹¹ Es la agencia conjunta de la Organización Mundial del Comercio y de las Naciones Unidas, su principal objetivo es que las empresas en países en desarrollo sean más competitivas en el mercado global, acelerando el desarrollo económico y ayudando a conseguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

- Insumos y herramientas para empaque

Con respecto al informe ejecutivo, se desarrolló de acuerdo a ciertos indicadores de desempeño establecidos por el ITC, los cuales se mencionarán a continuación:

- Número de empresas de mujeres que han encontrado proveedores de insumos claves para la fabricación de artesanías
- Promedio de proveedores claves que las empresas de mujeres han encontrado a través de sus reuniones
- Número de empresas que han solicitado una cotización a proveedores de insumos
- Número de empresas que han hecho pedidos de compra de insumos
- Número total de pedidos de insumos
- Monto total de los pedidos de insumos

Sin embargo, antes de empezar con dicha asignación, se le solicitó al practicante realizar un plan de trabajo detallado (véase Anexo A), para poder llevar un mayor orden de cada una de las tareas a desarrollar y así, poder presentar el informe ejecutivo completo en tiempo y forma. Posteriormente, se elaboró un cuestionario de preguntas en un archivo de Excel por cada empresa que participó en la Rueda para conocer los resultados obtenidos durante las reuniones empresariales, tal y como se muestra en el Anexo B. En segundo lugar, se procedió a enviarles el formulario por el correo electrónico institucional de la SIECA a todas aquellas empresas participantes, aunque, después de haberles dado un seguimiento a los correos remitidos, se percibió que la cantidad de empresas que habían contestado eran muy pocas, por ende, se contactaron también por WhatsApp a través de una llamada y/o mensaje para aumentar la cantidad de respuestas. En tercer lugar, de las 57 empresas artesanas que participaron en la Rueda Virtual de Negocios del ITC, 48 llevaron a cabo reuniones virtuales y de este total, se logró comunicarse con 28 a través de los canales de comunicación antes mencionados (véase Anexo C).

De igual manera, se les envió una encuesta de Google Forms a las 8 empresas artesanas que no habían participado en la Rueda de Negocios para conocer sus motivos y comentarios del porqué solamente se inscribieron a la Rueda, pero no agendaron ninguna reunión virtual (véase Anexo D). Así que, de las 8 empresas a las cuales se contactó, únicamente 3 de ellas contestaron lo que se les solicitó.

Por consiguiente, de acuerdo a los resultados obtenidos de las empresas artesanas que participaron y no participaron, se elaboró el respectivo informe ejecutivo y a la vez, luego de una revisión, se corrigieron ciertos detalles sugeridos por el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial.

2.1.2. Búsqueda de empresas compradoras y realizar matchmakings

Como es de esperarse, siempre antes de llevar a cabo una rueda virtual de negocios, la SIECA por sus distintos canales de difusión da a conocer la rueda a realizar e invitan a todos aquellos empresarios interesados a inscribirse en la Red Centroamericana de Comercio y si ya lo están, entonces, a participar en la misma, con tal de que su rubro esté relacionado con la rueda que se esté desarrollando. Sin embargo, no queda hasta allí, el trabajo de promocionar dicho evento va más allá de eso, ya que, los técnicos de negocios¹² de la REDCA contactan a las empresas participantes de eventos pasados para realizarles la invitación a la nueva rueda virtual de negocios y de igual manera, por medio de Internet realizan la búsqueda de nuevas empresas con el fin de aumentar el número de empresarios que participan en la misma.

Una vez dicho esto, se requirió brindar apoyo en la Segunda Edición de la Rueda Virtual de Negocios del sector agroalimentario, la cual se desarrolló del 28 de septiembre al 02 de octubre de 2020. El evento fue organizado por la SIECA, en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), quienes establecieron una alianza para generar acciones en conjunto que apoyen el desarrollo del comercio y los negocios entre las empresas de América Latina y El Caribe, aunque, cabe mencionar que también participaron ciertas empresas de otras partes del mundo como de España, Alemania y la India. Los subsectores permitidos a participar fueron los siguientes: productos cárnicos; lácteos; miel; grasas y aceites animales o vegetales; frutas y vegetales; granos básicos y cereales; café, cacao; frutos secos; alimentos instantáneos y precocidos; bebidas a base de jugos

¹² Se encargan de promocionar las ruedas de negocios, asimismo, brindan apoyo técnico y logístico a las empresas participantes antes y durante la rueda que se esté llevando a cabo.

naturales; bebidas carbonatadas; bocadillos y aperitivos; panadería y pastelería; salsas y condimentos.

Primeramente, se sostuvo una reunión y en lo que se solicitó apoyo fue específicamente en realizar una búsqueda muy amplia en Internet de empresas potenciales a participar en dicha Rueda de Negocios haciendo énfasis en encontrar compradores del sector agroalimentario en América Latina y el Caribe. La SIECA facilitó una plantilla de Excel con todos los datos que debían tomarse en cuenta al momento de realizar la búsqueda, la cual incluía lo siguiente:

- País de origen de la empresa
- Nombre de la empresa
- Subsector principal
- Alguna descripción en caso de ser necesario
- Interés de compra (subsectores a la que empresa se dedica)
- Contacto (nombre del empresario)
- Correo electrónico
- Número de teléfono
- Redes sociales de la empresa
- Página web
- Observaciones / Comentarios

Después de haber terminado con dicha actividad, se apoyó en hacer matches, en donde tanto compradores y vendedores, pudieran tener la oportunidad de ofrecer y vender sus productos para maximizar sus oportunidades comerciales y así, lograr tener un mayor acceso a mercados internacionales y competitividad. Dicho matchmaking, se realizó con el fin de apoyar a las empresas participantes para que pudieran agendar reuniones virtuales previo a la Rueda según su interés de compra-venta. La manera en cómo se hizo, fue por medio de la herramienta de filtro de datos en Excel, dado que, la plataforma de la REDCA no cuenta un software de matchmaking totalmente automatizado.

2.1.3. Apoyo técnico en la II Rueda Virtual de Negocios del sector agroalimentario

Una semana antes que iniciara la Rueda del sector agroalimentario, el Departamento de la SIECA al que se asignó para realizar la práctica profesional, realizó una reunión para explicar cómo sería el manejo técnico de la plataforma de la REDCA durante la Rueda Virtual de Negocios

y, asimismo, la mecánica a seguir para poderles brindar asistencia técnica a los empresarios cada vez que fuera necesario.

En general, la manera en como las empresas participan durante la rueda, es llevando a cabo reuniones virtuales, en donde son las mismas empresas que deben agendar las reuniones que deseen, no hay ningún límite. Hay una sección en la plataforma donde el empresario puede consultar las empresas que están participando en la rueda y sus respectivos perfiles empresariales, seguidamente, solicitan la reunión a su contraparte filtrando el listado de empresas, de la siguiente manera: *Todos; Nombre; País, Interés de venta e Interés de compra*. Una vez el empresario identifique la empresa de su interés debe de dar clic en la pestaña “*agendar reunión*” y se despliega la agenda de la empresa seleccionada donde puede ver su disponibilidad, la fecha y la hora en que quiere que la reunión se lleve a cabo y, por último, se escribe el motivo de la reunión y se le da clic en “*solicitar reunión*”. Al enviar la solicitud, la empresa con la que desea reunirse recibe un correo con su invitación. La reunión puede ser aceptada o rechazada en base a los intereses de la empresa que se invitó, y luego la que invitó recibe un correo de notificación con la respuesta. De igual manera, cada empresa participante en la pestaña “*reuniones*”, puede validar las reuniones agendadas y revisar cuáles están confirmadas por el empresario invitado, cuáles están pendientes de confirmación o, en definitiva, rechazadas.

Habiendo explicado lo anterior, el lector ya puede tener una idea más amplia de cómo es que funciona la Red Centroamericana de Comercio y sus ruedas virtuales de negocios. Normalmente las ruedas tienen una duración de una semana por un periodo de 7-8 horas por día; a cada hora los empresarios realizan diferentes reuniones virtuales en los cinco días de la semana, como se observa en el Anexo E. Por ende, la carga de trabajo durante la semana de las ruedas de negocios es bastante agotador y extensa, porque los técnicos de negocios están pendientes de comunicarse con los empresarios 30 minutos antes de la hora de cada reunión para confirmar su asistencia, no obstante, en algunos casos las empresas no confirman nada o tienen algún tipo de atraso o inconveniente para conectarse a la hora, entonces, en este tipo de situaciones se solicitó el apoyo del practicante para que pudiera conectarse con la empresa que estaba esperando a su contraparte en la sala virtual.

