



**FACULTAD DE POSTGRADO
TESIS DE POSTGRADO**

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA DESARROLLAR
PROYECTO HOTELERO EN SANTA ROSA DE COPÁN,
HONDURAS 2019**

SUSTENTADO POR:

**LESLIE JANNETH MEJÍA CRUZ
SONIA ELISA AVELAR DÁVILA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL
Y MÁSTER EN FINANZAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.

DICIEMBRE, 2019

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

VICEPRESIDENTE UNITEC, CAMPUS SPS

CARLA MARÍA PANTOJA

DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA DESARROLLAR
PROYECTO HOTELERO EN SANTA ROSA DE COPÁN,
HONDURAS 2019**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR A TÍTULO DE**

**MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL
Y MÁSTER EN FINANZAS**

**ASESOR METODOLÓGICO
MARTHA MARÍA HERNÁNDEZ**

**ASESOR TEMÁTICO
LEONIDAS GUEVARA**

**MIEMBROS DE LA TERNA
CARLOS TRIMINIO
LEIDA POLANCO
FABIO PONCE**

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2019

LESLIE JANNETH MEJÍA CRUZ
SONIA ELISA AVELAR DÁVILA

Todos los derechos son reservados.

**AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES) PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE
POSTGRADO**

Señores

**CENTRO DE RECURSOS PARA
EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)
SAN PEDRO SULA**

Estimados Señores:

Nosotros, LESLIE JANNETH MEJÍA CRUZ Y SONIA ELISA AVELAR DÁVILA, de San Pedro Sula, autores del trabajo de postgrado titulado: ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA DESARROLLAR PROYECTO HOTELERO EN SANTA ROSA DE COPÁN,2019, presentado y aprobado en Octubre/2019, como requisito previo para optar al título de máster en DIRECCIÓN EMPRESARIAL CON ORIENTACIÓN EN HABILIDADES DIRECTIVAS Y FINANZAS Y MÁSTER EN FINANZAS y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizo a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de UNITEC, para que con fines académicos puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

- 1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.
- 2) Permita la consulta y/o la reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables. Asimismo, el autor cede de forma ilimitada y exclusiva a UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC

En fe de lo cual se suscribe el presente documento en la ciudad de San Pedro Sula, a los 8 días del mes de enero del año 2020.

Leslie Janneth Mejía Cruz

21753043

Sonia Elisa Avelar Dávila

21613181



FACULTAD DE POSTGRADO

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA DESARROLLAR PROYECTO HOTELERO EN SANTA ROSA DE COPÁN, HONDURAS 2019

AUTORES

LESLIE JANNETH MEJÍA CRUZ & SONIA ELISA AVELAR DÁVILA

RESUMEN

Honduras es un país con riqueza histórica, cultural y gastronómica, cuyo potencial aún no ha sido aprovechado al máximo. De acuerdo con estudios de entidades locales la cifra de visitantes, nacionales e internacionales, refleja un comportamiento al alza. Entre las zonas visitadas se encuentra Santa Rosa de Copán, una ciudad colonial que ha evolucionado durante los últimos años diversificando sus fuentes de ingreso, provenientes del sector agrícola, al sector del turismo. Actualmente no se cuentan con estudios que permitan determinar la necesidad de alojamiento en la zona; razón por la cual surge la interrogante de determinar la factibilidad desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero el desarrollo de un proyecto hotelero. La investigación se realizó utilizando un enfoque mixto, no experimental con alcance descriptivo. Se aplicaron encuestas a un total de 384 personas correspondientes a la muestra del segmento. Con base a los resultados se determinó la demanda potencial insatisfecha, los requerimientos técnicos para su desarrollo y se llevó a cabo un análisis para determinar la factibilidad; sobre el cual se concluye que el proyecto es rentable con una TIR del 10% y un VPN de L549,220, rechazando la hipótesis nula.

Palabras Clave: Turismo, Hotelería, Factibilidad



POSTGRADUATE FACULTY

FEASIBILITY STUDY TO DEVELOP A HOSPITALITY PROJECT IN SANTA ROSA DE COPÁN, HONDURAS 2019

AUTHORS

LESLIE JANNETH MEJÍA CRUZ & SONIA ELISA AVELAR DÁVILA

ABSTRACT

Honduras is a country whose potential has not been fully exploited despite its cultural, historical and gastronomical wealth. According to local entities the amount of national and international visitors exhibits an upgrowing trend. One of the most visited destinations is Santa Rosa de Copán, a small town with colonial heritage whom in the last years has shown progress through diversification of income streams, from agricultural to tourism sector. Currently there are no studies available to identify the zone's accommodation demand, which led to the enquiry for determining the feasibility to develop a hospitality project from a market, technical and financial perspective. The investigation was conducted through a mixed, nonexperimental approach and a descriptive scope. Surveys were applied to a sample of 384 persons pertaining to the market segment. Based on the results, the unsatisfied demand and technical requirements were determined for its implementation, as well as a financial analysis to identify its feasibility. The evaluation concludes that the project is profitable with a NPV of L549,220 and an IRR of 10%, therefore the null hypothesis is rejected.

Key Words: Tourism, Hospitality, Feasibility

DEDICATORIA

Dedico primeramente a Dios porque de él originan todas las cosas, por haberme guiado y darme la sabiduría y fortaleza para poder empezar y finalizar este proyecto en este tiempo. A mis padres José Díaz, Guadalupe Cruz por brindare el apoyo, moral e incondicional siempre. A mi amado esposo Jorge Sandres y nuestros hijos Samir, Isaac, Michelle, Itzayana por ser parte de mi mundo y estar dispuestos a sacrificar nuestro tiempo en pro de mi meta hoy finalizada. A mis hermanos David, Ermito, Yolany, Samuel y todos mis amigos(as) que siempre están allí apoyándome les dedico este triunfo.

Leslie Janneth Mejía Cruz

A mis padres, quienes me motivaron a seguir formándome para superar retos, por brindarme su apoyo incondicional, por su ejemplo y valores que me han inculcado.

Sonia Elisa Avelar Dávila

AGRADECIMIENTO

Doy las gracias primeramente a Dios por su bondad, gracia, amor y misericordia, por guiarme en todo este proceso de inicio a fin, por poner en mi camino a todos los catedráticos(as), compañeros(as), amigos(as) y familiares del cual he aprendido algo nuevo de cada uno, a todos muchas gracias por ser parte de mi proceso de aprendizaje.

Leslie Janneth Mejía Cruz

En primer lugar, agradezco a Dios por darme la oportunidad de culminar con éxito una etapa más en mi vida. A mi familia, novio y amistades, que me brindaron su apoyo a lo largo del proceso. Así mismo, a los asesores y catedráticos que contribuyeron en nuestra formación, compartiendo su tiempo y conocimiento.

Sonia Elisa Avelar Dávila

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	4
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	5
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.5 JUSTIFICACIÓN	6
1.6 VIABILIDAD	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	8
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	8
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	8
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO	12
2.1.3 ANÁLISIS INTERNO	17
2.1.3.1 SEMANA SANTA	21
2.1.3.2 SEMANA MORAZÁNICA	22
2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	23
2.2.1 EVALUACIÓN DE PROYECTOS	24
2.2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO	25
2.2.1.2 ESTUDIO TÉCNICO	25
2.2.1.3 ESTUDIO FINANCIERO	26
2.2.2 TEORIA MOTIVACIONAL	27
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN	28
2.3.1 TURISMO	28
2.3.2 HOSPEDAJE	28
2.3.3 SERVICIO	28
2.3.4 PROYECTO DE INVERSIÓN	29

2.4 INSTRUMENTOS	29
2.5 MARCO LEGAL	29
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	31
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA	31
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA.....	31
3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	32
3.1.3 HIPÓTESIS	35
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS	35
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA	36
3.3.2 UNIDAD DE ANÁLISIS Y RESPUESTA.....	37
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	37
3.4.1 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	37
3.4.1.1 CUESTIONARIO.....	38
3.4.1.2 PRUEBA PILOTO	38
3.4.2 TÉCNICAS.....	38
3.4.2.1 ENCUESTAS	38
3.4.2.2 ENTREVISTAS	39
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	39
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS.....	39
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS.....	39
3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO	40
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	41
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	41
4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS	41
4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL	42
4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO	43
4.5 ESTUDIO DE MERCADO	44
4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA	44
4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	47
4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO.....	51
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS.....	53

