

**JUNTA DIRECTIVA DE FIDE  
2004 - 2005**

RICHARD J. ZABLAH, PRESIDENTE  
MARIO CONTRERAS, VICE-PRESIDENTE  
MARIA ANTONIETA DE BOGRAN, TESORERA  
MARIO GALEANO, DIRECTOR  
TORIBIO AGUILERA, DIRECTOR  
MARIO AGUERO, DIRECTOR  
ROBERTO ALVAREZ, DIRECTOR  
EFRAIN DIAZ ARRIVILLAGA, DIRECTOR  
JOAQUIN DIECKMAN, DIRECTOR  
LEONEL Z. BENDECK, DIRECTOR  
JOSE G. FLORES RODAS, DIRECTOR  
BERNARDO HIRSCH, DIRECTOR

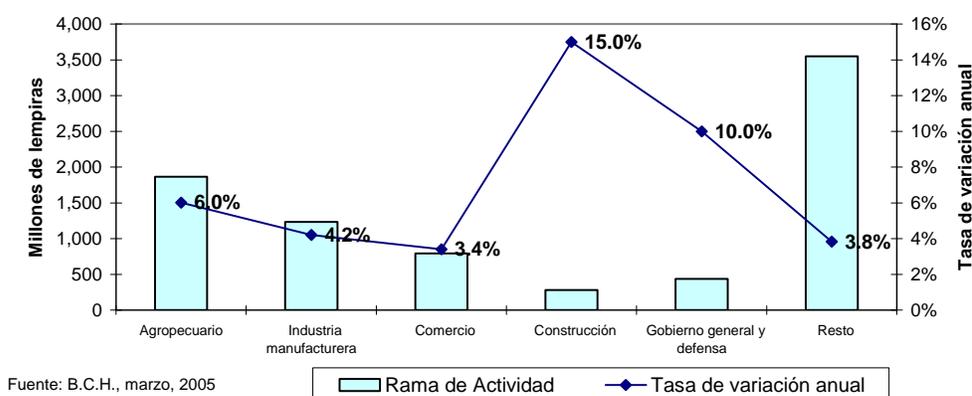
**MIEMBROS EX-OFICIO**

VILMA SIERRA DE FONSECA, SECRETARIA  
ANTONIO YOUNG, PRO-SECRETARIO  
DOUGLAS BAGGIA, FISCAL

## PERFIL ECONÓMICO 2004

El año 2004 fue un año positivo para la actividad económica en Honduras ya que la misma continuó mostrando signos de mejoría y estabilización. Sectores como la agricultura, la construcción, manufactura, telecomunicaciones, energía y turismo tuvieron un desempeño positivo este año, que se refleja en un crecimiento anual del Producto Interno Bruto (PIB) Real de 5.0%, la mayor tasa de crecimiento del PIB que el país registra desde el año 2000. Lo anterior condujo a una mejora importante en PIB real *per cápita* que para este año alcanzó los US\$ 1,104, un crecimiento de 2.3% con respecto al año previo. Los sectores que mayor crecimiento registraron durante el período fueron la construcción, 15.0%, gobierno general y defensa, 10.0% y el sector agrícola, 6.0%, siendo particularmente importante el desempeño que tuvo el sector agrícola ya que para el 2004 el este sector representó el 22.8% del Producto Interno Bruto.

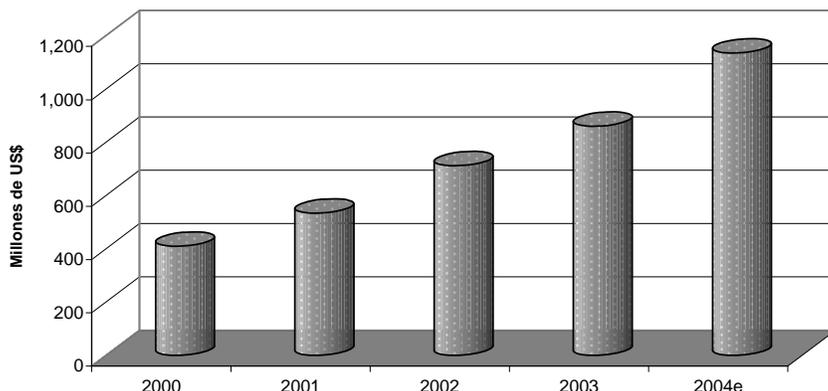
**Honduras: Producto Interno Bruto por Ramas de Actividad, 2004**



Resulta notorio que el crecimiento del Producto se sustentó principalmente en el sector exportador, cifras preliminares del Banco Central de Honduras indican que las exportaciones de bienes registraron un incremento de 15%, crecimiento que se explica por un aumento del valor de las exportaciones de productos agrícolas, especialmente banano y café cuyo valor exportado aumentó en 60% y 40%, respectivamente –consecuencia principalmente del incremento que registraron los precios internacionales de ambos productos, así como de otros productos agrícolas no tradicionales que cada año incrementan su participación de las exportaciones totales de bienes. Especial atención merecen productos como el camarón cultivado, la tilapia –del cual Honduras es el principal abastecedor al mercado de los Estados Unidos de América-, los vegetales y hortalizas orientales, productos que en la última década han constituido como productos de exportación importantes para el país generando divisas y empleo.

Las exportaciones de servicios también tuvieron un incremento importante: la maquila y el turismo, sectores que en conjunto aportan más de US\$1,200 millones en divisas a la economía nacional, continuaron creciendo y se han consolidado como las actividades que, además de las remesas familiares que llegan al país, más aportan al incremento de nuestras reservas monetarias. Para el 2004 el valor agregado generado por la maquila ascendió a US\$830.7 millones, de acuerdo a cifras preliminares, mientras que los ingresos por concepto de turismo casi alcanzaron los US\$400 millones, lo que representa un incremento de 17% y 13%, respectivamente, con respecto a los valores registrados durante el 2003, denotando el dinamismo que ambos sectores han mantenido en los últimos años.

Honduras: Remesas familiares, 2000-2004<sup>e</sup>



Fuente: B.C.H., marzo 2005.

La suscripción del Acuerdo Trienal que el país suscribió con el Fondo Monetario Internacional (FMI) en febrero del 2004 ha contribuido a la estabilidad macroeconómica y a mantener la disciplina fiscal, habiéndose logrado, en los últimos dos años, controlar el crecimiento del gasto corriente y para el 2004 registró un incremento de sólo 3.2%. Por su parte los ingresos corrientes registraron un aumento superior al del año 2003, 18.4%, siendo ello resultado de una mayor recaudación que se sustenta en dos tributos: el impuesto sobre la renta y el impuesto sobre ventas. El resultado de mayor control en el gasto y mejoras en los ingresos se refleja en la reducción que ha tenido el déficit en el transcurso del año.

Es importante destacar que la Administración ha hecho esfuerzos para cumplir los compromisos de política macroeconómica contraídos con los OFIs con el objeto de impulsar el crecimiento económico, reducir la pobreza, y lograr estabilidad financiera y llevar a cabo reformas estructurales que permitan revitalizar la economía hondureña e impulsar un desarrollo económico sostenido.

Las condiciones macroeconómicas del país han favorecido que la inversión extranjera directa (IED) continúe llegando al país, siendo los sectores de industria manufacturera; comercio, restaurantes y hoteles; agrícola y minas y canteras, donde se ha concentrado la mayor parte de la IED que ha llegado al país. No obstante, en los últimos años, los sectores de la construcción, comunicaciones y servicios financieros han sido recipientes de mucha de la IED que ha llegado al país. Por orden de importancia, los principales países de origen de la IED que llega a Honduras, de acuerdo a cifras del Banco Central de Honduras actualizadas al 2003, son los Estados Unidos de América, Canadá, Holanda, Italia y El Salvador. Es importante que al analizar las regiones de donde ha provenido la IED que llegó al país en el período 1993-2003, por orden de importancia destacan Norteamérica, Europa y Centroamérica, respectivamente.