Por tal razón, cada reunión que se realiza en la plataforma tiene un número de sala asignado de cinco dígitos, así que, cuando ocurría la situación mencionada se le solicitaba al practicante

ingresar a un número de sala en específico para hacerle saber al empresario que la contraparte no iba a poder conectarse, para solicitarle más tiempo por algún problema de conexión u otro motivo o para expresarle que no se había tenido respuesta de la otra empresa.

Posteriormente, lo último que se hacía, en caso que la reunión no se haya podido llevar a cabo era que, se le enviaba un correo electrónico a la empresa que realizó la invitación y a la contraparte con todos sus datos, así como se muestra en la Anexo F, con el fin de que ambas pudieran contactarse por el medio de comunicación que desearan en su debido momento.

2.1.4. Búsqueda de potenciales compradores y vendedores

Al finalizar la Rueda Virtual de Negocios del sector agroalimentario, se requirió la búsqueda y elaboración de una base de datos de empresas, de diferentes sectores económicos, ya sea compradores o vendedores, para posteriormente, invitarlas a participar en futuras ruedas de negocios según al sector que vaya dirigido el evento.

Asimismo, se realizó una búsqueda por medio de Internet y se elaboró una base de datos para una rueda virtual de negocios que se va a desarrollar en mayo de 2021, la cual será específicamente para el sector artesanal. Lo que se encontró fueron Organizaciones gubernamentales; Gremios de artesanos; Ministerios de Cultura, Turismo y Comercio Exterior; Cámaras de Comercio; Fundaciones del sector artesanal y Promotoras de Comercio Exterior de América Latina y el Caribe. Por último, cabe mencionar que, los datos incluidos en esta base de datos fueron los mismos que se mencionaron en la subsección 2.1.2.

2.1.5. Análisis de perfil de empresas de Panamá

Desde el 2017, las ruedas de negocios que ha llevado a cabo la SIECA, han sido realizadas con el apoyo de distintas instituciones cooperantes, las cuales son las que establecen los lineamientos del evento según sus objetivos, metas, intereses e indicadores de comercialización. Por tal razón, la SIECA tiene la responsabilidad y el compromiso de cumplir con los requerimientos de los cooperantes, como también, de obtener los mejores resultados en las ruedas que desarrollan en conjunto.

Durante el transcurso del 2020, se realizaron cinco ruedas virtuales de negocios, dentro de ellas, la Agencia para la Atracción de Inversiones y Promoción de Exportaciones (PROPANAMÁ) realizó dos en conjunto con la SIECA, a través de la plataforma REDCA. La primera fue, la Rueda

Virtual de Negocios Panamá – Unión Europea y la segunda, la Rueda Virtual de Negocios Panamá, Mesoamérica, el Caribe y Chile.

Al haber sido PROPANAMÁ el cooperante o patrocinador de ambas ruedas, tenía como objetivo principal que las empresas panameñas dedicadas a la exportación de los sectores de servicios, alimentos y bebidas, establecieran contactos comerciales con potenciales socios estratégicos, clientes, compradores y proveedores. Sin embargo, algunas empresas de Panamá solamente se registraron a las ruedas y no participaron en ninguna reunión virtual, debido a esto, luego que finalizaron ambas actividades, la SIECA analizó el motivo del porqué algunas empresas solamente se registraron y no agendaron reuniones, por ende, se estableció como hipótesis que una de las mayores razones pudo haber sido porque las empresas no cuentan con un perfil empresarial apropiado, es decir, su perfil no genera un interés en los empresarios que buscan realizar negocios o establecer algún tipo de networking con otras empresas.

Por tal motivo, se solicitó realizar un análisis general y específico de los perfiles de las empresas de Panamá que se registraron en cualquiera de las dos ruedas mencionadas anteriormente. Se evaluaron distintos criterios, con el propósito de ofrecerles a los empresarios panameños mejores oportunidades comerciales y asimismo, para que puedan desarrollar redes empresariales dentro y fuera de la región de manera significativa. La forma en como se hizo tal análisis, fue revisando el perfil empresarial en la plataforma de la REDCA de cada empresa que participó o que solamente se registró, los criterios evaluados fueron los siguientes:

- Página web
- Logo de la empresa
- ¿La información del negocio está completa o incompleta? ¿Por qué?
- ¿La descripción del producto o servicio está completa o incompleta? ¿Por qué?
- Cantidad de galería de fotos, ya sea del producto o servicio que ofrece la empresa
- ¿Menciona detalladamente la empresa qué es lo que ofrece o vende?
- ¿Menciona detalladamente la empresa qué es lo compra?
- ¿Cuenta con redes sociales, ya sea Facebook, YouTube, Twitter y/o LinkedIn?

En el Anexo G, se muestra un ejemplo de cómo se ve el perfil de una empresa registrada dentro del directorio virtual de la REDCA, cabe mencionar que, no todas completan la información

tal y como se debe, algunas dejan varios datos incompletos o vacíos que son necesarios para que tengan mejores oportunidades de negocios y conexiones con socios internacionales.

Seguidamente, se realizó un análisis específico para evaluar cuál había sido el nivel de participación de cada empresa panameña y así, llegar a una conclusión definitiva si existía algún tipo de correlación, en que, la empresa al tener un perfil más completo, tendrá más probabilidades de participar en reuniones virtuales con otras. No obstante, se llegó a la conclusión que la hipótesis que se había planteado, no era la correcta, dado que, luego de los análisis realizados se determinó que la manera como un perfil empresarial esté estructurado o completado, no tiene ninguna relevancia en su nivel de participación en las reuniones, porque al parecer no es algo a lo cual los empresarios le presten mucha importancia o interés.

3. CAPÍTULO III

La mejora continua en toda institución o empresa debe ser uno de los pilares básicos, una necesidad y punto de enfoque al cual siempre se le debe prestar atención. La búsqueda y el interés por seguir mejorando es la única manera de conseguir alcanzar la máxima calidad y la excelencia, al final, es algo fundamental que de alguna u otra manera termina valiendo la pena en cualquier entidad, ya sea pública o privada. Independientemente cómo sean los cambios, grandes o pequeños, siempre estos son útiles y valiosos, ya que, van orientados a mejorar la forma en que la entidad realiza sus funciones, optimiza sus recursos y llevan a cabo de una manera más eficiente distintas tareas.

En el presente capítulo, se plantean varias propuestas de mejora con la intención de facilitar de alguna forma los métodos o procesos utilizados en el día a día para la correcta ejecución de las funciones administrativas que realiza el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial, del Centro de Estudios para la Integración Económica de la SIECA.

Dicho capítulo se subdivide en dos secciones. En la primera, se incluyen dos propuestas que fueron planteadas y formuladas para su respectiva evaluación y aprobación por parte de la SIECA durante el periodo de práctica profesional; en la segunda sección, se presenta una propuesta de mejora que se sugerirá utilizar dentro del Departamento para una mayor eficiencia en las actividades de promoción comercial que la SIECA se encarga de realizar.

3.1. PROPUESTA DE MEJORA IMPLEMENTADAS

Seguidamente, se detallan dos propuestas que fueron dadas a conocer a las autoridades competentes dentro de la SIECA, sin embargo, ambas propuestas todavía no han sido implementadas porque están siendo consideradas aún, ya que, durante el periodo de práctica profesional no se realizó otra rueda de negocios más.

3.1.1. Propuesta 1: Seguimiento oportuno a las empresas participantes

3.1.1.1. Antecedentes

Como se ha mencionado anteriormente en la subsección 2.1.1 de este informe, del 23 de marzo al 01 de abril del año 2020, empresarias artesanas participaron en una Rueda Virtual de Negocios sobre la compra de herramientas e insumos para la fabricación de artesanías. Dicha actividad se había planificado mucho antes del brote de la enfermedad COVID-19 a nivel mundial,

el propósito de realizarla era para apoyar al sector artesanal de la región, donde encontrarían potenciales proveedores y socios, para posteriormente promover a nivel mundial los productos de artesanías elaborados por empresarias centroamericanas en una próxima rueda.

Luego que dicha Rueda finalizó, no se llevó a cabo un seguimiento en el tiempo adecuado, sino hasta en el mes de septiembre, es decir, aproximadamente 6 meses después de la actividad. En algunas ocasiones por tanta carga laboral se dejan este tipo de cosas a un lado, pensando que el seguimiento se puede realizar en cualquier momento, sin embargo, lo único que esto ocasionó es que, al momento de hacer la respectiva evaluación de los resultados obtenidos, los empresarios ya no recordaban de manera específica y detallada con cuáles empresas consideraron tener una oportunidad comercial, algún interés o intención de negocio. Además, al pasar tanto tiempo no se encontraban con la misma disposición e interés de querer brindar una respuesta. Cabe mencionar que, tal situación se pudo percibir mientras se realizaba la actividad del seguimiento para el desarrollo del informe ejecutivo.