4.5.4.1 PRODUCTO.....	53
4.5.4.2 PLAZA	53
4.5.4.3 PRECIO.....	54
4.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES	54
4.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO	54
4.6.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN.....	55
4.6.2.1 UBICACIÓN.....	58
4.6.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.....	60
4.6.3.1 INSTALACIÓN DEL SERVICIO	61
4.6.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	66
4.7 ESTUDIO FINANCIERO.....	68
4.7.1 PLAN DE INVERSIÓN.....	68
4.7.2 ESTRUCTURA Y COSTO DE CAPITAL.....	69
4.7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	71
4.7.4 PRESUPUESTO DE GASTOS.....	72
4.7.5 DEPRECIACIÓN.....	73
4.7.6 PROGRAMA DE AMORTIZACIÓN	74
4.7.7 ESTADO DE RESULTADO	74
4.7.8 PRESUPUESTO DE EFECTIVO	75
4.7.9 BALANCE GENERAL.....	75
4.7.10 FLUJO DE EFECTIVO.....	76
4.7.11 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL.....	77
4.7.11.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN.....	77
4.7.11.2 VALOR PRESENTE NETO.....	78
4.7.11.3 TASA INTERNA DE RETORNO E ÍNDICE DE RENTABILIDAD.....	79
4.7.12 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	79
4.7.13 ANÁLISIS DE ESCENARIOS	79
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	82
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXOS	86
ANEXO 1. ENCUESTA – FORMULARIO EN LÍNEA	86
ANEXO 2. MEDIO POR EL CUAL SE ENTERA DE DISPONIBILIDAD	88
ANEXO 3. COTIZACIÓN LADY LEE.....	89

ANEXO 4. COTIZACIÓN OFFICE DEPOT.....	90
ANEXO 5. COTIZACIÓN FEMOSA	91
ANEXO 6. COTIZACIÓN ALIBABA.....	92
ANEXO 7. ÚTILES DE HONDURAS	93
ANEXO 8. COTIZACIÓN MACDEL.....	94
ANEXO 9. COTIZACIÓN TIGO.....	94
ANEXO 10. COTIZACIÓN HONDUESPACIOS	95
ANEXO 11. COTIZACIÓN AMAZON.....	96
ANEXO 12. CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMÁTICA	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Crecimiento de los principales grupos hoteleros 1995-2005	3
Tabla 2. Actividades Económicas clasificadas por Sector.....	5
Tabla 3. Motivos de Viaje del Turismo Receptor.....	15
Tabla 4. Gasto Promedio por Región de Residencia	19
Tabla 5. Estadía promedio	22
Tabla 6. Estadía Promedio	23
Tabla 7. Matriz metodológica.....	31
Tabla 8. Operacionalización de las Variables.....	33
Tabla 9. Modelo Canvas	42
Tabla 10. Cálculo DPI.....	52
Tabla 11. Gastos de Constitución	61
Tabla 12. Detalle Costo Edificio y Remodelaciones	62
Tabla 13. Detalle Mobiliario y Equipo	62
Tabla 14. Detalle Mobiliario y Equipo de Oficina	63
Tabla 15. Detalle Mobiliario y Equipo de Habitaciones.....	63
Tabla 16. Otro Detalle de Mobiliario y Equipo de Habitaciones	64
Tabla 17. Resumen Mobiliario y Equipo.....	64
Tabla 18. Gastos de Papelería y Útiles	64
Tabla 19. Gastos Operativos	66
Tabla 20. Gastos de Publicidad y Página Web	66
Tabla 21. Planilla Salarial	68
Tabla 22. Plan de Inversión	69
Tabla 23. Estructura de Capital.....	69
Tabla 24. Tasa Fondos Propios.....	70
Tabla 25. Costo de Capital.....	70
Tabla 26. Resumen Cálculo de Ocupación.....	71
Tabla 27. Cálculo Ventas Primer Año	72
Tabla 28. Ingresos.....	72
Tabla 29. Gastos de Operación	73
Tabla 30. Depreciación	73

Tabla 31. Plan de Amortización.....	74
Tabla 32. Estado de Resultado.....	74
Tabla 33. Presupuesto de Efectivo.....	75
Tabla 34. Balance General.....	76
Tabla 35. Flujo de Efectivo Operativo.....	77
Tabla 36. Periodo de Recuperación	77
Tabla 37. Periodo de Recuperación Descontado	78
Tabla 38. Valor Presente Neto	78
Tabla 39. Punto de Equilibrio	79
Tabla 40. Técnicas de Evaluación - Escenario Optimista.....	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Línea del tiempo – Industria Hotelera	2
Figura 2. Índice Mensual de la Actividad Hoteles y Restaurantes	4
Figura 3. Evolución del Turismo-Número de Llegadas Internacionales	9
Figura 4. Llegadas e ingresos por turismo internacional	10
Figura 5. Llegadas de turistas internacionales por región.....	10
Figura 6. Llegadas de turistas internacionales por país	11
Figura 7. Visitantes Totales - Región	13
Figura 8. Cruceros Recibidos.....	13
Figura 9. Llegadas de Turistas según Región de Procedencia.....	14
Figura 10. Distribución de la llegada de turistas según vía de acceso	14
Figura 11. Gasto turístico promedio	15
Figura 12. Noches de estadía promedio.....	16
Figura 13. Cantidad de establecimientos	16
Figura 14. Ocupación Hotelera.....	17
Figura 15. Llegada de Visitantes a Honduras	19
Figura 16. Estacionalidad llegada de turistas.....	20
Figura 17. Estructura del gasto	20
Figura 18. Comparación de la movilización de visitantes	21
Figura 19. Comparación de la movilización de visitantes	22
Figura 20. Estructura general de la evaluación de proyectos.....	24
Figura 21. Estructuración de análisis financiero.....	26
Figura 22. Jerarquía de las necesidades	27
Figura 23. Diagrama de las variables.....	32
Figura 24. Enfoque metodológico.....	35
Figura 25. Cantidad de Hoteles.....	45
Figura 26. Clasificación Hoteles.....	46
Figura 27. Hoteles más Visitados	46
Figura 28. Rango de Edad de los Encuestados	47
Figura 29. Género Encuestados	48
Figura 30. Ingresos de los Encuestados	48

Figura 31. Ocupación.....	48
Figura 32. Ciudad de Residencia	49
Figura 33. Motivo de Visita.....	49
Figura 34. Estadía	50
Figura 35. Estacionalidad.....	50
Figura 36. Vistas a Santa Rosa de Copan	51
Figura 37. Frecuencia de Visita	52
Figura 38. Diseño del Proyecto.....	55
Figura 39. Diseño Primer Nivel	56
Figura 40. Diseño Segundo Nivel.....	57
Figura 41. Diseño Tercer Nivel	57
Figura 42. Mapa Turístico de Honduras	58
Figura 43. Mapa Municipio de Copán	59
Figura 44. Micro Localización.....	59
Figura 45. flujo de Proceso Servicio al Cliente	60
Figura 46. Organigrama Hotel ML	66

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Santa Rosa, también conocida como la Sultana de Occidente, es una ciudad colonial ubicada en el departamento de Copán. Esta es una zona que históricamente se ha destacado por el cultivo de tabaco y café. Sin embargo, en los últimos años se ha diversificado a otros rubros como el turismo considerando el auge comercial, así como la cercanía con otras zonas que poseen atractivos turísticos.

Actualmente, las instituciones tanto a nivel público como privado han descentralizado las sedes para el desarrollo de actividades comerciales, promocionales o sociales por lo que Santa Rosa se ha convertido en uno de los destinos predilectos.

La cámara de turismo local ha desempeñado un papel fundamental en el crecimiento antes mencionado, considerando que ha desarrollado actividades para destacar la riqueza histórica y gastronómica a través de la Expo Copán, alianzas estratégicas con “influencers” para promocionar la marca “Yo amo Santa Rosa”, así como un enfoque en experiencias que generen valor para los visitantes como ser tours a fincas de café y a zonas aledañas.

De acuerdo con datos del Instituto Hondureño de Turismo (IHT) se registra, en la ciudad, la apertura de dos establecimientos hoteleros al año. Esto considerando que en los periodos de temporada alta la oferta local no logra satisfacer la demanda, por lo que muchos visitantes se hospedan en zonas aledañas Gracias, Lempira y Cucuyagua.

En vista de las consideraciones antes expuestas surge la necesidad de realizar un estudio para determinar la factibilidad de un proyecto hotelero dirigido a un segmento ejecutivo. El presente informe contiene un análisis a detalle sobre los aspectos técnicos, de mercado y financieros que implicarían su desarrollo.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

“El termino hospitalidad proviene de la palabra hospicio, y esta, a la vez, de un antiguo vocablo francés que significa brindar cuidado y albergue a los viajeros” (Walker, 2015, p.40).