**Honduras: Flujos de Inversión Extranjera Directa por país de Origen, 1993-2003**  
(En Miles de US Dólares)

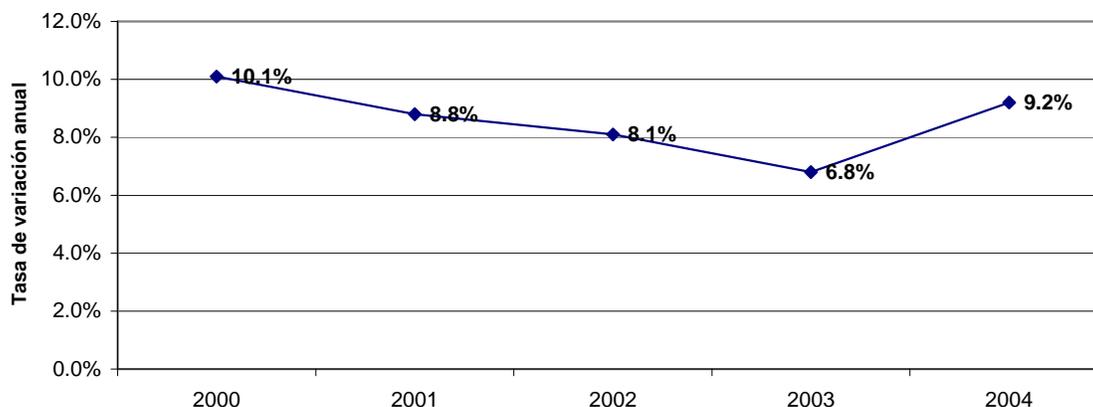
Países	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000 <sup>p/</sup>	2001 <sup>p/</sup>	2002	2003
<b>América del Norte</b>	<b>35162.6</b>	<b>59413</b>	<b>72705.1</b>	<b>93481</b>	<b>101845.3</b>	<b>105495</b>	<b>217391.2</b>	<b>237733.5</b>	<b>154792.2</b>	<b>253167.2</b>	<b>341152.5</b>
Canadá	1,080.3	2,729.1	3,162.9	1,414.0	4,199.0	12,063.0	51,916.0	18,084.3	18,666.8	21,570.6	21,692.8
Estados Unidos	34,082.3	21,521.3	44,862.9	43,881.8	52,869.1	35,429.9	112,186.3	50,730.8	60,506.2	144,595.5	148,481.7
México	0.0	0.0	428.9	-269.5	-249.1	1,183.1	4,612.9	203.2	6,600.9	1,227.2	3,584.7
<b>América Central</b>	<b>4,375.5</b>	<b>3,869.2</b>	<b>5,230.2</b>	<b>15,706.2</b>	<b>42,031.8</b>	<b>20,092.4</b>	<b>48,654.8</b>	<b>38,486.1</b>	<b>35,976.4</b>	<b>36,913.6</b>	<b>37,970.7</b>
Guatemala	327.5	1,520.2	-256.1	6,197.5	7,466.3	1,985.8	3,495.0	11,389.7	6,259.8	9,721.4	2,476.8
El Salvador	2,270.0	918.6	850.9	9,237.1	26,839.0	9,130.6	14,215.7	9,655.0	-1,188.1	14,993.3	6,687.0
Nicaragua	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	786.4	3,206.9	19,510.8	8,316.6	4,686.7
Costa Rica	435.0	703.6	2,995.5	48.8	7,708.9	5,589.1	10,682.9	13,667.3	5,221.7	4,545.2	4,354.0
Panamá	1,343.0	726.8	1,639.9	222.8	17.6	3,386.9	19,474.8	567.2	6,172.2	-662.9	19,766.2
<b>Europa</b>	<b>12,604.3</b>	<b>13,261.0</b>	<b>15,740.9</b>	<b>21,148.6</b>	<b>28,784.2</b>	<b>30,109.6</b>	<b>18,550.0</b>	<b>173,512.0</b>	<b>63,777.2</b>	<b>-45,403.7</b>	<b>20,971.0</b>
España	0.0	0.0	0.0	324.3	305.0	2,174.5	5,793.9	8,704.2	10,951.6	8,966.7	7,718.8
Francia	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	-120.0	0.0	1,898.5	707.6	-23.4	738.4
Inglaterra	615.4	1,885.4	815.0	7,261.5	12,982.9	6,928.9	2,567.4	15,716.8	10,960.5	595.4	-2,854.8
Holanda	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6,349.3	133,042.0	14,564.4	-57,563.3	3,348.1
Alemania	0.0	0.0	0.0	0.0	83.0	227.2	156.7	1,069.5	11,961.1	-291.2	901.9
Suiza	1,949.7	152.0	152.0	581.3	1,112.6	7,705.7	6,948.1	-3,857.1	2,297.1	-654.4	77.0
Italia	10,061.1	11,223.8	14,768.0	9,035.5	7,497.0	11,885.4	-3,606.0	16,938.1	12,234.1	3,239.0	280.6
Otros Países	-21.9	-0.2	5.9	3,946.0	6,803.7	1,307.9	340.6	0.0	100.8	327.5	10,761.0
Islas Vírgenes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1,261.2
Bahamas	0.0	0.0	0.0	8,008.0	0.0	20.7	1,220.6	416.0	2,037.6	11,091.3	9,882.2
Japón	0.0	0.0	0.0	106.0	110.0	122.5	124.0	450.0	5,305.0	5,259.1	3,085.3
Corea	0.0	87.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	104.3	0.0	0.0	0.0
República Dominicana	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	72.6	128.3	105.0	79.4	-22.4
Perú	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	276.4
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>69,122.2</b>	<b>58,598.2</b>	<b>90,396.9</b>	<b>126,849.9</b>	<b>198,561.0</b>	<b>149,223.2</b>	<b>304,542.0</b>	<b>494,008.8</b>	<b>292,833.0</b>	<b>166,842.9</b>	<b>306,125.3</b>

p/ Preliminar  
/ Cifras revisadas a partir de 1993.

Fuente: Encuestas Anuales de Balanza de Pagos y Boletas Estadísticas de Cuentas Nacionales.

Al igual que en años previos, la política monetaria continuó descansando en las operaciones de mercado abierto como el principal instrumento para controlar la inflación y mantener la estabilidad del tipo de cambio. En el 2004 se incrementaron los requerimientos de las inversiones obligatorias del sistema financiero en 2 puntos porcentuales para restringir la liquidez del sistema y se ha revertido la tendencia descendente que en los últimos cinco años habían tenido las tasas de interés de mercado, sin embargo, aunque las autoridades han tomado medidas para contrarrestar los efectos negativos de esta política de esterilización y a pesar de existir recursos disponibles para la producción, los sectores productivos continúan enfrentando problemas de acceso a recursos de largo plazo y a tasas de interés accesibles.

**Honduras: Índice de Precios al Consumidor, 2000-2004**



Fuente: B.C.H., marzo 2005.

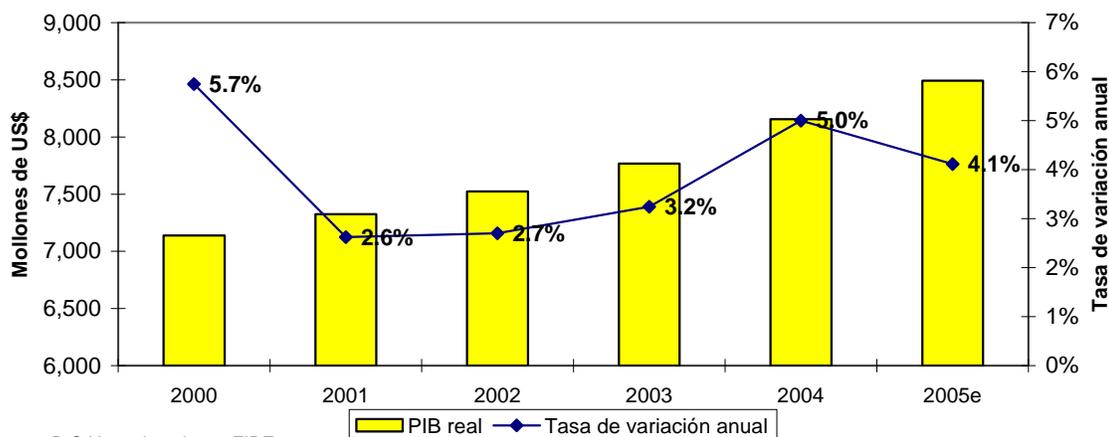
La inflación reportada por el Banco Central de Honduras al final del período, medida a través del Índice de Precios al Consumidor (IPC), llegó a 9.2%, resultado ello en gran medida del incremento de los precios internacionales del petróleo, superior a la del año previo y a la estimada al inicio del año. El año cerró con tasas de interés superiores a las que se registraban en el mercado al inicio del período -18.3% y 10.8% tasas de interés ponderadas activa y pasiva, respectivamente- mientras que el tipo de cambio continuó depreciándose frente al dólar de los Estados Unidos de América, registrando un ligero incremento en la tasa de devaluación anual, 5.0% mientras que en el 2003 la depreciación del lempira frente al dólar fue de 4.9%.

### **PERSPECTIVAS PARA EL 2005**

Se espera que sectores importantes como la agricultura, la industria manufacturera, el turismo, y los sectores de telecomunicaciones y energía mantendrán el dinamismo observado en los últimos meses, con lo que el Producto Interno Bruto real continuará aumentando –asimismo se estima que durante el 2005 este podría crecer en 4.0%- y con ello el producto *per cápita* real del hondureño podría incrementarse por tercer año consecutivo, mejorando con ello el poder adquisitivo de la población.

Las expectativas de que todos los países signatarios del Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centro América y Los Estados Unidos de América (TLC RD-CAUSA) lo ratifiquen en el transcurso del próximo año, plantea la posibilidad de que el intercambio comercial sea más dinámico ante las oportunidades de inversión y comercio que este Tratado tendrá para los sectores productivos, influenciando de manera especial a aquellos dedicados a las actividades de exportación. Esto es especialmente importante para sectores como la agricultura y el ensamble liviano (especialmente la industria textil y de la confección), donde se concentra la mayor parte de las exportaciones hondureñas.

**Honduras: Producto Interno Bruto Real, 2000-2005<sup>e</sup>**



Las telecomunicaciones son un factor clave para el impulsar desarrollo del sector exportador, particularmente los servicios. El grado de conectividad de Honduras es uno de los mejores de la región centroamericana, el país cuenta con dos cables submarinos, Cable Arcos que desembarca en Puerto Cortes, Puerto Lempira y Trujillo y el Cable Maya en Puerto Cortes y se conecta vía microondas desde Puerto Cortes a través de Emergia. Adicionalmente, para el 2005 se esperan inversiones importantes en el sector de telecomunicaciones que mejoren la infraestructura con que ya cuenta el país. Cabe esperar que este sector continúe expandiéndose, estimándose que la inversión total que podría darse se acerque a los US\$150 millones, la mayor

parte de ella hecha por la Empresa Hondureña de Telecomunicaciones (HONDUTEL) -alrededor de US\$100-, mientras que la inversión privada –tanto de telefonía celular como fija- podría llegar a sumar US\$50 millones.

Asimismo, los avances que se han tenido en el sector de generación de energía han sido importantes, y actualmente se ha logrado satisfacer la demanda de energía eléctrica del país, la cual ha crecido al 6% anual durante los primeros años de esta década, pero especialmente la de uso industrial y la de ensamble liviano –maquila, en especial la del sector textil y de la confección-, y ha logrado mantener tarifas competitivas a nivel de la región centroamericana con los nuevos contratos de generación con *fuel oil*. Actualmente, el Gobierno de Honduras realiza gestiones para aprovechar el potencial hídrico del país y lograr la obtención de empréstitos destinados a la construcción de tres centrales hidroeléctricas de capacidad media que vendrían a complementar la entrada de otros proyectos mini-hidros que brindarían diversificación a la oferta eléctrica.

Sin embargo, para mantener el dinamismo de la economía será determinante que los sectores productivos cuenten con recursos financieros disponibles que apoyen sus actividades por lo que uno de los retos del gobierno será asegurar esa disponibilidad de recursos no sólo en la cantidad requerida sino de forma oportuna. Ello requerirá que el sector financiero nacional mejore las condiciones de acceso al crédito.

En este contexto, el comportamiento que la economía hondureña mantuvo durante el 2004 hace prever que los cambios que se puedan dar en la política macroeconómica y sectorial en el año 2005 estarán enfocadas a lograr alcanzar el Punto de Culminación del Programa de Alivio HIPC. El país ha cumplido todas las condiciones requeridas para llegar al punto de culminación de la iniciativa HIPC, excepto la referente a la completa aplicación de las normas de Basilea del sistema financiero. No obstante, se espera que esto no sea una limitante para que antes de concluir el semestre el país sea declarado elegible.

Los acuerdos suscritos con el FMI sobre la política macroeconómica puede resumirse en una mayor austeridad en el gasto, sobretodo en el corriente, y el aumento de los ingresos mediante mejoras en la recaudación fiscal, ello aseguraría el flujo de recursos requerido para impulsar programas de gobierno importantes. No obstante, cabe recordar que en el mes de noviembre se realizarán elecciones generales en el país, por lo misal la actual administración deberá ser muy prudente para no alejarse del manejo de los compromisos contraídos con el FMI, especialmente los que al control y asignación del gasto se refieren.

En el área de la política monetaria, no se prevén mayores cambios, el Banco Central de Honduras continuará ejecutando una política conservadora con muy pocas variantes de la que se ha practicado en los últimos años. Se espera además que durante el 2005 se continúen las acciones para modernizar y fortalecer sistema financiero y cumplir con las normas prudenciales de Basilea.