3.1.1.2. Descripción de la propuesta

Primeramente, se sugirió la idea de enviar un correo de agradecimiento a todas las empresas participantes dentro de 24 a 48 horas máximo luego de haber finalizado la rueda virtual de negocios. Sin embargo, al ser tantas empresas que participan, se consideró pertinente la posibilidad de utilizar alguna alternativa para enviar correos masivos de forma personalizada y segmentada, conocida también como el email marketing. A través de Gmail o Outlook, técnicamente sí es posible enviar correos masivos, no obstante, se debe tener en cuenta que estas plataformas no se diseñaron para ese propósito y por ello tiene sus límites. En Internet, se pueden encontrar varias plataformas especializadas, organizadas y confiables, que incluso brindan plantillas modernas y adaptables que pueden ser editadas fácilmente y además, atraen la atención del remitente. Dentro de estas herramientas se encuentran tres muy conocidas: GetResponse, HubSpot, y Sendinblue, aunque no son completamente gratuitas, ofrecen funciones que pueden utilizarse totalmente gratis hasta un cierto límite de tiempo y luego, en el caso que hayan sido de utilidad para la empresa o institución, pueden optar por tomar un plan de pago que se adapte a sus necesidades.

Es importante que en el mensaje de agradecimiento, también se les haga saber a los empresarios que en las próximas semanas les llegará un correo electrónico con una evaluación adjunta, con el propósito de darle seguimiento a los resultados obtenidos de las reuniones virtuales

que agendaron con empresas de su interés y asimismo, para conocer su satisfacción con respecto a la rueda de negocios en la que participó. Por último, es necesario señalar que tal seguimiento debería de realizarse en un tiempo prudente, aproximadamente de 2 a 3 semanas después de haber finalizado la rueda, ya que, si se deja pasar más el tiempo, el objetivo principal de la actividad se pierde.

A continuación, en la Tabla 3.1 se mencionan algunas funcionalidades y ventajas del por qué merece la pena invertir en una herramienta de email marketing en lugar de enviar correos masivos desde Gmail o Outlook.

Tabla 3.1. Funcionalidades y ventajas del email marketing

Funcionalidades de las plataformas de email marketing	Ventajas del email marketing
La capacidad de entrega de los correos electrónicos es mayor, ya que, su función es esa, lograr que los emails lleguen al correo del destinatario.	El correo puede ser masivo, pero personalizado.
Se obtienen análisis de resultados de los correos enviados (cuántas personas los abrieron, cuántas hicieron clic en los enlaces, etc.)	Construyen confianza y fidelizan a los clientes o empresarios en este caso.
Ofrecen un editor de diseño responsivo, los emails pueden adaptarse a cualquier dispositivo.	Permite hacer pruebas antes de realizar un envío definitivo (se pueden probar diferentes asuntos para garantizar la apertura de los emails).
Enviar correos electrónicos con diseños que atraen la atención del destinatario y a la vez profesionales.	

Fuente: Elaboración propia, con base en información de plataformas de email marketing.

3.1.1.3. Impacto de la propuesta

En la actualidad, según (NewsMDirector, 2020), el email marketing ha sido considerado como una buena estrategia digital para lograr la comunicación directa y personal con clientes potenciales. Es una herramienta muy interactiva, ya que, pueden incluirse videos, imágenes, enlaces, gifs y todo tipo de complemento publicitario. La implementación de dicha propuesta, permitirá llamar la atención de forma más eficaz, en que se invierta mucho menos tiempo y generar en los empresarios una muestra de importancia y agradecimiento por su participación, aun cuando la rueda ya haya finalizado.

Asimismo, al realizar un seguimiento oportuno en el tiempo adecuado, da una buena imagen de la SIECA, dándole a entender al empresario que sí hay un interés genuino por parte de la institución en que, en realidad sí se lleguen a concretar intercambios comerciales o de cierta manera, logren identificar posibles socios internacionales durante la rueda, como también, pueda ser que no se obtengan resultados tan significativos. A su vez, los seguimientos podrán servir de retroalimentación y medición, como de qué tan efectivas están siendo las reuniones virtuales y en qué aspectos se debería de mejorar en futuras ruedas virtuales de negocios.

3.1.2. Propuesta 2: Establecer alianzas colaborativas con instituciones afines

3.1.2.1. Antecedentes

Como en toda actividad que se realiza, hay una meta que cumplir, en el caso de las ruedas virtuales de negocios se establece una cierta cantidad de empresas que deben participar. Por ende, los técnicos de negocios de la REDCA realizan una búsqueda de nuevos potenciales compradores y vendedores según el sector que esté enfocada la rueda virtual en dicho momento. Sin embargo, en algunas ruedas se complica mucho estar buscando compradores y vendedores, porque no se encuentran de una manera tan sencilla, lo cual al final termina siendo un proceso complejo. Cabe mencionar que, la manera en como se hace dicha búsqueda es a través de Internet y no es algo tan sencillo, ya que, las empresas no indican de manera explícita que están interesados en la compra-venta de algún tipo de producto o servicio. Para poder saberlo, se le debe preguntar directamente a la empresa y luego, esperar mientras se recibe una respuesta, entonces, lo único que esto causa es un atraso en el proceso, en lugar de invertir ese tiempo, en actividades que son igual de importantes para la realización de la rueda virtual.

3.1.2.2. Descripción de la propuesta

(El Instituto de Comunicación y Desarrollo, 2015) plantea que, las colaboraciones son muy importantes para moverse en el entorno actual, en donde cada vez es más global, interdependiente, interconectado y complejo, por ello, es indispensable en muchos casos establecer una estrategia de alianzas sinérgicas con actores diversos; por ejemplo: con organizaciones de la sociedad civil (OSC), redes nacionales e internacionales, entidades gubernamentales, organismos regionales o internacionales, y empresas privadas. De igual manera, es necesario tener en cuenta que una colaboración es significativa, siempre y cuando, se haga una selección adecuada de los potenciales

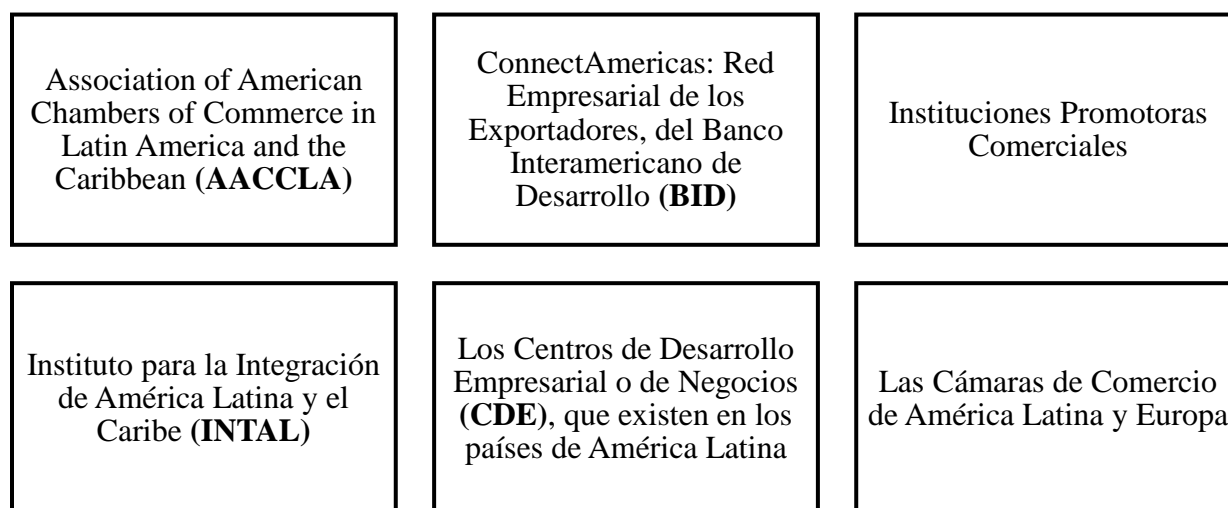
aliados. Todos deben de perseguir el mismo fin, visión, misión y objetivos, ya que, si no es así, los resultados y el impacto pueden ser los no esperados.

Así que, por tal motivo, se tomó la iniciativa de proponer la creación de alianzas con diferentes instituciones, promotoras comerciales, organizaciones gubernamentales, y entre otras, en el cual su mayor objetivo e interés sea aumentar y diversificar la oferta exportable de América Latina y el Caribe con el mundo. Cabe resaltar que, la SIECA ya ha firmado convenios de cooperación o tiene algún tipo de alianza con socios comerciales de la región que buscan fomentar la competitividad e inserción internacional de las empresas alrededor del mundo, sin embargo, deberían considerar trabajar en conjunto cuando se llevan a cabo las ruedas virtuales de negocios.

