

Manual de Procesos y Procedimientos

UNIDAD DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL

MPP-UI
Versión 2022


Secretaría de Desarrollo Económico PROHONDURAS
Centro Cívico Gubernamental, Torre 1, piso 9, Tel. 2242-8340

web: www.sde.gob.hn

Tegucigalpa, M.D.C., Honduras C.A.

INDICE

I.	Introducción	3
II.	Antecedentes de Ley	4
III.	Objetivo del Manual	5
IV.	Justificación del Manual.....	5
V.	Estructura Organizativa	6
	1. Objetivo y Funciones Principales:.....	6
	2. Glosario de términos:	8
VI.	Simbología.....	9
VII.	Descripción de Procesos y Procedimientos.....	10
	1. Promoción de Exportaciones e Inversiones	10
VIII.	Anexos.....	22
IX.	Validación	31

	Secretaría de Desarrollo Económico	MPP-UPI- 01 Versión 2022
	Manual de Procesos y Procedimientos	

I. Introducción

El Manual de Procesos y Procedimientos está dirigido a todas las personas que bajo cualquier modalidad, se encuentren vinculadas a la **Secretaría de Desarrollo Económico** y se constituye en un elemento de apoyo útil para el cumplimiento de las responsabilidades asignadas, y para coadyuvar, conjuntamente con el Control Interno, en la consecución de las metas de desempeño y rentabilidad, asegurar la información y consolidar el cumplimiento normativo.

Este documento describe los procesos administrativos, y expone en una secuencia ordenada las principales operaciones o pasos que componen cada procedimiento, y la manera de realizarlo. Contiene, además, diagramas de flujo, que expresan gráficamente la trayectoria de las distintas operaciones, e incluye las dependencias administrativas que intervienen, precisando sus responsabilidades y la participación de cada cual.

Sus contenidos aprobados, deben ser de cumplimiento obligatorio para todo el personal profesional, técnico o administrativo actuante. La inobservancia de lo establecido implicará responsabilidad personal y profesional

II. Antecedentes de Ley

ProHonduras, fue creada mediante Decreto Ejecutivo PCM-018-2014 publicado el 6 de junio del año 2014 en el Diario Oficial La Gaceta. Es el ente oficial del Gobierno de Honduras para la promoción de inversiones, exportaciones y turismo.

El Gobierno de la República ha definido 8 sectores productivos como prioridad para las acciones de promoción de inversión, exportación y desarrollo competitivo: Energía, Agronegocios, Ensamblaje Ligero y Maquila de Servicios, Construcción y Vivienda, Minería y Petróleo, Negocios Forestales, Turismo e Infraestructura.

III. Objetivo del Manual

El presente Manual de Procesos tiene como objetivo principal fortalecer los mecanismos de sensibilización, que se despliegan y solidifican para brindar fortalecimiento al Sistema de Control Interno. Los Procesos que se dan a conocer, cuentan con la estructura, base conceptual y visión en conjunto, de las actividades misionales y de soporte de la **Secretaría de Desarrollo Económico**, con el fin de dotar a la misma Entidad, de una herramienta de trabajo que contribuya al cumplimiento eficaz y eficiente de la misión y metas esenciales, contempladas en el Plan Estratégico.

Así mismo, se busca que exista un documento completo y actualizado de consulta, que establezca un método estándar para ejecutar el trabajo de las dependencias, en razón de las necesidades que se deriven de la realización de las actividades de la **Secretaría de Desarrollo Económico**.

IV. Justificación del Manual

Es importante señalar que los manuales de procedimientos son la base del sistema de calidad y del mejoramiento continuo de la eficiencia y la eficacia, poniendo de manifiesto que no bastan las normas, sino, que además, es imprescindible el cambio de actitud en el conjunto de los trabajadores, en materia no solo, de hacer las cosas bien, sino dentro de las prácticas definidas en la organización.

El manual de procesos, es una herramienta que permite a la Institución, integrar una serie de acciones encaminadas a agilizar el trabajo de la administración, y mejorar la calidad del servicio, comprometiéndose con la búsqueda de alternativas que mejoren la satisfacción de los usuarios.

V. Estructura Organizativa

UNIDAD DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL



1. Objetivo y Funciones Principales:

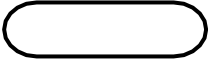


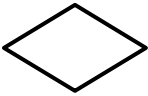
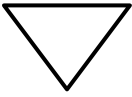



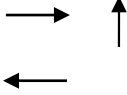
- Promover el crecimiento sostenido de las exportaciones mediante la ampliación, consolidación y diversificación de productos y mercados, el fortalecimiento de la competitividad de las empresas, la implementación coordinada y eficiente de acciones entre los diferentes actores público y privados, que facilitan el proceso exportador a través de la prestación de servicios e información estratégica para los exportadores.
- Contribuir a mejorar la productividad y la competitividad de las empresas, con énfasis en el cumplimiento de normas y estándares internacionales, promoviendo la ampliación, consolidación y diversificación de la base exportadora y los encadenamientos productivos, incluyendo a la pequeña y mediana empresa.
- Apoyar la generación y difusión de conocimientos sobre las oportunidades y ventajas en mercados estratégicos, y sobre el proceso exportador y las oportunidades de inversión en general, con el fin de generar capacidades exportadoras en las empresas, sectores y regiones del país.
- Promover la vigilancia y administración de los convenios y Tratados de Libre Comercio, la efectiva difusión de las ventajas y obligaciones que ofrecen en materia de comercio exterior e inversiones, y proseguir con la agenda de negociación internacional para la suscripción de nuevos instrumentos que posibiliten el acceso a nuevos mercados.


- Promover la coordinación y cooperación institucional (sector público y sector privado) con el fin de avanzar en las estrategias acordadas, a través de la suscripción de convenios, participación en grupos de trabajo permanentes, cofinanciación e intercambio de información.
- Contribuir al crecimiento sostenido de la Inversión Extranjera Directa, a través de las oportunidades que brindan los TLCs y una promoción activa de la inversión en beneficio del empresario nacional y extranjero, superando la inversión extranjera directa (IED) para el año 2022.
- Promover la inversión extranjera directa a través del fortalecimiento institucional, la promoción internacional de las oportunidades de inversión en el país en sectores estratégicos y el desarrollo de servicios de atención al inversionista.

2. Glosario de términos:

- **Base de Datos:** Son recursos que recopilan todo tipo de información, para atender las necesidades de un amplio grupo de usuarios. Su tipología es variada y se caracterizan por una alta estructuración y estandarización de la información.
- **Exportaciones:** Hacen referencia a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero.
- **Inversión:** Tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país receptor.
- **Promoción de Exportaciones:** Estrategia de desarrollo económico que consiste en estimular la producción de bienes manufacturados para su exportación.
- **Promoción de Inversiones:** Tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país receptor.
- **Aliados Estratégicos:** son los que permiten a los participantes crecer de diversas formas: incursionar en nuevos escenarios, acotar riesgos, eliminar competidores o asociarse y lograr economías de escala.
- **Catálogo de Productos:** Descripción de 30 productos de exportación en el se detalla la capacidad de producción, capacidad de productores, casos de éxitos entre otras.
- **Balanza Comercial:** Es el resultado de restar las importaciones a las exportaciones realizadas dentro del país y el detalle del equilibrio de este tipo de transacciones.
- **Guía del Inversionista:** Contiene la descripción de cada uno de los pasos que debe realizar toda persona natural o jurídica que desea desarrollar una actividad económica en el país,
- **Guía del Exportador:** Contiene el detalle de los Trámites y Regulaciones a que están sometidos los productos tradicionales y no tradicionales cuando se quiere realizar una exportación y que se deben llevar a cabo.
- **Portal de Gestión de Comercio Exterior PGICE:** Contiene la información acerca de los procedimientos y trámites para importar desde cualquier país y para exportar desde Honduras cualquier producto. www.pgice.sde.gob.hn
- **Perfiles de Sector:** Contiene la información acerca de un Sector específico y las oportunidades de inversión que este ofrece promocionando el país a nivel internacional.
- **Base de datos Empresas Nacionales Exportadoras:** es el directorio de las empresas exportadoras del país donde se detallan, el producto, servicio, nombre de la empresa entre otras.
- **Tratados de Libre Comercio (TLC):** Es un acuerdo por medio del cual dos o más países se ponen de acuerdo en una serie de reglas para poder intercambiar sus productos o servicios sin que exista la necesidad de tener que pagar impuestos por vender los productos al exterior.
- **Inversión Extranjera Directa (IED):** Inversión que tiene como propósito crear un interés duradero y con fines económicos o empresariales a largo plazo por parte de un inversionista extranjero en el país receptor.