La hospitalidad tiene sus inicios desde los tiempos antes de cristo y por medio de las situaciones que se han presentado ha ido evolucionando a través del tiempo. La figura 1 muestra una representación gráfica de las principales etapas que marcaron un cambio en la industria:

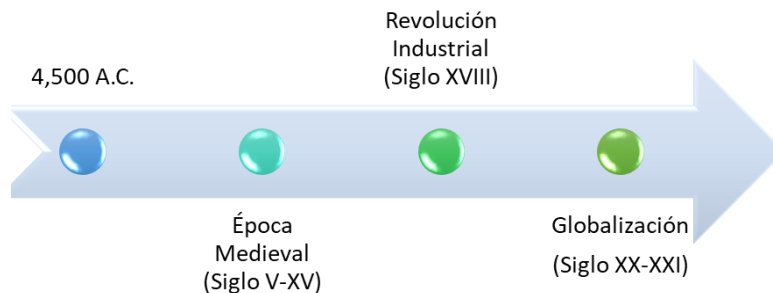


Figura 1. Línea del tiempo – Industria Hotelera

Fuente: Elaboración Propia

Walker (2015) afirma:

Los sumerios fueron los primeros en registrar algunos hechos relacionados con la hospitalidad, aproximadamente en el año 4,500 a.C....Entre los años 4,000 y 2,000 a.C., las primeras civilizaciones de Europa, China, Egipto e India tenían algunas formas incipientes de oferta de hospitalidad, como tabernas y posadas a lo largo de los caminos. (p.40)

Para el siglo VIII el emperador Carlomagno instauró casas de descanso para los viajeros en el continente europeo. A medida se incrementaban los desplazamientos se registraba un alza en las posadas a la orilla de la vía, cuyas estructuras presentaban condiciones de bajo nivel. Sin embargo, muchos de los peregrinos pertenecían a segmentos acaudalados por lo que las exigencias en cuanto a la calidad prevalecieron (Walker, 2015).

Fue a partir de la revolución industrial (entre el siglo XVIII-XIX) que la industria hotelera empezó a combinar el concepto de hospedaje y cafetería (Meza, Puig, Fernández,2016).

Durante la primera mitad del siglo XX, como resultado de la concentración del número de hoteles en manos de un mismo propietario, se adopta la estructura de cadenas hoteleras, lo que favorece la administración y comercialización. Surgen y se consolidan las primeras marcas hoteleras, que a principios de la segunda mitad de ese mismo siglo comienzan su internacionalización y crecimiento, favorecidas por la proliferación de los contratos de franquicias. (Meza, et al.,2016, p.25)

En la tabla 1 se muestra un resumen del crecimiento habitacional de las cadenas hoteleras entre el año 1995 y 2005.

Tabla 1. Crecimiento de los principales grupos hoteleros 1995-2005

NO.	GRUPO HOTELERO	2005		1995		CRECIMIENTO HABITACIONAL
		HABITACIONES	HOTELES	HABITACIONES	HOTELES	
1	InterContinental	532 701	3 532	356 800	1 925	49 %
2	Cendant	520 860	6 396	413 801	4 208	26 %
3	Marriott	469 218	2 564	184 995	874	154 %
4	Accor	463 427	3 973	256 607	2 265	81 %
5	Choice	403 806	4 987	293 706	3 358	37 %
6	Hilton Corp.	354 312	2 226	92 452	226	283 %
7	Best Western	308 131	4 097	280 144	3 409	10 %
8	Starwood	230 667	733	132 477	425	74 %
9	Carlson	147 093	890	79 482	349	85 %
10	Global Hyatt	111 651	355	77 512	167	44 %
11	Hilton International	99 257	395	55 005	162	80 %

Fuente: Martín (2016)

Actualmente en Honduras la actividad de Hoteles y Restaurantes mostró un alza de 5.0%, superior en 0.5 puntos porcentuales (pp) a la observada en similar lapso de 2018, reflejo del crecimiento en los ingresos por el suministro de comidas y bebidas y el leve aumento en la prestación de servicios de hospedaje y alojamiento (Banco Central de Honduras, 2019).

En la figura 2 se observa la tendencia histórica que ha presentado la actividad para el mes de julio en cada año:

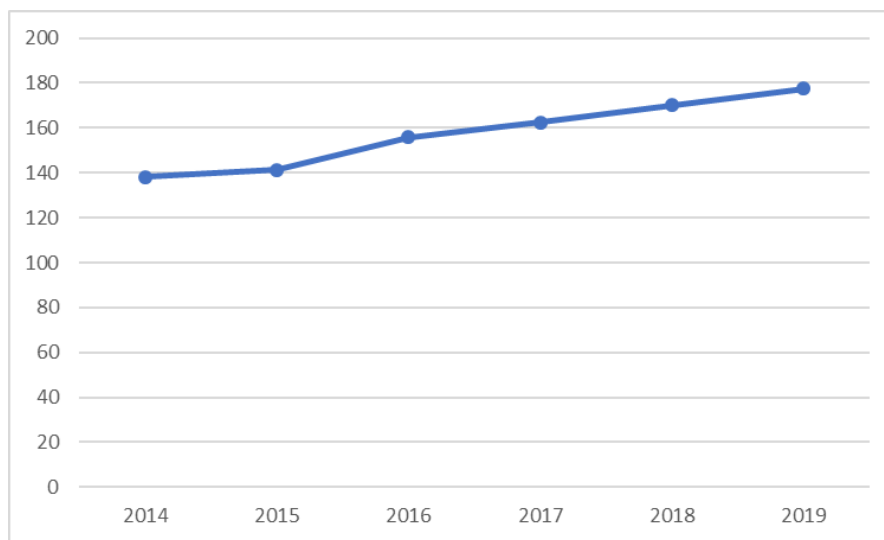


Figura 2. Índice Mensual de la Actividad Hoteles y Restaurantes

Fuente: BCH (2019)

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman: “el planteamiento del problema no es sino afinar y estructurar más formalmente la idea de investigación” (p.36).

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

De acuerdo con el Plan Maestro de Desarrollo Urbano, elaborado por la municipalidad con el apoyo del Servicio Alemán de Cooperación Social-Técnica, Santa Rosa es un polo importante de desarrollo económico para la zona occidental considerando que su ubicación es estratégica por sus colindancias con la carretera internacional entre San Pedro Sula, Ocotepeque y la frontera de Guatemala y El Salvador; su oferta educativa; la centralidad político – administrativa con instituciones de carácter regional. Adicional a ello se contempla el auge comercial y de servicios de sus habitantes y los visitantes de zonas aledañas que acuden para contratar servicios legales, financieros, educativos, de salud, entre otros. (Municipalidad de Santa Rosa, 2009)

Por otro lado, se señala en el informe que las principales razones por las que se visita la ciudad son los negocios, reuniones y congresos; tramites gubernamentales, médicos y legales; feria agostina y procesiones en la semana santa. A raíz de estas consideraciones se realizó una

proyección de las actividades económicas que presentarán mayor crecimiento durante los próximos 20 años, la tabla 2 muestra el detalle (Municipalidad de Santa Rosa, 2009):

Tabla 2. Actividades Económicas clasificadas por Sector

	Industria	Comercio	Servicio
1.	Producción de puros	Centro de abasto (granos básicos, materiales de construcción)	Servicios profesionales (médicos públicos y privados, jurídicos, educacionales públicos y privados)
2.	Beneficios de café	Abarroterías	Bienes y raíces (viviendas, apartamentos)
3.	Producción de ladrillos (para pared y para pisos)	Venta de verduras	Servicios financieros
4.	Producción de bloques de concreto	Ferreterías	Servicios hoteleros
5.	Procesamiento de pastes	Farmacias	Restaurantes

Fuente: Municipalidad de Santa Rosa (2009)

Es importante mencionar que a partir de septiembre del año 2018 la ciudad de Santa Rosa, junto a otros municipios, fue designada para formar parte del Distrito Turístico Lenca-Maya con el objetivo de fortalecer el crecimiento económico y la generación de empleo por medio del turismo en la región occidental del país. (Secretaría de Desarrollo Económico, 2018)

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero el desarrollo de proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- 1) ¿Es factible desde el punto de vista de mercado desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019?
- 2) ¿Es viable desde el punto de vista técnico desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019?
- 3) ¿Es factible y rentable desde el punto de vista financiero desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

“Los objetivos señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p.37). A continuación, se detallan los objetivos definidos para el presente proyecto:

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad, desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero, de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Determinar desde el punto de vista de mercado la factibilidad de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019.
- 2) Evaluar desde el punto de vista técnico la viabilidad de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019.
- 3) Analizar desde el punto de vista financiero la factibilidad y rentabilidad de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras 2019.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Santa Rosa de Copán, fue declarada monumento histórico nacional mediante acuerdo Ejecutivo No. 344 desde 1991. Es un municipio destacado por su riqueza arquitectónica de estilo colonial, un clima agradable, su gastronomía peculiar y la seguridad que aún se conserva en sus calles empedradas; elementos que la convierten en un destino turístico predilecto para los amantes del turismo nacional.