Ahora bien, ¿por qué razón se hace tal propuesta? Porque en la mayoría de ocasiones, las instituciones u organismos que buscan promover el comercio en la región, es muy común que ofrezcan redes empresariales para aquellos interesados en expandir su negocio, por ende, siempre cuentan con una lista de importadores y/o exportadores ya registrados o asociados.

Por tal razón, se realizó una búsqueda de otros potenciales aliados comerciales que pueden ser considerados por la SIECA para próximas ruedas de negocios, en la Figura 3.1 se muestra algunos de ellos.

Figura 3.1. Potenciales aliados comerciales



Fuente: Elaboración propia, con base en información de páginas web enfocadas en el comercio exterior.

En relación a lo mencionado en la Figura 3.2, se pueden encontrar más detalles e información en la página web del Diario del Exportador¹³. Asimismo, los distintos Centros de Desarrollo Empresarial que existen en América Latina, pueden encontrarse en una publicación realizada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)¹⁴. Por último, con respecto a las Cámaras de Comercio, existen varias tanto en América Latina y Europa, (e.g., la Asociación Iberoamericana de Cámaras de Comercio, Industria y Servicios (AICO), la Asociación Europea de Cámaras de Comercio e Industria (EUROCHAMBRES) y las Cámaras de Comercio de carácter nacional que tiene cada país.

Dichas entidades o instituciones, incluso podrían ser utilizadas como sponsors para expandir las conexiones comerciales que promueve la SIECA, a través de las ruedas virtuales de negocios, debido al alcance y credibilidad que tienen. Un buen ejemplo de ello, es la red social empresarial ConnectAmericas, la cual fue desarrollada en el 2014 por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), dicha plataforma ofrece ayuda a las pequeñas y medianas empresas de América Latina y el Caribe, y particularmente, se dedica a promover el comercio exterior y la inversión internacional. Según (Itzel Barrón, 2019), ConnectAmericas permite a los usuarios registrados, publicar o postularse para anuncios de compra de empresas y entidades gubernamentales; encontrar posibles clientes, proveedores o socios de cualquier sector o país; conocer servicios de apoyo empresarial disponibles en sus países; registrarse para participar en eventos de negocios en cualquier parte del mundo; aplicar para recibir financiamiento de bancos en sus países; y fortalecer sus habilidades a través de cursos en línea gratuitos, webinars, artículos y videos. Cabe destacar que dicha plataforma al 2019, contaba con 300,000 usuarios de 211 países y 54,000 empresas, lo cual quiere decir que, ha tenido un gran impacto y potencial en la región.

3.1.2.3. Impacto de la propuesta

La SIECA al crear alianzas colaborativas con instituciones y organizaciones afines a su misión, le permitirá llevar un registro más amplio de posibles empresas participantes cuando se

¹³ Véase el Diario del Exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2017/07/organismos-e-instituciones-promotoras-y.html>.

¹⁴ Véase los Centros de desarrollo empresarial en América Latina: http://www.sice.oas.org/sme_ch/publications/Centros_Desarrollo_Empresarial_AL_s.pdf. Se encuentran específicamente en un cuadro de la página 22 y 23 del PDF.

realicen las ruedas de negocios. En definitiva, la intención es que creando alianzas, los técnicos de negocios sean más eficientes en las demás actividades que conlleva la realización de una rueda y no dediquen tanto tiempo buscando potenciales compradores y/o vendedores. Asimismo, las instituciones aliadas saldrían beneficiadas porque sus propias empresas podrían tener la oportunidad de participar en las ruedas, dependiendo al sector que pertenezcan. Al final, lo importante de esto es que, las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de América Latina y el Caribe tengan la oportunidad de expandir sus negocios fuera de la región.

Como último punto, esta propuesta se planteó cuando se solicitó buscar empresas compradoras de artesanías para una rueda de negocios que se llevará a cabo en el 2021, tal y como se explicó en la subsección 2.1.4, pero mientras se estaba realizando la búsqueda no se encontró con potenciales compradores de artesanías, entonces, fue a partir de dicha actividad en donde, se consideró que lo mejor sería proponer la creación de alianzas colaborativas, en la cual se beneficiarían ambas partes.

3.2. PROPUESTA DE MEJORA

En este apartado, se presenta una idea cuya puesta implementación o no, queda a discreción de la SIECA. La misma surgió, al observar la necesidad de realizarle varias mejoras a la plataforma de la REDCA e integrar herramientas más novedosas, por ende, la factibilidad de la propuesta se detalla a continuación.

3.2.1. Propuesta 1: Optimizar e innovar la plataforma de negocios REDCA

3.2.1.1. Antecedentes

En la subsección 2.1.3 del presente informe, se explicó cómo es que funcionan las reuniones virtuales durante las ruedas y el apoyo que se brindó durante la realización de la II Rueda Virtual de Negocios del sector agroalimentario, la cual contó con la participación de 374 empresas de 22 países de América Latina y Europa, y un total de 512 reuniones virtuales. No obstante, los resultados obtenidos respecto a la participación de las empresas fueron mejores cuando se realizó la primera edición, debido a que, en total se realizaron 1,037 reuniones, es decir, hubo un margen de diferencia de 525.

Durante la semana que se desarrolló la II Rueda Virtual de Negocios del sector agroalimentario, se apoyó y simultáneamente, se observó el trabajo que realizan los técnicos de negocios cada vez que se lleva a cabo cualquier rueda. Para que se tenga una mejor idea, durante la realización de una rueda, ellos se encargan de lo siguiente:

- Darle seguimiento a las empresas que no han agendado ninguna reunión.
- Darle seguimiento a las empresas que tienen reuniones por aceptar o rechazar.
- Contactar a los empresarios 30 o 15 minutos antes de la hora de cada reunión para confirmar su asistencia.
- Estar pendiente de qué empresas se conectan a las reuniones y cuáles no, debido a que, llevan un reporte manual para luego, obtener los resultados.
- Brindar asistencia o soporte técnico, en el caso que algún empresario tenga problemas al entrar a la plataforma o algún otro tipo de inconveniente.
- Ingresar a una reunión en específica, en el caso que hubiese una empresa esperando a su contraparte en la sala virtual.
- Enviar los contactos por medio del correo electrónico a los empresarios que no hayan podido conectarse a la hora que habían acordado.

Cabe indicar que, en los dos últimos puntos el practicante apoyó para que los técnicos de negocios pudieran enfocarse en las demás tareas y, asimismo, reducirles su carga laboral, dado que, hora tras hora tienen que estar pendientes de lo mencionado en los bullet points. Debido a ello, se hace énfasis que detrás de las ruedas, hay un gran trabajo, planificación y organización con el fin de brindarles a los empresarios una experiencia satisfactoria, sin embargo, se podría optimizar el tiempo de trabajo, si se le realizan ciertas innovaciones y mejoras a la plataforma.

3.2.1.2. Descripción de la propuesta

En el ciclo de vida de toda empresa siempre existe este interés de querer expandir su negocio a otras partes del mundo, ya sea esta mipyme, pyme o una empresa grande. En la mayoría de los casos, el proceso de abrirse a nuevos mercados es largo y complejo, pero es una buena oportunidad de crecimiento y de encontrar socios potenciales alrededor del mundo. Según afirma (Becerra Rodríguez, 2008):

Esta situación requiere explorar el potencial de nuevos modelos para el desarrollo empresarial en los que los “modelos de desarrollo en red”, conformados por empresas e instituciones públicas y privadas concentradas en espacios claramente definidos, resultan ser la alternativa viable frente a la dificultad de las empresas de enfrentar tales retos de manera individual. (p. 6)

En la actualidad, las ruedas virtuales de negocios se han convertido en un mecanismo de acercamiento comercial muy útil. Ahora los emprendedores y empresarios pueden tener encuentros de negocios a un solo clic de distancia desde cualquier parte del mundo, a través de distintas plataformas virtuales que sirven específicamente para eso, así como la Red Centroamericana de Comercio. Sin embargo, la REDCA todavía no cuenta con varias funciones y herramientas que podrían ser muy útiles para ofrecerles una mejor experiencia a aquellas empresas registradas y asimismo, para que la organización y ejecución de las ruedas virtuales de negocios sean más eficientes y menos complejas de llevar a cabo.

