

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
CASA PRESIDENCIAL**

**SUSTENTADO POR:
JANAHARA JALITZA ROGGE MEJIA
CUENTA #21341184**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN RELACIONES INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

MARZO, 2018

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	III
INTRODUCCIÓN.....	V
CAPÍTULO I.....	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL	2
1.1.1 Objetivo General.	2
1.1.2 Objetivos Específicos.	2
1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	3
1.2.1 Reseña Histórica de la Empresa.	3
1.2.2 Datos de la Secretaria de Comunicación y Estrategia Presidencial.	6
1.2.3 Misión.....	6
1.2.4 Visión.	7
1.2.5 Valores.....	7
1.2.6 Organigrama Casa Presidencial.....	8
CAPÍTULO II.....	10
2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS	11
2.1.1 Cobertura de Reuniones Presidenciales.....	11
2.1.2 Cobertura de Reuniones Ministeriales.....	12
2.1.3 Ceremonia de Presentación de Cartas Credenciales.....	14
2.1.4 Firma de Convenios del Poder Ejecutivo.	16
2.1.5 Condecoraciones.	17
2.1.6 Cobertura de Eventos Sociales.	19
2.1.7 Presentes Presidenciales.	20
2.1.8 Actividades Marca País	20
2.1.9 Recorridos Palacio José Cecilio del Valle.....	21
CAPÍTULO III	22
3.1 PROPUESTA DE MEJORA.....	23
3.1.1 Historia de Regalos Presidenciales.....	23

3.1.2 Medición Marca País Honduras “Somos Para Ti”	27
3.2 IMPACTO DE PROPUESTA DE MEJORA.....	37
3.2.1 Historia de Los Regalos Presidenciales.....	37
3.2.2 Medición Marca País “Somos Para Ti”	40
CAPÍTULO IV	43
CONCLUSIONES.....	44
RECOMENDACIONES	45
BIBLIOGRAFIA.....	46
GLOSARIO.....	48
ANEXOS	50
ÍNDICE DE FIGURAS	
Figura 1: Distribución de Precedencia en Consejo de Ministros.....	51
Figura 2: Orden de Participantes para Presentación Cartas Credenciales.	52
Figura 3: Acondicionamiento y Orden de Precedencia en Condecoración.	52
Figura 4: Vocativos para el Gobierno de la Republica y Cuerpo Diplomático.	53
Figura 5: Tarjetas Nominales	53
Figura 6: Tarjetas Informativas.	54

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe expone todas las actividades y conocimientos adquiridos durante el periodo de práctica profesional realizada en la sede del poder ejecutivo Casa Presidencial específicamente en la Secretaria de Estrategia y Comunicación donde se pudo aplicar los conocimientos adquiridos en el plan académico de Licenciatura en Relaciones Internacionales.

Casa Presidencial a través de la Secretaria de Estrategia y Comunicación busca la creación de una transparente, clara y positiva línea de comunicación presidencial en donde el pueblo hondureño pueda conocer todas las actividades del presidente de la República, los programas del gobierno y demás acciones. Lo descrito en este documento se basa en la dirección de Protocolo Presidencial que es la encargada de la agenda diaria del Excelentísimo Señor presidente velando que, en cada reunión, evento oficial o social, firma del Poder Ejecutivo o de cualquier índole donde el asista se cumplan las reglas protocolarias y el ceremonial que exige la ocasión y la dirección de Marca País Honduras “Somos Para Ti” donde se planifica, coordina y ejecuta todas las actividades y eventos relacionadas con la Marca País Honduras.

Durante el periodo de diez semanas, se apoyó en diferentes reuniones y eventos del excelentísimo Señor presidente como la coordinación de firmas del Poder Ejecutivo con diferentes instituciones o Poderes del Estado, se conoció de manera amplia el montaje y actos protocolarios de la entrega de Cartas Credenciales y Condecoraciones. Además, se colaboró en la cobertura de Consejo de Ministros. Se apoyó en distintas atenciones presidenciales como entrega de presentes y se conoció a profundidad la historia del Palacio José Cecilio del Valle gracias a los recorridos brindados. Gracias a las diferentes actividades relacionadas a congresos, patrocinios e informes de Marca País Honduras se pudo comprender la importancia de la misma

ya que la imagen percibida de las naciones resulta decisiva para la captación de infraestructuras, talento e inversión, entre otros aspectos. Es por ello que los cuatro pilares de proyección que se vehicula por medio de la marca de país son Inversión, Turismo, Exportaciones y Orgullo Nacional. Esta ejerce las funciones de dispositivo canalizador y de simplificación de los valores y/o atributos de la nación.

Debido a la ejecución recurrente de todas estas labores se obtuvo un conocimiento amplio del protocolo presidencial y de la planeación, coordinación y ejecución de distintos eventos esto mismo permitió ser un ente observador donde diferentes situaciones llevaron a plantear dos propuestas de mejora para la Secretaria de Estrategia y Comunicación con el objetivo de ser agentes de cambio como nos exhorta la Universidad Tecnológica Centroamericana y de aportar nuevas ideas a atenciones Presidenciales y Marca País Honduras “Somos Para Ti”.

La práctica profesional es una experiencia grata que abre las puertas a una vivencia de preparación al mundo laboral, donde se puede despertar el interés en un área específica de la carrera universitaria.

INTRODUCCIÓN

El presente informe se basa en las labores realizadas durante el periodo de práctica profesional previa a la investidura del título de Licenciatura en Relaciones Internacionales. Dicha práctica profesional fue desarrollada en Casa Presidencial ubicada en Tegucigalpa M.D.C., Honduras; la cual es uno de los entes gubernamentales más importantes del Estado por ser la sede del Poder Ejecutivo.

La duración en tiempo de la práctica profesional fue de diez semanas, siendo esto parte de los requisitos de la Universidad Tecnológica Centroamericana para obtener el título de pre grado, pero sobre todo una gran oportunidad de tener una experiencia en el campo laboral.

Las actividades fueron realizadas en la Secretaria de Estrategia y Comunicación, específicamente en la Dirección de Ceremonial y Protocolo Presidencial y Marca País Honduras “Somos Para Ti”, en el cual fue posible aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria y así mismo tener la oportunidad de realizar propuestas de mejora con el objetivo de ampliar la línea de comunicación de ciertas tareas que se llevan a cabo en ambas áreas.

El informe está dividido en cuatro capítulos en donde se detalla la reseña histórica de la entidad gubernamental, se brinda un resumen de las actividades realizadas en las diferentes direcciones, se brindan las propuestas de mejora para la Secretaria de Estrategia y Comunicación, se dan conclusiones y se finaliza con recomendaciones de forma constructiva hacia la institución, universidad y alumnado en general.

CAPÍTULO I

1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1.1 Objetivo General.

Obtener el título de Licenciada en Relaciones Internacionales, aplicando todos los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos en el plan académico logrando la culminación de la práctica profesional en el área de Protocolo e Imagen Presidencial aportando un beneficio que impacte a la secretaria de Estrategia y Comunicación.

1.1.2 Objetivos Específicos.

1. Desempeñar las actividades asignadas a un nivel de excelencia profesional, logrando la superación de las expectativas previstas de los jefes inmediatos con el fin de un aprendizaje a fondo del protocolo presidencial.
2. Adquirir conocimientos que permitan la ampliación de capacidades y destrezas como profesional para la creación de soluciones creativas y estratégicas frente los diferentes retos y adversidades del despacho de imagen y protocolo presidencial.
3. Diseñar una propuesta de mejora para la Secretaria de Estrategia y Comunicación Presidencial cuya finalidad sea la generación de aportes que contribuyan significativamente a la imagen y múltiples eventos que se coordinan en el área.

1.2 DATOS GENERALES DE LA EMPRESA

1.2.1 Reseña Histórica de la Empresa.

Casa Presidencial de Honduras es la residencia destinada para el Presidente constitucional de la república de Honduras. Esta ha tenido como sede siete casas presidenciales realizando el último traslado el presidente Juan Orlando Hernández en el año 2017. Actualmente la sede del poder ejecutivo se encuentra establecida en boulevard Kuwait antiguo edificio de Cancillería de Relaciones Exteriores.

Desde la independencia de Honduras en el año 1821 la primera casa destinada para oficina y residencia del gobernante del Estado de Honduras, fue la del Ayuntamiento de Comayagua donde por cincuenta y nueve años fue la sede de toma de decisiones que marcaron la historia de nuestro país. Fue hasta el gobierno del ex presidente señor Marco Aurelio Soto que se trasladó la sede del ejecutivo a la ciudad de Tegucigalpa mediante el Decreto No. 11.

La primera Casa Presidencial en Tegucigalpa era una edificación de madera que se encontraba al costado sur-occidental de la Plaza de la Merced, en la parte superior funcionaban las oficinas del presidente, el despacho del Secretario General del Gobierno y otras dependencias del Ejecutivo. El presidente Marco Aurelio Soto se mantuvo en el lugar hasta el día en que dejó el poder de la nación en el año 1883.

El general Luis Bográn sucesor del Doctor Marco Aurelio Soto traslada nuevamente la sede del ejecutivo bajo la acusación que esta no era segura ni apropiada para la agenda presidencial y efectuó el traslado del inmueble a la derecha del Salón de Sesiones del Congreso Nacional. En esta Casa de Gobierno ejercieron la titularidad del Poder Ejecutivo; Luis Bográn, Ponciano

Leiva, Domingo Vásquez, Policarpo Paz Bonilla, Terencio Sierra, Manuel Bonilla, Miguel Dávila y el doctor Francisco Bertrand.

Este último, sin embargo, no terminó su ejercicio público en el inmueble: durante su gestión de 1913 a 1916 trasladó la casa de gobierno al edificio del Banco de Honduras. Fue durante la presidencia del doctor Francisco Bertrand que se inició la construcción de una nueva Casa Presidencial ubicada en el centro de Comayagüela contiguo a donde ahora esta Cancillería de Relaciones Exteriores. Fue el arquitecto italiano Augusto Bressani el encargado del diseño arquitectónico y los trabajos de construcción.

La obra concluyó a finales de 1919 y le correspondió al presidente Rafael López Gutiérrez ser su primer ocupante en el año de 1920. Con un clásico estilo europeo la nueva Casa Presidencial contaba con dos plantas, amplios corredores, un patio central, torreones en sus cuatro extremos, un despacho Presidencial bajo una de las cúpulas, aposentos, oficinas en la planta baja, un salón de las recepciones que fue bautizado como el Salón Azul, un recibidor o sala para las reuniones conocido como el Salón de los Espejos, dormitorios y patio para los efectivos militares y miembros de la Guardia de Honor y una sala para proyecciones cinematográficas.

Hasta el año 1992 fue esta Casa Presidencial la sede del ejecutivo pasando por ella los presidentes: general Vicente Tosta, el doctor Miguel Paz Barahona, el doctor Vicente Mejía Colindres, el doctor y general Tiburcio Carias Andino, el doctor Juan Manuel Gálvez, el perito mercantil Julio Lozano Díaz, el doctor Ramón Villeda Morales, el general Oswaldo López Orellana, el doctor Ramón Ernesto Cruz, el general Juan Alberto Melgar, el general Policarpo Paz García, el doctor Roberto Suazo Córdoba, el ingeniero José Simón Azcona Hoyo y los dos primeros años del licenciado Rafael Leonardo Callejas.

Ahora está destinada como sede del Archivo Nacional de Honduras.