VI. Simbología

Símbolo	Descripción
	-Indicador de inicio de un proceso. -Indicador de Terminar el proceso.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad o actividad.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad predefinida expresada en otro Diagrama.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad de decisión o de conmutación.
	Forma utilizada en un Diagrama de Flujo para representar una actividad combinada.
	Conector dentro de la misma página.
	Documento. Representa la información escrita pertinente al proceso.
	Conector fuera de la página.
	Dirección de flujo o línea de unión. Conecta los símbolos señalando el orden en que se deben realizar las distintas actividades.

	Manual de Procesos y Procedimientos Unidad de Promoción Internacional	MPP-UPI-01 Versión 2022
	Promoción de Exportaciones e Inversiones	

VII. Descripción de Procesos y Procedimientos

1. Promoción de Exportaciones e Inversiones

Propósito:

- Promover el crecimiento sostenido de las exportaciones mediante la ampliación, consolidación y diversificación de productos y mercados, la implementación coordinada y eficiente de acciones entre los diferentes actores públicos y privados, que facilitan el proceso exportador a través de la prestación de servicios e información estratégica para los exportadores.
- Promover la inversión extranjera directa a través del fortalecimiento institucional, la promoción internacional de las oportunidades de inversión en el país en sectores estratégicos y el desarrollo de servicios de atención al inversionista.
- Promover la coordinación y cooperación institucional (sector público y sector privado) con el fin de avanzar en las estrategias acordadas, a través de la suscripción de convenios, participación en grupos de trabajo permanentes, cofinanciación e intercambio de información.

Alcance:

- El desarrollo de un portafolio de información para la promoción de comercio actualizado.
- La gestión de empresas bajo el Modelo de Promoción Internacional de Comercio.
- Se elaborará un plan anual que incluirá los aspectos administrativos y de campo, así como prevé los recursos presupuestarios correspondientes para el eficaz cumplimiento de los objetivos y metas del programa, en concordancia con el Plan de Nación 2014-2022.

Personal que Interviene:

Secretario de Estado en el Despacho de Desarrollo Económico, Directora de Promoción Internacional, Oficiales de Promoción de Inversiones, Exportación y Turismo de la Unidad de Promoción Internacional.

Descripción del Proceso:

Secuencia del Procedimiento	Actividades / Procedimiento	Responsable	Tiempo Optimo	Tiempo Estimado
<p>1. Actualizar Herramientas e instrumentos para la Promoción de Exportaciones e Inversiones</p>	<p>1.1 Actualizar la Base de Datos de Empresas Nacionales Exportadoras. 1.1.1 Buscar datos internet 1.1.2 Envío de correo electrónico para validar 1.1.3 Llamar vía teléfono para corroborar información 1.1.4 Ingresar datos a la tabla</p> <p>1.2 Actualizar la Base de Datos de Empresas Internacionales. 1.2.1 Buscar datos en internet 1.2.2 Solicitar información a instituciones homólogas 1.2.3 Ingresar datos a la tabla</p> <p>1.3 Actualizar la Base de Datos de Aliados Estratégicos. 1.3.1 Elaborar lista de instituciones 1.3.2 Buscar información en sitio web oficial 1.3.3 Ingresar datos a la tabla</p> <p>1.4 Actualizar El Catálogo de Productos. 1.4.1 Obtener balanza de productos 1.4.2 Seleccionar productos en base a volumen e interés 1.4.3 Investigar información con las fuentes oficiales del sector del producto.</p> <p>1.5 Actualizar la Guía del Inversionista. 1.5.1 Contactar institución responsable del trámite para validar si sigue vigente 1.5.2 revisar los cambios y redactar nuevos pasos o eliminarlos del documento 1.5.3 Editar documento y aplicar diseño gráfico</p> <p>1.6 Actualizar el Portal PGICE 1.6.1 Contactar al técnico responsable del trámite en la institución para los cambios. 1.6.2 Revisar los cambios efectuados 1.6.3 Aprobar en botón del portal pgice.</p> <p>1.7 Actualizar Balanzas comerciales de los 73 países objetos de la promoción de exportaciones. 1.7.1 Revisar fuentes del Banco Central de Honduras e Intracen 1.7.2 Editar archivo en Excel al último año 1.7.3 Hacer gráficas y análisis</p> <p>1.8 Actualizar los Perfiles por Sectores 1.8.1 Recopilar información estadística 1.8.2 Revisar datos con actores principales y asociaciones gremiales del sector 1.8.3 Estructurar documento 1.8.4 Editar documento y aplicar diseño</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directora de Promoción Internacional • Oficiales de Promoción de Inversiones, Exportación y Turismo 	<p>10 Meses</p>	<p>12 Meses</p>

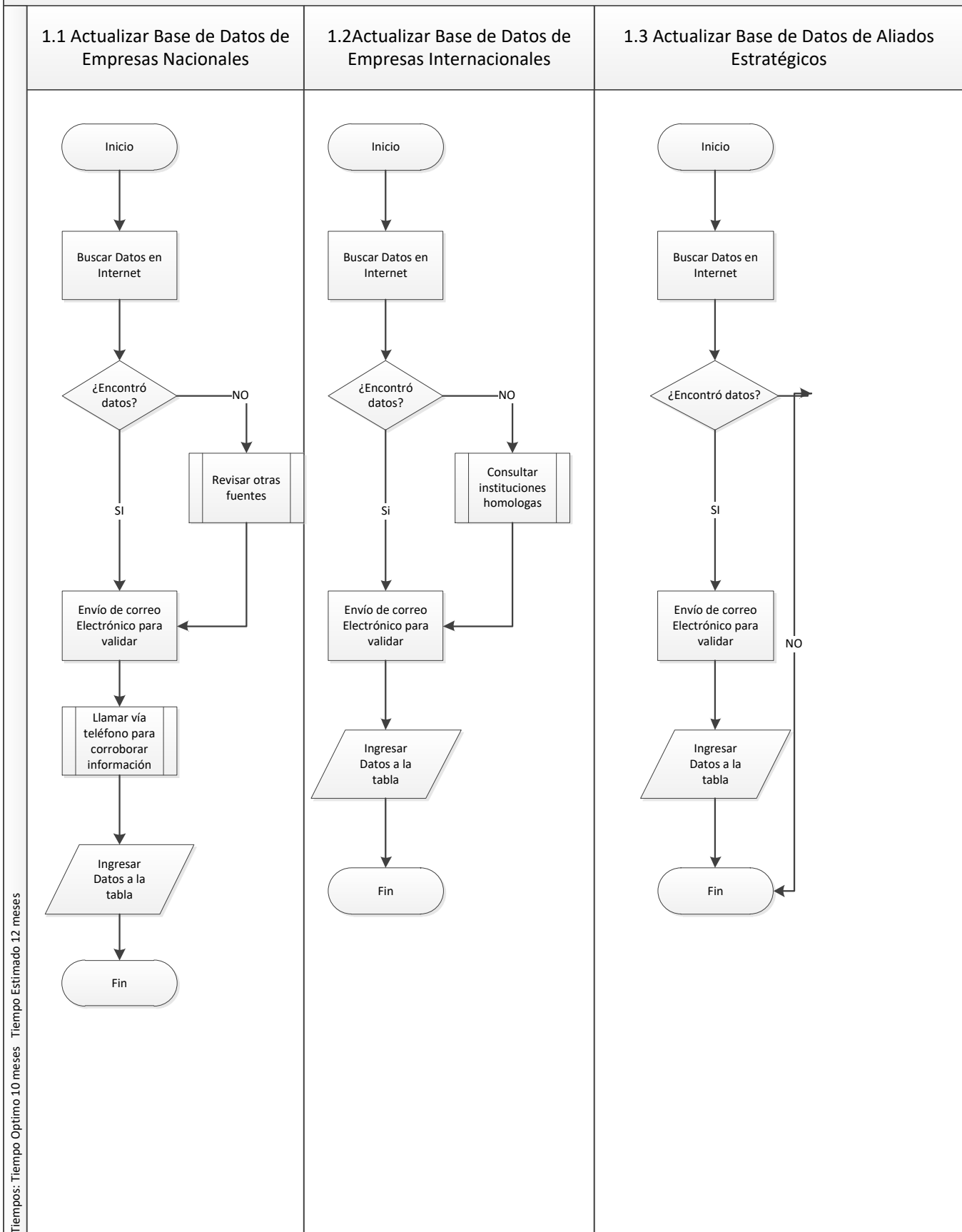
	<p>1.9 Actualizar el Portal Web de la SDE</p> <p>1.9.1 Preparar información a publicar</p> <p>1.9.2 Enviar al departamento de informática la información relevante en lo que compete a promoción internacional.</p>			
--	---	--	--	--