Por consiguiente, lo que se propone implementar es lo siguiente:

- ***Mejorar la interfaz de la plataforma***

Es indispensable siempre tener en cuenta que, cuando se trata de plataformas online, lo ideal es que estas sean de uso amigable pero a la vez profesional, en donde cada participante pueda manejarla con mucha facilidad y también, que cuente con las herramientas necesarias al momento de realizar reuniones virtuales. A continuación, se detallan las funciones que se consideraron necesarias para que la plataforma REDCA sea más interactiva y eficaz para los usuarios:

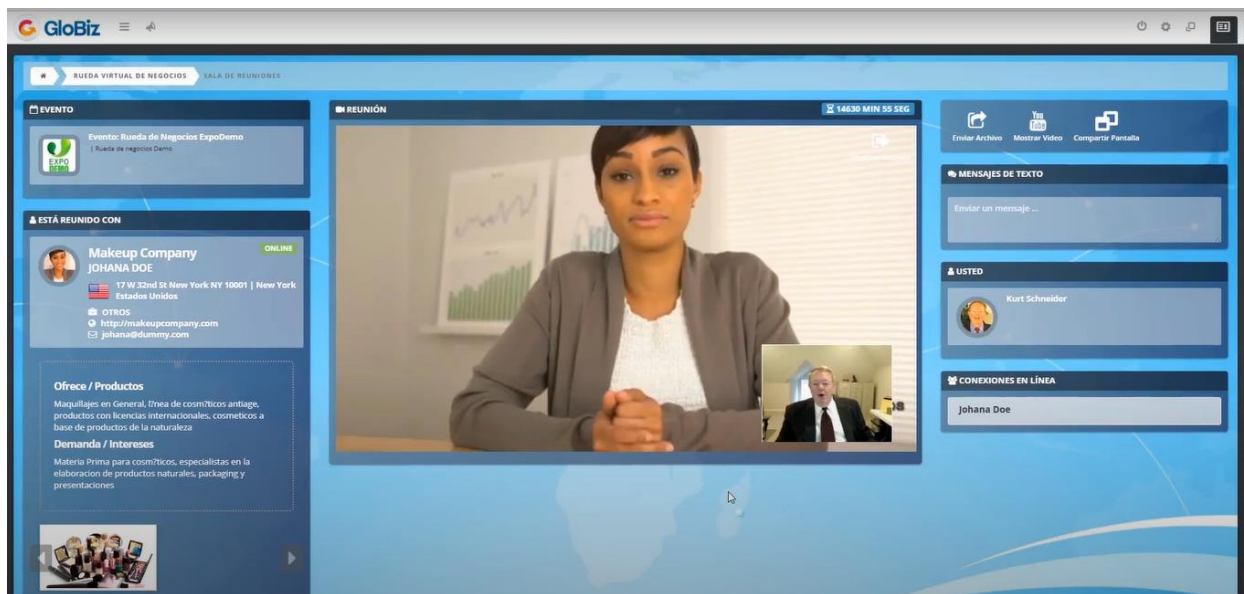
- a) Implementar la opción de compartir pantalla: esta es una función sumamente indispensable con la cual no cuenta la plataforma, dado que, en algunas ocasiones no es suficiente solamente verse las caras. Cabe la posibilidad que en algún momento, el empresario necesite mostrar a la empresa contraparte lo que se encuentra en su escritorio, ya sea archivos, presentaciones o documentos para que la reunión sea más provechosa.
- b) Capacidad de subir archivos: en la plataforma podría configurarse una opción en la que los empresarios al estar registrados en la REDCA puedan subir archivos a su perfil, para luego utilizarlos en las reuniones virtuales. Asimismo, lo ideal es que

dicha función también esté habilitada mientras se desarrolla la reunión, por si el empresario quisiera compartirle un archivo adicional a su contraparte.

- c) Permitir activar o silenciar el micrófono: cuando se ingresa a una sala de reunión virtual en la plataforma, el micrófono simplemente se activa por default, al momento en que el usuario acepta los permisos requeridos por el navegador de Google Chrome, sin embargo, la plataforma no brinda una opción para poder silenciarlo. Por lo tanto, el micrófono de ambas partes se mantiene activado durante todo el desarrollo de la reunión.

Por otro lado, de manera específica se propone mejorar las salas de reuniones virtuales de la REDCA, debido a que, su visualización no es la mejor. Lo ideal sería que en una sola pantalla se pueda observar a la empresa que invitó y a la invitada, en lugar de que el empresario esté desplazando su cursor hacia arriba y hacia abajo para poder comunicarse con su contraparte. Asimismo, lo mejor sería que las funciones de compartir pantalla, subir archivos y el módulo de chat estén en la misma pantalla también, así como se muestra en la Figura 3.2.

Figura 3.2. Modelo de una sala de reunión virtual



Fuente: Plataforma de Ruedas de Negocios by GloBiz.

- ***Dashboard de seguimiento de reuniones***

Como se mencionó anteriormente, el trabajo que los técnicos de negocios realizan durante las ruedas de negocios resulta ser algo tedioso, ya que, los reportes de seguimiento de las reuniones se realizan manualmente en todo el desarrollo de la rueda. Es por ello, que mediante un dashboard de control y seguimiento se puede conocer el estado y dinámica de la rueda de negocios desde el inicio hasta el final; cantidad de empresas participantes; cantidad de reuniones concretadas; cantidad de reuniones rechazadas; cantidad de encuentros restante; porcentaje de avance; tiempo promedio de cada encuentro; tiempo estimado restante, entre otros indicadores de seguimiento importantes. Asimismo, lo ideal es que todos los datos incluidos en los reportes se puedan exportar fácilmente al formato de Excel o CSV.

- ***Matchmaking completamente automatizado***

La plataforma de la REDCA no brinda una herramienta de matchmaking, sino más bien, son los empresarios que deben agendar manualmente sus reuniones, filtran una extensa base de datos de las empresas participantes según el país y sector de su interés, y luego van considerando con cuáles agendar reuniones. No obstante, esto termina siendo un proceso lento e incluso, en ciertas ocasiones las empresas no realizan buenas elecciones, en la Tabla 3.2 se muestra un ejemplo de la información que contiene la base de datos en la plataforma, para que las empresas puedan agendar reuniones.

Tabla 3.2. Base de datos de las empresas participantes para agendar reuniones

Nº	Empresa	País	Sector principal	Descripción del producto o servicio que ofrece	Interes compra	Interes venta
1	La Reina de las Rosquillas	Honduras	Panadería y pastelería		N/A	Panadería y pastelería
2	GLOBAL INTERNATIONAL FOOD TRADE	Perú	Alimentos instantáneos y pre cocidos		Lácteos, Grasas y aceites animales o vegetales, Granos básicos y cereales, Café, Cacao, Alimentos instantáneos y pre cocidos, Bebidas a base de jugos naturales, Bocadillos y aperitivos, Panadería y pastelería, Salsas y condimentos	Lácteos, Granos básicos y cereales, Café, Cacao, Alimentos instantáneos y pre cocidos, Salsas y condimentos
3	Biomeca S.A.	Costa Rica	Bocadillos y aperitivos		N/A	Frutos secos

Fuente: Centro de Estudios para la Integración Económica, SIECA

En relación a lo anterior, es necesario señalar que en la “*descripción del producto o servicio*”, la plataforma toma la información que el empresario colocó cuando se registró en la REDCA, sin embargo, en algunos casos dicha descripción está incompleta, vaga o redundante; no menciona específicamente cuáles productos o servicios ofrece y de igual manera, sucede lo mismo con el interés de compra o venta, los sectores establecidos siempre son muy generales en todas las ruedas de negocios que se desarrollan, tal y como se observa en la Tabla 3.2.

Por tal motivo, se propone establecer un sistema de Business to Business (B2B) matchmaking¹⁵ completamente automatizado, dado que, las ruedas virtuales de negocios son llevadas a cabo para empresarios que tienen muchas expectativas de poder construir y expandir su negocio hacia diferentes partes del mundo. Esta dinámica de networking tiene como objetivo ahorrarles tiempo a los participantes y así, evitarles una búsqueda manual innecesaria, sino que todo lo contrario, el mismo sistema les coloca las empresas que estén alineadas con sus intereses de compra o venta, sin tener que estar buscando en una gran base de datos. Al final, una interacción verdaderamente valiosa será siempre aquella en donde la coincidencia entre la oferta y la demanda integre los intereses específicos de los participantes.