A los dos años de fungir como presidente Rafael Leonardo Callejas efectúa el cambio de la sede del Poder Ejecutivo y se traslada al edificio ubicado en el centro cívico gubernamental. Dicha Casa Presidencial es más espaciosa, aunque con limitaciones estructurales. Al finalizar su período presidencial en 1994 el presidente Callejas entregó las instalaciones al presidente Carlos Roberto Reina Idiáquez, quien la ocupó durante todo su término constitucional que finalizó en enero de 1998. (Diario La Tribuna, 2017) (Presidencia de la Republica, 2017)

El ex presidente Carlos Roberto Flores, realizó nuevamente un cambio de sede a un lugar que ofrecía mejores condiciones y traslado la Casa de Gobierno al Palacio "José Cecilio del Valle", que servía hasta entonces como sede del Ministerio de Relaciones Exteriores. En el 2017 el presidente Juan Orlando Hernández da por inicio la construcción de los edificios gubernamentales en donde se concentrarán la mayor parte de las secretarías del Estado es por ello que se realiza la mudanza a donde se encontraba ubicada Cancillería de Relaciones Exteriores. Se trasladan las oficinas del ejecutivo, pero se sigue utilizando el Palacio José Cecilio del Valle para reuniones oficiales del presidente, consejo de ministros, comparecencias, entrega de cartas credenciales, eventos sociales presidenciales y de diferentes despachos.

1.2.2 Datos de la Secretaria de Comunicación y Estrategia Presidencial.

El Despacho de Estrategia y Comunicación se creó en el gobierno del presidente Juan Orlando Hernández (2014-2018) con la finalidad de asegurar la transparencia de las políticas, programas y proyectos impulsados en el gobierno. El despacho de Estrategia y Comunicación Presidencial es el encargado de realizar toda la línea de comunicación presidencial creando estrategias para que todo el pueblo hondureño pueda enterarse de las acciones y programas del gobierno bajo una imagen positiva.

Bajo este despacho se encuentran las áreas de Imagen Presidencial, Marca País Honduras “Somos para Ti”, Ceremonial y Protocolo Presidencial, Contenido, Pauta, Prensa, Logística Avanzada y Sonido. De la misma forma operan como dependientes, la Dirección de Radio Nacional, la Dirección de Prensa, propiamente escrita y la Dirección de la Televisión Nacional (TNH), que coordina la labor específica del Canal Oficial del Estado.

1.2.3 Misión.

Diseñar una estrategia de comunicación estatal que garantice a la población el acceso a la información de todo el accionar del Gobierno y contribuir a una administración pública transparente.

1.2.4 Visión.

Que la Secretaría de Estrategia y Comunicación de la Presidencia de Honduras sea un canal que fortalezca las políticas públicas e iniciativas implementadas por el Gobierno para garantizar una Vida Mejor a los hondureños.

1.2.5 Valores.

Transparencia: Claros y evidentes en el desempeño de nuestras labores.

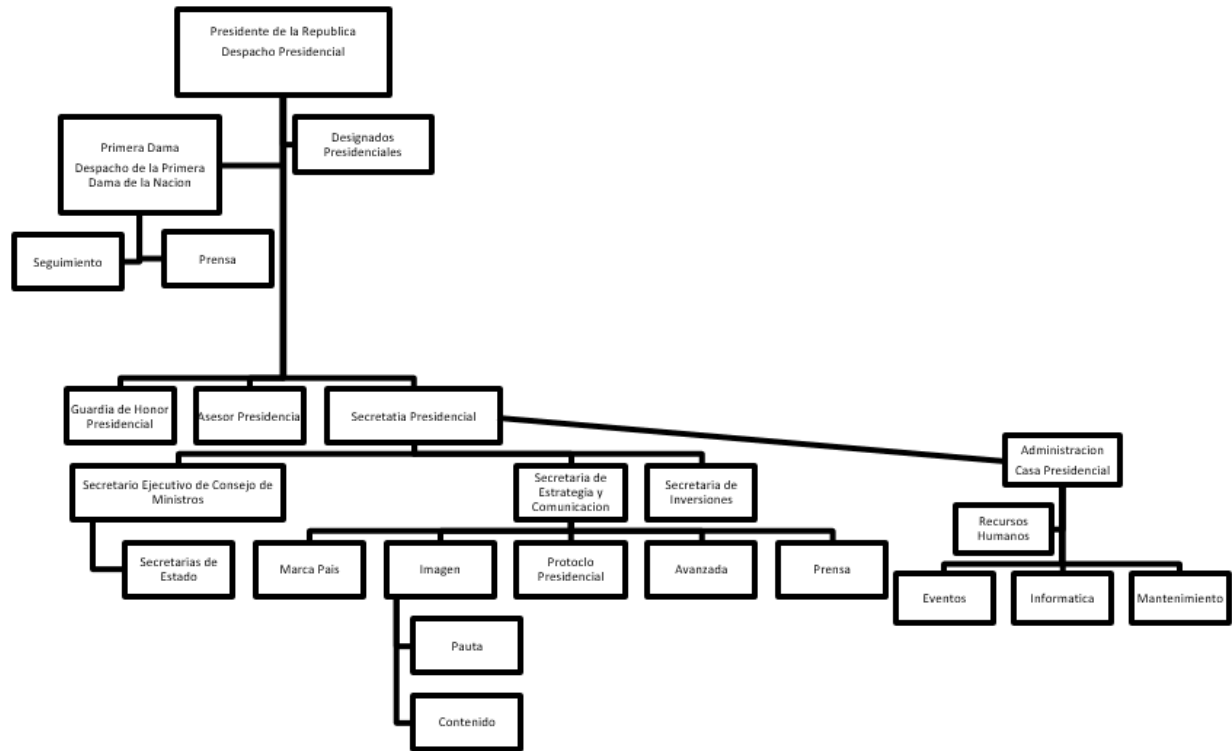
Lealtad: Fidelidad al presidente de la Republica y su gobierno.

Eficiencia: Hacer el correcto y oportuno uso de los recursos con los que se cuenta.

Disciplina: actuar en todo momento ordenada y perseverantemente para lograr el cumplimiento de los objetivos y la excelencia.

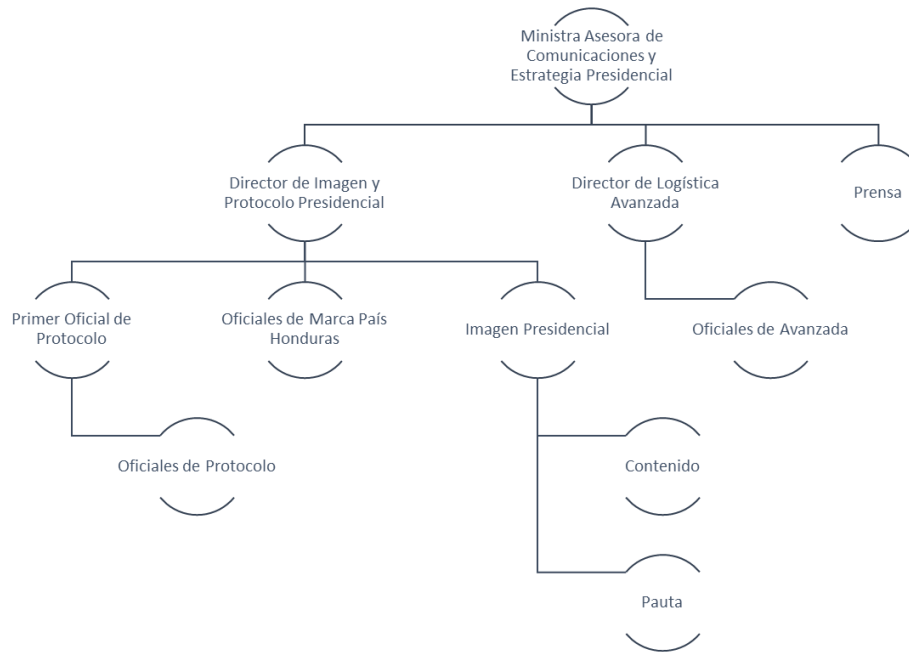
Calidad: Realizar las actividades y proyectos asignados en los tiempos establecidos y según lo solicitado.

1.2.6 Organigrama Casa Presidencial.



Fuente: Recursos Humanos, Casa Presidencial

1.2.7 Organigrama Secretaria de Estrategia y Comunicación.



Fuente: Dirección Protocolo Presidencial, Casa Presidencial

CAPÍTULO II

2.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Se presentó la oportunidad de desempeñarse específicamente en el área de Ceremonial y Protocolo Presidencial y actividades del área de Marca País Honduras “Somos Para Ti”. La Dirección de Ceremonial y Protocolo es la encargada de supervisar y atender la agenda diaria presidencial para dirigir, coordinar y planificar los eventos oficiales, sociales, reuniones de negocios, comparecencias o de cualquier índole del Excelentísimo Señor presidente de la nación velando enfáticamente que se apliquen las reglas protocolarias que exija el ceremonial del evento. Las personas encargadas de esto se denominan oficiales de protocolo y ellos tienen que estar al tanto sobre toda la información del evento, reunión y prever cualquier eventualidad en los mismos. En el área de Marca País Honduras “Somos para Ti” se maneja toda la coordinación y ejecución de actividades del equipo de Marca Honduras en las cuales se busca promover el turismo, inversión extranjera, exportaciones y orgullo nacional mediante diferentes promociones en ferias internacionales y nacionales, visitas presidenciales, medios de comunicación, trabajo en conjunto con el Instituto Hondureño de Turismo, cámaras de comercio del país y personalidades nacionales que destacan en el extranjero denominados embajadores de marca. A continuación, se muestra las actividades realizadas durante el periodo de práctica profesional.

2.1.1 Cobertura de Reuniones Presidenciales.

El presidente de la república asiste a múltiples reuniones diarias donde se cuenta con la presencia de oficiales de protocolo solamente si son reuniones oficiales con una personalidad destacada o si el Excelentísimo Señor presidente de la República así lo dispone. Para la reunión se prepara en primer lugar un acceso de entrada para los asistentes este debe estar sellado y firmado por la Guardia de Honor Presidencial para que puedan ingresar a Casa Presidencial o al Palacio José

Cecilio del Valle sin inconveniente alguno seguidamente se coordina con el departamento de Eventos un menú de bocadillos y uno o dos meseros que atiendan la reunión. En el despacho presidencial específicamente donde tomará asiento el Señor presidente se coloca una carpeta con hojas en blanco, un bolígrafo y un pequeño resumen de la biografía de la persona con la que se reunirá. Se recibe a las personalidades de la reunión y se les invita a pasar al ante sala del despacho presidencial se le notifica al presidente de la Republica que ya se encuentra el invitado o invitados, una vez él esté listo se les llama a pasar. Iniciada la reunión el oficial de protocolo espera fuera del despacho por si se necesita ayuda o surge un problema. Se concluye la reunión y se acompaña al invitado o invitados hasta la salida.

2.1.2 Cobertura de Reuniones Ministeriales.

Estas reuniones son llevadas a cabo una vez por semana o cada quine días donde el Excelentísimo Señor presidente convoca a sus ministros de las diferentes Secretarías de Estado para tratar temas de relevancia en la agenda del país. Esta se realiza en el Palacio José Cecilio del Valle dentro del Salón Constitucional previo a la reunión se supervisa que el salón se encuentre con todas las sillas correspondientes, el señor presidente de la República se sienta en la cabecera de la mesa donde se debe ubicar una carpeta con hojas en blanco, un bolígrafo y puntos importantes a tratar en la reunión. Se debe coordinar con el departamento de eventos que esté listo un menú con bocadillos, agua y refresco para todos los ministros y Señor presidente. En esta reunión no se colocan tarjetas nominales pues cada ministro conoce y debe respetar la precedencia de cada secretaria.