<p>2. Implementar Estrategias para la Promoción de Exportaciones e Inversiones</p>	<p>2.1 Elaborar Material multimedia para la promoción de exportaciones e inversiones</p> <p>2.1.1 Definir formato de materiales: (presentaciones, videos, folletos, catálogos.)</p> <p>2.1.2 Recopilar imágenes</p> <p>2.1.3 Diseñar estructura</p> <p>2.1.4 Diseñar contenidos</p> <p>2.1.5 Redactar textos</p> <p>2.2 Ejecutar el Protocolo de Gestión.</p> <p>2.2.1 Enviar primera comunicación a empresa internacional</p> <p>2.2.2 Enviar siguiente comunicación</p> <p>2.3 Participar en eventos en Honduras y en el exterior.</p> <p>2.3.1. Identificar eventos internacionales</p> <p>2.3.2 Revisar presupuesto para apoyo o patrocinio</p> <p>2.3.3 Identificar empresas para participar</p> <p>2.3.4 Invitar empresas a participar</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directora de Promoción Internacional • Oficiales de Promoción de Inversiones, Exportación y Turismo 	10 Meses	12 Meses
--	--	--	----------	----------

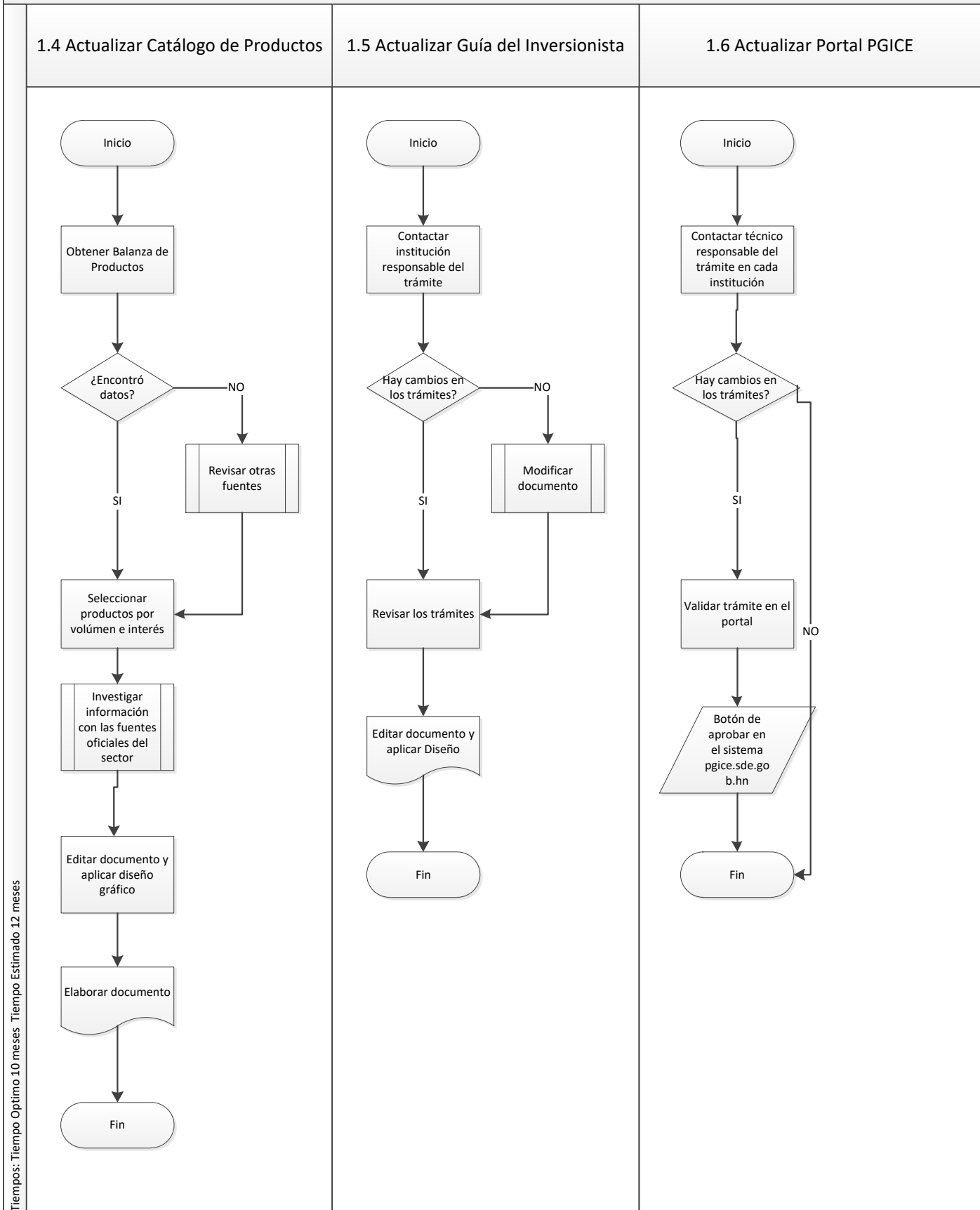
<p>3. Atender y Apoyar las solicitudes de empresas Nacionales e Internacionales</p>	<p>3.1 Analizar la solicitud y perfil de las empresas. 3.1 Recibir solicitud de empresa 3.2. Realizar entrevista 3.3 Revisar perfil de la empresa 3.4 Evaluar si está lista para exportar</p> <p>3.2 Identificar potenciales compradores para productos nacionales o potenciales inversionistas. 3.2.1 Comparar el tipo de producto ofertado contra la demanda de la empresa internacional 3.2.2 Enviar contactos entre las empresas 3.2.3 Organizar encuentro presencial o virtual entre las empresas 3.2.4 Dar seguimiento a la negociación entre las empresas nacionales y las internacionales</p> <p>3.3 Identificar las oportunidades comerciales para empresas nacionales a través de un análisis de la demandainternacional en base a la oferta exportable de Honduras. 3.3.1 Asesorar a la empresa en base a los indicadores de exportación</p> <p>3.4 Asesorar a la empresa en los Trámites y procedimientos de exportación e inversión. 3.4.1 Identificar la institución del trámite 3.4.2 Dirigir a la persona a la institución indicada con los pasos a seguir 3.4.3 Dar seguimiento y gestión del trámite</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Oficiales de Promoción de Inversiones, Exportación y Turismo 	<p>1 Mes</p>	<p>2 Meses</p>
---	--	--	--------------	----------------

<p>4. Atender las visitas de Empresas Internacionales</p>	<p>4.1 Analizar el perfil de la empresa 4.1.1 Investigar en internet los datos 4.1.1 Solicitar el interés real de la empresa para inversión o compra, sector o productos.</p> <p>4.2 Preparar propuesta de Agenda 4.2.1. Elaborar lista de instituciones y empresas a visitar según intereses 4.2.2 aprobación de la agenda con los encargados interesados. 4.2.3. Confirmar la Agenda y coordinar citas</p> <p>4.3 Coordinar la logística 4.3.1 Solicitar a gerencia administrativa conductor, vehículo y viáticos 4.3.2. Reservar hotel Realizar la visita con los inversionistas acompañados de los oficiales de Promoción Internacional in situ a las empresas agendadas 4.3.4 Recopilar fotografías</p> <p>4.4 Aplicar Evaluación 4.4.1Aplicar encuesta 4.4.2 Tabular datos 4.4.3 Evaluar la visita , conclusiones</p> <p>4.5 Elaborar la ayuda de memoria por parte del Oficial de promoción 4.5.1 Redactar desarrollo de la visita</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Directora de Promoción Internacional, • Oficial de Promoción de Inversión, Exportación y Turismo 	<p>1 Mes</p>	<p>2 Meses</p>
	<p>FIN DEL PROCEDIMIENTO</p>	<p>Total de Tiempo</p>	<p>22 Meses</p>	<p>28 Meses</p>