- ***Formulario de registro a la REDCA***

Lo ideal sería que al momento que el empresario se registre a la plataforma, complete un formulario obligatoriamente, con el propósito de obtener más información de la empresa y asimismo, para saber a profundidad cuáles son sus intereses u objetivo en querer registrarse, en pocas palabras, los formularios son una herramienta muy importante para agilizar los procesos y mejorar la eficiencia en la recolección y análisis de información de cada usuario. Dentro del formulario de registro las preguntas que podrían incluirse, serían las siguientes:

- a) ¿Cuál es el objetivo inicial para querer participar en las ruedas virtuales de negocios? (Networking empresarial; identificar potenciales socios o clientes; identificar canales de comercialización)

¹⁵ Solamente por establecer un ejemplo de referencia, el “B2B” aplica a la relación entre un fabricante y el distribuidor de un producto o servicio, y también a la relación entre el distribuidor y el comercio minorista... pero no, a la relación entre el comerciante y su cliente final (consumidor).

- b) ¿A través de cuál medio de difusión se enteró de la plataforma REDCA y sus ruedas virtuales de negocios? (Facebook; LinkedIn; webinars; páginas web institucionales de su país de origen u otros; a través de algún conocido)
- c) ¿Cuáles son los productos y servicios que ofrece y los que demanda? (Seleccionarlos de manera específica)

En el último inciso, para que haya una mejor precisión se recomienda que, lo mejor sería tener una lista desplegable predeterminada con productos y servicios, solamente para que el empresario los seleccione). En general, este formulario sería muy útil para que la plataforma realice matchmakings acertados e inteligentes, ya que evaluaría las necesidades e intereses de cada usuario y de esta manera, los empresarios podrían agendar reuniones con empresas que tienen intereses en común.

Cabe mencionar que, el costo de implementación de la propuesta depende mucho del lenguaje de programación del software en que se realizó la plataforma y si es de código abierto o cerrado. En el caso que el software sea de código abierto, solamente se le realizarían las mejoras correspondientes y asimismo, se le añadirían las nuevas funciones y herramientas sugeridas en la propuesta, lo cual al final podría ser un solo pago de \$2,000 a \$5,000 aproximadamente, siempre y cuando el software no esté restringido o cerrado.

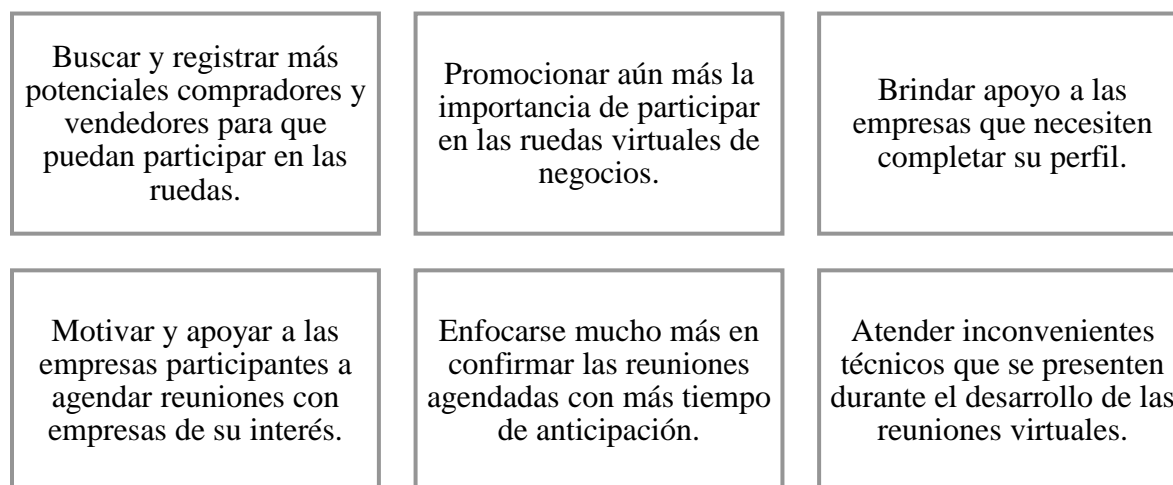
3.2.1.3. Impacto de la propuesta

La implementación de las funciones y herramientas mencionadas, crearía un ambiente propicio para las negociaciones comerciales y permitiría mejorar la experiencia de los empresarios. De igual manera, automatizando la plataforma mejoraría y optimizaría todo el trabajo que es realizado detrás de cada rueda de negocios. También, reduciría de manera significativa la cantidad de empresarios que quedan insatisfechos luego de haber participado en la rueda, dado que, en algunos casos no encuentran lo que andan buscando, porque con las empresas que agendaron reuniones no tenían intereses en común. El hecho de que la plataforma pueda contar con un B2B matchmaking, ya es una señal de eficacia y optimización para las reuniones virtuales, les ayudaría a los participantes obtener los resultados esperados y a tener mejores experiencias.

Asimismo, la automatización de la plataforma para la generación de reportes de control y seguimiento evita que el técnico de negocios ingrese manualmente la información a la computadora, evitando de esta manera los errores, ahorrando tiempo para invertirlo en otras actividades de ser necesario y aumentando la eficiencia de la administración de información. De igual manera, permitiría al Departamento diseñar de forma rápida y flexible diferentes informes y gráficos que son de gran utilidad para mostrar los resultados obtenidos sin tener que perder mucho tiempo.

Por último, con la implementación de dicha propuesta el Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial, podría mejorar en los siguientes aspectos:

Figura 3.3. Beneficios al implementar la propuesta recomendada



Fuente: Elaboración propia.

4. CAPÍTULO IV

El cuarto y último capítulo de este informe, se subdivide en las conclusiones y recomendaciones. En la primera sección, se detallan los resultados obtenidos y se realiza una comprobación del cumplimiento de los objetivos planteados al inicio de la práctica profesional; de igual manera, se explica el impacto que la experiencia aportó en lo que al desarrollo profesional y personal se refiere.

4.1. CONCLUSIONES

Desde sus inicios, la integración económica centroamericana ha enfrentado varios desafíos y obstáculos en la región, sin embargo, a pesar de sus debilidades, la SIECA ha tenido un rol fundamental en la promoción de acciones e iniciativas que han aumentado el comercio intrarregional y fomentado la integración. Un claro ejemplo de ello, son las ruedas virtuales de negocios, desde su ejecución la SIECA se ha convertido en un ente intermediario que busca de manera constante la internacionalización de las mipymes y pymes centroamericanas, brindándoles oportunidades comerciales con empresas de diferentes partes del mundo.

Asimismo, más allá de que las empresas busquen algún intercambio económico, las ruedas de negocios han permitido generar alianzas estratégicas, socios comerciales y alternativas de negocios entre las empresas participantes. En cifras, el esfuerzo de la SIECA se vio reflejado de una manera muy significativa en el 2020, dado que, las cinco ruedas virtuales desarrolladas dejaron una intención de negocios por más de \$22 millones en Centroamérica, a pesar de lo ocurrido con la pandemia.

Colaborar en el manejo técnico de las ruedas virtuales de negocios, permitió no solamente conocer cómo es que se desarrollan dichas ruedas, sino que también cómo los negocios se llevan a cabo y la importancia que en este tipo de eventos siempre hayan aliados estratégicos o cooperantes que cumplan la función de organizadores y patrocinadores junto con la SIECA. De igual manera, durante el ejercicio de práctica profesional se aplicaron distintos conocimientos que fueron adquiridos en la formación académica, sin embargo, al conocer un poco de cómo es el campo laboral, se pudo percibir que lo aprendido nunca es suficiente, todo es un proceso de constante aprendizaje.

Por otro lado, las actividades desarrolladas permitieron adquirir destrezas de comunicación, trabajo en equipo e incluso, conocer un poco más de la importancia del marketing para hacer ciertos procesos de una manera más eficiente. En relación a lo último, se considera que la investigación previa para plantear las propuestas mencionadas en el capítulo anterior, permitieron adquirir tales conocimientos y se espera que más de alguna propuesta, pueda ser de utilidad para la institución en un futuro.

Por último, de manera general la realización de la práctica profesional en la (SIECA), permitió no solamente medir el alcance del conocimiento adquirido durante la carrera universitaria, sino que se pudo reafirmar que al ser Relaciones Internacionales una carrera tan multidisciplinaria, brinda la oportunidad de conocer y entender la gran importancia que esta tiene en el mundo actual en distintas áreas.

4.2. RECOMENDACIONES

En esta segunda sección, se incluyen algunas recomendaciones para la institución en la que se colaboró, a la universidad y para aquellos estudiantes que en un futuro tengan el interés o la oportunidad de realizar su práctica profesional en la SIECA.