La precedencia descendente para cada uno de los miembros del Gabinete de Gobierno es la siguiente¹:

- Secretario de Estado en el Despacho de la Coordinación General de Gobierno
- Secretario de Estado en el Despacho de la Presidencia
- Secretario de Estado en el Despacho de Derechos Humanos, Justicia, Gobernación y Descentralización
- Secretaria de Estado en el Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional
- Secretario de Estado en el Despacho de Desarrollo e Inclusión Social por Ley
- Secretario de Estado en el Despacho Desarrollo Económico
- Secretario de Estado en el Despacho de Infraestructura y Servicios Públicos
- Secretario de Estado en el Despacho de Seguridad
- Secretario de Estado en el Despacho de Defensa
- Secretaria de Estado en el Despacho de Salud
- Secretaria de Estado en el Despacho de Educación
- Secretario de Estado en el Despacho de Trabajo y Seguridad Social
- Secretario de Estado en el Despacho de Agricultura y Ganadería
- Secretario de Estado en el Despacho de Ambiente y Minas

¹ Ver Figura #1 Pág. 51

- Secretario de Estado en el Despacho de Finanzas

Al momento de llegada de los ministros se da la bienvenida y se acompaña hasta su respectivo asiento del Salón Constitucional una vez se encuentren todos los ministros en su debido sitio o sea la hora de la convocatoria se llama al Excmo. Señor presidente para que este de inicio. Si los temas a discutir en la reunión son en materia de seguridad ningún oficial de protocolo puede ingresar a la misma si el presidente de la Republica necesita ayuda le indicara a su asesor y este notificara a un oficial de protocolo que puede ingresar mientras tanto la reunión se detiene. En caso que los temas a discutir sean de otra índole un oficial de protocolo permanece dentro del Salón Constitucional por si se presenta cualquier eventualidad mientras tanto otro oficial de protocolo permanece fuera del salón. Estos se rotan si la reunión llega a extenderse. Al finalizar la reunión de Consejo de Ministros se retira primero el Excmo. Señor presidente seguidamente los ministros en cualquier orden.

2.1.3 Ceremonia de Presentación de Cartas Credenciales.

Este es un evento solemne que se lleva a cabo en el Palacio José Cecilio del Valle. Se organiza en conjunto con la Secretaría de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional. Los Excelentísimos Señores Embajadores van a presentar sus Cartas Credenciales ante el Excmo. Señor presidente de la República. Se realiza el evento según Secretaría de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional considere oportuno siempre bajo la agenda del jefe de estado y su aprobación. Dos semanas antes de la ceremonia se solicita a Protocolo de las Fuerzas Armadas de Honduras la asistencia de setenta (70) cadetes y la banda de los Supremos Poderes a la cual se le notifica los países a presentar cartas credenciales para el aprendizaje de himnos nacionales.

Cinco días antes de la ceremonia de presentación se debe coordinar con el departamento de eventos de Casa Presidencial la colocación de una alfombra roja que abarque todo el desfile que se realiza y una mesa de finos bocadillos y bebidas en el ante sala del despacho presidencial denominado Salón de los Espejos donde aguardaran los Embajadores a acreditarse mientras son recibidos por el Jefe de Estado. El día de la ceremonia se prepara el descanso de las escaleras del arco y el despacho presidencial con dos astas una con la bandera de Honduras al lado derecho y otra con la bandera del embajador a acreditarse cambiando está según su llegada, en el Salón de los Espejos se prepara con todas las banderas de los embajadores a acreditarse junto con la de Honduras en su respectivo orden de precedencia en este caso alterno. El evento da inicio en el Hotel Marriot de Tegucigalpa, M.D.C. los embajadores a acreditarse y su comitiva son convocados una hora y media antes acompañados por un oficial de protocolo de la Secretaria de Relaciones Exteriores y Cooperación Internacional estos salen treinta minutos antes de la hora indicada en la agenda presidencial para iniciar actos protocolares. El Director de Protocolo Presidencial recibe al embajador a acreditarse a su vez lo introduce al Director de Protocolo de Cancillería. Caminan hasta el comienzo de las gradas y hacen una reverencia a las banderas de Honduras y el país representado. Escuchan las notas del Himno Nacional del País que representa Cartas Credenciales. Suben las gradas en forma de desfile hasta llegar al ante sala del despacho presidencial. En dicho salón los Embajadores que presentan Cartas Credenciales esperan hasta que el Señor presidente de la República indica que está listo. Cuando se tiene la señal del Despacho sale el primer embajador con su comitiva en este caso el orden de precedencia es desde la fecha más antigua a la más reciente de solicitud de entrega de cartas credenciales. ²La

² Ver Figura #2: Pág. 52

comitiva va acompañada por director de protocolo de cancillería, edecán Militar de la Guardia de Honor Presidencial, oficial de protocolo de cancillería y presidencial.

El Embajador y su comitiva ingresan al despacho presidencial y entrega sus Cartas Credenciales al Señor presidente de la República y el de igual manera se las entrega a la Canciller de Relaciones Exteriores, ella le entrega las mismas al Oficial de Protocolo Presidencial que se encuentra en el despacho. El presidente, La Canciller y El Embajador platican sobre temas comunes, seguidamente el Embajador presenta a la comitiva que le acompaña, después el presidente invita al Embajador a una foto oficial. Al finalizar el Embajador se retira con la Directora de Protocolo de Cancillería. Se unen a la formación que los espera afuera del despacho presidencial, bajan las gradas y se detienen al final de estas y escuchan el Himno de la República de Honduras. Terminado el Himno el Embajador y su comitiva avanza hasta su carro, es despedido por el Director de Protocolo Presidencial.

2.1.4 Firma de Convenios del Poder Ejecutivo.

Los eventos de convenios o sanciones de ley del poder Ejecutivo con otra entidad, poder del Estado o personería jurídica se realizan según agenda, conclusión y acuerdo del tema. Para la ejecución de evento con firma presidencial días antes se debe solicitar la lista de invitados a la secretaria del Señor presidente para comunicarse con los mismos y confirmar su asistencia seguidamente se realiza la lista oficial de invitados la cual se transfiere a la Guardia de Honor Presidencial los encargados de regular la entrada por temas de seguridad. El día del evento se debe coordinar el orden del programa con el maestro de Ceremonia además se le brinda una pequeña reseña del documento a firmar por El poder Ejecutivo. Junto con la Guardia de Honor

Presidencial se debe realizar un recorrido de inspección en el lugar por donde ingresará el Jefe de Estado para verificar que cumpla aspectos de seguridad. En el escenario debe encontrarse el estrado con el programa a seguir, notas membretadas con el discurso que dará el Excmo. Señor presidente de la República. La bandera se coloca de forma simple atrás de la mesa donde se realiza la firma sobre esta se colocan dos carpetas con el convenio o documento a firmar una para el poder Ejecutivo y otra para el otro Poder del Estado, organización o entidad. Se rotula los asientos de las personalidades más importantes en su debido orden de precedencia con ³tarjetas nominales. Minutos antes del inicio del evento se colocan oficiales de protocolo en las entradas (el número dependerá de la cantidad de invitados a la firma) para dar la bienvenida, otros oficiales de protocolo que dirijan a los invitados a sus asientos y solamente uno se sitúa cerca del escenario por cualquier eventualidad o disposición del Señor presidente. Se inicia con una breve oración, canto del himno nacional, explicación o video del documento a firmar. Ambas partes firman los dos documentos, se concluye el evento con el intercambio de carpetas y foto oficial. En algunos casos se prosigue a comparecencia a los medios.

2.1.5 Condecoraciones.

Según decisión del Excelentísimo Señor presidente de la república se realizan condecoraciones. Son eventos formales en los que el Jefe de Estado concede a una persona extranjera una distinción o un honor por su aporte a la sociedad hondureña. Existen diferentes tipos de condecoraciones las cuales se denominan:

³ Ver Figura #5: Pág. 53

Condecoración Orden de Francisco Morazán: concedidas a ciudadanos hondureños y extranjeros por los servicios prestados se les otorga la Gran Cruz Placa de Plata Banda de Segunda Clase: concedida a los Vice-Presidentes de países amigos, Secretarios de Estado extranjeros, Jefes de Gobierno, Presidentes de Poderes, Embajadores, Comandantes en Jefe de las Fuerzas Armadas y otros altos funcionarios. (Ceremonial Diplomático de Cancillería, 1954)

Existe otros rangos como Gran Cruz Placa de Oro Banda de Primera Clase, Gran Oficial, Comendador, Oficial y Caballero o Condecoración Orden de José Cecilio del Valle la cual abarca las distinciones de Gran Collar, Gran Cruz Placa de Oro, Gran Cruz Placa de Plata, Gran Oficial, Comendador, Oficial y Caballero. (Ceremonial Diplomático de Cancillería, 1954)

Para la organización de este evento primero la oficina de protocolo presidencial debe enviar la solicitud de la joya de condecoración al jefe de protocolo de Secretaría de Relaciones Exteriores el cual posee el conocimiento del orden y el rango. La Oficina de Protocolo de la Secretaría de Relaciones Exteriores envía la respectiva Joya en su estuche, con el pergamino y el decreto para firma del Señor presidente. Se debe sacar dos copias de dichos documentos, uno para archivo de la Cancillería y otro para el Maestro de ceremonias con los documentos originales se procede a enmarcar el pergamino y entubar el decreto. La joya debe ser inspeccionada por el jefe de protocolo de presidencial y Secretaría de Relaciones Exteriores. Llegada la fecha del evento se acondiciona el Salón General Francisco Morazán⁴ situado en Palacio José Cecilio del Valle, con sillas en dos filas enfrentadas, ornato floral y rompe filas para la prensa. Se rotula según orden de precedencia cada una de las sillas con la tarjeta nominal y se coloca una tarima de 25 a 30 cm señalizando la ubicación de los Protagonistas. A un costado de la tarima se ubica la mesa

⁴ Observar Figura #3: Pág. 52

auxiliar de protocolo con todos los elementos de la condecoración y en el otro extremo el proyector. En el escenario se coloca la bandera de Honduras al lado derecho y la bandera del homenajeado a su lado izquierdo (solo si este es funcionario diplomático).

Un Oficial de Protocolo espera al Homenajeado y da la bienvenida seguidamente el Director de Protocolo explica al Mandatario el rito, en donde dice detalladamente la imposición de los elementos. Se ubican los invitados y acto seguido se procede a la entrada de las autoridades, cada quien en su silla asignada y debidamente rotuladas por la tarjeta nominal. El Programa del acto es un esquema sencillo donde se incluye invocación a Dios, entonación del Himno, palabras del Mandatario, lectura del decreto, los respectivos actos protocolares de la condecoración, palabras del homenajeado y la foto oficial. Los actos protocolares de la condecoración son anunciados por el maestro de ceremonias solemnemente en tiempo y forma. La banda, debe ser colocada de derecha a izquierda, pidiendo al homenajeado pueda subir levemente su brazo a la altura del pecho. Seguido se impone, la joya que debe de ser puesta al lado del corazón del homenajeado, se entrega el pergamino y el tubo con el decreto. Un oficial de protocolo retira el tubo y el Pergamino enmarcado. Al finalizar se hace la captura fotográfica correspondiente.

2.1.6 Cobertura de Eventos Sociales.

El área de Ceremonial y Protocolo Presidencial también ayuda a la organización de cenas oficiales, cocteles, desayunos y almuerzos de trabajo, cumpleaños u otro evento social al cual sea invitado o invite el Señor presidente. El oficial de protocolo se encarga de la elaboración de rótulos nominales para asignar el asiento correspondiente a cada personalidad importante que asista según su precedencia, contara con la lista oficial de invitados y se la trasladara a la Guardia

de Honor Presidencial. En los eventos sociales se da la bienvenida a los invitados y se dirigen hasta su asiento. No se acata una agenda protocolar estricta pues no es un evento ceremonial o de rigor únicamente se debe coordinar la hora de la comida ya que la pareja presidencial tiene que ser la primera en ser atendida. Un oficial de protocolo debe estar cerca del Excmo. Señor presidente por cualquier situación. Todos los oficiales de protocolo se retiran una vez para la pareja presidencial, aunque el evento no haya concluido.