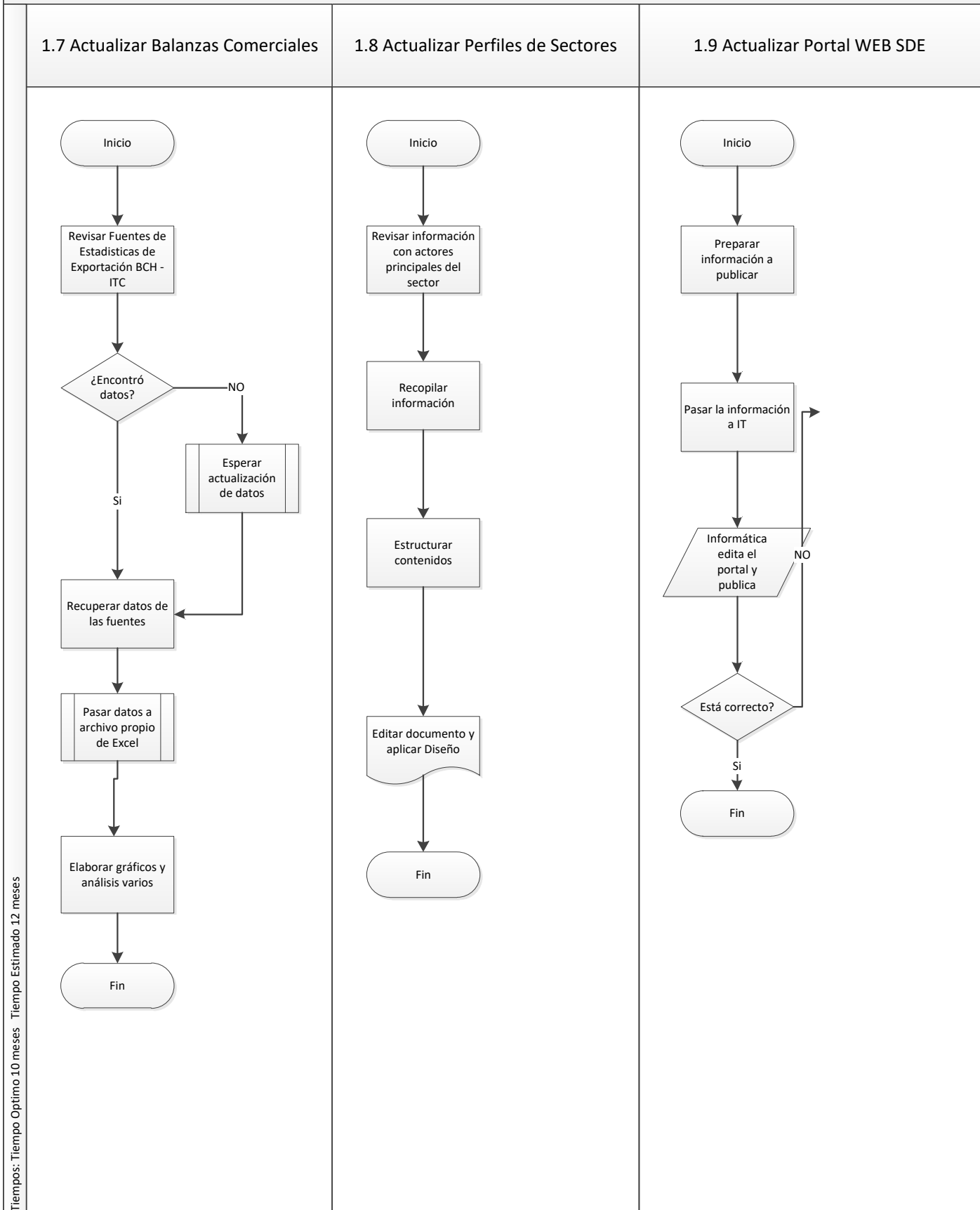
1. Actualizar herramientas e instrumentos para la promoción de Exportaciones e Inversiones