4.2.1. Recomendaciones para la institución

- Al observar la necesidad del Departamento de contar con personas que brinden apoyo a los técnicos de negocios durante el desarrollo de las ruedas virtuales de negocios, se consideró pertinente recomendar la creación de alianzas con distintas universidades de Centroamérica, los estudiantes podrían ser voluntarios y al participar en este tipo de eventos, les permitiría tener una experiencia de negocios, ya sea a distancia o presencial.
- Proporcionar asesorías oportunas a aquellos pequeños empresarios que no tienen experiencia y tampoco conocimiento en temas de procesos logísticos de exportación, para que puedan exportar sus productos, y tener la oportunidad de realizar intercambios comerciales sin ningún tipo de limitaciones e inconvenientes.
- En relación a la última propuesta de mejora planteada, se recomienda la siguiente alternativa para saber qué tan efectiva y viable puede ser dicha propuesta. La SIECA podría llevar a cabo una de sus ruedas de negocios en alguna plataforma que cuente con un sistema de B2B matchmaking y herramientas de análisis y

resultados, vendría siendo como una prueba piloto para así saber si invertirle o no, nuevas funciones a la plataforma de la REDCA. Algunas de estas plataformas son My Business Matches (MBM), Eventtia Ruedas de Negocios by GloBiz, Converve, b2match,

- Preparar con anticipación una lista de actividades que debe realizar el practicante, de manera que desde un principio sepa cuáles serán sus responsabilidades y que en base a ello, realice su propio plan de trabajo.

4.2.2. Recomendaciones para la universidad

- Tomar en cuenta la importancia de crear relaciones o alianzas con empresas o instituciones interesadas en practicantes de la carrera de Relaciones Internacionales, ya que, en algunos casos poder encontrar un lugar para realizar la práctica resulta ser un proceso complejo porque el estudiante lo hace por cuenta propia y para ciertas entidades, eso no tiene tanto peso.
- Ofrecer cursos de Excel intermedio y avanzado a todas las carreras, sin distinción alguna, dado que, las clases de Ofimática no son suficientes para aprender todo lo que este programa contiene.

4.2.3. Recomendaciones para los estudiantes

- Saber tomar de la mejor manera las retroalimentaciones recibidas, sean estas buenas o malas, lo importante es tratar de dar siempre lo mejor y saber escuchar.
- Tener la iniciativa en ayudar en otras actividades durante la realización de la práctica profesional, aunque ya haya terminado con las que se le solicitaron.
- No quedarse con lo aprendido durante la carrera, se recomienda recibir cursos, talleres, pasantías e incluso participar en voluntariados, con el propósito de seguir ampliando sus conocimientos y así estar mucho más preparados ante las exigencias laborales.

5. REFERENCIAS

- Aguilar, C., & Orantes, M. (2020). Sistema de Integración Centroamericana (SICA). *InterNaciones*, 19, 105-136. <https://doi.org/10.32870/in.v0i19.7160>
- Becerra Rodríguez, F. (2008). Las redes empresariales y la dinámica de la empresa: Aproximación teórica. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 18(32), 27-45.
- Cordero, M., & Jorge, M. (2009). La integración económica centroamericana y sus perspectivas frente a la crisis internacional. *Sede Subregional de la CEPAL en México (Estudios e Investigaciones)*, 1-40.
- Departamento de Talento y Cultura. (2018). *Manual de inducción SIECA*. <https://www.sieca.int>
- Echeverría, M. (s.f.). *Las empresas que se transforman digitalmente aumentan su rentabilidad y competitividad*. https://www.incubasoft.com/transformacion-digital-que-es-importancia-factores-retos#por_qu%C3%A9_tu_empresa_debe_transformarse_digitalmente
- El Instituto de Comunicación y Desarrollo. (2015). *Un camino para avanzar y para crecer: Guía para el desarrollo de alianzas colaborativas en la sociedad civil*.
- Itzel Barrón. (2019). *ConnectAmericas: La red social empresarial de los exportadores*. Banco Interamericano de Desarrollo (BID). <https://www.iadb.org/es/mejorandovidas/connectamericas-la-red-social-empresarial-de-los-exportadores>
- Martínez Piva, J. M. (2019). *Logros y desafíos de la integración centroamericana aportes de la CEPAL*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/445904950>
- NewsMDirector. (2020). *9 ventajas de incorporar el email marketing en tus estrategias digitales*. <https://www.mdirector.com/email-marketing/ventajas-del-email-marketing.html>

SIECA. (s.f.a). *Información general—Centro de Estudios para la Integración Económica (CEIE)*.

<https://www.sieca.int/index.php/centro-de-estudios-para-la-integracion-economica/informacion-general/>

SIECA. (s.f.b). *¿Qué es la SIECA?* [https://www.sieca.int/index.php/centro-de-estudios-para-la-](https://www.sieca.int/index.php/centro-de-estudios-para-la-integracion-economica/informacion-general/)

[integracion-economica/informacion-general/](https://www.sieca.int/index.php/centro-de-estudios-para-la-integracion-economica/informacion-general/)

SIECA. (2020). *Rueda Virtual de Negocios Panamá, Mesoamérica, el Caribe y Chile acerca productos de los sectores de servicios y, alimentos y bebidas a mercados internacionales.*

<https://www.sieca.int/index.php/news/inicia-la-rueda-virtual-de-negocios-panama-mesoamerica-el-caribe-y-chile-que-acerca-productos-de-los-sectores-de-servicios-y-alimentos-y-bebidas-a-mercados-internacionales/>

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **ALADI:** La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) es un organismo intergubernamental que promueve la expansión de la integración de la región, a fin de asegurar su desarrollo económico y social. Su objetivo final es el establecimiento de un mercado común latinoamericano.
- **B2B matchmaking:** es una dinámica de networking específica que considera las expectativas exactas de los asistentes y logra una combinación perfecta entre aquellos que buscan algo y aquellos que ofrecen algo.
- **Diseño responsivo:** es un diseño que responde al tamaño del dispositivo desde el que se está visualizando la web, adaptando las dimensiones del contenido y mostrando los elementos de una forma ordenada y optimizada sea cual sea el soporte.
- **Email marketing:** Esta técnica de marketing incluye newsletters y mailing, y sobre todo una buena estrategia que avale las acciones que se realizan.
- **FAO:** La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, (por sus siglas en inglés: Food and Agriculture Organization (FAO)), es una agencia de la ONU que lidera el esfuerzo internacional para poner fin al hambre.
- **IICA:** El Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) es el organismo especializado en agricultura del Sistema Interamericano que apoya los esfuerzos de los Estados Miembros para lograr el desarrollo agrícola y el bienestar rural.
- **Lenguaje de programación:** es un lenguaje formal que, mediante una serie de instrucciones, le permite a un programador escribir un conjunto de órdenes, acciones consecutivas, datos y algoritmos para, de esa forma, crear programas que controlen el comportamiento físico y lógico de una máquina.
- **Networking:** es una estrategia de negocios que consiste en crear una red de contactos profesionales con personas que tienen intereses similares a los nuestros.
- **Software:** es el conjunto de programas o aplicaciones, instrucciones y reglas informáticas que hacen posible el funcionamiento de un equipo.

- **Software de código abierto:** es el software que está licenciado de tal manera que los usuarios pueden estudiar, modificar y mejorar su diseño mediante la disponibilidad de su código fuente.
- **Software de código cerrado:** es aquel que es distribuido con licencia de uso y no puede ser modificado o adaptado por el usuario.

7. ANEXOS

Anexo A: Plan de trabajo para la elaboración del informe ejecutivo

PLAN DE TRABAJO				CRONOGRAMA			
				Agosto		Septiembre	
No.	Tipo de actividad	Insumos facilitados	Detalle de actividades	24 ago - 28 ago	31 ago - 04 sep	07 sep - 11 sep	14 sep - 18 sep
				Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
1	Inducción a la práctica y actividades a realizar		Bienvenida a la SIECA Explicación sobre la Rueda Virtual de Negocios (RVdN) del ITC Metas e indicadores de actividad y de desempeño Explicación sobre los insumos a utilizar Capacitación en el uso de la REDCA y proceso de registro				
2	Desarrollar formulario		Elaborar formulario por cada empresa que participó, con los siguientes detalles: ✓ Datos generales de empresa ✓ Número de reuniones realizadas ✓ Cotizaciones solicitadas - monto ✓ Pedidos realizados - monto				
3	Envío de plantilla		Contactar por correo electrónico a las empresas artesanas que realizaron reuniones				
4	Seguimiento de los formularios	Copia de informe reuniones empresas - ITC	Dar seguimiento a los correos remitidos a las empresas				
5	Recopilación y análisis	Copia de cuestionarios empresas - ITC	Analizar los formularios y los respectivos resultados que las empresas artesanas obtuvieron luego de la Rueda				
6	Elaboración de informe	Directorio perfil de empresas de la RVdN - ITC	Elaborar y presentar un informe desglosado con los resultados obtenidos, el cual debe de incluir los siguientes indicadores de desempeño: 1. Número de empresas de mujeres que han encontrado proveedores de insumos claves para la fabricación de artesanías 2. Promedio de proveedores claves que las empresas de mujeres han encontrado a través de sus reuniones 3. Número de empresas que han solicitado una cotización a proveedores de insumos 4. Número de empresas que han hecho pedidos de compra de insumos 5. Número total de pedidos de insumos 6. Monto total de los pedidos de insumos				
7	Envío del respectivo informe		Revisión del mismo y recibir retroalimentación o mejora.				
8	Afinar últimos detalles		Corregir cualquier detalle sugerido durante la revisión por parte del Departamento de Gestión del Conocimiento y Promoción Comercial.				