2.1.7 Presentes Presidenciales.

En Casa Presidencial se encuentra un departamento denominado atenciones presidenciales al cual se le solicitan los regalos por parte del Señor presidente a los ministros, Visitas de Extranjeros, Embajadores, Embajadas y demás personalidades destacadas de los Poderes del estado y gabinete de gobierno también cuando se realizan viajes se llevan ciertos presentes. El oficial de protocolo se encarga de agendar los cumpleaños de cada uno de ellos, elaborar la tarjeta con ⁵el vocativo correspondiente al funcionario y enviar personalmente el obsequio en las manos de la persona en el tiempo correspondiente.

2.1.8 Actividades Marca País

En el área de Imagen Marca País Honduras “Somos para Ti” se apoya con diferentes asignaciones. Una de ellas es la elaboración de obsequios denominados Kits Marca País que está compuesto por diferentes promocionales como ser plumas, toallas, termos, tazas; etc. Y

⁵ Ver Figura #4: Pág. 53

productos de empresas aliadas a Marca Honduras todos estos tienen el logo de la marca “Somos Para Ti”. Los kits son entregados a Embajadores, Personalidades Extranjeras de visita en nuestro país o a quien dicte el Director de Protocolo u oficiales de Marca Honduras. A su vez se colaboró con la realización de un plan operativo para el área de Marca País para analizar el impacto en la balanza de pagos desde su creación en los principales ejes de enfoque: turismo, inversión extranjera y exportaciones para encontrar puntos de mejora. Seguidamente se desarrolló una investigación benchmarking de otras marcas país para elaborar una lluvia de ideas de mejores prácticas para la imagen de la marca “Somos para Ti”.

2.1.9 Recorridos Palacio José Cecilio del Valle.

Diferentes instituciones como universidades y escuelas solicitan al Director de Protocolo un recorrido para conocer el Palacio José Cecilio del Valle que desde el gobierno del ex presidente Carlos Flores hasta mediados del año 2017 fungió como Casa Presidencial. El recorrido lo da un mínimo de tres oficiales de protocolo dependiendo el tamaño del grupo, este es guiado por los espacios y salones más importantes del Palacio. En el recorrido se explica la función de cada salón, la historia de cuadros y decoraciones. Durante el trayecto se despeja cualquier duda que surja por parte del grupo. Se concluye el recorrido en el Salón General Francisco Morazán otorgándole a cada visitante un presente denominado kit marca país Honduras “Somos Para Ti” con diferentes promocionales de la marca. Finalmente se despide el grupo y se le acompaña hasta la salida.

CAPÍTULO III

3.1 PROPUESTA DE MEJORA

3.1.1 Historia de Regalos Presidenciales.

El presidente de la Republica envía diferentes presentes a Embajadores, Encargados de Negocio, Nuncios Apostólicos, Cuerpo Diplomático, presidente del Poder Legislativo y Judicial, Ministros, Diputados, Alcaldes, Inversionistas, Visitas Extranjeras, diferentes personalidades que destacan en el gobierno o se obsequian durante los encuentros o reuniones de viajes oficiales y de trabajo como parte del protocolo. Los obsequios son enviados por motivo de celebración de cumpleaños, presente de bienvenida o retiro del país, felicitación por una labor en específico, aniversario de residencia en Honduras y situaciones que lo ameriten u ordene el Excelentísimo Señor presidente mediante el Director de Protocolo u Secretaria Presidencial. Generalmente estos obsequios son entregados por los oficiales de protocolo.

La lista de obsequios presidenciales son obras realizadas por manos únicamente hondureñas pueden ser pinturas elaboradas por el artista Elmer Ciserón Bautista, vasijas de la Etnia Lenca, adornos de estelas mayas, cajas de madera pintadas a mano con retratos de diferentes iglesias históricas de Honduras, finas cajas de chocolates MariBelle Liberman, el Libro “Constructores Artísticos entre Siglos” por la escritora Leticia Óyela, un bolso pintado a mano con paisajes, flora y fauna que nos representan de la Colección Arte en Mano, Camisas de la Colección Lenca del diseñador Miguel Chong y diferentes joyas de la colección Maya y Mi Tierra.

Los receptores del regalo únicamente reciben estas obras, pero sin llegar a conocer el trasfondo de las mismas, quien lo elaboro, que representa esa pintura para Honduras, el artista detrás del obsequio, que etnia representa. Muchos de los receptores realizan estas interrogantes al oficial de protocolo que le hace entrega del regalo y en ocasiones se desconoce la información o no se

puede dar de manera certera y detallada. En otras ocasiones los receptores del presente cuando llaman al Director de Protocolo y Ceremonial para dar el agradecimiento por el obsequio en su mayoría consultan su significado. Desaprovechando la oportunidad para utilizar este canal como un medio de difusión del artista hondureño y la promoción de la imagen y cultura del país.

Según la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptada el 21 de noviembre del 2001 bajo la resolución 56/8, fue proclamado el 2002 como el año internacional del Patrimonio Mundial. Esta resolución invita a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO a servir como el organismo coordinador. Con el objetivo de enfatizar e implementar en los estados miembros la importancia del Patrimonio Cultural tangible e intangible, como fundamento común para la promoción de la comprensión y el enriquecimiento mutuos entre las culturas y las civilizaciones.

En este marco de celebración la UNESCO estableció como patrimonio cultural: Sitios de patrimonio cultural, ciudades históricas, sitios sagrados culturales, paisajes culturales, patrimonio cultural móvil (pinturas, esculturas, grabados, entre otros), artesanías, literatura, tradiciones culinarias y demás elementos tangibles e intangibles.

Todo lo establecido por la UNESCO abarca en su gran mayoría los obsequios presidenciales. Es así que como país regalamos una parte de nuestro patrimonio cultural con cada presente presidencial y como tal se debe dar la importancia.

Es por ello que se propone adicionar en cada regalo de parte del presidente de la Republica una tarjeta informativa que contenga una descripción breve sobre el presente. En la cual el receptor pueda leer una breve reseña histórica y conocer que significa para Honduras, como su identidad cultural.

Imagen 3.1 Tarjeta Informativa de Historia de Regalos Presidenciales.



Fuente: El Libro Constructores Artísticos Entre Siglos

Esta tarjeta informativa se realizará sobre un diseño institucional que contenga el logo de la Republica de Honduras centrado y en parte superior y el logo de Marca País Honduras “Somos Para Ti” en la parte inferior izquierda. Se redactará una ⁶breve descripción de cada obsequio presidencial que indique quien elaboro el patrimonio cultural, que significa para Honduras, la historia del mismo, si es un paisaje donde se ubica y demás elementos importantes que puedan destacarse de ese regalo. Las tarjetas informativas se realizarán en idioma español e inglés por su universalidad. Teniendo en cuenta que siempre existirán casos que se deberá traducir a otra lengua extranjera donde con tiempo a la entrega agendada del obsequio se deberá trasladar el texto al idioma requerido.

⁶ Ver Figura #6: Paginas 54-57: Ejemplos tarjetas informativas según los diferentes tipos de regalo.

En promedio los oficiales de protocolo entregan de veinte (20) a veinte y cinco (25) regalos mensuales exceptuando en ciertas temporadas como la navideña que

la cantidad es mayor. Las tarjetas informativas estarán guardadas de forma digital por la Dirección de Ceremonial y Protocolo Presidencial y se imprimirán según se requiera en hojas de material opalina tamaño carta facilitando la impresión en oficina y adicionalmente tener un costo bajo ya que se emplearán recursos que la Dirección de Ceremonial y Protocolo ya posee.

A continuación, se detalla el precio de las mismas:

Tabla 3.1 Tabla de Costos Elaboración de Tarjetas Informativas.

Unidad	Paquete Opalina	Precio Unitario	Cartucho de Tinta Fluida
100 hojas	L130.00	L1.30	L550.00

Fuente: Propia

Tabla 3.2 Tabla de Precio Tarjetas Informativas.

Precio por Tarjeta Informativa	Precio Tarjeta Informativa Mensual
L11.65	L291.25

Fuente: Propia

Cada paquete de hoja opalina tamaño carta tiene un precio máximo de ciento treinta lempiras (Lps. 130) en cada paquete se encuentran cien (100) hojas por cada hoja se pueden imprimir dos tarjetas informativas en promedio se gastarán de diez a quince hojas mensuales reiterando nuevamente que se exceptúa ciertas temporadas como la navideña que la cantidad de regalos se eleva. El valor de cada página es de uno punto tres lempiras (Lps. 1.3). Se utilizará la impresora de tinta continua de la Dirección de Ceremonial y Protocolo en esta se realiza un relleno de cartuchos mensual y podemos pronosticar que realizando las tarjetas informativas se aumente a

dos cambios de tinta al mes esta tiene un costo de quinientos cincuenta lempiras (Lps.550) el nuevo cartucho mensual entre las veinte y cinco (25) tarjetas máximo que se hacen por mes tiene un valor de veinte y dos lempiras (Lps. 22) la impresión. Por lo tanto, cada tarjeta informativa tendrá un costo de once punto sesenta y cinco lempiras (Lps.11.65) ya que por cada hoja tamaño carta se imprimen dos tarjetas informativas. Esto no representa un presupuesto alto y no viable para la Secretaria de Estrategia y Comunicación.

3.1.2 Medición Marca País Honduras “Somos Para Ti”

En la dirección de Marca País Honduras “Somos Para Ti” se maneja todos los temas relacionados con la reciente marca Honduras. En ella se coordinan distintas actividades como patrocinio a eventos, alianzas con distintas marcas y personas, exhibición en ferias nacionales e internacionales y planes de campaña para promover la marca “Somos Para Ti” dentro y fuera del país según el plan trazado.

Previo a la creación de la Marca Honduras, se realizó un diagnóstico que se llevó a cabo de mayo a agosto 2014. En enero de 2015 se dio el lanzamiento del concurso de identidad gráfica entre la población. En mayo del mismo año se realizó el lanzamiento de la Marca Honduras, escogida entre más de 200 propuestas y 10 finalistas por un jurado integrado por el sector público y privado del país.

Marca Honduras se encuentra iniciando la fase de posicionamiento y ya empieza a ser reconocida por una gran parte de la población, sin embargo, se le identifica como una marca de gobierno. El Presidente es el principal embajador de la marca en sus reuniones con inversionistas en el exterior.

Una debilidad con la que cuenta la dirección de Marca País es que no posee con instrumentos de medición para saber de manera certera si las actividades que están realizando impulsan sus principales ejes mencionados en el Capítulo II, siendo los de mayor impulso: la inversión extranjera, el turismo y las exportaciones.

No existe un instrumento que funcione como un apoyo de medición para el equipo Marca País “Somos Para Ti” donde se pueda saber si sus objetivos y sus actividades están funcionando de la forma en que se espera. Se debe conocer en que pilar de trabajo enfocarse más y cual está alcanzando éxito de una manera cuantificable. Según la teoría de William Deming las reglas básicas para la mejora continua provienen de la aplicación de los conocimientos, pero este reitera que no se puede mejorar nada que no se haya controlado, no se puede controlar nada que no se haya medido, no se puede medir nada que no se haya definido y no se puede definir nada que no se haya identificado. La dirección de Marca País tiene identificado y definido sus ejes de trabajo y las acciones correspondientes, pero no tiene medición de su imagen como tal.