Especialmente en las fechas que fluctúan la llegada de visitantes a la ciudad, como ser en el feriado de Semana Santa y Morazanico, las ferias gastronómicas y la Expo Café, es cuando se presenta un déficit en el servicio de hospedaje. De acuerdo con la información proporcionada por la cámara de turismo local un 90% de las visitas son nacionales y un 10% internacional.

En referencia a la generación de empleo, el proyecto favorecerá a residentes de la localidad, quienes serán capacitados para llevar a cabo las labores de excelencia en servicio al cliente y calidad en el trabajo operativo y administrativo que requiere un hotel con modelo de un enfoque a brindar experiencia y comodidad confortable única y original a sus clientes. Además, se pretende generar el fortalecimiento de la oferta gastronómica y turística que caracteriza a la capital del café en Honduras.

Santa Rosa es un punto de convergencia de la zona occidental del país, llamándose la sultana de occidente conectando a diferentes municipios y con facilidad de acceso a través de la carretera internacional (CA-4) actualmente reconstruida, con accesos a la frontera de Guatemala y El Salvador. (La Prensa, 2019)

Por otro lado, las tendencias en los gustos y preferencias de los turistas a nivel mundial y local están cambiando especialmente para la generación millennials, actualmente predominando en el mundo laboral. según un estudio de Deloitte el ranking de prioridades de esta generación es viajar y conocer el mundo seguido de conseguir un salario más elevado. (Deloitte, 2019)

En consecuencia, al auge incremental de visitantes de cada año, las autoridades municipales y la cámara hondureña de turismo prevén que por la reparación a la carretera surjan nuevas inversiones. Siendo actualmente un destino turístico de preferencia y fuerte en la producción de café, cacao y tabaco. (La Prensa, 2019)

Con base a las consideraciones antes expuestas se determinó llevar a cabo un estudio desde una perspectiva de mercado, técnica y financiera para desarrollar un proyecto hotelero en la ciudad de Santa Rosa de Copan. De ser rentable contribuiría en la generación de empleos directos e indirectos en la zona, así como en diferentes actividades económicas.

1.6 VIABILIDAD

El estudio de prefactibilidad para desarrollar un proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras se considera viable por las razones siguientes:

- 1) Se cuenta con acceso a la información requerida para cada área del estudio.
- 2) Recurso humano capacitado para llevar a cabo la recopilación y análisis de la información.
- 3) Disponibilidad para desarrollar la investigación en un periodo de diez semanas.
- 4) Recursos financieros disponibles para cualquier egreso generado en el transcurso de la investigación.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo resume la literatura consultada para abordar y evaluar el estado actual y eventualidades que se registran sobre la temática definida, en el apartado previo; considerando una perspectiva a nivel macro, micro y local. Adicionalmente se expone acerca de las teorías que respaldan y contribuyen en el desarrollo de la investigación.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

A continuación, se proporciona un resumen del entorno en el cual se desarrolla el tema de interés, el turismo y la hospitalidad. En primer lugar se aborda a nivel mundial, luego se evalúa la región centroamericana, finalmente el análisis interno se desarrolla en Honduras.

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

La Organización Mundial del Turismo (2008) afirma:

Durante los últimos años el turismo ha presentado un crecimiento significativo a nivel mundial, generando un impacto directo o indirecto en la economía del lugar visitado, considerando la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse para satisfacer las necesidades de los visitantes.

La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. (Organización Mundial del Turismo, 2019)

Díaz (2019) afirma:

Acorde a publicaciones del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) el turismo es responsable de la creación de más de 120 millones de empleos cuya aportación directa al PIB mundial asciende desde el año 2013 a más de dos billones de dólares estadounidenses.

Para el año 2018 se registraron un aproximado de 1,400 millones de visitas internacionales sobrepasando en un 6% los resultados obtenidos en el periodo previo. La figura 3 presenta de manera gráfica el crecimiento del sector desde el año 1995 al 2018 (Díaz, 2019):

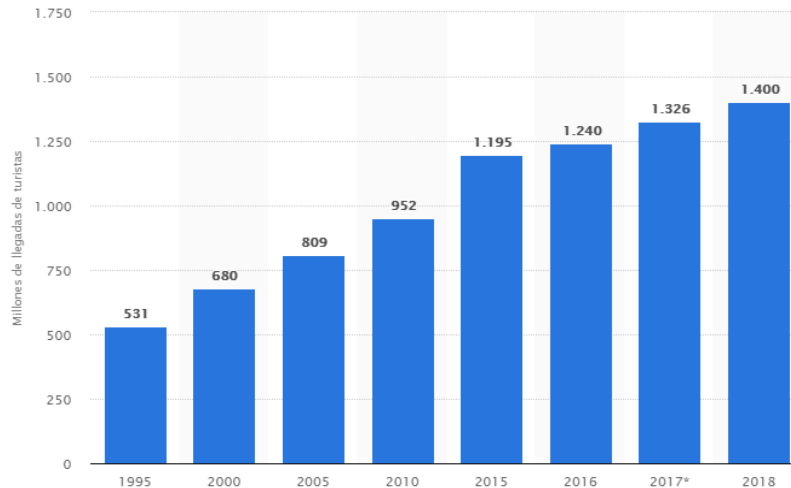


Figura 3. Evolución del Turismo-Número de Llegadas Internacionales

Fuente: Díaz (2019)

Europa Press (2019) determina:

El pronóstico a largo plazo de la OMT publicado en 2010 predecía 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales para 2020, sin embargo, el crecimiento económico más sólido, los viajes aéreos más asequibles, los cambios tecnológicos, los nuevos modelos de negocios y la mayor facilitación de visados han acelerado el crecimiento en los últimos años, alcanzándose esta cifra dos años antes de lo previsto.

Según un estudio realizado sobre el turismo a nivel mundial es necesario llevar a cabo un análisis de las tendencias del sector turístico para poder adaptar la oferta, sobre todo porque sus cambios pueden llevar un tiempo, en lo que respecta construcción o ampliación de infraestructuras. (Nieto, Román, Bonillo, & Paulova, 2016)

Los ingresos por turismo internacional, se observa que, al igual que sucede con las llegadas, la senda es creciente, si bien los crecimientos más fuertes se dan hasta el año 2000, donde prácticamente se estancan, para pasar a recuperarse a partir de 2005. (Nieto et al.,2016)

En la figura 4, se observa la evolución entre ambas variables y como al año 2013 alcanzan los mismos resultados.

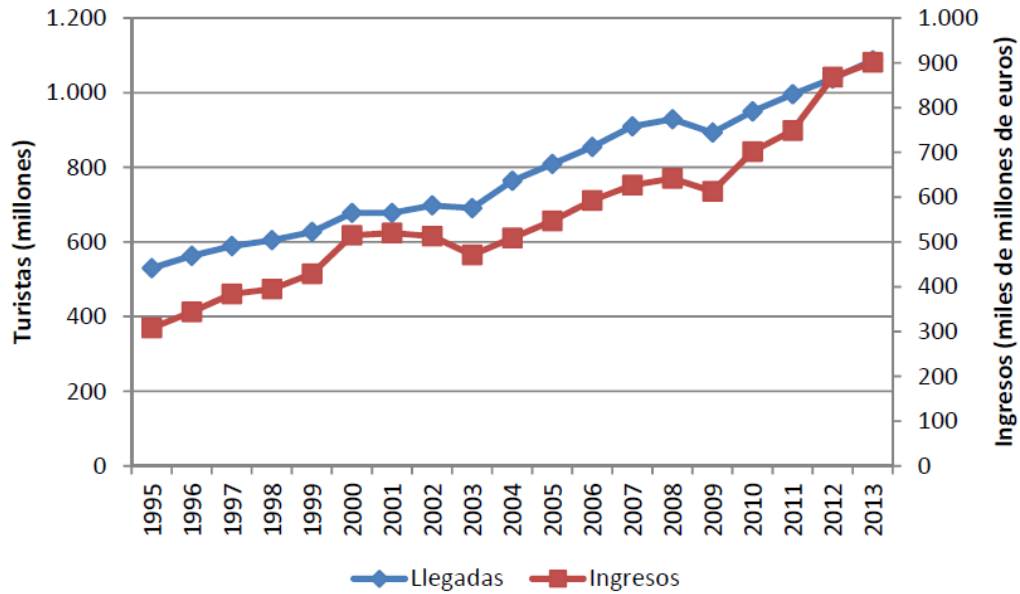


Figura 4. Llegadas e ingresos por turismo internacional

Fuente: Nieto et al. (2016)

Nieto et al. (2016) indican que la OMT clasifica al mundo en cinco regiones: Europa, Asia y el Pacífico, Américas, África y el Medio Oriente. Durante los periodos evaluados se observa que el sector con mayor crecimiento en el número de visitas es Europa. En la figura 5 se observa que para el año 2020 se estima un crecimiento considerable en cada región.