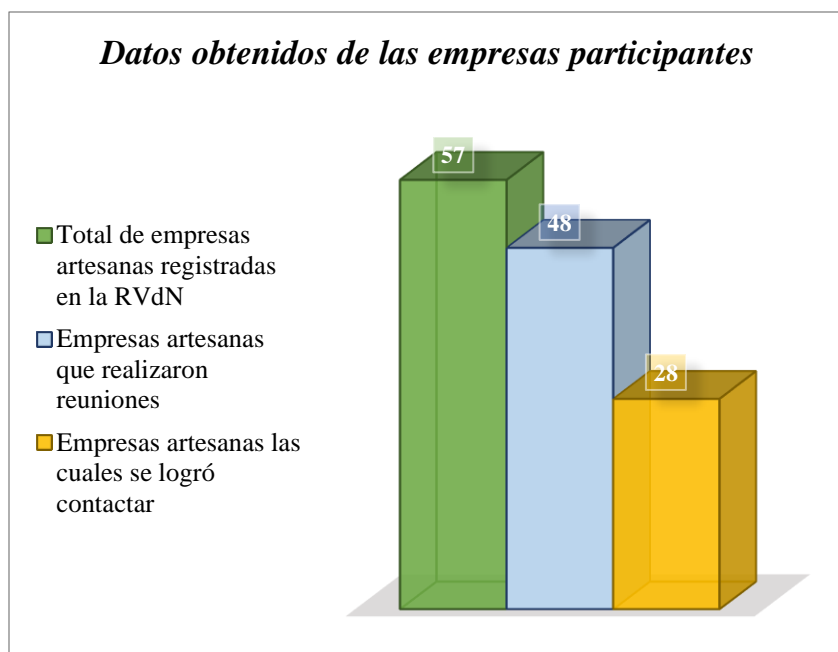
Fuente: Elaboración propia.

Anexo B: Formulario enviado a las empresas participantes

Nombre de la empresa							
  							
INSTRUCCIONES I. Responda las cinco preguntas de opción múltiple en la parte 2 por cada reunión que tuvo. II. Si algún campo en la parte 1 (Datos Generales) está en blanco, por favor completarlo.							
1. Datos generales Empresa							
Nombre de la Empresa	Nombre del representante	Dirección	País	Teléfono	Email	Sitio Web	Sector Principal
2. REUNIONES DURANTE RUEDA VIRTUAL DE NEGOCIOS							
Nº Reuniones realizadas	ID Reunión(es)	Fecha Reunión	Hora de reunión	Empresa con quien se reunió	País de empresa con quien se reunió		
¿Solicitó alguna cotización durante su reunión?	Monto de las cotizaciones solicitadas (USDS)	¿Realizó algún pedido?	En caso haya realizado pedidos, indique el número de pedidos realizados.	Monto del pedido solicitado (USDS)	Observaciones		

Fuente: Centro de Estudios para la Integración Económica, SIECA.

Anexo C: Datos obtenidos de las empresas participantes



Fuente: Elaboración propia, con base en información de los formularios enviados.

Anexo D: Encuesta enviada a las empresas que no agendaron ninguna reunión

¿Quieres expandir tu red de negocios?

**Encuesta: Rueda Virtual de Negocios:
Compra de herramientas e insumos para
la fabricación de artesanías
centroamericanas**

Agradeceríamos que puedas completar la siguiente encuesta para poder conocer tu opinión y mejorar tu experiencia de cara a las próximas ruedas virtuales de negocios.

*Obligatorio

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico _____

Nombre de tu empresa *

Tu respuesta _____

Selecciona cual fue tu objetivo inicial para participar en la Rueda Virtual de Negocios: *

Networking empresarial
 Búsqueda de proveedores de insumos o materia prima
 Identificación canales de comercialización
 Identificación de potenciales socios
 Identificación de potenciales clientes
 Otro: _____

Selecciona cual fue la razón principal por la cual tu empresa no participó en reuniones virtuales: *

Falta de interés de las empresas participantes
 Problemas con la plataforma
 Complicaciones en agenda y/o asuntos personales.
 Otro: _____

Participarías nuevamente en una Rueda Virtual de Negocios *

Si
 No

Fuente: Centro de Estudios para la Integración Económica, SIECA.

Anexo E: Monitor técnico de las reuniones virtuales

Red Centroamericana de Comercio

17 AGO. 18 AGO. 19 AGO. 20 AGO. 21 AGO. TWILIO

16 16134 Bionatura SRL Distribuidora El Girasol AGOSTO-10 17:00

motivo: granos basicos suplementps dietarios

17 16319 Comercializadora Integral de Exportacione Slebal Panamá AGOSTO-12 00:00

motivo:

18 16207 Povil Trade Provisión Verde HN AGOSTO-11 10:00

motivo: Interés en mermeladas orgánicas para exportación

19 16905 Comercializadora de Huevo Lumaine SA de Florex Productos de Limpieza S.A. AGOSTO-17 09:00

motivo: Buen día! Se que estan buscando servicios de logistica, pero por el tipo de empresa, quisiera saber si ya han exportado y si manejan, debido a la contingencia gel para manos en presentacion personal

SIECA 2020. Todos los Derechos Reservados RCAC. Condiciones de Uso. Política de privacidad.

Fuente: Plataforma de la REDCA, <https://redca.sieca.int/home/inicio>

Anexo F: Correo electrónico con los datos generales de las empresas

Reunión ____ REDCA, II Rueda Virtual de Negocios del Sector Agroalimentario



Estimados empresarios,

Muchas gracias por su participación en la II Rueda Virtual de Negocios del Sector Agroalimentario, por motivos mayores la reunión programada no se pudo llevar a cabo.

Comparto los contactos para que puedan comunicarse por la vía que deseen.

Empresa:

Nombre de la empresa que invitó

Nombre de contacto	Cargo / Puesto	Correo	Celular	Teléfono

Empresa:

Nombre de la empresa contraparte

Nombre de contacto	Cargo / Puesto	Correo	Celular	Teléfono

Fuente: Centro de Estudios para la Integración Económica, SIECA.

Anexo G: Perfil empresarial en la plataforma REDCA

The screenshot shows the profile of Sunara farms inc on the REDCA platform. The header includes the logo of the Red Centroamericana de Comercio and the slogan "¡Juntos podemos llegar más lejos!". The navigation bar contains links for Inicio, Mi Perfil, Buzon, Eventos, and Salir. A search bar at the top right contains the text "Sunara farms inc".

The main content area is titled "Resultados de la búsqueda" and features a "Búsqueda avanzada" button. The profile itself is for "Sunara farms inc" and includes the following information:

- PERFIL BASICO:** Sunara farms inc
- Logo:** SUNARA FARMS INC
- Text:** "We are a GMP certified and registered FDA foreign food facility that specializes in low-temperature dehydration in the Republic of Panamá. We offer superfoods and natural supplements. Currently, we offer a line tea, powders, and capsules of Moringa and Graviola, all our products have sanitary registrations. Somos una planta alimentaria con certificación BPM y registrada con el FDA (foreign food facility) que se especializa en deshidratación a baja temperatura en la República de Panamá. Ofrecemos superalimentos y suplementos naturales. Actualmente, ofrecemos una línea de té, polvos y cápsulas de Moringa y Graviola, todos nuestros productos cuentan..."
- Location:** Panamá
- Contáctenos:**
 - Mensaje
 - 50760090003
 - Enviar correo
 - Visitar página web
- Conoce nuestros productos:**
 - Lo que compro
 - Lo que vendo
 - Otros cereales
- Product Images:** Three images showing packaged products: a green bag, a small bottle, and another green bag.
- Social Media:** A link to "VISITA NUESTRAS REDES SOCIALES" with a Facebook icon.

On the right side of the profile, there are two vertical panels: "INSTITUCIONES" and "Red de Centros de Atención a las MIPYME". On the left side, there are three utility icons: "Hago Negocios", "Me mantengo informado", and "Chat de Soporte".

Fuente: Plataforma de la REDCA, <https://redca.sieca.int/home/inicio>