Esto también lleva a que los oficiales de Marca País no conozcan ni se involucren por enterarse de datos que deben manejar para saber si su trabajo y estrategias para la competitividad de Marca País se están alcanzando. Esto hace que mecánicamente se siga realizando lo mismo sin tener una idea de si sus actividades y acciones necesitan mayor intensidad o simplemente ser descartadas.

Primero se debe dejar en claro la importancia de Marca País para un Estado destacando que: en los últimos años resulta decisiva la capacidad de influencia internacional de las naciones, que transcurre ineludiblemente, por una adecuada proyección interna y externa de su imagen de país, no sólo con el fin de captar turistas, sino con el objetivo de integrarse en una nueva geopolítica

global que no entiende de límites administrativos sino de fronteras mentales, en lo que supone la definición de nuevas geografías posnacionales. (Apadurai, 1999)

Los efectos de la globalización parecen replantear el papel de los Estados en el establecimiento de relaciones internacionales, que se concreta, en algunos casos, a través de una renovada diplomacia pública.

El término “diplomacia pública” se utilizó por primera vez en 1965, en el seno de la Public Diplomacy Alumni Association, y se definió del siguiente modo:

La diplomacia pública trata sobre la influencia de las actitudes públicas en la formación y ejecución de políticas exteriores. Comprende dimensiones de las relaciones internacionales más allá de la diplomacia tradicional; el incentivo por parte de los gobiernos a la opinión pública de otros países; la interacción de grupos e intereses privados entre países [...]. En la diplomacia pública, el flujo transnacional de la información y de las ideas es un aspecto clave.

Generando así una influencia que se ejerce mediante el uso de técnicas persuasivas a públicos internacionales, vehiculadas, parcialmente, mediante la proyección de una identidad competitiva transformada en una marca de país.

La imagen percibida de las naciones resulta decisiva para la captación de infraestructuras, talento e inversión, entre otros aspectos. La proyección de identidades competitivas se vehicula por medio de la marca de país, que ejerce las funciones de dispositivo canalizador y de simplificación de los valores y/o atributos de una nación.

A partir de aquí, se establece una relación simbiótica entre la diplomacia pública y la marca de país, con el fin de incidir en positivo en la opinión pública internacional. Por tanto, se puede

considerar que el nexo de unión entre la diplomacia pública y la marca de país se produce por representar dos de las estrategias compartidas de comunicación internacional más importantes llevadas a cabo por países y naciones. (Noya, 2007)

Dejando en claro que la diferencia entre ambas es que la imagen de Marca País se orienta más a lo comercial y debido a esto es que debe ser casi obligatoria la medición de rendimiento ya que la diplomacia pública tiene un fin político con un objetivo de producir una imagen positiva “la diplomacia pública deviene un asunto de Estado, una representación compartida del país, de su gente y de su cultura, un esfuerzo por explicar las diferencias de lo interior hacia el exterior.” (Noya, 2007)

De lo anterior entendemos la relevancia de una marca país en el ámbito internacional para posicionar esta imagen en el exterior se invierten grandes presupuestos destinado para apoyar muchos aspectos del país que finalmente en la dirección de Marca País de Honduras van dirigidos a tres pilares básicos; la inversión extranjera, el turismo y las exportaciones.

Los objetivos puntuales que se pretenden alcanzar con marca Honduras son:

Marca Honduras tiene por objetivo General: Lograr el posicionamiento de la Marca Somos Para Ti como un distintivo diferenciador que ayude a la colocación del país en el escenario internacional como un destino ideal para la inversión y el turismo, con productos y gente de calidad; incrementando de esta forma su competitividad y generando orgullo nacional.

Seguidamente sus Objetivos Específicos son tres pilares en los que Marca Honduras basa su estrategia:

Inversión: Contribuir a la incrementación de los índices de Inversión Extranjera Directa a través de la promoción internacional de los incentivos que ofrece el país para la inversión, en coordinación con entes públicos y privados; trabajando en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico.

Turismo: Apoyar al Instituto Hondureño de Turismo en la promoción turística del país para la incrementación de la cantidad de turistas y visitantes que recibe Honduras a través de la promoción de sus atractivos. Promover el turismo interno para que el hondureño conozca su país, se sienta orgulloso de él y la derrama económica se quede en territorio nacional.

Exportaciones: Trabajar en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico y otros entes públicos y privados de apoyo a los exportadores, para contribuir a incrementar las exportaciones de productos hondureños.

En el desarrollo profesional de una estrategia de Nation Branding existen, en la actualidad, diferentes metodologías de medición y valoración de la imagen de marca de los países. Se considera la más importante la de: The Anholt-GfK Roper Nation Brands Index, impulsado por Simon Anholt principal experto en identidad e imagen nacional él es reconocido como la principal autoridad mundial en la imagen nacional y la identidad fue Vice Presidente del Consejo de Diplomacia Pública del Gobierno de Reino Unido. Actualmente trabaja como asesor de política independiente de Jefes de Estado y Jefes de Gobierno de más de 50 países. (Anholt-GfK Nation Brands Index, s.f.). Anholt desarrolló los conceptos de Índice de Marca País y el Índice de Marca Ciudad en 2005. El utiliza los indicadores provenientes del Nation Brand Hexagon que son: turismo, ciudadanía, exportaciones, cultura y patrimonio, gobernanza, inversión e inmigración (cada país se orienta a los puntos de mayor interés y conveniencia).

Formulas de Medición.

La Estrategia Marca País debe ser medida, partiendo desde el hecho de que la medición de una imagen es relativa. (Valls, 1992) si bien una imagen y sobre todo la de una marca País es difícil medirla por el hecho que los ejes que impulsan intervienen muchas más variables que definen su incremento o disminución unas de mayor relevancia y peso que únicamente la Estrategia de Marca País, pero esta medición trata de acercarse a resultados cuantitativos para poder obtener una idea del retorno invertido en la misma ayudando a tener un control para así mejorar continuamente como lo establece Deming.

El instrumento de medición más utilizado por los países cuyas marcas son las principales en los rankings de evaluación es el realizado por el gurú en el desarrollo de la Marca País Simón Anholt que realizó estudios de investigación a nivel mundial donde publica el NBI (National Brand Index) lo cual ayuda a gobiernos, organizaciones y negocios a entender, medir y construir una fuerte Marca País se basa en la medición de la calidad y poder de cada marca País. Esta estructura de evaluación sigue Alemania, Holanda, España, Rusia, China, Arabia Saudita, Canadá, Estados Unidos y los países Latinoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú. Se basa bajo un análisis exhaustivo de seis elementos que conforman “el hexágono de Anholt” o el “National Brand Hexagon” los cuales son:

Exportaciones, Políticas, Cultura y Patrimonio, Personas, Turismo, Inversión e Inmigración.

Muchos organismos catalogan diferentes aspectos que hacen a los países primeros o pertenecientes a características como la flora, fauna, deportes, artes, culturas, índices económicos, exportaciones de productos y aquello que los hace especiales.

Las formulas de Anholt utilizadas por National Brand Index para medir el impacto de la imagen de Marca País contra los pilares más importantes (estos seleccionados por el departamento de Marca País de cada Estado) son las siguientes:

Desde la inversión extranjera se contrasta la inversión anual en Estrategia Marca País (EMP) sobre los ingresos por concepto de inversión extranjera, dándonos como resultado un porcentaje de participación y de incidencia que tuvo el trabajo de Estrategia Marca país en la Inversión extranjera, es decir la confianza inversionista marcaría (CIM).

$$(INVERSIÓN ANUAL EMP / INGRESOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA) X 100$$

Desde el turismo se compara la inversión anual en Estrategia Marca País (EMP) sobre los ingresos por turismo anualmente, resultando un porcentaje de participación que en definitiva es que tanto contribuyo la Estrategia Marca País a incentivar el turismo y este sería la atracción turística marcaría (ATM)

$$(INVERSIÓN ANUAL EMP / INGRESOS DE TURISMO) X 100 = ATM$$

Desde las exportaciones el país debe cotejar la inversión anual en Estrategia Marca País (EMP) sobre los ingresos por concepto de exportaciones anuales, el resultado de esta indicara que tanto incidió y trabajo conjuntamente del sector privado exportador apoyándose en la Estrategia Marca País para aumentar su rentabilidad y este resultado sería entonces la condición exportadora marcaría (CEM)

$$(INVERSIÓN ANUAL EMP / INGRESOS DE EXPORTACIONES) X 100 = ATM$$

La sumatoria de la inversión extranjera, el turismo y las exportaciones representa el crecimiento de un país (CP).

$$\text{INVERSIÓN ANUAL EMP} + \text{TURISMO} + \text{EXPORTACIONES} \times 100 = \text{CP}$$

Entonces para analizar la incidencia que tuvo la Estrategia Marca País en el crecimiento positivo del país (CP)

$$\text{INVERSIÓN ANUAL EMP} / \text{CP} \times 100 = \text{CMPP}$$

Esto da como resultado el porcentaje de contribución marcaría al crecimiento del país. (CMPP)

Este indicador simplemente nos lleva o invita a deducir y generar una idea de que porcentaje de participación o influencia tienen las acciones de la Estrategia Marca País sobre lo que es el crecimiento de los pilares en los que más se concentran.

Entre más bajos sean los porcentajes resultantes se asume que menor fue el desarrollo de la Estrategia Marca País, eso no quiere decir que debería invertir más un país en la EMP porque así mismo será directamente proporcional a los resultados.

Aplicando la fórmula de Anholt a los tres puntos focos a los que se dirige la estrategia de Marca País Honduras “Somos Para Ti” recolectando datos numéricos proporcionados por la Balanza de Pagos, Banco Central de Honduras y La Dirección de Marca País “Somos Para Ti”

El presupuesto de Marca País Honduras “Somos Para Ti” oscila entre los dos millones y medio de lempiras eso en dólares americanos es de ciento cinco mil ciento treinta bajo este presupuesto se partirá el análisis bajo las fórmulas de Anholt para evaluar el desempeño de nuestra Marca País.

Tabla 3.3 Medición 2015 Marca País “Somos Para Ti”

Medición Marca País 2015			
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Confianza Inversionista Marcaría
Incidencia de Marca Pais en Inversion Extranjera	$\frac{\text{Inversión Anual EMP}}{\text{Ingresos de Inversion Extranjera}} \times 100$	\$ 105,130.36 / \$ 1,203,500.00	0.08735385 8.7%
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Atracción Turística Marcaría
Incidencia de Marca Pais en Turismo	$\frac{\text{Inversión Anual EMP}}{\text{Ingresos de Turismo}} \times 100$	\$ 105,130.36 / \$ 650,400.00	0.16163954 16%
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Condición Exportadora Marcaría
Incidencia de Marca Pais en Exportaciones	$\frac{\text{Inversión Anual EMP}}{\text{Ingresos Exportaciones}} \times 100$	\$ 105,130.36 / \$ 8,188,200.00	0.01283925 1%

Fuente: Propia

La aplicación de dichas formulas nos ayudan a evaluar el impacto de Estrategia Marca País en su primer año de trabajo. Se observa que su mayor inherencia fue en el sector turismo y una casi nula en las exportaciones pues en dicho año sus actividades dirigidas a este sector fueron mínimas. El trabajo de su primero año fue más orientado únicamente a lanzar la marca y dar a conocer la nueva imagen no a estrategias orientadas a un verdadero impacto.