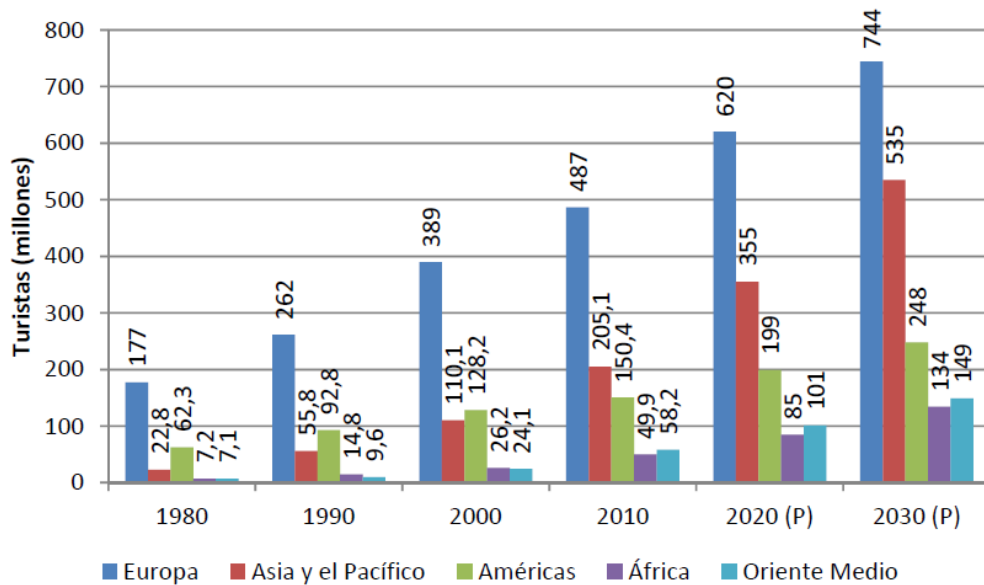


Figura 5. Llegadas de turistas internacionales por región

Fuente: Nieto et al. (2016)

En términos de turismo receptor es importante señalar que, para que un país sea relevante en el turismo internacional, debe contar con atractivos turísticos que provoquen que los visitantes acudan a él, lo que se conoce con el nombre de recursos turísticos. En este sentido, se entiende por recurso turístico todo aquello que tiene un núcleo turístico – patrimonio cultural, histórico-monumental, artístico y cultural– que tiene capacidad de atracción turística, ya sea por sí mismo o en combinación con otros. Por lo tanto, un recurso turístico se caracteriza por su capacidad para generar desplazamientos turísticos. (Nieto et al.,2016)

“De los diez principales países turísticos a nivel mundial, Francia es, con diferencia, el país líder en llegadas de turistas internacionales” (Nieto et al.,2016). La figura 6 muestra la tendencia histórica registrada para 10 principales países donde se registra un mayor número de visitantes.

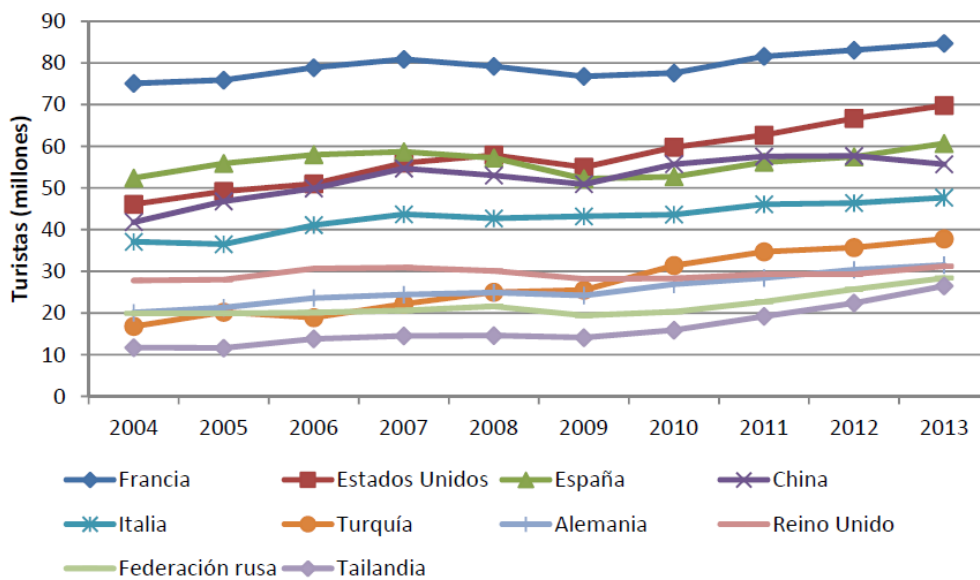


Figura 6. Llegadas de turistas internacionales por país

Fuente: Nieto et al. (2016)

A continuación, se presenta un resumen de una tesis afín al presente estudio desarrollado en Pontificia Universidad Javeriana, ubicada en Colombia.

El objetivo principal de la investigación consistió en determinar la factibilidad de desarrollar un proyecto hotelero en Barranquilla por la firma de hoteles Estelar, S.A. Esta es una cadena de hoteles colombiana que buscaba alcanzar crecimiento mediante la expansión a zonas en las cuales no tenía presencia (Mejía y Jaramillo, 2004).

“Considerando que Barranquilla es una de las ciudades más importantes de Colombia, con gran movimiento empresarial y comercial surge la necesidad de llevar a cabo un estudio de mercado, técnico y financiero” (Mejía y Jaramillo, 2004, p.5).

Mejía y Jaramillo (2004) afirman:

Entre los hallazgos más importantes se encuentran que el proyecto es viable considerando la financiación de un 46.09% de la inversión inicial y una ocupación mayor al 50%; el desarrollo del proyecto es positivo para la ciudad considerando que a través de su construcción y operación sería una fuente importante de empleo e ingresos tributarios. (p.94)

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

En el año 1965, durante la primera conferencia de ministros de relaciones exteriores, se estableció la creación del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) con el objetivo de unir fuerzas para alcanzar una integración turística regional canalizando los recursos y el potencial del sector. Los países que forman parte de este son Guatemala, El Salvador, Honduras, Belice, Nicaragua, Panamá, Costa Rica y República Dominicana (Secretaría de Integración Turística Centroamericana, 2019).

Bajo este contexto se crea una oficina permanente, con sede en Nicaragua, denominada Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA). Cada año esta entidad elabora un informe estadístico sobre la región; en la edición más reciente se expone lo siguiente (SITCA, 2019):

- 1) Los países de la región han logrado mantener un crecimiento positivo en los últimos cinco años en el volumen de turistas. Para el año 2017 se tuvo una tasa de crecimiento del 7.5% en la región, superior a las proyecciones respecto a la OMT con crecimiento del turismo para las Américas en este periodo, que fue entre el 3% y 4%. (SITCA, 2019, p.13)
- 2) En el año 2017 se recibieron L23.2 millones de visitantes, de los cuales un 74.9% se clasifican bajo la categoría de turistas (equivalente a 17.4 millones); la porción restante lo integran los excursionistas (5.8 millones de personas). (SITCA, 2019, p.13)

La figura 7 presenta un detalle gráfico que muestra una tendencia de la distribución antes descrita:

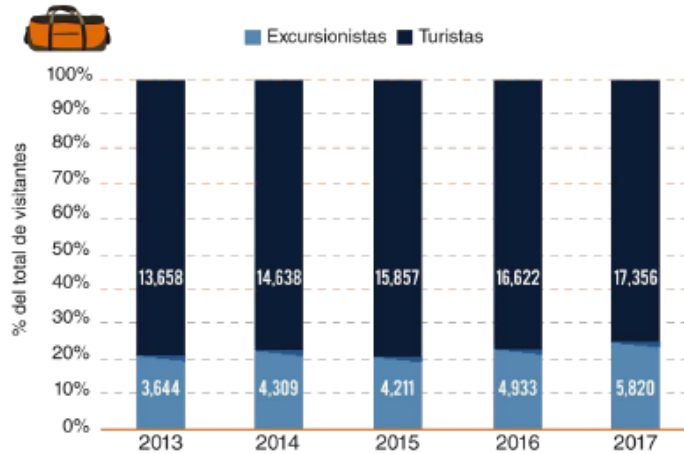


Figura 7. Visitantes Totales - Región

Fuente: SITCA (2019)

- 1) Durante el año 2017, se recibieron en la región 1,869 cruceros, lo que representa un crecimiento de 14% respecto al año anterior. De esta actividad deriva la llegada de 4.1 millones de cruceristas, cifra que es superior en 18% a lo registrado en el 2016. (SITCA, 2019, p.17)
- 2) Los tres países que recibieron mayor cantidad de cruceros fueron: República Dominicana (533 cruceros), Honduras (351 cruceros) y Belice (336 cruceros). En la figura 8 se observa el crecimiento regional (14% con respecto al 2016) que experimentó la industria de cruceros, mostrando resultados evidentes en El Salvador (100%), Nicaragua (49%), Panamá (31%) y Costa Rica (26%). (SITCA, 2019, p.18) La figura 8 muestra un resumen, por país, del número de cruceros recibidos en el año 2016 y 2017.