Siendo el 2005 un año electoral, se espera que el gobierno haga esfuerzos por mantener la estabilidad de los macroprecios los cuales se han visto afectados por el incremento en el precio internacional del crudo, recurriendo para ello en gran medida a la política monetaria. Con ello, se espera que el año pudiera cerrar con una tasa de inflación menor a la del 2004 y que el ritmo de depreciación de la moneda se desacelere. Sin embargo, se anticipa que las tasas de interés continuarán en ascenso, siguiendo la tendencia al alza que registran las tasas de interés internacionales.

## PROMOCIÓN DE INVERSIONES

Un año 2004 que refleja el esfuerzo de los años anteriores y que le ha permitido a Honduras posicionarse en el Cuarto lugar a nivel mundial en exportaciones hacia Estados Unidos de América de arneses para automóviles. En el 2004 hemos logrado concretar inversiones de proveedores importantes de la industria automotriz y a la vez suplidores de las empresas del mismo sector que ya están operando en Honduras. Esto nos está permitiendo llegar a tener un cluster de esta industria y darnos a conocer a nivel mundial en cuanto a las ventajas e incentivos que nuestro país sigue ofreciendo a todo inversionista que decide establecer sus operaciones de exportación en nuestro país. Durante este año hemos recibido la visita de empresas de diversidad de productos, como ser: piscinas de fibra de vidrio y sus accesorios, varillas de metal para sostenes, textileras de tejido de punto y de tela de mezclilla (jeans), arneses y piezas para automóviles, empresas de servicio tanto para el sector de confección de ropa, como para las empresas del sector automotriz, entre otros.

Durante este año hemos recibido la visita de empresas de diversidad de productos, como ser: piscinas de fibra de vidrio y sus accesorios, varillas de metal para sostenes, textileras de tejido de punto y de tela de mezclilla (jeans), arneses y piezas para automóviles, empresas de servicio tanto para el sector de confección de ropa, como para las empresas del sector automotriz, entre otros.

Seis nuevas inversiones se concretaron este año, por lo que ya se cuenta con la presencia de un importante número de empresas vinculadas al sector automotriz, entre las cuales se encuentran las más prestigiosas a nivel mundial en accesorios automotrices, que están produciendo para las reconocidas marcas General Motors, Cadillac, entre otras. Debido al éxito obtenido en Honduras, adicionalmente se han logrado concretar coinversiones importantes para la elaboración de accesorios automotrices para la marca Hyundai. Entre otras empresas que establecieron operaciones durante el 2004, se encuentra una empresa de origen francés, suplidora de tubos de plásticos y fibra de vidrio y cobertores de tela para los arneses eléctricos. Así como también una empresa manufacturera de cable para la misma industria.

En el sector electrónico, contamos con empresas que se encuentran manufacturando en nuestro país, controles electrónicos y dispositivos de seguridad para aparatos eléctricos para marcas de reconocido renombre internacional, como General Electric (GE), y Whirlpool, así como también, se están manufacturando arrancadores de motores de turbinas para General Electric, y Tags de indentificación por radio.

Adicionalmente, el sector textil y de confección se ha consolidado, ya que la mayoría de las empresas ofrecen servicios de paquete completo, conocido como "full package", debido a que se cuenta localmente con proveedores de todo tipo de accesorios requeridos para que esta industria sea abastecida localmente y pueda ofrecer a sus clientes, tiempos de entrega satisfactorios y a precios competitivos. En este sector se logró diversificar el tipo de inversión y concretaron su decisión de invertir en el país fabricantes de varilla de metal para sostenes.

Lo novedoso de las inversiones que ahora estamos logrando atraer al país, es que nos permiten conocer nuevas tecnologías y de sectores diversificados. Honduras se está dando a conocer a nivel mundial como un sitio ideal para poder operar y ser un centro de distribución para la región centroamericana, máxime cuando una de las ventajas competitivas más fuertes que Honduras posee, es que los beneficios de las empresa maquiladoras operando en Honduras serán extendidos y no como a los otros países de la región que perderán este beneficio, que consiste en lo siguiente:

En Doha, Qatar el 15 Diciembre, 2000 se logró un acuerdo comercial conocido como **Anexo VII** de la **Organización Mundial de Comercio, OMC**, el cual recoge una lista de países cuyo ingreso per capita no supera los 1,000 dólares anuales, por lo que permitirá a dichos países que

sus industrias gocen de subsidios, tal es el caso de los beneficios que se otorgan como incentivos fiscales a las empresas establecidas bajo los regímenes de zonas francas, zonas libres o parques industriales. Consecuentemente, los países que tienen esos sistemas de promoción de inversiones y exportaciones y cuyos ingresos per capita anuales superen los 1,000 dólares, se les serán cancelados y no gozarán más de tales beneficios, Honduras no es el caso, ya que mediante ese acuerdo, se le permitirá a nuestro país, continuar con el otorgamiento de dichos incentivos por su ingreso per capita anual menor a los 1,000 dólares, lo que representa una importante ventaja competitiva para las empresas manufactureras de exportación.

Adicional a esta importante ventaja mencionada en el párrafo anterior, entre los aspectos competitivos con que contamos está Puerto Cortés, certificado por la Organización Internacional Marítima (International Maritime Organization) y la Guarda Costera de los Estados Unidos, contando con:

- Las mejores instalaciones portuarias de Centro América, siendo utilizado por los otros países centroamericanos.
- La cercanía con Estados Unidos reduce el ciclo de producción y tiempo de entrega (48-72 horas por vía marítima ó 2 horas por vía aérea a los puertos del sur de los Estados Unidos).

FIDE, a través de su División de Promoción de Inversiones ha atendido en su proceso de decisión de establecerse en Honduras a 164 empresas extranjeras en inversiones nuevas o de expansión, ayudando a Honduras en la generación de más de 86,000 empleos, alcanzando niveles de eficiencia por la excelente mano de obra que nuestro país ofrece. Esto ha colocado a Honduras en la lista de países suplidores de productos de confección a los Estados Unidos en el siguiente orden: **Primer lugar en el Caribe y Centro América, y Tercer Lugar en el Mundo.**

Se continuó promoviendo el clima de inversión que nuestro país ofrece a través de nuestra participación varios eventos y ferias nacionales e internacionales, entre las más relevantes el SAE WORLD CONGRESS, en Detroit, Michigan del sector automotriz, y el ELECTRICAL MANUFACTURING EXHIBITION (EME), del sector electrónico, en Indianapolis, Indiana.

Tenemos en cartera varias empresas potenciales de invertir el próximo año, y con la llegada de la aprobación del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América esperamos aumentar el flujo de visitas y concretar nuevas inversiones en diversos sectores, para lo cual la División de Promoción de Inversiones estará en el año 2005 recibiendo el apoyo del Programa Nacional de Competitividad, del cual FIDE tiene la Secretaría Técnica, y por medio del cual se impulsarán nuevos sectores de producción para atraer inversión extranjera directa.

#### **RESUMEN DE EMPRESAS ATENDIDAS POR LA DIV. DE PROMOCION DE INVERSIONES DESDE 1988 – 2004:**

NUEVAS INVERSIONES:	137 EMPRESAS
EXPANSIONES:	<u>26</u> EMPRESAS (cifra al 2000)
Total EMPRESAS:	163
EMPLEOS CREADOS	
<b>GRAN TOTAL:</b>	<b>85,333</b>

# **PROGRAMA NACIONAL DE COMPETITIVIDAD**

## **Honduras Compite**

### **Programa BANCO MUNDIAL**

#### **Un brillante comienzo**

En el 2004 FIDE siguió su paso firme como Secretaría Técnica del Programa Nacional Competitividad, Honduras Compite.

El Programa logró en este año trascendentales éxitos que marcan importantes reformas estructurales para el mejoramiento del clima de negocios.

Al mismo tiempo el Programa ofreció apoyo directo a más de 40 empresas, pequeñas, medianas y grandes, para asistir a distintas ferias y eventos en diferentes partes del mundo.

Honduras Compite es un Programa de carácter público-privado que persigue promover las exportaciones, mejorar el clima de negocios, crear más empleos y en consecuencia mejores condiciones de vida para la población.

Es dirigido por la Comisión Nacional de Competitividad (CNC), presidida actualmente por el Designado Presidencial, Vicente Williams y que cuenta con representación de empresarios, trabajadores y gobierno.

El Programa es concebido como una iniciativa de largo plazo que trascienda el presente y futuros gobiernos. Por esta razón la CNC nombró como Secretaría Técnica a FIDE.

Después de una ardua labor, Honduras Compite, en el 2003 negoció exitosamente dos proyectos de préstamo con el Banco Mundial por US\$28.06 millones y con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por US\$10.01 millones. Los primeros desembolsos de estos recursos iniciaron a mediados del 2004, y pese al poco tiempo transcurrido, ya se invirtieron un total de US\$4,9 millones.

Con estos fondos el Programa conformó dos Unidades:

- Mejoramiento del Clima de Negocios
- Promoción de Exportaciones.

#### **Unidad Mejoramiento del Clima de Negocios**

Principales Logros en Mejoramiento Clima de Negocios

- Conformación del Consejo Nacional de la Calidad, que pondrá en marcha el Sistema Nacional de la Calidad.
- Formación del Comité de Simplificación Administrativa para Empresas.
- El proyecto de Ley de Promoción y Defensa de la Competencia.
- El proyecto de Ley del Sistema Nacional de Formación y Capacitación.
- La facilitación técnica y administrativa para la certificación de los cuatro puertos marítimos del país.
- El diseño y aprobación de la Ley Marco de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

La Unidad Mejoramiento del Clima de Negocios trabaja en cinco componentes:

- Mejoramiento Clima de Inversión
- Innovación y Tecnología
- Mejoramiento de las Habilidades de la Fuerza de Trabajo
- Competitividad Local
- Campaña de Comunicación en Temáticas relativas a Competitividad

A continuación detallamos el trabajo realizado en cada uno de estos componentes:

### Componente 1: Clima de Inversiones

Este componente posee tres subcomponentes:

#### 1.1 Reducción del comportamiento anticompetitivo de las empresas:

Una necesidad impostergable para el país es la creación de una Ley de Promoción y Defensa de la Competencia que regule los arreglos entre empresas que persigan la fijación de precios, la repartición del mercado y el acaparamiento de productos.

Por ello, se preparó un proyecto de Ley de Defensa y Promoción de la Competencia con el apoyo de un consultor internacional con amplia experiencia en este tipo de legislaciones.