Tabla 3.4 Medición 2016 Marca País “Somos Para Ti”

Medición Marca País 2016			
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Confianza Inversionista Marcaría
Incidencia de Marca Pais en Inversion Extranjera	$\frac{\text{Inversion Anual EMP}}{\text{Ingresos de Inversion Extranjera}} \times 100$	\$ 105,130.36 / \$ 1,139,400.00	0.09226818 9.2%
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Atracción Turística Marcaría
Incidencia de Marca Pais en Turismo	$\frac{\text{Inversion Anual EMP}}{\text{Ingresos de Turismo}} \times 100$	\$ 105,130.36 / \$ 685,500.00	0.15336303 15%
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Condición Exportadora Marcaría
Incidencia de Marca Pais en Exportaciones	$\frac{\text{Inversion Anual EMP}}{\text{Ingresos Exportaciones}} \times 100$	\$ 105,130.36 / \$ 7,840,700.00	0.01340829 1%

Fuente: Propia

El año 2016 se inició trabajando con la ayuda de un plan estratégico y un propuesto más definido a cada sector pero la Inversión Extranjera y las Exportaciones bajaron en dicho año y aun con el esfuerzo de Marca País en diferentes exhibiciones y ferias internacionales logro causar un impacto en este lo que dio por resultado un aumento de únicamente un punto y el mismo impacto nulo en las exportaciones aunque en este año Marca País tomo medidas para impactar las mismas como Co-Brandings, Ferias Internacionales, Apoyo al exportador, etc.

3.2 IMPACTO DE PROPUESTA DE MEJORA

3.2.1 Historia de Los Regalos Presidenciales

El impacto que representa esta implementación es cualitativo ya que le da un valor agregado al obsequio no quedando únicamente como una pintura de una iglesia o una caja de chocolates sino ayudando a exponer la verdadera importancia que tiene para el país. Utilizando el protocolo como una herramienta de comunicación aportando a la:

1. Promoción Inversiones

Koichiro Matsuura, Director General de la UNESCO entre 1999 y 2009 en su mensaje de la UNESCO en el año de las Naciones Unidas para el Patrimonio Cultural dijo “Las autoridades públicas, sector privado y el conjunto de la sociedad civil cobren conciencia que el patrimonio cultural no es solo un instrumento de paz y reconciliación, sino también un factor de desarrollo. Son muchos los casos en el que una nueva gestión del patrimonio cultural ha favorecido un auge de la economía, al crear nuevas salidas para las promociones locales, ya se trate de artesanía, de turismo cultural o la aparición de nuevos oficios y nuevas formas de creatividad.” (Matsuura, 2002)

Es por ello que los regalos presidenciales no solo deben cumplir con la finalidad de una cortesía protocolaria sino como lo establece la Organización de las Naciones Unidas un imán de inversión abriendo una puerta a que el receptor del obsequio el cual posiblemente sea un Inversionista Local o Extranjero, Embajador, Encargado de Negocios; etc. Con el apoyo de la tarjeta informativa conozca de una manera sencilla la información más importante que envuelve ese patrimonio cultural y su valor agregado apreciando ya con el conocimiento básico la excelencia de la materia prima, la creatividad y el trabajo hondureño. “El protocolo no sólo es

un instrumento que permite ordenar una relación social, sino que además genera las condiciones necesarias para proyectar su imagen al exterior”. (Calahorro, 1997) por lo tanto, todo lo que permite comunicar la imagen pública de una institución o persona es significativa para esta y se hace imprescindible exponerlo en la esfera pública las tarjetas informativas son la herramienta de apoyo para proyectar la imagen de los artistas hondureños de forma directa y la identidad corporativa de la institución.

2. Difusión de Cultura

Dar la importancia a los regalos presidenciales a lo que realmente son patrimonios culturales de Honduras. La nación cuenta con una riqueza natural y cultural amplia. Cada oportunidad de promoción se debe aprovechar de la mejor manera. Las tarjetas informativas serían ese medio para enviar un mensaje al extranjero de la historia de Honduras, sus etnias y costumbres y el resaltador que se llevan consigo un Patrimonio Cultural de la Humanidad. Ya que se establece que las normas y actos protocolarios lo que intentan es simplificar la actividad y las relaciones sociales, siempre complejas, permitiendo que, a la larga, alcancemos nuestro objetivo comunicacional de la forma más directa y cercana posible. (Elena Borau Boira, Asociación Española de Protocolo, 2013) narrando la historia que envuelve ese obsequio lograra transmitir el porque es un regalo presidencial facilitando el conocimiento cultural que el receptor posee de Honduras permitiéndole sentir una relación mas cercana con el Estado convirtiéndose el acto protocolario de la entrega de regalos no solo en algo más que una cortesía sino en una poderosa herramienta que promueva conocimiento histórico y cultural dándole importancia a todo en su justa medida.

3. Estructura Informativa

La tarjeta del regalo tiene una composición que responde a las preguntas básicas que el receptor del regalo se pudiera realizar. Esto motiva a las personas a indagar más referente a un objeto que ya sabe su nombre, función, origen y datos de interés situación que ocurre recurrentemente con los embajadores. El director de la Escuela Internacional de Protocolo de Paraguay argumenta que “El protocolo se ha convertido en una poderosa herramienta de comunicación que sirve para lanzar ideas potentes que se quedan grabadas en las personas debido a que es una disciplina visual donde nada es al azar” (Gonzalez, 2017). Lo que nos indica que se debe procurar cuidar hasta el último detalle para que todas las acciones protocolarias que se ejecuten comuniquen algo con claridad en este caso la entrega de obsequios presidenciales el receptor tendrá algo tangible que las ocasiones que utilice tendrá el conocimiento para contestar interrogantes básicas que surjan del mismo.

El Director de Protocolo sabrá que la tarjeta logro su objetivo de informar en la llamada o correo de agradecimiento que siempre realiza el receptor, en dicha llamada siempre surgen las interrogantes de que significa el regalo, pero en esta ocasión el receptor con conocimiento previo tendrá un antecedente de investigar y conocer aún más la cultura del nuevo país donde reside o visita. Esto también permite que exista uniformidad en la composición de la información.

3.2.2 Medición Marca País “Somos Para Ti”

El buen manejo de una Marca País en un mundo globalizado cada día es más importante para generar una positiva opinión pública. En estos dos años se le ha dado un alto grado de importancia en la Secretaria de Estrategia y Comunicación a la marca país “Somos Para Ti” realizando diferentes alianzas con personas nombradas embajadores de marca que son hondureños destacados en el extranjero que sirven como ejemplo del triunfo laboral en el exterior y diferentes empresas de buena reputación que ayudan a realizar un Co Branding para impulsar la imagen de ambas marcas aparte de los presupuestos orientados en viajes a ferias internacionales y nacionales, campañas publicitarias en el exterior e interior etc.

Todo lo mencionado impulsa el desarrollo de la imagen “Somos Para Ti” pero no tendremos una idea del impacto sino la medimos. Utilizando las fórmulas de medición de Anholt se podrá lograr lo siguiente:

Primero en el conocer el impacto de su estrategia como se mencionó anteriormente la imagen es relativa (Valls, 1992) y por ende difícil de cuantificar se necesita saber en qué se está fallando y poder realizar un análisis de las amenazas y oportunidades que se deben afrontar. Las fórmulas de Anholt ayudan a conocer la incidencia de la estrategia marcaria en los pilares fundamentales en los que se esta trabajando. Así medir su participación en el crecimiento de sus tres pilares fundamentales en relación a lo invertido en su estrategia ese año teniendo así un instrumento de costo beneficio de la imagen “Somos Para Ti”.

Se mide para actuar esta herramienta servirá de apoyo a la Dirección de Marca País “Somos Para Ti” como punto de partida para la realización de un análisis anual o semestral que involucre todo el equipo y oficiales. A su vez se conocerán los ingresos de los ejes fundamentales por

consiguiente saber qué actividades reforzar en qué áreas específicamente. Lo que permitirá situar su nivel de desempeño con respecto al estándar del mercado en el que se compite y saber si se esta mejorando hacia un estado de eficiencia o, todo lo contrario. Por ende, ayudando a la toma de decisiones al tener medición y analizar la misma se tendrá un empoderamiento a una mejor toma de decisiones en este caso se podría tomar en cuenta dos alternativas: una reestructura de presupuesto para reforzar más sus estrategias generando una Marca verdaderamente competitiva en el marco internacional y segundo el activar mayor contacto en ferias internacionales donde resalte más el sector de exportaciones.

Considerando que países vecinos como Colombia, Ecuador y Panamá tienen un presupuesto de Estrategia de Marca País en sus primeros años de lanzamiento de 3.8 millones de dólares americanos a 5 millones de dólares americanos arrojando bajo las medidas de Anholt una inherencia en sus pilares de arriba del 30% principalmente en turismo. (Torres, 2015)

El presupuesto de Marca País Honduras “Somos Para Ti” podría elevarse a \$315,391.08 para reforzar una estrategia más efectiva y fuerte en focos como publicidad en el extranjero, viajes a ferias y exhibiciones, etc. Al realizar esto partiendo del hecho que los movimientos de los ingresos de estos tres factores se mantengan de la misma forma el impacto sería de un crecimiento en Confianza Inversionista, Atracción Turística Marcaria y Condición Exportadora Marcaria.

Tabla 3.4 Medición Marca País con Nuevo Presupuesto

Medición Marca País Reestructura de Presupuesto			
Nombre de Formula	Fórmula	Resultado	Confianza Inversionista Marcaria
Incidencia de Marca Pais en Inversion Extranjera	$\frac{\text{Inversión Anual EMP}}{\text{Ingresos de Inversion Extranjera}} \times 100$	\$ 315,391.08	25.2%
		\$ 1,250,500.00	
Incidencia de Marca Pais en Turismo	$\frac{\text{Inversión Anual EMP}}{\text{Ingresos de Turismo}} \times 100$	\$ 315,391.08	45%
		\$ 700,400.00	
Incidencia de Marca Pais en Exportaciones	$\frac{\text{Inversión Anual EMP}}{\text{Ingresos Exportaciones}} \times 100$	\$ 315,391.08	4%
		\$ 8,000,200.00	

Un aumento de presupuesto en la Estrategia de Marca País ayudaría a causar un mayor impacto en los tres pilares de Marca País ya que sería una estrategia más agresiva. Además, en poder comparar numéricamente el costo beneficio de la imagen con los años anteriores. Reiterando nuevamente esto como solo un ejemplo de acciones que se pueden tomar al tener mecanismos de medición que lleven a la Dirección a ver resultados tangibles de la imagen que manejan. Marca País Honduras “Somos Para Ti” ya tiene planteado su objetivo y definido las actividades de como realizarlo ahora que paulatinamente se midan dichos objetivos a lograr se puede controlar mejor las futuras acciones para una mejor toma de decisiones que lleven la estrategia de Marca País a una mejora continua.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

Se concluye este reporte de práctica profesional con el logro de un aprendizaje amplio del Ceremonial y Protocolo presidencial en el cual se pudo participar de la planeación y ejecución de reuniones y eventos del jefe de estado descritas en el informe que permitieron llevar el conocimiento obtenido en el plan académico a la práctica.

A su vez se adquirieron conocimientos que aportaron en gran manera al crecimiento profesional, aumentado las capacidades y destrezas las cuales permitieron poder solucionar problemáticas en las labores diarias de una manera ágil y eficiente.

Se diseñaron propuestas de mejora para la Secretaria de Estrategia y Comunicación Presidencial específicamente para las Direcciones de Ceremonial y Protocolo y Marca País Honduras “Somos Para Ti” donde se resaltó el reconcomiendo de la importancia y trascendencia que tienen la historia de los Regalos Presidenciales ya que son patrimonios culturales que fácilmente pueden servir como un puente para el potencial de talento hondureño. Además, se razona la importancia de medir el rendimiento de una marca país como una estrategia para el posicionamiento internacional comparándola con la misma importancia de la diplomacia pública pues es ahora la manera más efectiva y empleada por los estados de crear una opinión e imagen pública internacional positiva.