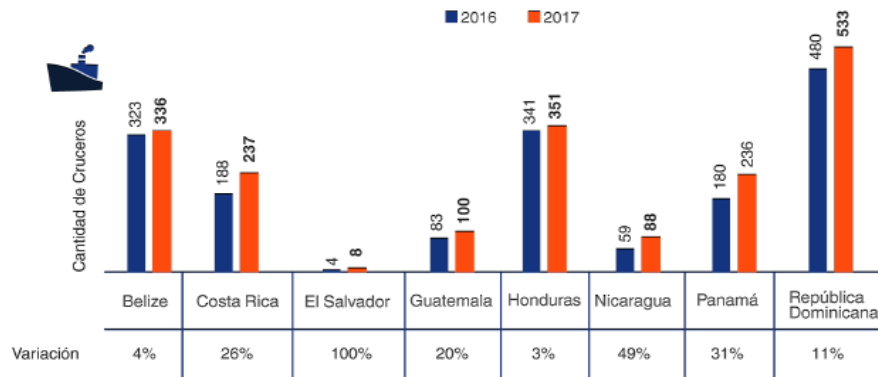


Figura 8. Cruceros Recibidos

Fuente: SITCA (2019)

- 3) “En 2017 se recibieron 17.36 millones de turistas siendo las regiones de procedencia más importantes Norteamérica, Centroamérica y Europa. Actualmente el 41% de los turistas proceden de Norteamérica (Canadá, Estados Unidos y México), siendo Estados Unidos el país más representativo” (SITCA, 2019, p.19). La figura 9 representa un detalle comparativo entre el año 2016 y 2017:

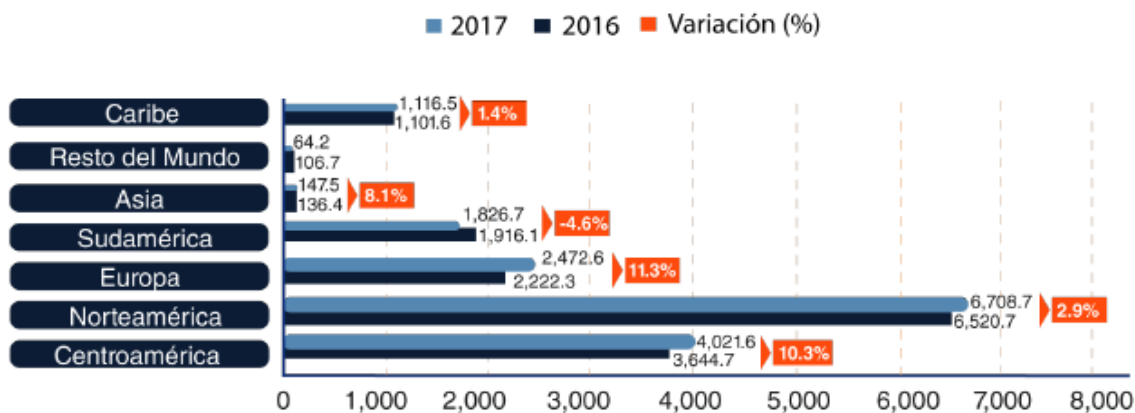


Figura 9. Llegadas de Turistas según Región de Procedencia

Fuente: SITCA (2019)

- 4) La vía de acceso más utilizada por los turistas es la aérea, donde se recibieron el 75% de los turistas, siendo la segunda opción la vía terrestre, con el 24.7% de los viajes. El transporte marítimo fue el medio de acceso menos utilizado tan solo el 0.3% del total de ingresos se registraron por este medio. (SITCA, 2019, p.24)

La figura 10 muestra un resumen por país, del ingreso del turista según diferentes vías de acceso.

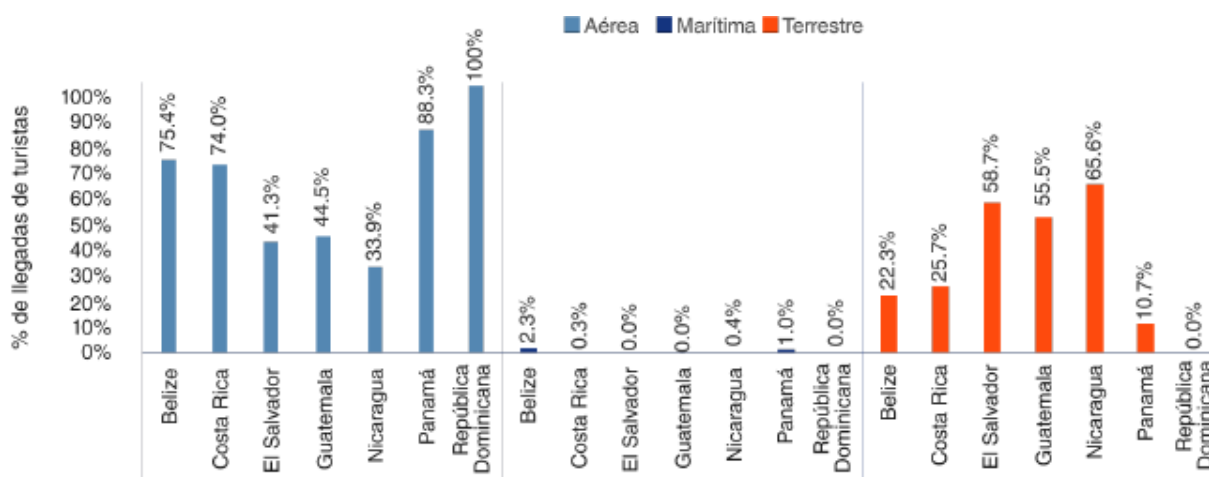


Figura 10. Distribución de la llegada de turistas según vía de acceso

Fuente: SITCA (2019)

- 5) La movilización de turistas por vía Terrestre creció en 2017 en un 9.2%, con respecto al año anterior, mientras que las movilizaciones por vía aérea del 4.3% (SITCA, 2019, p.24).

6) Las principales motivaciones de viaje de los turistas son: vacaciones, ocio y recreación. A excepción de El Salvador cuyo mayor motivo de sus visitantes es la visita a familiares (SITCA, 2019, p.27). De acuerdo con la tabla 3 el país que registra un mayor número de visitantes por motivo de vacaciones es República Dominicana.

Tabla 3. Motivos de Viaje del Turismo Receptor

Año	Motivo	Belize	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Nicaragua	Panamá	República Dominicana
2016	Congresos y convenciones	0%	1%	6%	1%	1%	0%	0%
	Negocios y motivos profesionales	4%	9%	8%	13%	18%	3%	2%
	Vacaciones, ocio y recreo	79%	74%	43%	55%	42%	72%	94%
	Visita a amigos y familiares	17%	12%	39%	27%	29%	0%	3%
	Otro	0%	4%	4%	5%	9%	24%	1%
2017	Congresos y convenciones	0%	1%	2%	1%	1%	6%	0%
	Negocios y motivos profesionales	4%	9%	7%	13%	21%	7%	2%
	Vacaciones, ocio y recreo	82%	77%	44%	49%	42%	70%	95%
	Visita a amigos y familiares	14%	10%	46%	26%	29%	0%	2%
	Otro	0%	3%	1%	11%	8%	17%	1%

Fuente: SITCA (20219)

7) El gasto promedio diario de los turistas que visitaron la región en 2017 fue de US\$125, excluyendo Costa Rica y Honduras, cuyos datos no se encontraban disponibles. Este indicador depende de las características de la oferta turística de cada país, así como la inflación local. (SITCA, 2019, p.28)

De acuerdo con la figura 11 el país en el que se presenta un mayor gasto es Panamá, seguido de Belice y República Dominicana.