1. Actualizar herramientas e instrumentos para la promoción de Exportaciones e Inversiones

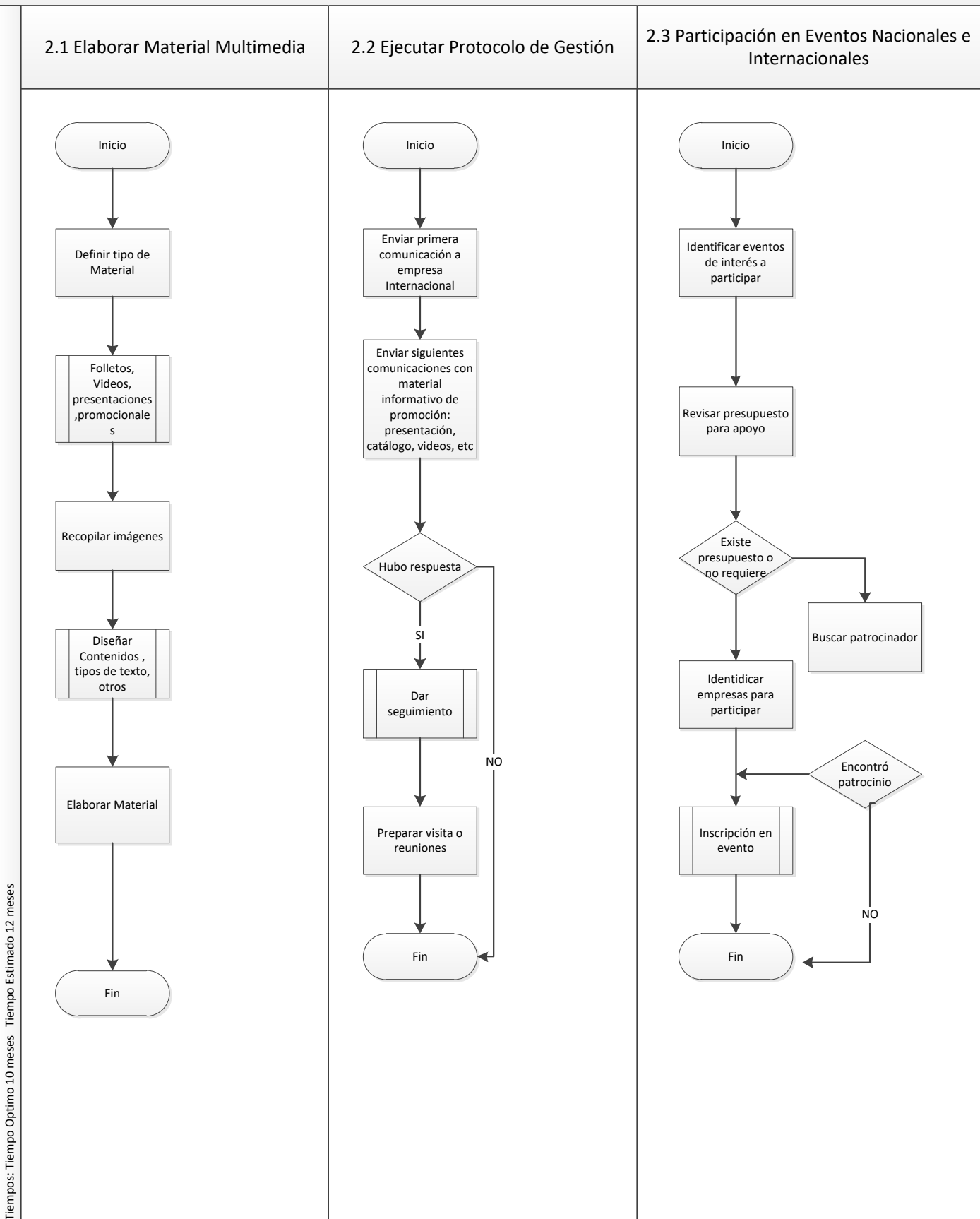


1. Actualizar herramientas e instrumentos para la promoción de Exportaciones e Inversiones

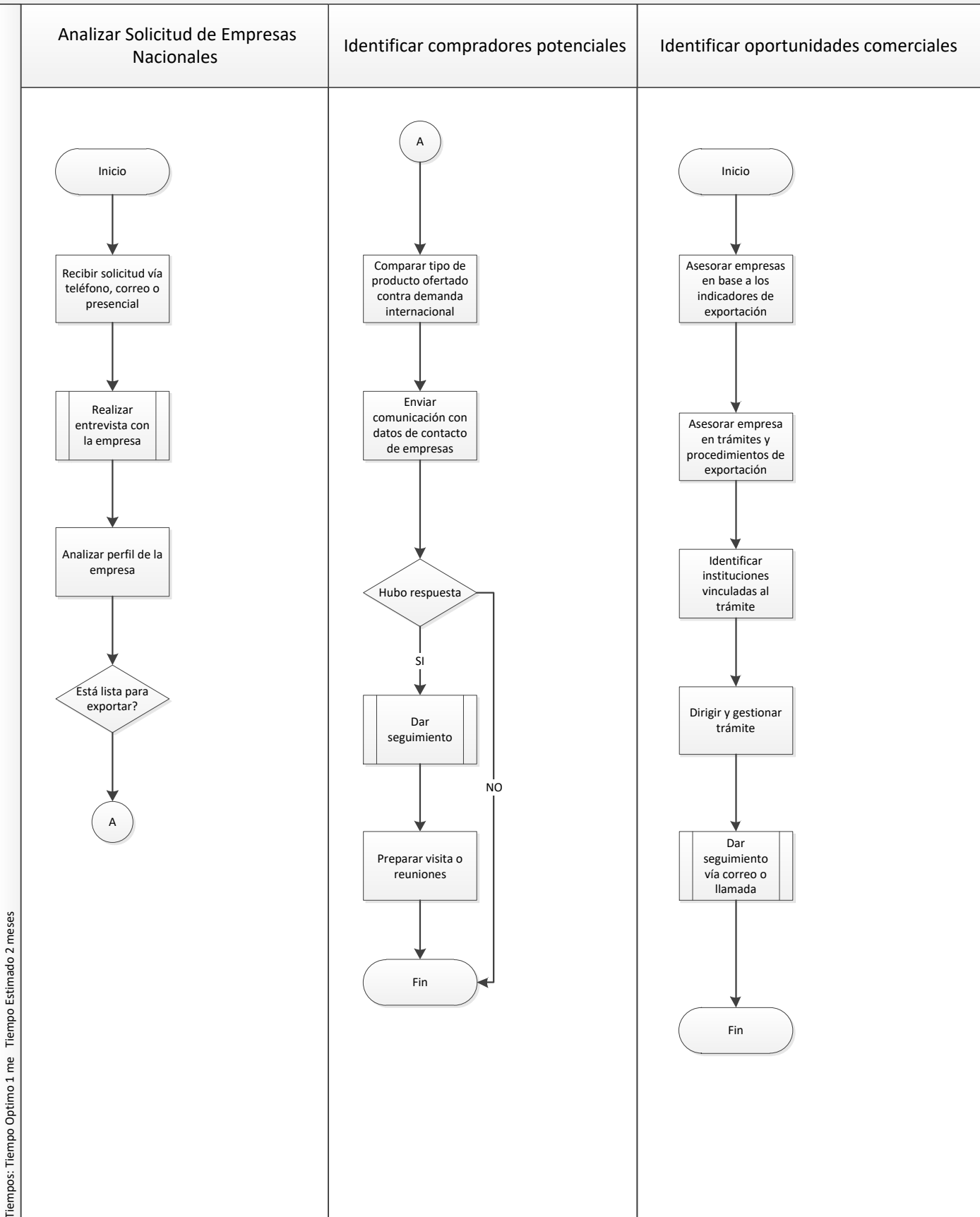


Tiempos: Tiempo Óptimo 10 meses Tiempo Estimado 12 meses

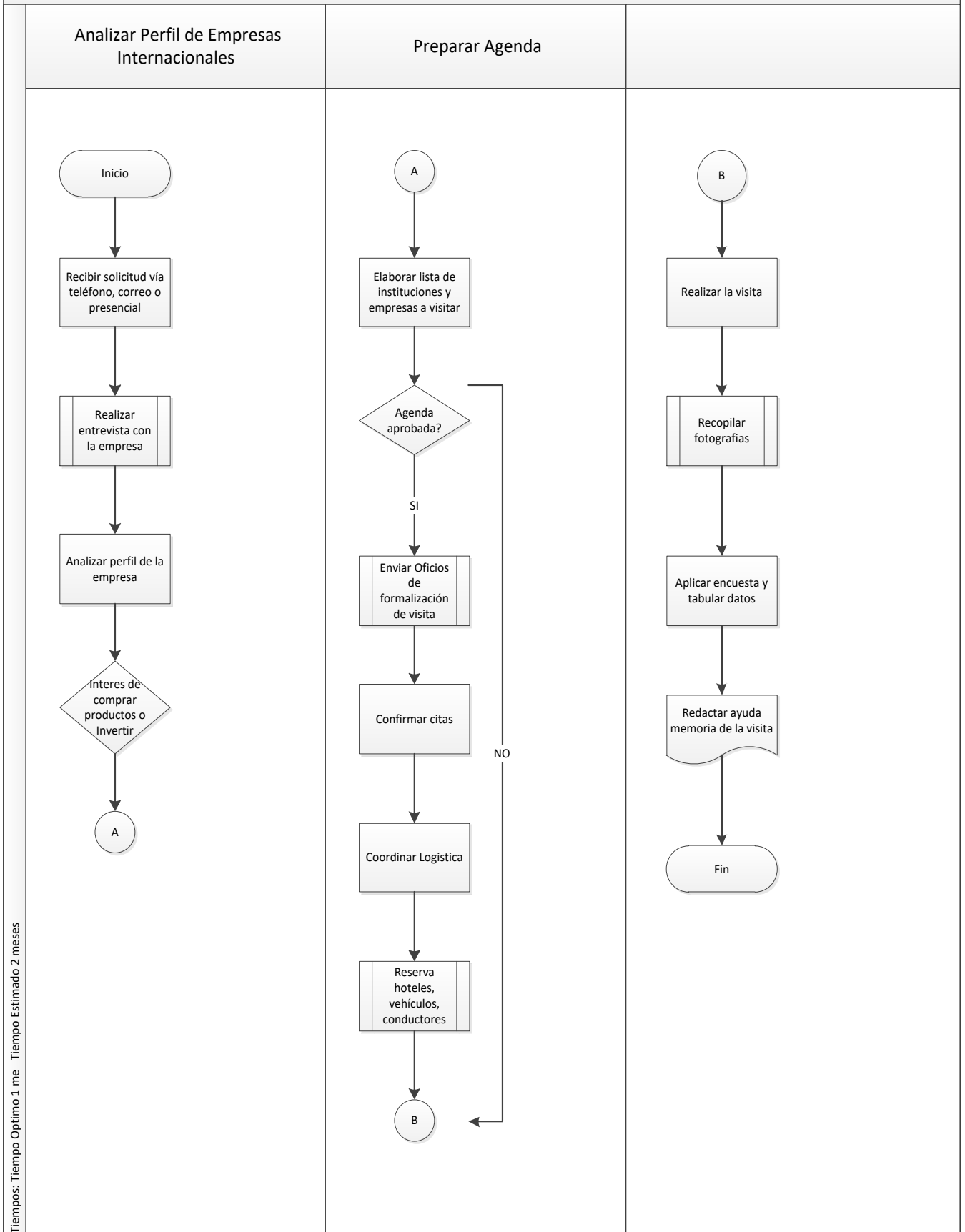
2. Implementar Estrategias para la Promoción de Exportaciones e Inversiones



3. Atender y apoyar solicitudes de empresas nacionales e internacionales



4. Atender Visitas de empresas internacionales



Documentos de Referencia:

- Plan estratégico institucional de la Secretaría de Desarrollo Económico.
- Ley de Promoción de Inversiones.