RECOMENDACIONES

A Casa Presidencial, Secretaria de Estrategia y Comunicación

Se recomienda a la Dirección de Protocolo Presidencial solicitar la instalación de una oficina con los insumos básicos en el Palacio José Cecilio del Valle ya que la mayoría de eventos y reuniones presidenciales se ejecutan en el facilitando así la logística de astas, banderas y de más materiales necesarios.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana, UNITEC

Se sugiere a la coordinación de práctica profesional el poder realizar una reestructura en los avances y envíos de informe de práctica, uniendo los dos primeros avances en una única entrega dejando el capítulo III como una entrega especial otorgando así una ampliación de tiempo al estudiante ya que es en este dónde se presenta la mayor dificultad generalmente.

Al Alumnado Universitario

Evitar a la medida de lo posible realizar el periodo de práctica profesional en entes gubernamentales cuando es temporada electoral pues se desconoce los inconvenientes que puedan surgir además toda la concentración y ánimos están dirigidos a ello por lo cual el ambiente y la cantidad de actividades no pueden ser lo que por costumbre se maneja. Ser en todo momento alumnos organizados, seguros de sus capacidades y talentos con la disposición de aprender e indagar día con día la enseñanza de sus catedráticos tratando siempre de llevarlo a una vivencia para así apasionarse por la carrera universitaria elegida.

BIBLIOGRAFIA

Anholt-GfK Nation Brands Index. (s.f.). *Ranking: Nation Brands Index*. Obtenido de Nation Brands Index: nation-brands.gfk.com

Apadurai, A. (1999). Notas para una geografía Posnacional. En A. Apadurai, *Soberania sin Territorialidad* (pág. 109). Nueva Sociedad.

Calahorro, M. (1997). Fundamentos de Protocolo en la Comunicacion Institucional. En M. Calahorro, *Fundamentos de Protocolo en la Comunicacion Institucional* (pág. 17). Madrid: Sintesis.

Ceremonial Diplomatico de Cancilleria. (1954). Condecoraciones . En *Ceremonial Diplomatico de Cancilleria* (págs. 337-346). Tegucigalpa, M.D.C.

Diario La Tribuna. (14 de Agosto de 2017). Casa Presidencial se muda a Cancilleria . *Diario La Tribuna*, pág. 52.

Elena Borau Boira, Asociacion Española de Protocolo. (2013). Valoracion Social del Protocolo como herramienta de Comunicacion . *Compe: Comunicacion, Protocolo y Eventos*, 7.

Gonzalez, H. (28 de Mayo de 2017). *Escuela Internacional de Protocolo: El Protocomo como Herramienta de Comunicacion*. Obtenido de Escuela Internacional de Protocolo: http://www.eldiario.es/cultura/protocolo-herramienta-comunicacion-deja-azar_0_648485400.html

Matsuura, K. (21 de Febrero de 2002). *Mensaje del Director General de la UNESCO Año de las Naciones Unidas para el Patrimonio Cultural*. Obtenido de Centro Informativo de la Organizacion de las Naciones Unidas : www.cinu.org.mx/eventos/cultura2002

Naciones Unidas-Centro de Informacion Mexico, Cuba y Republica Dominicana. (21 de Febrero de 2002). *Noticias: Año de las Naciones Unidas del Patrimonio Mundial*. Obtenido de ONU : www.cinu.org.mx

Noya, F. J. (2007). *Diplomacia Publica para el siglo XXI, La gestion de la imagen exterior y opinion publica internacional*. Barcelona: Ariel.

Presidencia de la Republica. (Junio de 2017). *Noticias: Presidencia de la Republica*. Obtenido de Presidencia de la Republica: <http://www.presidencia.gob.hn>

Torres, I. R. (Septiembre de 2015). *Secciones: 10 Datos que debes saber sobre la Marca Pais*. Obtenido de Portafolio: <http://www.portafolio.co/tendencias/10-datos-debe-marca-pais-101392>

Valls, J.-F. (1992). *La imagen de marca de los paises* . Madrid: McGraw-Hill.

GLOSARIO

Cartas Credenciales: Es una carta formal otorgada a un Embajador por el Jefe de Estado acreditante y dirigida para el Jefe de Estado receptor. Esta nombra a dicha persona como Embajador y representante del país natal en otro país.

Consejo de Ministros: Son las reuniones presididas por los Secretarios de Estado o ministros y en su mayoría son convocadas por el Excmo. Señor presidente.

Cuerpo Diplomático: Conjunto de representantes oficiales de otros Estados ante un Gobierno.

Excelentísimo: Vocativo para tratar o dirigirse únicamente al Jefe de Estado de una nación o embajador. Abreviación: Excmo.

Guardia de Honor Presidencial: Como una dependencia de las fuerzas armadas de Honduras es la encargada de brindar la seguridad personal al Señor presidente de la Republica y su familia, de igual manera, resguarda las instalaciones físicas del Palacio José Cecilio del Valle y Casa Presidencial.

Misiones Diplomáticas: Son todos los tipos de representación permanente de un Estado ante otro y que funciona para entablar relaciones diplomáticas con ese país. Los más importantes son los Consulados, Embajadas y Residencia.

Nuncio Apostólico: Representante diplomático de la Santa Sede, Vaticano.

Oficiales de Protocolo: Son las personas que hacen que se cumplan todos los aspectos protocolarios que se realizan durante un evento sin importar su naturalidad.

Precedencia: Es tener conocimiento de la jerarquización de las personas para así poder tener noción de su ubicación en las mesas o sillas. Puede haber una precedencia por:

-Antigüedad: El que tiene mayor rango es la persona con mayor edad y así sucesivamente. -

Alfabético: es por el orden alfabético del nombre o país anfitrión. -

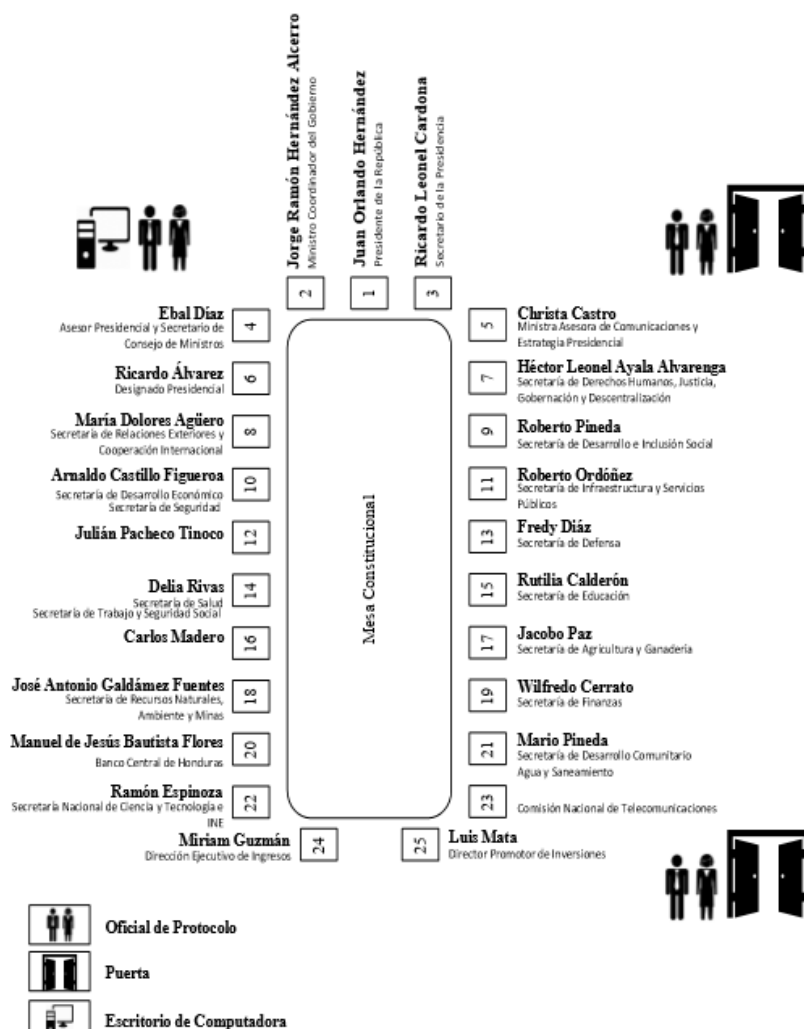
Alternado: la figura central es la más importante y después es a la derecha e izquierda y alternando.

Secretarios de Estado: Son los encargados de cada una de las entidades de Gobierno, son llamados ministros.

Vocativos: Forma especial y específica de tratar o dirigirse a una personalidad con importancia dentro de un Estado o Reino.

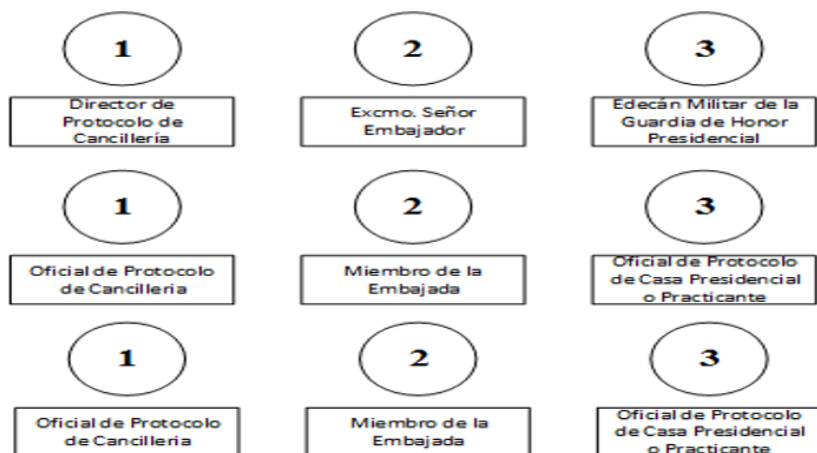
ANEXOS

Figura 1: Distribución de Precedencia en Consejo de Ministros.



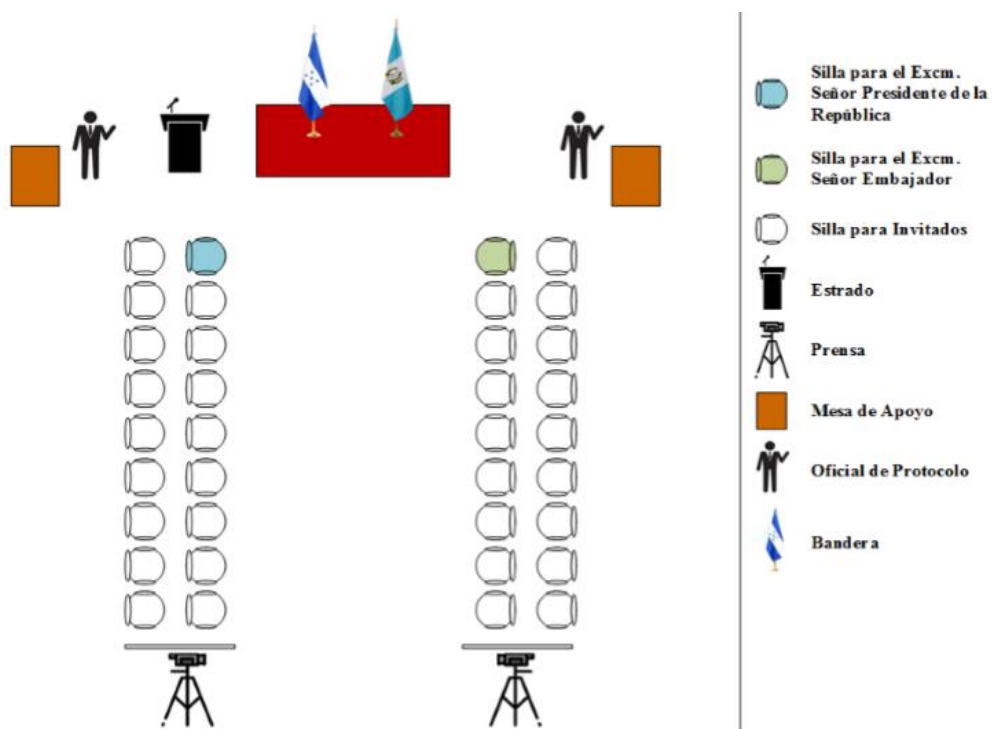
Fuente: Guía Departamento Protocolo Presidencial

Figura 2: Orden de Participantes para Presentación Cartas Credenciales.