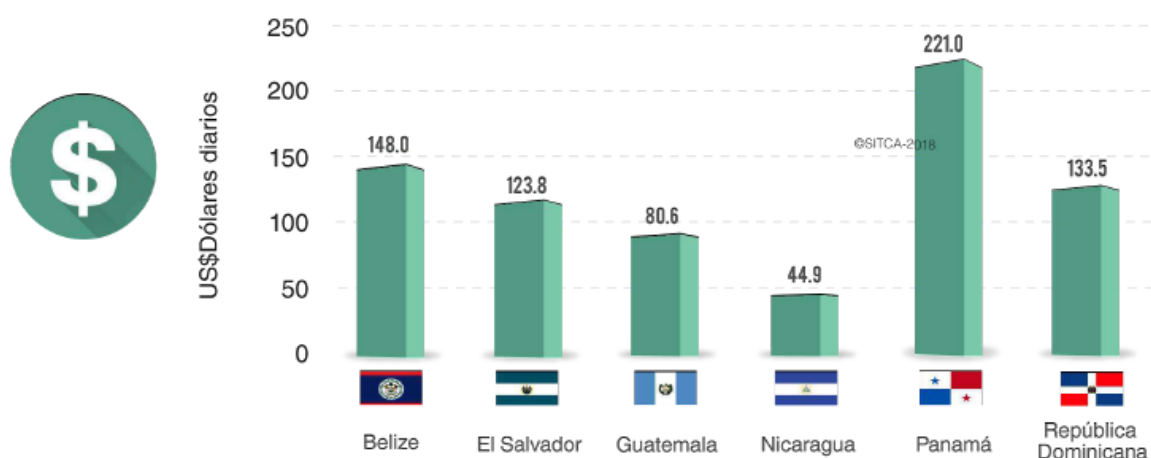


Figura 11. Gasto turístico promedio

Fuente: SITCA (2019)

- 8) Costa Rica es el país con el tiempo de estadía promedio más alto (12 noches), seguido de Nicaragua (11 noches), y República Dominicana (9 noches). En los demás países la estadía promedio supera las 6 noches, lo cual depende de la oferta turística nacional. (SITCA, 2019, p.29)

La figura 12 muestra que el segundo país con mayores estadías es Nicaragua, seguido de República Dominicana.

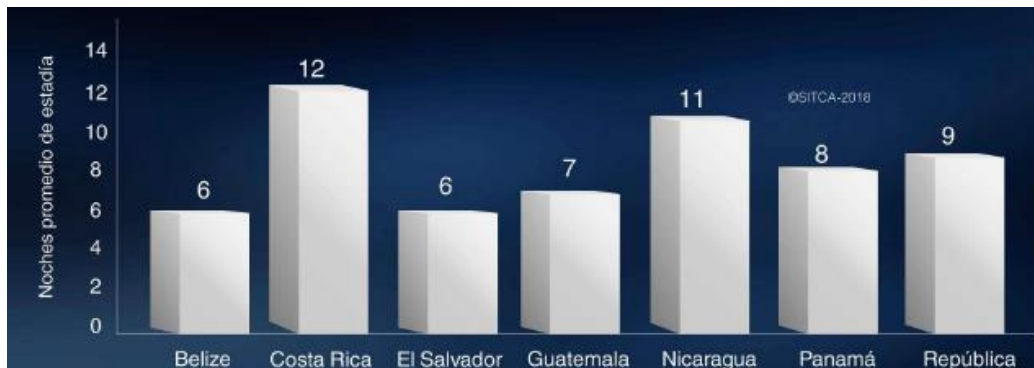


Figura 12. Noches de estadía promedio

Fuente: SITCA (2019)

- 9) Las autoridades nacionales de turismo, de cada país, reportaron que 11,441 establecimientos brindaron servicios de hospedaje. En 2017, la tasa de crecimiento en la oferta de alojamiento fue positiva en la región, mostrando mayor dinamismo en El Salvador (67.1%) y Costa Rica (52.9%) como se observa en la figura 13. (SITCA, 2019, p.33)

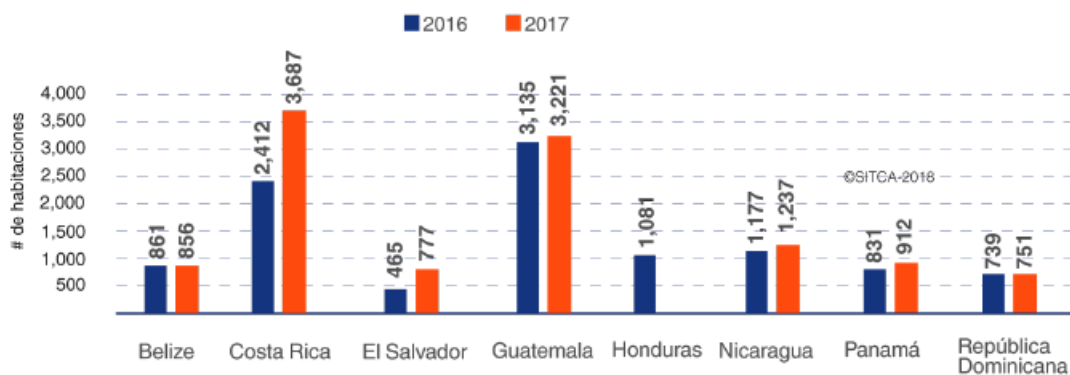


Figura 13. Cantidad de establecimientos

Fuente: SITCA (2019)

- 10) “En los últimos dos años la tasa de ocupación hotelera de la región SICA se ha mantenido en el mismo nivel con un de 58.4% para 2016 y 58.1% en 2017” (SITCA, 2019, p.36). La figura 14 muestra un detalle comparativo de cinco años para cada país, siendo República Dominicana quien presenta mayor ocupación hotelera para el año 2017 (77%).

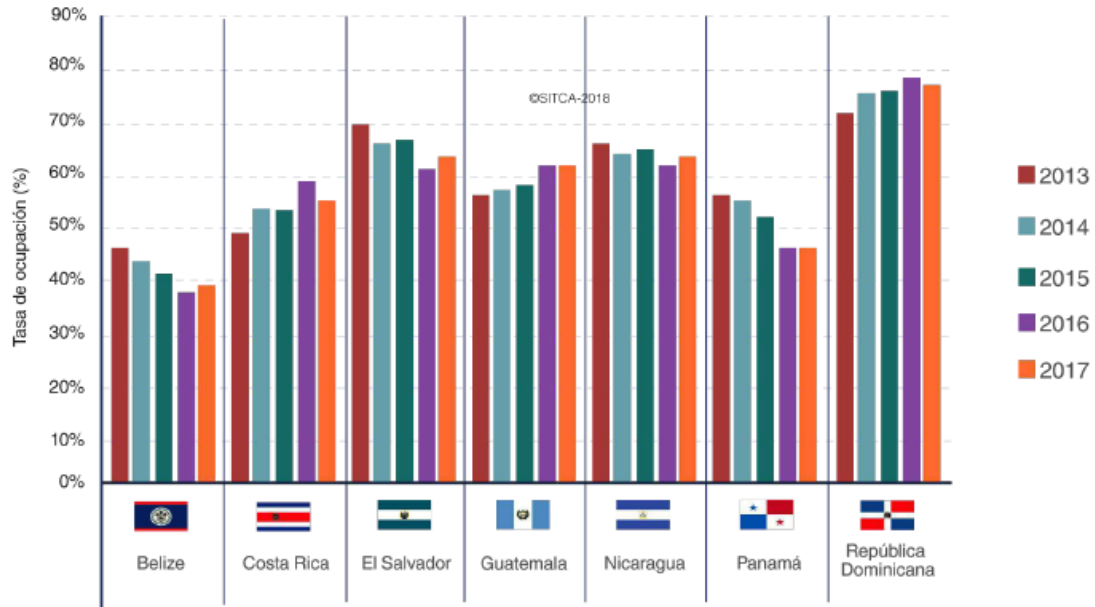


Figura 14. Ocupación Hotelera

Fuente: SITCA (2019)

11) El turismo en la región generó aproximadamente 919,000 empleos directos e indirectos, en 2017, lo que representa un aporte importante a la economía en países como República Dominicana en donde representa un 36.3% del empleo total; Guatemala (18.1%) y Costa Rica (16.6%). (SITCA, 2019, p.41)

2.1.3 ANÁLISIS INTERNO

Honduras goza de una ubicación estratégica en la región centroamericana. Lo anterior se atribuye a que cuenta con facilidad de acceso, a través de cualquier medio de transporte, para la realización de actividades comerciales con otros países alrededor del mundo. Adicional a ello, destaca por su riqueza cultural, biodiversidad, gastronomía, historia y múltiples etnias.