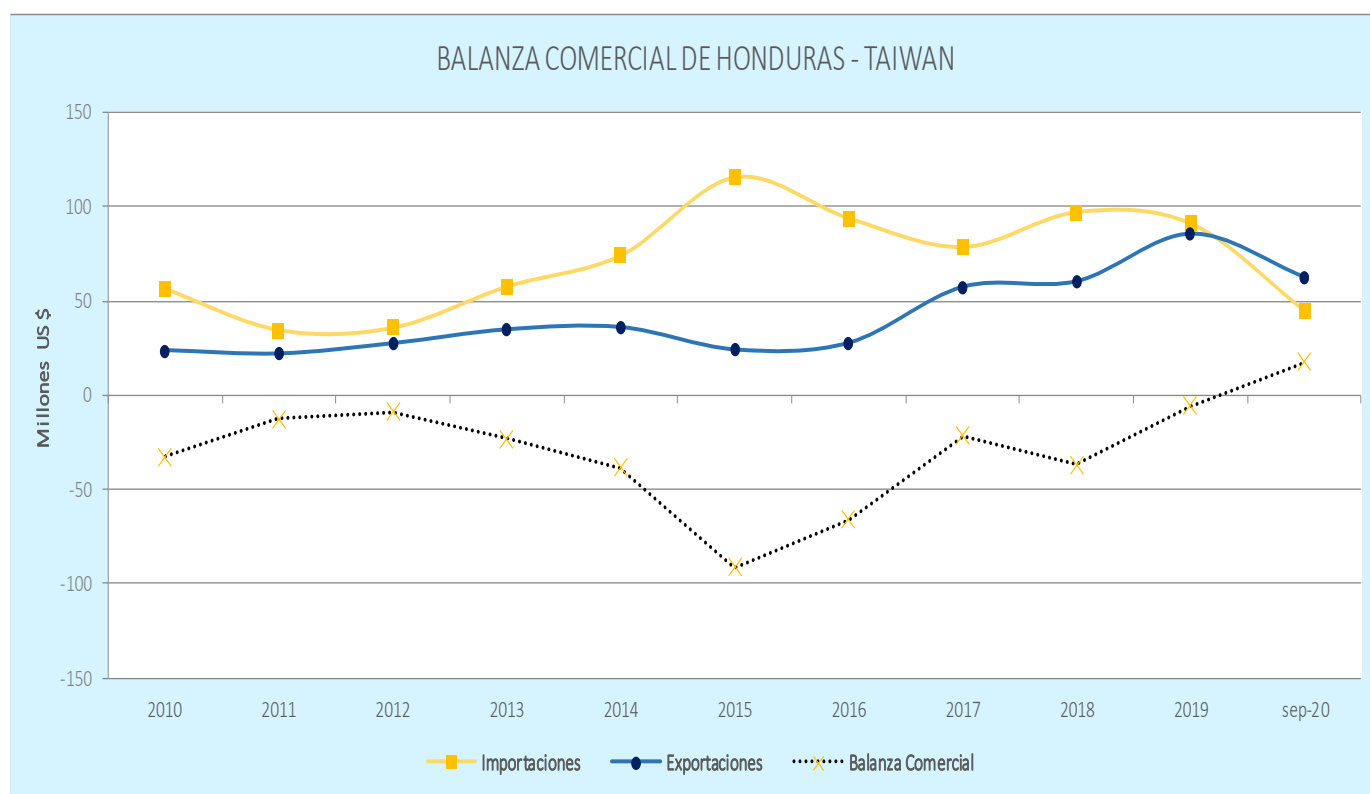
VIII. Anexos

ANEXO I

BALANZA COMERCIAL HONDURAS - TAIWÁN

(en miles de US\$)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	sep-20
Importaciones	56,313	34,537	35,844	57,626	74,105	115,397	93,640	78,496	97,005	90,856	44,683
Variación		-39%	4%	61%	29%	56%	-19%	-16%	24%	-6%	-51%
Exportaciones	23,451	21,677	27,159	34,482	35,642	23,779	27,406	57,071	60,053	85,221	62,100
Variación		-8%	25%	27%	3%	-33%	15%	108%	5%	42%	-27%
Balanza Comercial	32,862	12,860	8,685	23,144	38,463	91,618	66,234	21,425	36,952	5,635	17,417



ANEXO II Portal PGICE

PGICE PORTAL DE GESTIÓN INTEGRAL DE COMERCIO EXTERIOR DE HONDURAS

Inicio Exportar Importar Más ▾

¿Qué desea hacer?

Conozca que trámites, costos y documentación necesita para ...

Exportar

Vender un conjunto de bienes y servicios producidos en territorio nacional para su utilización en territorio extranjero.

Mostrar trámites →

Importar

Comprar un conjunto de bienes y servicios de un territorio extranjero para su utilización en territorio nacional.

Mostrar trámites →

BIENVENIDO AL

Portal de Gestión Integral de Comercio Exterior de Honduras

ANEXO III
Perfil de País – Tailandia

PERFIL DE PAÍS
 Tailandia

DATOS GENERALES

Nombre Oficial: **Reino de Tailandia**

Capital: **Bangkok**

Bandera:



Escudo:



Primer Ministro: **Gen. PRAYUT Chan-ocha**

Fecha de toma de posesión: **25 de agosto de 2014**

Idioma Oficial: **Tailandés**

Moneda Oficial: **Baht (THB)**

Población: **67,967,405 habitantes**

Religión: **Budista (93.6%), Musulmán (4.9%) , Cristiana (1.2%)**

Fecha de Independencia: **1238 (del Imperio Jemer)**

Constitución Vigente: **22 julio 2014 (Borrador de Nueva Constitución Marzo 2016)**

Feridos Nacionales:

1 enero: Año Nuevo
2 marzo: Día de Makha Bucha
6 abril : Día de Chakri
13 abril: Songkran (año nuevo Thai)
1 mayo: Día del Trabajo
5 mayo: Día de la Coronación

30 julio: Día de Asarnha Bucha
12 agosto: Cumpleaños de la SM la Reina
23 octubre: Día de Chulalongkorn
5 diciembre: Cumpleaños del SM el Rey
10 diciembre: Día de la Constitución
31 diciembre: Nochevieja

PERFIL DE PAÍS

Tailandia

HISTORIA

El reino tailandés unificado fue establecido a mediados del siglo 14. Tailandia es el único país del sudeste asiático que nunca ha sido colonizado por una potencia europea. Una revolución sin derramamiento de sangre en 1932 llevó al establecimiento de una monarquía constitucional. Tailandia desde 2005 ha experimentado varias rondas de agitación política que incluye un golpe militar en 2006 que derrocó al entonces primer ministro Thaksin Chinnawat, seguido de protestas callejeras a gran escala por parte de las facciones políticas en 2008, 2009, y la hermana menor de Thaksin 2010. Yinglak Chinnawat, en 2011 dirigió el Partido tailandés Puea a una victoria electoral y asumió el control del gobierno. A principios de mayo 2014 Yinglak fue destituido de su cargo por el Tribunal Constitucional ya finales de mayo 2014 el Ejército Real de Tailandia organizó un golpe de estado contra el gobierno provisional. El jefe del Ejército Real de Tailandia, el general PRAYUT Chan-ocha, fue nombrado primer ministro en agosto de 2014. El gobierno militar provisional creó varias instituciones provisionales para promover la reforma y redactar una nueva constitución. Tailandia también ha experimentado asociado con la insurgencia etno-nacionalista en el sur de las provincias de mayoría malayo-musulmana de Tailandia. Desde enero de 2004, miles de personas han sido asesinados y heridos en la insurgencia.

CULTURA

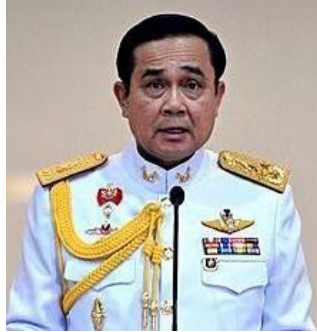
Grupos Étnicos: **Tailandesa** 95,9%, **Birmano** 2%, **Otros** 1.3%

Turismo y Ambiente:	El país se ha caracterizado por las ruinas, templos y se destaca mucho la Cultura Milenaria. En Tailandia, hay siete lugares conocidos como las "Siete Maravillas de Tailandia", y son las siguientes: Thainess, la Tierra de los Tesoros y la Historia, las playas, el entorno natural tailandés, el País de la Sonrisa Saludable, las tendencias tailandesas a su cultura y los festivales internacionales de Tailandia. El turismo constituye alrededor del 6% de la economía nacional. La prostitución y el turismo sexual también forman parte de facto de la economía del país.
Principales Deportes:	El Muay Thai, o el boxeo thai es el deporte nacional en Tailandia siendo además un arte marcial nativo. Alcanzó popularidad en todo el mundo durante la década de 1990 llegando a convertirse en uno de los deportes de contacto más populares en el mundo. El fútbol en los últimos años ha tenido un gran auge en país y hoy en día es muy practicado por los jóvenes.
Cultura y Ciencia:	Tailandia tiene una cultura muy variada, que generalmente se encuentra influenciada por el budismo. La cultura tailandesa logra adaptar el laicismo en el desarrollo del país. Tailandia es uno de los pocos países en el mundo en los tiempos modernos que no ha tenido ningún efecto sobre sus tradiciones y la cultura. En la gastronomía, los ingredientes más utilizados son las guindillas, el zumo de lima, azúcar de palma o moreno, salsa de soja, aceite de sésamo, albahaca morada, brotes tiernos de bambú, arroces y fideos. ⁶³ Las técnicas utilizadas en la cocina tailandesa consisten de métodos fáciles con los que se obtienen resultados de gran sabor. Los cinco sabores presentes en todos los platillos tailandeses son: dulce, agrio, salado, picante y amargo.