Este proyecto fue presentado a la Comisión Nacional de Competitividad que lo discutió con distintos sectores de la sociedad y con un grupo de connotados abogados nacionales. Una vez revisado detenidamente fue entregado formalmente al Presidente de la República, Ricardo Maduro, quien a su vez lo remitió al Congreso Nacional en donde será discutido en los primeros meses del 2005.

#### 1.2 Reducción de los procedimientos administrativos:

El Presidente de la República mediante decreto ejecutivo en Consejo de Ministros facultó a la Comisión Nacional de Competitividad (CNC) para realizar acciones necesarias a fin de dar aplicación y seguimiento a la Ley de Simplificación Administrativa, aprobada por el Congreso Nacional en el 2002.

En consecuencia, la CNC constituyó el Comité de Simplificación Administrativa para Empresas (CSAE), conformado por dos ministros de gobierno y tres representantes del sector privado, los cuales iniciarán sus funciones en los primeros días del 2005 con proyectos de simplificación en municipalidades e instituciones de gobierno.

#### 1.3 Infraestructura y logística

Honduras Compite asesoró el proceso de certificación de puertos en Honduras, el cual concluyó exitosamente el 1 de julio de 2004, con la certificación de cuatro puertos: Puerto Cortés, Puerto Castilla, Roatán y Henecán.

Posteriormente, siempre con el respaldo del trabajo técnico del Programa, se logró la certificación del Puerto de la Ceiba, dos terminales bananeras y puertos privados de carácter turístico, en diciembre del 2004.

En este proceso también se le ofreció apoyo administrativo y técnico a la Comisión Nacional de Protección Portuaria (CNPP) el ente certificador de los puertos.

### Componente 2: Promoción de la Innovación del Sector Privado

Este componente posee también tres subcomponentes:

#### 2.1. Sistema Nacional de la Calidad

Gracias al trabajo del Honduras Compite el país por fin cuenta con un diseño del Sistema Nacional de la Calidad. Para la concreción de este anhelo la Comisión Nacional de Competitividad aprobó la resolución en la que se crea el Consejo Nacional de la Calidad (CNCA) conformado por representantes del gobierno, sector privado y academia.

El 17 de noviembre se juramentó a los miembros del Consejo: Irvin Guerrero, Sub Secretario de Desarrollo Empresarial y Comercio Exterior, Mariano Jiménez, Ministro de Agricultura, Martín Chicas, Sector Industrial, Alejandro Arguello, Sector Forestal, Jacobo Paz, Sector Agroindustrial, Raúl Welchez, Sector Turismo, Mario Contreras, Representante Universidades, Ramón Sarmiento, Representante Universidades.

Otro logro importante fue la obtención de la asesoría técnica para la formación del Sistema de parte del Instituto de Metrología de Alemania (PTB por sus siglas en alemán) uno de los más prestigiados del planeta.

## 2.2. Centros de Innovación Tecnológica

A muchos de los productos hondureños les hace falta ese último paso para convertirse en mercancías de calidad mundial. Frecuentemente se trata de un mejor empaque, otras veces es un problema de marca, o bien, mejoras en el diseño o en el proceso productivo.

Para solucionar esto Honduras Compite creará Centros de Innovación Tecnológica (CITES) en los cuales las PYMES hondureñas contarán con el apoyo necesario para dar ese último paso.

El Programa iniciará esta labor en tres sectores estratégicos:

- CITES Madera y Mueble
- CITES Artesanía
- CITES Gastronómico

Durante el 2004 se finalizó el diseño de los CITES y están en marcha estudios sectoriales para afinar el perfil de la oferta y demanda de dichos centros.

## 2.3 Promoción de Inversión Extranjera Directa de Alto Valor

Honduras Compite, en conjunto con el DPI de FIDE, está diseñando una nueva estrategia pro activa de atracción de inversiones, que persigue diversificar la inversión que arriba a Honduras y al mismo tiempo lograr atraer compañías extranjeras que desarrollen procesos productivos de alto valor tecnológico.

En el 2004 se inició la contratación de las firmas consultoras que realizarán los estudios sectoriales (manufactura ligera, agronegocios, madera y mueble, turismo y otros servicios) que servirán como base para la conformación de la estrategia.

Sin embargo, mientras la estrategia está lista el Programa apoya la gestión de promoción que realiza FIDE, con respaldo técnico y financiero para la participación de ferias.

Asimismo se brindó apoyo a la Cancillería de la República para la conformación de la Red Consular de Promoción de Inversiones en Estados Unidos, al gestionar el pago, instalación y capacitación de ACT, un software especializado en la promoción de inversiones que además fue adecuado para mejorar los servicios consulares.

## Componente 3: Mejoramiento de las Habilidades de la Fuerza Laboral

Honduras Compite apoya la formación de un Sistema Nacional de Formación y Capacitación y para llevar adelante esta aspiración se suscribió un convenio con la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social (STSS).

Seguidamente, con el liderazgo de la STSS, se inició un proceso de discusión con los diferentes actores involucrados en la temática; empresa privada, centrales obreras y gobierno, en busca del consenso para la posterior redacción de un proyecto de Ley.

La discusión se llevó a cabo en el seno del Consejo Económico Social (CES), un ente tripartito cuyas iniciativas poseen amplia aceptación en el Congreso Nacional. En la sesión del CES del 7 de octubre se alcanzó el acuerdo entre los tres actores para apoyar la conformación del Sistema.

#### Reforma UNAH

Honduras Compite apoyó además a la educación superior, al servir como facilitador técnico para la elaboración y aprobación en el Congreso Nacional de la Ley Marco de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH). Este trascendental paso abre las puertas para la transformación de la UNAH, una aspiración perseguida desde hace varios años por distintos sectores de la sociedad.

#### Componente 4: Competitividad Local

Honduras Compite aspira a propiciar el mejoramiento de la competitividad en cuatro comunidades específicas, incorporando en pequeña escala en cada localidad los distintos componentes del Programa. Para ejecutar esta labor se suscribió un acuerdo con la Secretaría de Gobernación y Justicia, el socio idóneo en esta tarea.

Hasta el momento únicamente se ha seleccionado a Copán Ruinas como la primera comunidad piloto. Como primera medida en Copán Ruinas, durante el 2004 se llevó a cabo el proceso de contratación de una firma consultora que realizará un estudio de factibilidad para el mejoramiento del alcantarillado sanitario.

#### Componente 5: Campaña de Comunicación sobre Temas Relacionados a la Competitividad

La competitividad es también un asunto de actitud. Por ello un programa que aspire a mejorar la competitividad de un país debe de generar una estrategia comunicativa que contribuya a que los procesos de cambio ocurran.

En la conformación de esta estrategia, durante el 2004 Honduras Compite inició un diagnóstico de los públicos objetivo de programa, con la finalidad de conocer las percepciones asociadas a la temática de competitividad.

A la vez, durante el 2004 se logró el posicionamiento del Programa en los medios masivos de difusión como una fuente informativa de regular aparición. En prensa escrita durante el año aparecieron más de 75 notas informativas, aproximadamente 140 notas en emisoras radiales y unas 200 notas en noticieros televisivos.

Para respaldar las actividades de difusión se produjo material promocional, se mejoró la página Web y se organizaron campañas publicitarias coyunturales en respuesta a necesidades concretas de difusión.

**PROGRAMA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA GESTIÓN  
DE COMERCIO EXTERIOR Y FOMENTO A LA COMPETITIVIDAD**

**Programa BID**

**1. Título del Programa:**

Programa para el Fortalecimiento de la Gestión de Comercio Exterior y Fomento a la Competitividad.

**2. Población Meta:**

Sector Privado de Honduras, Pequeña y Mediana Empresa, Sector Laboral, Municipalidades.

**3. Ejecutores**

El Organismo Ejecutor será la Secretaría de Industria y Comercio, por conducto de la Unidad Ejecutora del Programa (UEP) y con el apoyo técnico y operativo de la Fundación para la Inversión y el Desarrollo de las Exportaciones (FIDE).

Para la implementación del Programa, la Presidencia de la Republica creo la Comisión Nacional de Competitividad (CNC), mediante Decreto Ejecutivo No. PCM-004-2002, como un órgano ad-hoc de consulta del Poder Ejecutivo en materia de competitividad, y tiene como funciones principales, las siguientes: (i) desarrollar un Programa Nacional de Competitividad; y (ii) generar iniciativas, realizar investigaciones o estudios relacionados con dicho Programa. La CNC está integrada por: (i) un representante de la Presidencia de la República; (ii) un representante del sector empresarial; (iii) el Secretario de Estado en el Despacho de Industria y Comercio, y de la Secretaría de Finanzas; (iv) el Coordinador del Gabinete Económico; (v) un representante del sector laboral; y (vi) tres o mas empresarios. Para alcanzar y cumplir adecuadamente con sus objetivos, la Comisión descansará en una Secretaría Técnica, que mediante convenio suscrito en mayo de 2002, la CNC y FIDE, acordaron que ésta actuara como Secretaría Técnica de la CNC.

**4. Objetivo y Metas**

El objetivo general del Programa es el de facilitar el proceso de integración de la economía Hondureña a los mercados internacionales en el contexto de los acuerdos extra-regionales (CAFTA, ALCA, Proceso de Doha en OMC) y regionales (Plan Puebla Panamá, perfeccionamiento del MCCA), mediante un grupo de acciones que fortalezcan la capacidad institucional del comercio exterior, e incentiven el trabajo conjunto entre los sectores público, privado y laboral en acciones que mejoren el clima de negocios, promuevan la asociatividad, ayuden a aumentar la productividad de las empresas, y contribuyan al encadenamiento de las PyMEs con los sectores más competitivos.

Este Programa intenta complementar otros esfuerzos de apoyo del BID y del Banco Mundial en aspectos de infraestructura logística de exportaciones, aumento de la eficiencia del sector financiero, y prevención de desastres, también diseñados con el objetivo de aumentar las condiciones de competitividad de la economía Hondureña.

Los objetivos específicos son:

1) fortalecer la capacidad del Gobierno de negociar e implementar su política comercial y fomentar el desarrollo de las exportaciones y;

2) apoyar el proceso ya iniciado de generación de consenso entre el Gobierno, el sector privado y el sector laboral, como base para la implementación de estrategias y proyectos que fomenten la competitividad de las empresas hondureñas en los mercados externos.

El Programa consta de dos sub-programas que se describen a continuación:

#### **Sub-Programa de Comercio Exterior.**

Las actividades incluidas en este subprograma buscan:

- (i) Fortalecer la capacidad del sector público de negociar y administrar acuerdos comerciales;
- (ii) Preparar e implementar, en coordinación con el sector privado, un Plan Nacional de Promoción de Exportaciones; y
- (iii) Establecer mecanismos de consulta y participación que faciliten el apoyo de la sociedad civil al proceso.