Fuente: Propia

Figura 3: Acondicionamiento y Orden de Precedencia en Condecoración.



Fuente: Guía Departamento Protocolo Presidencial

Figura 4: Vocativos para el Gobierno de la Republica y Cuerpo Diplomático.

Vocativo	Ejemplo	Cargo
Excelentísimo Señor	Juan Orlando Hernández	Presidente de la República
Estimada Señora	Ana García de Hernández	Primera Dama de la Nación
Honorable Diputado	Mauricio Oliva	Presidente del Congreso Nacional
Honorable Magistrado	Rolando Argueta	Presidente de la Corte Suprema de Justicia
Estimado Señor	Jorge Ramón Hernández Alcerro	Secretario de Estado en el Despacho de Coordinación General de Gobierno
Ministro		
Excelentísimo Señor	James Nealon	Embajador de los Estados Unidos de América
Excelentísima Señora	Heide Fulton	Encargada de Negocios A.I. de los Estados Unidos de América

Fuente: Propia

Figura 5: Tarjetas Nominales.

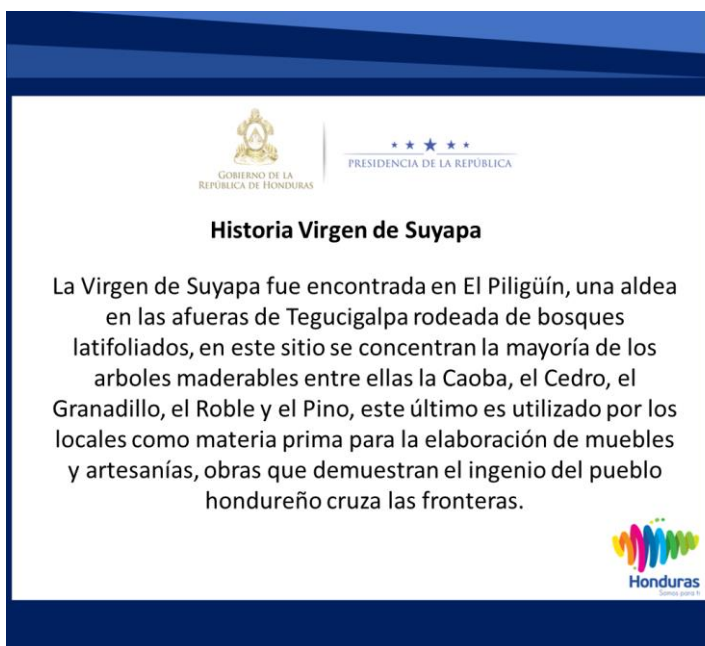


Fuente: Dirección de Ceremonial y Protocolo Presidencial.

Figura 6: Tarjetas Informativas.

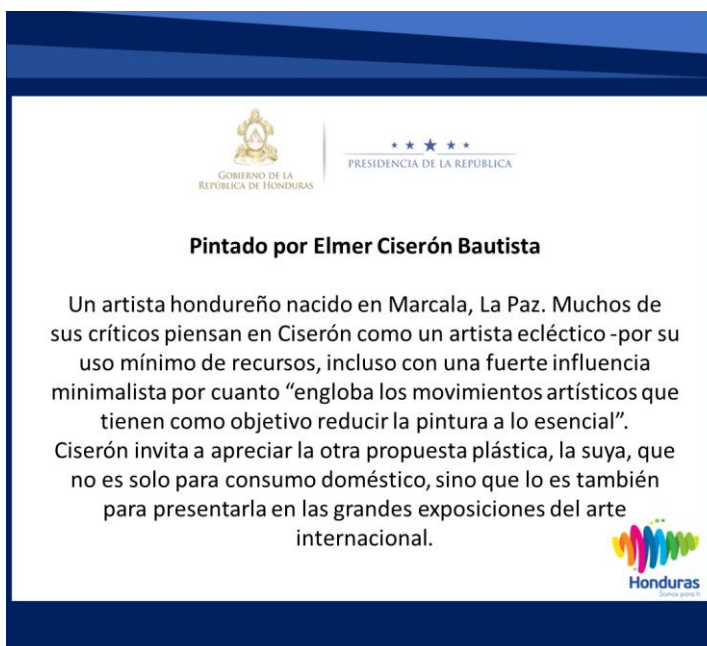


Fuente: Propia



Fuente: Dirección de Ceremonial y Protocolo

Continuación Figura 6: Tarjetas Informativas



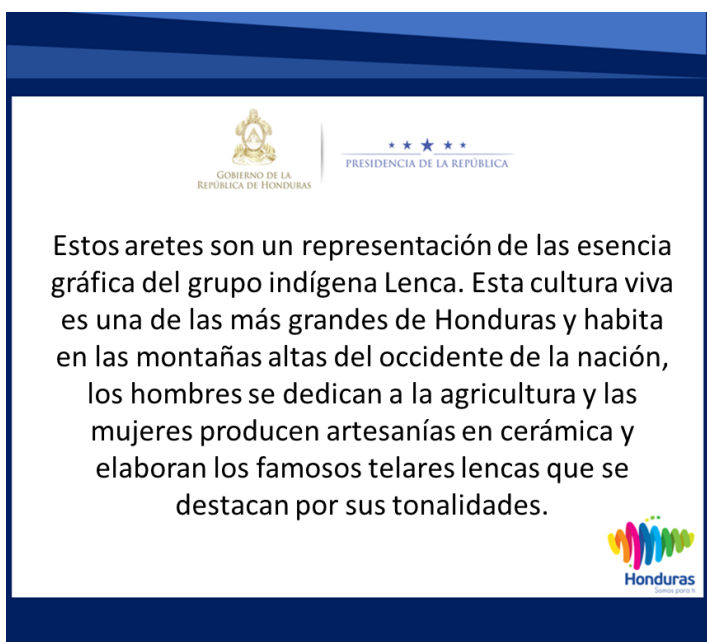
The card features the logos of the Government of Honduras and the Presidency of the Republic at the top. The title is "Pintado por Elmer Ciserón Bautista". The text describes him as a Honduran artist from Marcala, La Paz, known for his eclectic style and minimalist approach. It mentions his international exhibitions and his goal of reducing painting to its essence. The Honduras logo is in the bottom right corner.

Pintado por Elmer Ciserón Bautista

Un artista hondureño nacido en Marcala, La Paz. Muchos de sus críticos piensan en Ciserón como un artista ecléctico -por su uso mínimo de recursos, incluso con una fuerte influencia minimalista por cuanto “engloba los movimientos artísticos que tienen como objetivo reducir la pintura a lo esencial”. Ciserón invita a apreciar la otra propuesta plástica, la suya, que no es solo para consumo doméstico, sino que lo es también para presentarla en las grandes exposiciones del arte internacional.

Honduras

Fuente: Propia



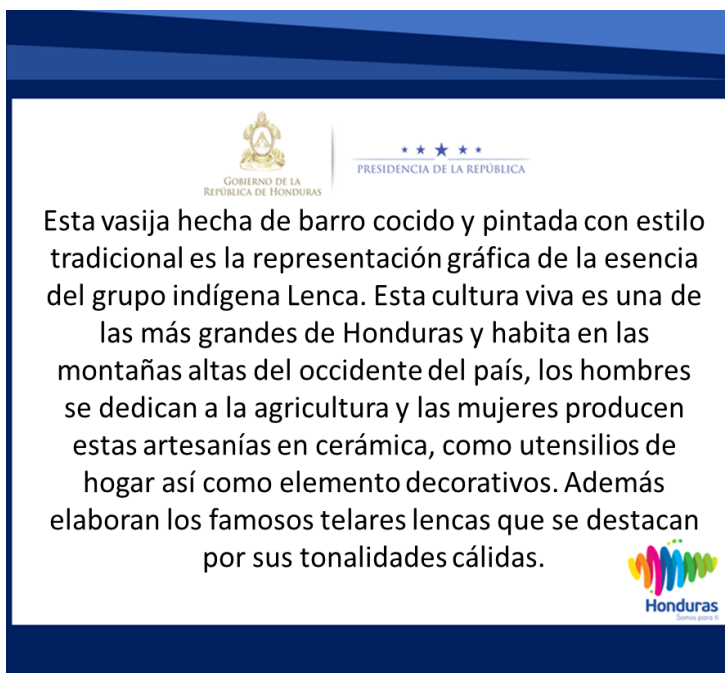
The card features the logos of the Government of Honduras and the Presidency of the Republic at the top. The text describes the Lenca indigenous group, highlighting their traditional crafts like ceramics and textiles. The Honduras logo is in the bottom right corner.

Estos aretes son un representación de las esencia gráfica del grupo indígena Lenca. Esta cultura viva es una de las más grandes de Honduras y habita en las montañas altas del occidente de la nación, los hombres se dedican a la agricultura y las mujeres producen artesanías en cerámica y elaboran los famosos telares lenca que se destacan por sus tonalidades.

Honduras


Fuente: Propia

Continuación Figura 6: Tarjetas Informativas



GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE HONDURAS
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Esta vasija hecha de barro cocido y pintada con estilo tradicional es la representación gráfica de la esencia del grupo indígena Lenca. Esta cultura viva es una de las más grandes de Honduras y habita en las montañas altas del occidente del país, los hombres se dedican a la agricultura y las mujeres producen estas artesanías en cerámica, como utensilios de hogar así como elemento decorativos. Además elaboran los famosos telares lenca que se destacan por sus tonalidades cálidas.



Honduras
Somos gente.

Fuente: Dirección de Protocolo



GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE HONDURAS
PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

**UN BOLSO DE MANO DE LA COLECCIÓN
ARTE EN MANO**

Arte en Mano es la colección de bolsos creada con la obra pictórica de artistas hondureños hechas por el grupo indígena Lenca, en cada clutch se estampan la diversidad del patrimonio cultural y natural que el país acoge. La combinación de técnicas de pintura en acrílico y el uso de colores intensos convierten esta obra de arte en un producto exclusivo y original.



Honduras
Somos gente.

Fuente: Arte en Mano

Continuación Figura 6: Tarjetas Informativas



The image shows an informative card with a blue header and footer. At the top left is the coat of arms of Honduras, with the text "GOBIERNO DE LA REPÚBLICA DE HONDURAS" below it. To the right is the logo of the Presidency of the Republic, featuring four stars and the text "PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA". The main title is "MarieBelle Chocolates". The text describes the chocolates as named after their founder, Maribelle Lieberman, a Honduran entrepreneur who has gained international fame for her chocolate factory in New York and other markets in Europe and Asia. It notes that the chocolates are made from Honduran cacao, which is produced by the Honduran Agricultural Research Foundation, a women-led organization. The logo for "Honduras Somos para ti" is in the bottom right corner.

MarieBelle Chocolates

Los Chocolates llevan el nombre de su fundadora la chocolatier Maribelle Lieberman empresaria hondureña quien ha trascendido en el mundo por su fabrica de chocolates en Nueva York y otros mercados de Europa y Asia. Son realizados a base de cacao hondureño que produce la Fundación Hondureña para la Investigación Agrícola cultivado por mujeres.

Honduras
Somos para ti

Fuente: MarieBelle New York Chocolates