PERFIL DE PAÍS

Tailandia

PERFIL DE AUTORIDADES



Prayuth Chan-o-cha
Primer Ministro de Tailandia

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Nació el 21 de Marzo de 1954, es un oficial retirado del Ejército Real de Tailandia, es cabeza del Consejo Nacional de Paz y Orden (NCPO), sirve como Primer Ministro de Tailandia. Durante la crisis política de 2013-2014 declaró la ley marcial el 20 de mayo 2014, y se proclamó líder, el cual suspendió la constitución y arrestó a varios miembros del gobierno derrocado. En julio de ese año prohibió a los medios criticar las operaciones de la junta del consejo y su persona. Un nuevo Parlamento fue aprobado en julio, una semana después de que entrara en vigor la Constitución interina en la que los golpistas se otorgan todo el poder para crear una "democracia genuina", además de garantizarse amnistía. Al cumplir 60 años, la edad obligatoria de jubilación, cedió el cargo de General y se quedó como jefe de Junta Militar y como primer ministro.

EDUCACIÓN

Real Academia Militar de Chulachomkiao

DATOS PERSONALES Y FAMILIARES

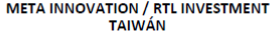

Fecha de Nacimiento: 22 de marzo de 1954
Lugar de Nacimiento: Nakhon Ratchasima, Tailandia
Nacionalidad: Tailandés
Esposa: Naraporn Cha-o-cha

OTROS DATOS

Partido político: Independiente Religión: Budista
Rango Militar: General Intereses: NA

ANEXO IV


Visitas de Empresas Internacionales (Agenda y Ayuda Memoria)

VISIT AGENDA

Objective: To visit the main stakeholders of the industry.

Sunday, July 3rd, 2022.	
Hours	
9:40 am – 11:00 am.	Arrival at Palmerola Internacional Airport, Comayagua, Honduras. Flight AV454, Comayagua, Honduras.
12:00 pm – 12:30 pm.	Check in Clarion Hotel Tegucigalpa, Honduras.
14:00 pm – 15:00 pm.	Private meeting seafood companies
15:00 pm – 17:00 pm.	Private meeting with suppliers
18:00 pm – 20:00 pm.	Private Dinner with Ambassador
Monday, July 4th, 2022.	
Hours	
9:00 am – 10:00 am.	Foreign Affairs Meeting
15:00 pm – 15:30 pm.	Ministry of Economic Development Ing. Pedro Barquero, Minister, +504 2242- 8341 Centro Cívico Gubernamental, Torre 1, Piso No.9, Boulevard Juan Pablo II Tegucigalpa, M.D.C.
15:30 pm – 16:00 pm.	National Investment Council (CNI) +504 2242- 8341. Centro Cívico Gubernamental, Torre 1, Piso No.10, Boulevard Juan Pablo II Tegucigalpa, M.D.C.
16:30 pm – 17:30 pm.	Honduran Agricultural Marketing Institute (IHMA) Lic. Hernán Adonal Ávila Erazo, Gerente General, +504 2230-3452 / 2230-5719 Boulevard Kennedy, frente a 4ta. Entrada, Tegucigalpa, M.D.C.





AYUDA DE MEMORIA

Promoción Internacional



CATO GIRA EXPLORATORIA INVERSIONISTAS DE TAIWÁN del 3 al 10 de Julio 2022

Objetivo: Con el propósito de atraer inversión y promover los productos de exportación de Honduras a Taiwán, se atendió la visita de una delegación de 18 empresarios taiwaneses de diferentes rubros gracias al apoyo de la Oficina de Comercio de Taiwán para Centroamérica CATO.

Domingo, 03 de Julio, 2022.	
Hora	Llegada de Inversionistas
Lunes, 04 de Julio, 2022.	
Hora	Participantes / Institución
9:00 am – 10:00 am.	Reunión Cancillería
15:00 pm – 15:30 pm.	Secretaría de Desarrollo Económico (SDE) Ing. Pedro Barquero, Ministro de Desarrollo Económico, +504 2242- 8341. Centro Cívico Gubernamental, Torre 1, Piso No.9, Boulevard Juan Pablo II Tegucigalpa, M.D.C.
Martes, 05 de Julio, 2022.	
Hora	Participantes / Institución
8:30 am – 12:30 pm	Viaje por carretera a San Pedro Sula, Honduras.
12:30	Almuerzo. (Restaurante-Hotel Copanti)
13:30 pm.	INHDELVA Ing. Fabian Nolasco, Gerente
14:00 – 15:00 pm	
16:00 – 17:00 pm.	ELCATEX Ing. Jesus Juan Canahuati, <u>Presidente</u>
17:00 pm	Retorno al Hotel, Cena ofrecida con Consulado de Taiwán en SPS
-	
Miércoles, 06 de Junio, 2022.	
Hora	Participantes / Institución
8:00 -9:00 am.	Viaje por carretera a Puerto Córtes, Honduras.



AYUDA DE MEMORIA

Promoción Internacional



10:00 am	Sr. Juan Corujo, Director General, +504 2564-6770 Oficinas Corporativas Piso No. 26, Nuevos Horizontes Business Center 1ra Calle, 3ra Av., Bloque S. Col. Rancho El Coco San Pedro Sula, Cortés, Puerto Cortes, Cortes.
10:30 – 11:30 am	Terminal Especializada de Honduras (TEH) Sr. José Romero, Director General, +504 2606-5069 Puerto Córtes .
12:00 – 13:00 pm	Almuerzo libre (Restaurante)
14:00 – 20:00 pm	Viaje por carretera a Tegucigalpa, Honduras.
Jueves, 07 de Julio, 2022.	
Hora	
9:40 – 11:00 am	Salida del Aeropuerto Internacional de Palmerola del Grupo 1.

Lista de la Delegación

	Empresa	Contacto	Rubro	Detalle
1	Mike Hung Products Co. Ltd.	Mr. Mike Hung, President Delegation	<u>Import & Export</u>	Manufactura textil de gorras, banderas, Far-Infrared Products, Cuidado de la piel, <u>import</u> y <u>exportación</u> de productos
2	E-Formula Technologies Inc.	Mr. Chan, Chiao-Chiao, Deputy Chairman	<u>E-Vehicle</u>	E-Vehicle, Comunicaciones, Inteligencia, <u>Energía</u> , Soluciones Smart
3	Pilsen Brewery Inc.	Ms. Huang, Li-Yi	<u>E-Vehicle</u>	<u>Import</u> Tabaco, alcohol, no-alcoholico, otras



AYUDA DE MEMORIA

Promoción Internacional 



AYUDA DE MEMORIA

Promoción Internacional 




Martes 5 de Julio

VISITA INDUSTRIAL

- Maquila Textil
- Energía
- Construcción de naves industriales
- Bienes Raíces
- Industria automotriz
- Telecomunicaciones

Las empresas META y RTL quedaron bastante impresionadas con la fortaleza y solidez de la empresa. El Señor Kao comento su experiencia en Arizona con la construcción de almacenamientos para empresas, el caso de TSMC que es el mayor fabricante de Semiconductores de Taiwán.

Al tener los centros de almacenamiento en Honduras pueden suplir a Estados Unidos y ser 100% dueños de toda la operación.

EL Señor Guillermo **Kattan** les reiteró que Honduras es un país de oportunidades y que, debido a la posición estratégica del país, ser el **centro logístico para América**, la cercanía con los principales mercados como el de Estados Unidos.

EL Señor Kao de META manifestó que podrían hacer las inversiones 1ero en Honduras, luego en Arizona y luego en Taiwán, a lo que el Señor **Kattan** asintió.

VISITA EL CATEX

Mario Canahuatl realizó una presentación de su grupo empresarial y los proyectos que manejan, los cuales incluyen:

- Maquila Textil
- Energía
- Construcción de parques industriales
- Fundación para la educación
- Vivienda social
- Próximos proyectos la Universidad Textil

Quieren conocer el tamaño de los proyectos que les interesa, ya que ellos manejan

ANEXO V

Perfiles de Sectores


Cuenta con:

- 4 puertos marítimos en el Caribe y el Océano Pacífico
- 4 aeropuertos internacionales en Tegucigalpa, San Pedro Sula, La Ceiba, y Roatán
- Cercanía a los mercados de EUA, Canadá y México.
- Sin barreras comerciales en la Región y Tratados de libre comercio con Norte América, Taiwán y países de sur América.