#### **Sub-Programa de Competitividad**

Como complemento a las actividades de carácter comercial apoyadas por el primer subprograma, el segundo subprograma intenta consolidar el proceso de diálogo y generación de consenso entre el Gobierno, el sector privado y el sector laboral, que busca fomentar la competitividad empresarial con particular atención a:

- (i) La implementación de la Estrategia Nacional de Competitividad, y la formulación e implementación de estrategias concretas sectoriales y subsectoriales para resolver los problemas identificados relacionados como barreras al crecimiento de la productividad, (el programa se centrará en buscar aumentar, prioritariamente, la productividad de los sectores agroindustrial, forestal y turismo, complementando el apoyo que el Banco Mundial está dando en paralelo al mejoramiento del clima de negocios;
- (ii) El apoyo al encadenamiento de las PyMEs a los clusters/sectores/subsectores empresariales de potencial competitivo; y
- (iii) El cofinanciamiento de la fase de pre-inversión de proyectos que surjan de los conglomerados y que cumplan con los criterios de selección del Programa.

### **4. Resultados y Logros**

En general se pueden mencionar una serie de logros importantes por si mismos, como consecuencia de la implementación del Programa; pero que adquieren una mejor relevancia al considerar que las actividades forman parte de un programa integral financiado con recursos del Banco Mundial y el BID.

#### **a. Apoyo al Sector Publico para Mejoramiento de la Competitividad**

En el 2004 el programa ha apoyado fuertemente a los procesos de apertura comercial emprendidos Post negociación del TLC CAUSA (CAFTA por sus siglas en ingles). Para esto se ha:

- a. Preparado del Diseño de una Estructura permanente para la Negociación y Administración de Acuerdos Comerciales. En especial se ha estado trabajando en la creación del Instituto de Comercio Exterior, el cual fue una de las iniciativas lanzadas por el presidente para su mandato.

- b. Se apoyado a la SIC con diferentes contrataciones de especialistas que incluyen la administración de contingentes y el diseño del sistema de administración, la revisión de las modificaciones al sistema legal al implementar CAFTA, asesoría den los temas ambientales del Tratado, Impacto del Tratado en los sectores sensibles agrícolas, Administración de las salvaguardias para los productos agrícolas sensibles.
- c. Colaboración en el diseño del sistema automático de administración de acuerdos Comerciales y el portal de Comercio Exterior de la Republica de Honduras, que fuera uno de los logros de la mesa de cooperación en la negociación del TLC.
- d. Se adquirió y entrego el equipamiento necesario para los negociadores. A este equipo es en necesario añadir el establecimiento de un sistema 800 para llamadas gratuitas a todos los ciudadanos que deseen más información acerca del CAFTA u otros tratados comerciales.
- e. Se ha capacitado al sector privado y el resto del sector público cuyas funciones están relacionadas al comercio exterior en el tema de normas de origen.
- f. Se contrato la campaña de relaciones publicas previo a la ratificación del TLC. En conjunto con la SIC se apoyo la elaboración de material que sirvió para difundir los resultados del Tratado y se organizaron varios eventos de dialogo con el sector privado, trabajadores, Sociedad Civil y Sector Privado. Se contrato a un especialista del Colegio de México que fuera identificado por el Presidente de la Republica en un viaje a este país, y cuyas exposiciones sirvieron fuertemente para convencer a los congresistas de la necesidad de la ratificación.
- g. Dada la importancia de los medios de comunicación en la formación de opinión, se desarrollaron dos diplomados en periodismo económico por primera vez en Honduras. A estos eventos asistieron un total de 47 periodistas de todo el país, incluyendo las zonas rurales. Los conocimientos impartidos han sido de mucha utilidad para estos comunicadores y de esta forma han comenzado ya el proceso de comunicar efectivamente el difícil tema de la economía y la apertura comercial.

#### **b. Sector Privado**

- a. Apoyo en la búsqueda de mercados para la pequeña y mediana empresa de Honduras, especialmente al sector agronegocios. De esta forma se concluyeron los estudios de mercado en cinco ciudades de los EUA, donde existe un gran potencial para los productos hondureños y orientados al mercado de nostalgia del inmigrante. Los estudios fueron entregados al Sector privado y que pueden ser descargados en el sitio de apoyo al sector exportador diseñado a este efecto: Honduras SI Exporta o Sistema de Información para Exportaciones.
- b. Diseño e implementación del Sistema de Información de Exportaciones (SI Exporta ).
- c. En conjunto con la SIC, se contrato e instalo una vitrina de exhibición de los productos de exportación de Honduras en los cuatro aeropuertos internacionales.
- d. Se han acompañado cerca de 50 empresas a diferentes ferias internacionales, como ser Feria SOURCES en Nueva York, Cafés Especiales en Triste y Barcelona, Misión Comercial A Taiwán, Feria Expo Comida Latina. En conjunto con la SAG se ha desarrollado una metodología especial para la apertura de nuevos mercados, concomida como Plataforma de Exportación; bajo este esquema se han apoyado cerca de 20 empresas que muchas de ellas ya están exportando a Canadá.

- e. Se esta diseñado en conjunto con la Escuela Agrícola, la creación de un centro de innovación y asesoría en Tecnología de Alimentos. Este centro esta orientado hacia el apoyo a los exportadores agrícolas y que puedan cumplir con los requerimientos sanitarios, de etiquetado o empaque de los mercados meta; a si como disponer de un sitio para investigar opciones de agregar valor a sus productos.
- f. Se esta diseñando la preparación de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible en coordinación con el Instituto Hondureño de Turismo y que servirá de base para los planes de inversión publica y privada en cada una de las regiones del país, y de esta forma continuar la labor de la Presidencia de darle una alta prioridad la sector turismo.
- g. Se esta diseñando e implementado una Unidad de Análisis y de Inteligencia de Mercados en la Cámara Nacional de Turismo, a fin de darle continuidad a la Estrategia dentro del Sector Privado y que este sea el centro de información para la nueva inversión de sector en el país.
- h. Se ha comenzado la segunda ronda de clasificación hotelera, previo al proceso de certificación de establecimientos hoteleros.
- i. Se ha apoyado al sector de productores de Melón, Banano y Plátano para la identificación de nuevos mercados o productos con valor agregado.
- j. Se ha iniciado un censo completo de los productores de frutas y vegetales en la zona central, en conjunto con la SAG y que servirá para el proceso de planificación y toma de decisiones tanto del sector público como privado.
- k. Se apoyo el desarrollo de la competencia Taza de la Excelencia en coordinación con el IHCAFE y en donde se obtuvo como resultado la mas lata calificación para un café a nivel de Latinoamérica por parte de un pequeño productor de Lepaera, Lempira y quien fuera condecorado por el Presidente de la Republica y el Congreso Nacional, como un ejemplo a seguir por los hondureños.
- l. Se ha iniciado el primer proyecto piloto de conformación de conglomerados productivo en la Zona de La Esperanza, con el fin de proveer de las herramientas necesarias a los pequeños productores rurales de competir en el contexto del CAFTA.

## **PROGRAMA PARA PROMOVER LA COMPETITIVIDAD Y LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS NO TRADICIONALES Y PRODUCTOS DE MADERA**

En el mes de septiembre de 2003, FIDE suscribió un Acuerdo Cooperativo con la Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos de América (USAID) para la ejecución de un programa de un año –que se extendió a 15 meses- con el fin de promover la competitividad de las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales y productos de madera, considerando el enorme potencial de desarrollo que tienen estos productos y la posibilidad de constituirse en el mediano plazo en una alternativa viable para la reducción de la pobreza en el sector rural.

Las actividades desarrolladas por el proyecto estuvieron orientadas a presentar a los productores y exportadores de productos de madera y agrícolas no tradicionales información de primera importancia sobre los mercados (i.e., estudios de mercado, requisitos y normas exigidos en los mercados internacionales, patrones del comercio internacional) que podrá contribuir a mejorar su competitividad y con ello a incrementar sus exportaciones. Asimismo, la información que generó el proyecto podrá ser utilizada por las instituciones y agencias, públicas y privadas, como referencia para orientar sus acciones y programas enfocados a mejorar la competitividad y promover las exportaciones de estos productos.

### **PPRINCIPALES LOGROS DEL PROGRAMA**

Para lograr la consecución de los objetivos del programa se logró constituir un equipo de especialistas, instalado en FIDE, que durante el período de ejecución del proyecto realizó investigaciones sobre los mercados para que los productores nacionales contaran con información de calidad y actualizada que les apoyara en la toma de decisiones, tanto de producción como de comercialización de sus productos.

El principal objetivo del programa fue “preparar estudios de mercado para que los productos agrícolas no tradicionales y de madera hondureños mejoraran su competitividad”, con lo que se trató de contribuir a fortalecer la capacidad productiva y exportadora de los productos objeto de análisis. Se identificaron productos con potencial de exportación que podrían beneficiarse de los estudios de mercado luego de revisión bibliográfica amplia de haber sostenido reuniones con otros programas y proyectos financiados por USAID, así como con instituciones que trabajan con el sector agrícola y de productos de madera.

La importancia del comercio intrarregional se ha incrementado considerablemente desde que Honduras se reintegró al Mercado Común Centroamericano, representando en el 2003 el 21% del intercambio comercial de Honduras. Así, se acordó investigar el potencial que presentan los mercados en El Salvador, lo mismo que en Costa Rica y Guatemala para productos hondureños seleccionados.

Los países de la Unión Europea son un mercado interesante que no ha sido aprovechado en toda su amplitud por los productores y exportadores hondureños, en gran parte debido al desconocimiento de la demanda potencial que ahí existe y en parte por falta de información sobre los requisitos que el mercado exige. Ello condujo a que se decidiera explorar las posibilidades que los productos de madera podrían tener ahí.

Para la realización de los estudios de mercado se contrató especialistas y firmas consultoras de reconocido prestigio en cada uno de los países investigados y se realizó un estricto monitoreo y control de las investigaciones de acuerdo con los términos de referencia establecidos al efecto, que incluían, entre otros aspectos: a) análisis de la demanda y oferta de los productos en el país objeto de estudios, b) comportamiento del consumo c) descripción detallada de todos los requerimientos de importación y normas técnicas aplicadas por el país importador, y d) una

estrategia de penetración, distribución y comercialización del producto para el respectivo mercado.

Cada estudio permitió identificar los nichos de mercado específicos en los que los productos hondureños tenían mayores posibilidades de incursionar, las tendencias de evolución de los mismos que podrían esperarse para los próximos años, y los requisitos que debían cumplir los productos. Adicionalmente cada estudio aportó listados de direcciones de potenciales socios en los mercados estudiados para los productos hondureños e incluso contactos preliminares con algunos de ellos que mostraron abierto interés por iniciar relaciones.

Estos estudios generaron información que antes de la ejecución del proyecto no existía en el país, lo que permitió apoyar a productores, exportadores y comercializadores hondureños en la toma de decisiones orientadas a mejorar su competitividad y a ampliar su participación en los mercados externos. Se realizaron un total de nueve (9) estudios de mercado):

#### **Productos seleccionados y países donde se realizaron las investigaciones**

<b>No.</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>PAÍSES</b>
1	Chiles jalapeño y tabasco	Costa Rica y El Salvador
2	Frutas y vegetales seleccionados	El Salvador
3	Muebles de madera para comedor y dormitorio	Costa Rica, El Salvador y Guatemala
4.	Muebles de madera: rústicos y de jardín	Alemania, Francia, Reino Unido, Suecia y Suiza
5	Productos lácteos artesanales	El Salvador y Guatemala

Se trató de dar la mayor cobertura posible a las presentaciones de los hallazgos de los estudios de mercado elaborados, para lo cual se realizaron eventos de amplia convocatoria para cada uno de ellos en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula. También se realizaron presentaciones en las ciudades de Choluteca, La Ceiba, Olanchito, Santa Rosa de Copán y Siguatepeque. A estos eventos se invitó a productores, comercializadores y exportadores de los productos objeto de análisis, así como a representantes de instituciones públicas y privadas relacionadas con el sector exportador y con la promoción de exportaciones. toda la información recabada durante las investigaciones.

Dado la importancia de los hallazgos del estudio de productos lácteos en El Salvador, se realizó un Taller con los titulares de las secretarías de Industria y Comercio y de Agricultura y Ganadería y sus equipos técnicos para presentarles los resultados del estudio de mercadeo y comercialización para productos lácteos en ese país.

Se brindó apoyo a productores para dar seguimiento a las acciones recomendadas en los estudios de mercado a fin de mejorar la competitividad de los productos y el acceso a mercados de interés. Así, se elaboraron tres documentos sobre mecanismos de implementación de algunas de las estrategias de penetración de mercado propuestas con el fin de reforzar la información entregada a los productores, comercializadores y exportadores nacionales dado el interés por ellos mostrados en algunos de los mercados investigados.

Se realizaron también tres (3) estudios de caso, los cuales se basaron en descripciones exhaustivas de los procesos productivos que han implementado las empresas, destacando la trayectoria evolutiva que llevó a ellos y las buenas prácticas que han hecho de la producción y comercialización de sus productos experiencias exitosas en los mercados.

Con la ejecución del proyecto cooperó además “con el sector público –especialmente con las Secretarías de Industria y Comercio (SIC) y de Agricultura y Ganadería (SAG)- para la formulación e implementación de políticas y programas orientados a promover las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales y productos de madera, que favorecieran el crecimiento del sector”. El apoyo brindado incluyó la contratación de consultores para apoyar actividades de la Unidad Técnica de Análisis (UTA) de la SIC y del Centro Nacional de Negocios de la SAG y para apoyar la ejecución de la campaña de comunicación sobre ventajas y retos del libre comercio como un factor determinante para contribuir a mejorar la competitividad de los productos hondureños -en especial de los productos de madera y agrícolas no tradicionales

Además de lo anterior, destacan los siguientes productos resultado de la ejecución del proyecto:

- Realización de 17 eventos donde se capacitaron 653 personas (429 hombres y 206 mujeres) sobre oportunidades de mercados para productos de madera y agrícolas no tradicionales, en los que se presentaron los hallazgos de las investigaciones.
- Realización de 9 eventos de difusión de información con productores agrícolas y del sector de la madera donde se capacitaron 334 personas (196 hombres y 138 mujeres) sobre aspectos que inciden en la competitividad de sus productos y el acceso a mercados.
- Capacitación de cinco (5) empresas y productores nacionales sobre el sistema de aseguramiento de calidad HACCP, mediante el apoyo por parte del programa para asistir a un curso de capacitación impartido por AGROBIOTEC en la ciudad de San Pedro Sula en el mes de mayo del 2004.
- Se desarrolló una base de datos de acceso libre con información macroeconómica actualizada que se ha puesto en la página Web de FIDE – [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn) .
- Se elaboró un Directorio Electrónico de empresas que elaboran productos de madera en los departamentos de Francisco Morazán, Cortés, Yoro y Atlántida con información proveniente del Proyecto PROINEL, la cual se encuentra disponible al público en el sitio Web de FIDE, <http://www.hondurasinfo.hn/esp/usaaid/index.asp>.
- Se realizaron cinco (5) eventos a fin de fomentar la asociatividad entre pequeños, medianos y grandes productores.

## **APOYO DIRECTO PARA LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

Del 24 al 27 del mes de marzo de 2004 se celebró en la ciudad de Guatemala, la feria AGRITRADE 2004, que es una feria centroamericana de productos agrícolas organizada por la Asociación Gremial de Exportadores de Productos No Tradicionales (AGEXPRONT). El proyecto financió la participación de cinco productores-empresas nacionales a las diferentes actividades de AGRITRADE 2004: Rueda de Negocios, Exhibición de Productos y Ciclo de Conferencias. Durante la Feria de Exhibición pudo constatarse que los productos que se presentaron tuvieron buena aceptación dentro del público así como con los compradores internacionales que asistieron a AGRITRADE 2004. Prueba de ello fue el interés que mostraron varias empresas en realizar negocios con los productores nacionales. A la fecha se tiene información de que los exportadores hondureños que asistieron al evento han concretado dos negocios con empresas guatemaltecas y uno con una empresa belga. Adicionalmente, tres empresas de El Salvador y dos de México, manifestaron su interés en realizar negocios con los productores hondureños que participaron en la feria, bien impresionados por la calidad de los productos que entonces pudieron degustarse.

Se apoyó la participación de la empresa IN VITRO en la Feria Internacional de El Salvador, realizada en la ciudad de San Salvador del 8 al 14 de noviembre de 2004. La aceptación de los productos que se exhibieron fue muy positiva y a la fecha la empresa ya ha sostenido pláticas con empresas salvadoreñas interesadas en distribuir y comercializar sus productos en ese país.

El sector de la industria de la madera es un sector que ha demostrado que los productos hondureños son competitivos y tienen una alta demanda en el mercado internacional, además de

un alto potencial para su expansión, y para el cual no se han desarrollado productos promocionales. Así, en el marco del programa se elaboró un CD-Catálogo Promocional de Productos de Madera de Honduras, el cual ha sido distribuido a las representaciones diplomáticas en el extranjero, las cuales lo han enviado a potenciales compradores de estos productos en los respectivos países.

Se elaboró material divulgativo sobre productos agrícolas no tradicionales, que será utilizado para distribuir en eventos comerciales (i.e., ferias, ruedas de negocios) donde participen productores y exportadores nacionales, y que permitan apoyar las actividades de promoción de exportaciones que realicen las instituciones de gobierno, instituciones del sector privado (i.e. asociaciones de exportadores, cámaras de comercio) y las representaciones de Honduras en el extranjero.

Uno de los problemas más serios que enfrentan los exportadores agrícolas es el poco conocimiento que tienen sobre los requisitos de importación que exigen los principales mercados de destino. Para apoyar a estos productores se elaboraron documentos contentivos de los requisitos para ingresar productos agrícolas a los mercados de Costa Rica, El Salvador y Guatemala, los cuales están a disposición de los interesados en el Centro de Información Comercial de FIDE.

## **EUROCENTRO HONDURAS**

El presente año se inicia la tercera fase del Programa Al-Invest con un concepto novedoso en lo referente a la administración del mismo.

Las dos primeras fases fueron administradas por funcionarios de la Comisión Europea y por empresas consultoras contratadas por ellos.

Al formular los términos de referencia para la fase que entró en vigencia en el año 2004, se especificó que el Programa sería administrado por los mismos actores, de manera que ahora son los eurocentros y sus contrapartes europeas los encargados de administrarlo.

Para ello se ha formado un consorcio el cual esta integrado por las instituciones siguientes:

Por Europa	GEPCI
	AECE
	Eurochambres
Por América	Fundemp
	Bancomext
	Cainco

Los eurocentros de Centroamérica, México, Cuba y Brasil nos pusimos de acuerdo para formar un solo bloque y se delegó la representación a Bancomext ante el Comité de Dirección.

A raíz del cambio en el equipo administrador del Programa, se han creado mas herramientas para apoyar a las empresas y para que los Eurocentros desarrollen nuevas capacidades que les permitan ampliar y mejorar los servicios que se les prestan a las empresas.

En la actualidad, además de los “Encuentros” o Ruedas de Negocio y el Programa ARIEL, se cuenta con otros seis instrumentos llamados:

- Capacitación de operadores
- Intercambio de funcionarios
- Actividades Conjuntas
- Capacitación para PYMES
- Semanas Europeas/Latinoamericanas
- Colaboración entre PYMES

La tercera fase del Al-Invest tiene una duración de 4 años y se continúa con el propósito de incrementar el volumen de negocios entre empresas Hondureñas y Europeas.

### **ARIEL HONDURAS**

Durante el año 2004, el Eurocentro continuó ejecutando por segundo año consecutivo el Programa ARIEL mediante el cual se trabaja de la mano con un grupo de 25 empresas apoyándolas hasta que concreten negocios con contrapartes europeas.

Al finalizar el año 2004, 10 empresas han cerrado y documentado negocios valorados en aproximadamente 23 millones de lempiras, y hay buenas posibilidades de que antes que concluya el programa, podamos documentar otros negocios . Es de hacer notar a que la mayoría de esos negocios se repetirán entre las mismas empresas, sin embargo el Eurocentro solo reporta el primer negocio entre las dos empresas que ha puesto en contacto.

Los negocios mas recientes han sido por venta de camarones a importadores españoles, y por esa razón estamos involucrados en los preparativos de una capacitación a los acuicultores hondureños utilizando expertos europeos.

El Eurocentro Honduras apoya no solamente a las empresas hondureñas, también está trabajando para empresas Centroamericanas, Mexicanas, y Argentinas. Esa vinculación se maneja por medio de los Eurocentros de esos países y contribuye a la colaboración y complementación entre empresas hondureñas con las latinoamericanas.

Uno de los aspectos mas valiosos de esta experiencia es que ha capacitado a personal del Eurocentro en las técnicas y en el desarrollo de contactos en Europa para poder concretar negocios lucrativos con empresarios latinoamericanos

## **ENCUENTROS SECTORIALES**

Se ha promovido la participación de empresarios hondureños a Ruedas de Negocio o "Encuentros" realizados en otros países.

Con ello se buscan todas las opciones comerciales, Exportación, Importación, Transferencia de Tecnología etc.