Costos promedio de arrendamientos de naves y de energía eléctrica:

Reнта o alquiler por m ²	US\$ 3.50 – 6.00
Energía por kw/h	US\$ 0.13-0.18

Costos de energía comparativo en la región en centavos de USD \$ por Kw/h

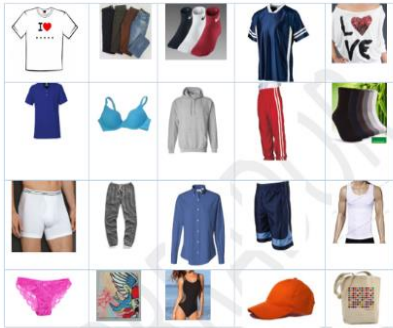


Comparativo de costos por contenedor en USD \$



Productos

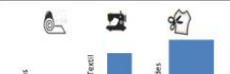
Producimos en su mayoría tejido de punto, camisetas y calcetines; ropa deportiva, ropa interior para dama, también se realiza serigrafías y bordados, y algunos otros productos con materia prima textil.



Estadísticas

La industria maquiladora es un pilar fundamental en la economía del país, generando el 36% del Producto Interno Bruto de Honduras, además de generar más de 140,000 empleos directos en las Zonas Libres de Procesamiento y más de 400,000 empleos indirectos. A pesar de ser zonas libres de impuestos se generan anualmente y más de L 4,000 millones en impuestos. Honduras es el mayor comprador de hilaza americana en el mundo, con alrededor de \$1,000 millones al año.

Según la Oficina de Comercio Internacional de Estados Unidos, a nivel mundial ocupamos la posición 10 de países en cuanto a tecnología textil. La posición 5 en tejidos plenos, y la posición 20 en especialidades.



Anexo VI GUIA DEL INVERSIONISTA

Guía del inversionista



Inicio de operación de una empresa



Aspectos Fiscales



Consejo Nacional de Inversiones



Alianza público privado



Importaciones y exportaciones



Permisos especiales



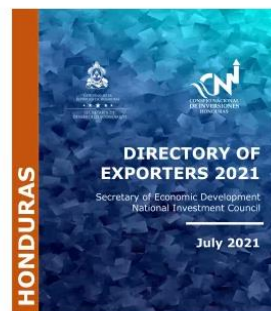
Aspectos e incentivos legales

Anexo VII Directorio de Exportadores

Directorio de Exportadores



Versión en español



Versión en inglés

Anexo VIII Directorio de Socios Estratégicos

SECRETARIA DE DESARROLLO ECONOMICO
PROMOCIÓN INTERNACIONAL




REGISTRO DE SOCIOS ESTRATEGICOS

Nº.	Institución	Tema	Dirección	Teléfono	Página Web	País
1	International Finance Corporation (IFC) Grupo Banco Mundial 	Servicios Financieros	2121 Pennsylvania Avenue NW, Washington, DC 20433, EE. UU.	+1 (202) 473-1000	www.ifc.org	Estados Unidos
	Representantes			(504) 238-4551		
2	Banco Interamericano de Desarrollo (BID) 		Colonia Lomas del Guajaro Sur Primera Calle Tegucigalpa Honduras	(504) 2290-3500	www.iadb.org	
3	Eduardo Marques Almeida CES	Organismo				Francia
Representantes: Jacques Dermadine, Presidente del Consejo						
4	TFO CANADA 	Apoyo Comercio Exterior	130 Sitaer Suite 400 Ottawa, Ontario CANADA, K1P 6E2	1.613.233.3925	www.tfocanada.ca	Canada
	Representantes: Marta Recinos,	Gerente de Proyectos America Latina y el Caribe	Montreal, Toronto y Vancouver	(613) 233-3925 ext. 14	info@tfocanada.ca e indique el nombre del ejecutivo en el espacio de Asunto.	
5	CATO 	Apoyo Comercio Exterior	RM 7A09, No. 5 Hsin-Yi Rd. Sec 5, Taipei 110	(886-2) 8789-1592	www.cato.com.tw	Taiwán
	Representantes: Lucas Yeh	Subdirector de CATO	No.5, Section 5, Xinyi District 110 Taipei, Taiwan	886-87891592	Lucas@cato.com.tw	
6	US Commercial Service 	Apoyo Comercio Exterior	Avenida La Paz, Edif. Embajada Americana	+ 504 2236-9320 ext 4842	www.buyusa.gov/honduras; www	Estados Unidos
	Rossana Lobo	Especialista Comercial Senior			Tegucigalpa.office@trade.gov; Rossana.Lobo@trade.gov	
	Rommel Alcantara	Especialista Comercial		(504) 2236-9320, ext. 4092	Rommel.Alcantara@trade.gov	
Representantes: Tyler Hacking	Oficial comercial sénior				tyler_hacking@trade.gov	
7	GIZ 	Cooperación Internacional	Oficina GIZ Honduras Centro Morazán, Blvd. Morazán, Torre 1, Piso 10 Tegucigalpa	(+504) 2221-3416	www.giz.de	Alemania
	Representantes: Jürgen Klenk	Director de país			juergen.klenk@giz.de; giz-honduras@giz.de	

Anexo IX Catálogo de Productos

CACAO



CONTENIDO


- Generales
- Zonas Productivas
- Producción
- Variedades
- Climas y Suelos
- Exportaciones
- Principales destinos
- Empresas Exportadoras
- Requisitos de Exportación
- Certificaciones
- Asociaciones y Cadenas Productivas
- Bibliografías

GENERALES

Nombre: CACAO
Otros nombres comunes: Kakao (alemán); cacao (francés); cocoa bean (inglés); cacao (italiano); cacao portugués).
Nombre científico: Theobroma cacao
Familia: Malváceas

ZONAS PRODUCTIVAS

- Cortes
- Atlántida
- Colón
- Yoro
- Gracias a Dios
- Olancho
- Santa Bárbara
- Copán
- El Paraíso


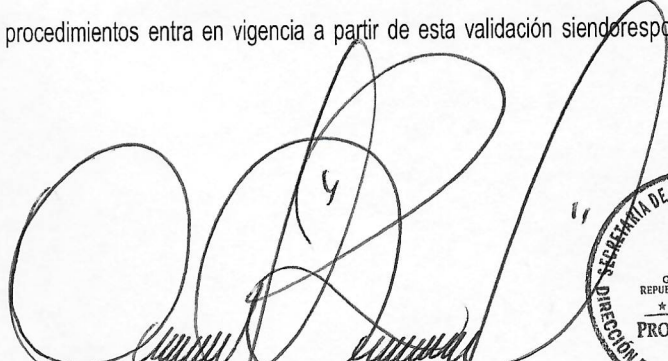


PRODUCCIÓN


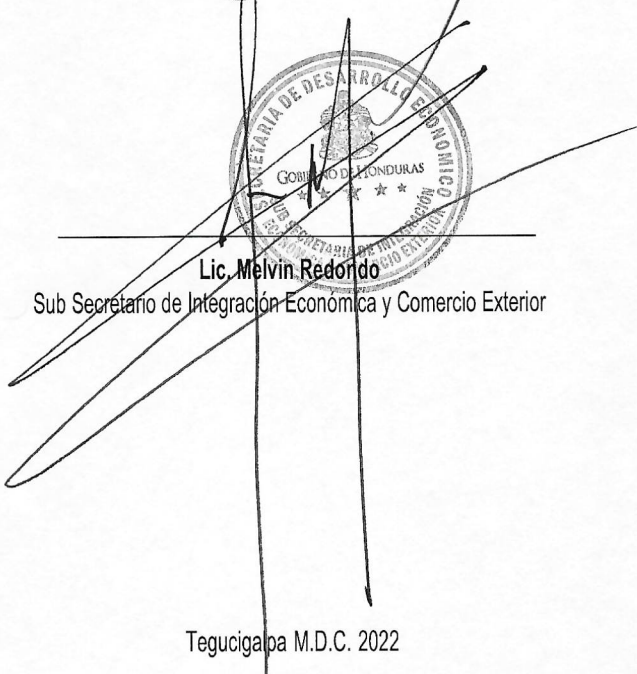
La productividad promedio anual es: 310 kg/ha en plantaciones de laderas y 483 kg/ha en zonas

IX. Validación

El presente manual de procesos y procedimientos entra en vigencia a partir de esta validación siendo responsable la Unidad de Promoción Internacional.



Ing. Aida Rodríguez
Directora de Promoción Internacional
Unidad de Promoción Internacional



Lic. Melvin Redondo
Sub Secretario de Integración Económica y Comercio Exterior

Tegucigalpa M.D.C. 2022