Se logró enviar delegaciones a los Encuentros Siguientes:

- Aquatech en Ámsterdam, para explorar negocios relativos al tratamiento de aguas
- SANA en Italia para buscar oportunidades con negocios de productos orgánicos
- Matelec en España el cual cubre el sector de materiales eléctricos
- OPTIMA en Francia para promover negocios agrícolas y agroindustriales
- Cafés Especiales en Italia para ampliar el volumen de negocio en ese nicho de nuestra industria.
- Agritrade en Guatemala en el cual se facilita el contacto con empresarios que trabajan en el sector agrícola.

## **ENCUENTRO SECTORIAL DEL EUROCENTRO HONDURAS**

Al entrar en operación la tercera fase del programa Al-invest el Eurocentro Honduras presentó una propuesta, la cual fue aprobada, para realizar a finales del mes de Febrero del 2005 una Rueda de Negocios con el Tema "Energía Renovable en Centroamérica".

Con esta Rueda de Negocios se busca poner en contacto a empresarios nacionales y extranjeros para darle un impulso al desarrollo de proyectos de generación de energía renovable.

Para ayudar a que esta propuesta fuese aprobada, se habían iniciado previamente los preparativos para realizar una feria cubriendo el mismo sector durante la cual se exhiban productos propios del sector, se ofrezcan servicios técnicos y se promuevan nuevas tecnologías.

Al finalizar la conformación de las actividades que conforman el evento de Energía, ha resultado que estas tienen cinco componentes:

- La Rueda de Negocios entre empresarios de Europa y de América Latina
- La Feria de Productos y Servicios
- El Foro sobre minicentrales hidroeléctricas
- La Segunda Conferencia Centroamericana de Energía Renovable
- La campaña de concientización a jóvenes de segunda enseñanza.

Bajo la responsabilidad del Ministerio de Recursos Naturales y Ambiente, se realizará la segunda conferencia centroamericana de energía renovable y con el apoyo del gobierno de Finlandia, un Foro sobre minicentrales hidroeléctricas.

La dirección de la organización del evento la asumieron tres instituciones: La Secretaría de Estado en Recursos Naturales y Ambiente, El Consejo Empresarial Hondureño para el Desarrollo Sostenible y FIDE por medio del Eurocentro.

Cada institución ha comprometido el apoyo de otras organizaciones en diferentes países del mundo. Al final del año aproximadamente 50 organizaciones se encontraban involucradas en el apoyo del evento y se tendrá la participación de empresas de mas de 20 países.

Para un evento de esta envergadura, se ha fortalecido con el apoyo prestado por jóvenes estudiantes universitarios quienes han prestado sus servicios especialmente en el mercadeo y logística del evento.

El año 2005 se iniciará con la realización de la Expoenergía 2005 y continuará con actividades de seguimiento a los contactos que allí se realicen. Confiamos que como resultado del evento, nuestro país será muy beneficiado.

Hemos estimado que el costo total excederá los siete millones de lempiras, y una buena parte de esa cantidad se distribuirá entre las empresas que prestarán los servicios durante la feria.

### **Otras actividades**

Se ha continuado con otras actividades de asistencia a empresarios Europeos y Nacionales quienes, de manera individual, solicitan información y contactos para hacer negocios.

Varias instituciones europeas tales como el Instituto de Comercio Exterior de Italia, agregados comerciales etc. Contactan al Eurocentro para buscar información, atender visitantes y apoyar de diferentes maneras a los empresarios que se interesan por hacer negocios en Honduras.

También durante este año se continuaron las visitas y gestiones con los socios del Eurocentro para tratar de definir su situación legal y la relación futura entre FIDE y el Eurocentro Honduras. Esas gestiones habrán de continuarse en el próximo año para poder tener una visión clara del futuro de la institución.

## **CENTRO DE INFORMACION COMERCIAL (CIC)**

Al igual que años anteriores, el 2004 fue de mucha actividad para el Centro de Información Comercial. Orgullosamente se cumplieron los objetivos trazados y sobre todo, el personal siente gran satisfacción por haber asistido a las personas que de una u otra forma se acercaron a nuestras oficinas en búsqueda de información a través de diferentes medios como ser: visitas, llamadas telefónicas, e-mails y faxes. Estas solicitudes de información se recibieron de muchas partes del mundo, por ejemplo: Pakistán, Egipto, Unión Europea, Estados Unidos, Canadá, América del Sur, China, Indonesia, Taiwán, el Caribe, Nueva Zelanda, etc.

A través de los nueve años de experiencia y por los muchos servicios brindados tanto en el ámbito nacional como internacional, el CIC ha ganado prestigio en el ámbito internacional. Esto se confirma al recibir solicitudes de personas que nos informan que conocieron de las actividades de FIDE a través de una institución internacional o porque obtuvieron la dirección en un directorio como: Directorio Mundial de Organizaciones de Promoción Comercial y Otros Organismos de Comercio Exterior de la OMC (World Directory of Trade Promotion Organizations and other Foreign Trade Bodies).

Durante el 2004, se elaboraron cinco Boletines Informativos conteniendo información de interés para nuestros usuarios, entre los cuales podemos mencionar: exportadores, cámaras de comercio, unidades de información, centros educativos, embajadas extranjeras en el país, instituciones del gobierno, organismos internacionales y de cooperación, así como aquellas otras instituciones y personas particulares que han manifestado su interés por el boletín. Con el objeto de que este documento sea una herramienta que brinde información oportuna y actualizada, en el se publica la información más reciente que se recibe. La secciones que contiene esta publicación son: nuevas adquisiciones, artículos de interés publicados en revistas, oportunidades comerciales (demandas y ofertas de productos), fuentes de información, ferias y eventos comerciales, servicios profesionales, indicadores económicos, registro de exportadores, etc. Algunos de los temas contemplados en estos boletines durante el 2004: productos de madera con alto valor agregado, servicios de apoyo a los exportadores, consideraciones antes de exportar, resultados del TLC entre Centroamérica y los Estados Unidos de América y certificaciones internacionales.

Es importante mencionar que los productos que elabora la institución, se constituyen en herramientas de apoyo para todas aquellas personas interesadas en nuestro país, así como para aquellos ejecutivos de instituciones privadas y gubernamentales que tienen la misión de representar a Honduras en eventos internacionales. De igual manera son de mucha utilidad para aquellas empresas que participan en ferias y eventos comerciales en el exterior. Entre estos productos podemos mencionar: DataBank, LawBank, Carpeta Promocional, Directorio de Exportadores, y el CD promocional.

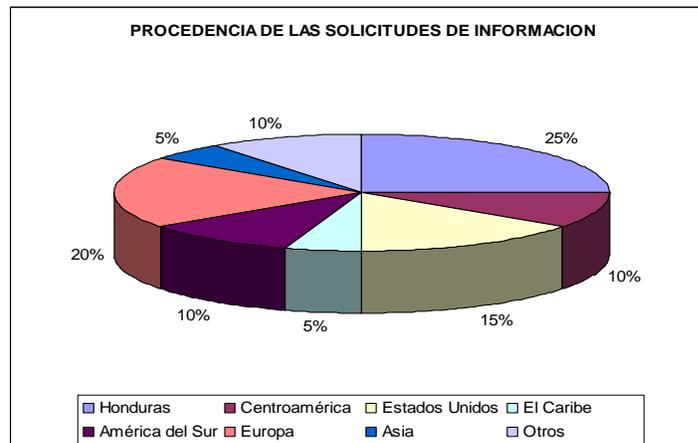
Otra de las herramientas de gran apoyo para el CIC, sigue siendo el sitio de FIDE en Internet: [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn), el cual es día a día visitado por un gran número de personas. Durante el 2004, en la sección del sitio llamada "oportunidades comerciales", se promocionaron los productos de dos empresas hondureñas: a) Cuadros típicos elaborados con materiales propios del país como tusa, petate, madera, semillas, etc. y b) Flores exóticas.

En enero, se recibió invitación de parte del Instituto Hondureño de Cultura Interamericana y del Centro de Recursos Informativos de la Embajada Americana, para formar parte de la Asociación de Documentalistas y Bibliotecarios de Honduras, la cual ya está legalmente organizada y cuenta con sus propios estatutos.

Continuó nuestra participación en la Bibliografía Centroamericana en Red "METABASE", lo que nos ha permitido que se sigan promoviendo nuestros servicios a nivel mundial, en especial en el sector estudiantil, ya que durante este año recibimos solicitudes de estudiantes provenientes de

todas partes del mundo, interesados en documentos que se tienen en el CIC o información varia sobre el país.

El acervo bibliográfico con que cuenta el centro actualmente es de aproximadamente 11,500 documentos impresos, un archivo de recortes de periódicos de diarios nacionales (1996-2004) con una amplia gama de temas relacionados con Honduras sobre economía, finanzas, banca, educación, energía, transporte, telecomunicaciones, productos de exportación, privatización, turismo, agricultura, inversión, etc. Se cuenta también con una recopilación del Diario Oficial de Honduras "La Gaceta", para consultas relacionadas con leyes, decretos y acuerdos del país (1995-2004).



Durante el 2004 se contrataron las personas que manejaran los nuevos servicios que prestará el CIC en el 2005. Iniciaron la elaboración de las bases de datos que servirán para poder brindar los servicios de:

### **FONOEXPORT**

Servicio telefónico atendido por personal especializado en el manejo de información relacionada con el comercio exterior. Será la puerta de entrada al portal "SI EXPORTA". Al llamar usted podrá conocer cómo exportar sus productos exitosamente y cómo, a través de nuestros instrumentos y servicios, lo podemos orientar y apoyar en el desarrollo del proceso exportador y en la internacionalización de sus productos con el objetivo de consolidar nuestra base exportadora.

Además, las personas encargadas le brindarán la asistencia necesaria para ayudarle a encontrar la información comercial que necesite para conocer cómo y dónde exportar sus productos.

### **¿A quién está dirigido?**

FONOEXPORT está orientado a todos aquellos que desean iniciarse en el negocio de las exportaciones, especialmente pequeñas y medianas empresas y en general, las personas que tienen requerimientos de información comercial y están en un proceso de toma de decisiones en el ámbito de las exportaciones.

### **CYBER EXPORT**

Servicios especializados en comercio exterior, donde el sector exportador puede recabar antecedentes que le permitirán conocer las potencialidades de un mercado, las características de los principales competidores de Honduras y disponer de la información necesaria para planificar la inserción de sus productos y/o servicios en el mercado de su interés.

### **¿A quién está dirigido?**

Al sector exportador, como también a las pequeñas y medianas empresas que están interesadas en incursionar en el negocio de exportación.

Adicionalmente, durante el 2004 y con el propósito de estrechar relaciones entre las diferentes instituciones que cuentan con servicios de información e intercambiar material bibliográfico, experiencias e ideas, el CIC participó en varias reuniones, llevadas a cabo en diferentes instituciones. Asimismo, se participó en cursos y seminarios, con la finalidad de enriquecer conocimientos y mantenerse actualizado con los avances en el manejo de la información. Consecuentemente, se ha continuado apoyando a las instituciones que han solicitado orientación y colaboración para la organización de sus propios centros de información.

Desde junio del 2004, el CIC está localizado en las nuevas instalaciones de FIDE, contando con un espacio más amplio y con mayor accesibilidad para nuestros usuarios.

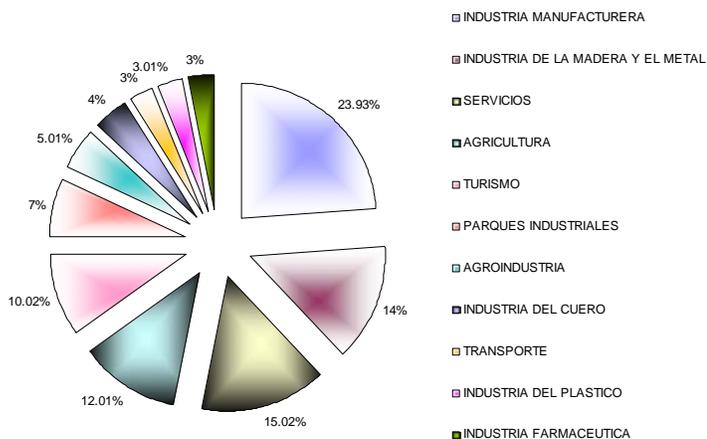
## REGISTRO DE EXPORTADORES DE HONDURAS

El Registro de Exportadores de Honduras ha sido un programa completamente exitoso pues año con año las empresas se suscriben a él para gozar de múltiples beneficios, mencionamos algunos de ellos:

- Se mantiene un perfil de cada una de las empresas en la página web [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn), con un link directo a la página web de la empresa.
- Se informa de oportunidades de negocio o se contacta directamente a las empresas para realizar alianzas estratégicas, coinversiones, negocios y búsqueda de representantes.
- Se proporciona capacitación en temas de mucho interés
- Con el apoyo del Programa Nacional de Competitividad se proporciona asesorías técnicas, capacitaciones específicas, certificaciones de empresas, encuentros empresariales, ferias a nivel nacional e internacional.
- Inclusión en los Listados del Directorio de Exportadores de Honduras, al igual que en las revistas: Destination Honduras y Welcome Honduras.
- Se proporciona información en el Centro de Información Comercial (CIC), y si hay algunos estudios realizados por FIDE, como ser: Estudio de Productos Nostálgicos, de Madera, Lácteos y otros. Se les brinda copia sin costo alguno.

Este año invitamos a algunas empresas que forman parte del Registro de Exportadores de Honduras a dos ferias las cuales tuvieron mucho éxito, una de ellas fue la feria “Semana de Honduras en Taiwán”, se llevó a cabo en las tres ciudades más importantes de Taiwán, obteniéndose excelentes resultados al igual que la feria “Expocomida Latina”, ambas fueron patrocinadas por el Programa Nacional de Competitividad y FIDE.

A continuación se detalla cada uno de los sectores que forman parte del Registro de Exportadores al igual que el porcentaje que cada uno de ellos representa.



## **DIRECTORIO DE EXPORTADORES DE HONDURAS**

El Directorio de Exportadores de Honduras cada día se posiciona más como fuente de información para empresarios, investigadores, inversionistas, instituciones internacionales y gubernamentales, estudiantes, turistas y lectores en general, debido a que posee una gama completa de información dividiéndose en secciones, facilitando de esta manera la búsqueda de información específica. Estas son las secciones que conforman el Directorio de Exportadores de Honduras:

- Información General del País
- Honduras en Cifras
- Datos Poblacionales
- Paquete Completo
- Telecomunicaciones
- Información sobre FIDE
- Productos de Exportación
- Compañías Exportadoras
- Servicios
- Compañías de Servicios
- Anuncios
- Listados

La distribución del Directorio de Exportadores de Honduras es a nivel mundial a través de la Red de Consulados, Embajadas, Cámaras de Comercio, colaboradores de FIDE tanto a nivel nacional como internacional, es por ello que las empresas siempre dicen presente para dar a conocer sus productos y (o) servicios por medio de esta publicación que al igual que el Registro de Exportadores de Honduras está también disponible en la página web [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn).

Nuevamente invitamos a las empresas que aún no forman parte de estos dos programas a que se inscriban, para que gocen de los múltiples beneficios disponibles, los cuales harán más competitiva a su empresa. Contáctenos, nuestros números telefónicos son los siguientes: (504) 221-6311/5351 o a nuestros e-mails: [rexhon@fidehonduras.com](mailto:rexhon@fidehonduras.com) o [dsuazo@fidehonduras.com](mailto:dsuazo@fidehonduras.com)

## **PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

FIDE cumplió este año 20 años de promover con entusiasmo la imagen del país contribuyendo a enriquecer el clima de inversión y negocios en Honduras. Para contribuir a dicha tarea FIDE ha venido elaborando una gama de productos a través de los años que facilitan la labor de promoción dentro y fuera del país. Los materiales y productos elaborados por la Fundación son la tarjeta de presentación de varias instituciones estatales así como privadas que se dedican de una forma u otra a promover los negocios y las inversiones en Honduras. A continuación detallamos los principales productos con que cuenta la Institución y que fueron ya sea producidos o actualizados en el 2004:

**[www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn)** Hoy por hoy es el sitio más visitado acerca de Honduras en cuanto a comercio, negocios e inversiones se refiere, y para estar a la altura de esta demanda este año el hondurasinfo mostró un rostro rejuvenecido que representa una continua adaptación a las necesidades y exigencias de los clientes y el comercio internacional. Se han incorporado actualizaciones más ágiles y fáciles accesos para las búsquedas, se han incluido mayores servicios y toda la tecnología moderna puesta al servicio de quienes confían en la institución.

**Memoria 2003** La Memoria continúa siendo uno de los materiales impresos de mayor demanda con que cuenta la Fundación. Año tras año el propósito ha sido presentar no sólo un documento que relate las actividades anuales desarrolladas por la organización, sino también un documento que aporte información valiosa sobre la economía nacional u otros temas afines.

**Boletín Informativo** Se editaron 5 ediciones en el 2004 y una edición especial dedicada exclusivamente al Tratado de Libre Comercio (TLC) la cual contó con el patrocinio del proyecto PEP. Esta publicación tiene gran demanda entre empresarios, estudiantes e instituciones de gobierno. El Boletín Informativo puede ser visto y además descargado desde el [www.hondurasinfo.hn](http://www.hondurasinfo.hn) en la sección de publicaciones.

**Directorio de Exportadores 2004** Durante este año se produjo la cuarta edición del Directorio de Exportadores. Continuando con una tradición de elegancia y dinamismo se elaboró una publicación de acorde con los retos que implica la promoción de las exportaciones y los servicios de Honduras en un mundo cada vez más competitivo. Esta edición estará disponible al público en febrero del 2005.

**Materiales Promocionales** La carpeta promocional de la Institución incluye información relacionada con las ventajas competitivas que ofrece el país en materia de inversión, parques industriales y zonas libres, leyes que se aplican a las empresas exportadoras y datos generales sobre Honduras. Parte de esta carpeta lo constituye también el *Mapa de Honduras para Inversionistas* el cual contiene temas de interés sobre las principales actividades económicas por ubicación geográfica, los parques nacionales, las reservas biológicas, los refugios silvestres, mapas de las Islas de la Bahía y las ciudades de Tegucigalpa, San Pedro Sula, y La Ceiba, así como información sobre hoteles, museos y embajadas. La carpeta es instrumento clave para el Programa de Promoción Externa en su labor de atención al inversionista, así como la principal fuente de información para los miles de visitantes que acuden a los kioscos informativos de Honduras cuando la Fundación participa en diversas ferias y eventos internacionales.

**Las Revistas Bienvenidos a Honduras y Destination Honduras** Como parte de la alianza establecida con ambas publicaciones se les preparó a ambas publicaciones las secciones de negocios e inversiones respectivas. Ambas publicación promueven acertadamente las bondades turísticas y los negocios del país. Se espera la nueva edición de estas revistas para los primeros meses del 2004.

**HOW DESIGN Conference 2004** Con el animo de mantenerse en constante capacitación y actualizado con las nuevas tendencias de diseño gráfico se participó por vez primera en la

Conferencia How Design que tuviese lugar en la ciudad de San Diego, EEUU. El propósito principal de este evento es brindarle la oportunidad a creativos, diseñadores gráficos, publicistas y artistas que participan de actualizar sus conocimientos e intercambiar experiencias en cuatro puntos clave de la industria: diseño gráfico, creatividad, negocios y tecnología.

## **OPERACIONES GENERALES**

La Fundación para realizar sus diferentes actividades, tanto en lo inherente a la promoción de inversiones y exportaciones como en la ejecución de nuevos proyectos, cuenta con el soporte de las áreas administrativas, contables y de computación bajo la responsabilidad de la División de Operaciones y de cada una de la Unidades Ejecutoras de Proyectos.

Al haberse consolidado la etapa de ejecución del Programa Nacional de Competitividad que es financiado con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y del Banco Mundial (BM) así como del proyecto, Mejoramiento de la Competitividad de Productos de Madera y Agrícola no Tradicionales que fue patrocinado por la Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID), cada una de las áreas de operaciones generales cumplió con su cometido de proporcionar el apoyo logístico-administrativo requerido por las unidades técnicas así como de suplir la información contable y financiera para uso de los clientes tanto internos como externos, principalmente de las instituciones relacionadas con la ejecución de los diferentes proyectos.

En el área técnica de informática, la institución continúa manteniéndose a la vanguardia de las nuevas tecnologías. En el presente año se implementó el sistema de seguridad denominado "firewall" mediante el cual se brinda seguridad a los sistemas de información clave de la institución que entre otros comprende, servicios web, correo electrónico, portales de exportación y sistemas administrativos-contables. Asimismo, se instaló el sistema de comunicación gerencial denominado "Collaboration Suit" por medio del cual el personal ejecutivo, técnico y administrativo dispone y comparte de la información mas relevante que se genera diariamente alrededor de las diferentes actividades de cada una de las áreas de trabajo.

En la medida que ha venido creciendo la estructura organizativa de FIDE por la incorporación de nuevos proyectos, la demanda de espacio físico de oficinas se ha incrementado, por tal razón y después de haber realizado los análisis respectivos, la administración apoyada por su Junta Directiva compró un nuevo edificio el cual fue acondicionado para el funcionamiento de los distintos departamentos y unidades ejecutoras de proyectos. La institución se trasladó a mediados del año 2004 a su nueva sede cuya ubicación es, final del boulevard Morazán, colonia la Estancia en la ciudad de Tegucigalpa.