Según lo expuesto por el Instituto Nacional de Estadística (2016), el turismo se ha convertido en un elemento importante dentro de la economía del país considerando que genera divisas y fuentes de empleo directas e indirectas.

Durante los últimos años se han formado siete rutas, con la finalidad de destacar y promover los elementos más característicos de diferentes zonas del país; a continuación, un detalle:

- 1) Ruta Maya: Conformada por el sitio arqueológico de la civilización maya ubicada en Copán Ruinas. (Pro Honduras, 2019)
- 2) Caribe Esmeralda: Lo integran Roatán, Cayos Cochinos, Tela, Lancetilla, La Ceiba, Trujillo, Omóa, Cerro Azul Meámbar entre otros. (Pro Honduras, 2019)
- 3) Colosuca: Correspondiente a los municipios lencas del centro de Lempira: la Campa, San Manuel, Colohete, San Sebastián, San Marcos de Caiquin, Gracias y Belén, también la Iglesia San Marcos, Iglesia La Merced, Comunidad La Campa. (Pro Honduras, 2019)
- 4) Ruta del Café: Comprende las seis regiones cafetaleras del país: Copán, Opalaca, Montecillos, Comayagua, Agalta y El Paraíso. (Pro Honduras, 2019)
- 5) Ruta del Sol: “Incluye el recorrido por los manglares y bellos parajes aledaños a la Isla del Tigre, pasando por el conjunto de islas en el Golfo de Fonseca hasta llegar a Isla Conejo donde se inauguró un helipuerto” (Pro Honduras, 2019).
- 6) Ruta Lenca: “Se estructura se define entre las ruinas mayas de Copán (al occidente) y la ciudad colonial de Comayagua (al oriente), colindando con Santa Rosa de Copán y Gracias” (Pro Honduras, 2019).
- 7) Ruta del Cacao: Incluye el trayecto desde La Ceiba hasta el Lago de Yojoa, así como Copán Ruinas, Villanueva, San Pedro Sula y Santa Bárbara. (Pro Honduras, 2019)

Actualmente el ente encargado de promocionar y fomentar el desarrollo turístico del país es el Instituto Nacional de Turismo (IHT); quien, a su vez, efectúa estudios estadísticos sobre las tendencias registradas en el rubro. El documento más reciente es un boletín extendido sobre el comportamiento del sector entre los años 2012 y 2016, a continuación, se desglosan los hallazgos más representativos:

- 1) Para el año 2016 se registró un crecimiento del 6.5%, con relación al año 2015, debido a que se recibieron a un mayor número de excursionistas. La figura 15 muestra los resultados reales del año 2015 y 2016, así como un estimado para el año 2017 y 2018.

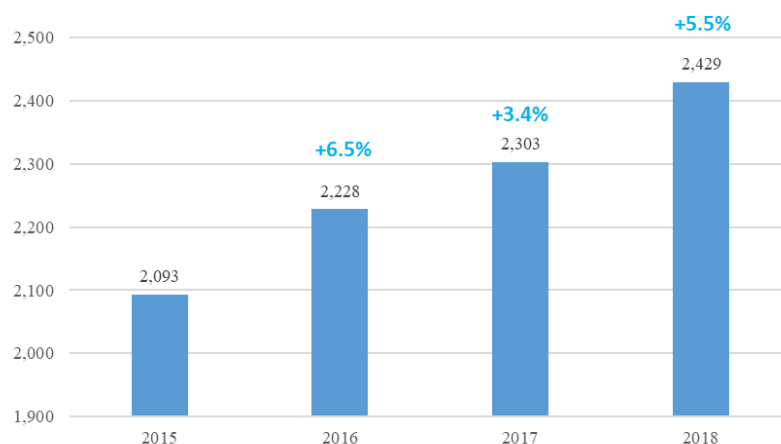


Figura 15. Llegada de Visitantes a Honduras

Fuente: IHT (2019)

- 2) “La llegada de turistas, es decir visitantes que pernoctaron en Honduras al menos una noche, alcanzó la cifra de 837,645” (IHT, 2019, p.11).
- 3) “Durante el año 2016, el gasto promedio por estadía del turista receptor resultó en \$572.3 para una estadía promedio de 9.6 noches. Las estimaciones sobre ingreso de divisas (a precios corrientes) por concepto de turismo resultaron en \$585.1 millones” (IHT, 2019, p.11). La tabla 4 muestra el gasto promedio de los turistas de acuerdo con la región de su país de residencia.

Tabla 4. Gasto Promedio por Región de Residencia

Región de residencia	2012	2013	2014	2015	2016 ^P
Centro América	389.5	345.8	372.5	315.6	270.0
Norte América	902.0	864.3	1,037.4	989.0	944.6
Europa	835.3	569.0	674.2	806.0	767.6
Resto del Mundo	905.2	837.8	981.3	828.1	970.9
Gasto promedio ponderado	685.6	641.7	726.5	654.0	572.3

Fuente: IHT (2019)

- 4) “Del total de turistas que llegaron al país en 2016, el 54.6% ingresó por vía aérea, mientras que el 45.4% ingresó por vía terrestre” (IHT, 2019, p.12).
- 5) Según resultados de la Encuesta del gasto y perfil del visitante, el 38.7% de los turistas encuestados, respondieron haber ingresado al país con el motivo principal de vacaciones, recreo y ocio, seguido de visitar a familiares y amigos (33.7%) y por negocios o motivos profesionales (20.7%). (IHT, 2019, p.12)

6) “En nuestro país la temporada alta está conformada por los primeros cuatro meses del año, más julio y agosto. El resto de los meses (mayo, junio, septiembre, octubre, noviembre y diciembre) se consideran dentro de la temporada baja” (IHT, 2019, p.13). La figura 16 muestra la tendencia registrada a nivel nacional sobre los turistas extranjeros.

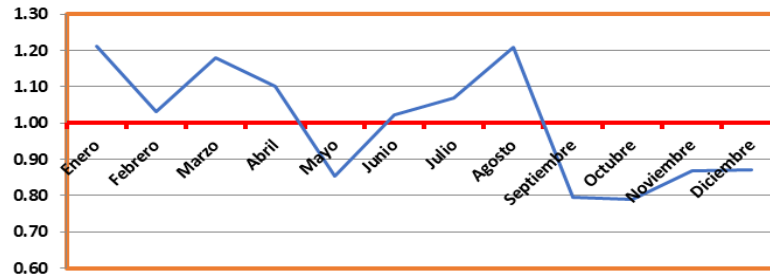


Figura 16. Estacionalidad llegada de turistas

Fuente: IHT (2019)

7) “El turista destina la mayor parte de su gasto a los servicios de restaurantes y bares (33.3%), seguido de servicios de alojamiento (33.2%) y compra de bienes (11.5%)” (IHT, 2019, p.22). La figura 17 presenta los principales destinos en los que el visitante concentra su gasto durante Semana Santa:

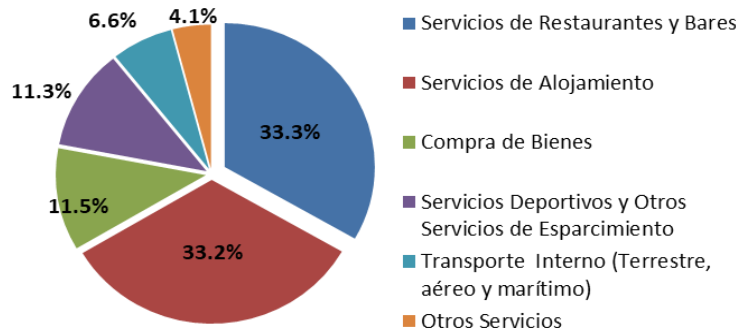


Figura 17. Estructura del gasto

Fuente: IHT, (2019)

8) “La producción de las actividades características del turismo, mantienen su representación dentro del total de la producción del país en 6.4%” (IHT, 2019, p.23).

9) “Durante el año 2016 la estimación de personas empleadas resultó en 248,384, aproximadamente, lo que implica un crecimiento del 0.9%” (IHT, 2019, p.24).

Adicional al reporte antes descrito, el IHT elabora investigaciones en dos temporadas del año en las que el turismo presenta dinamismo a nivel nacional, estas son la semana santa y la

Semana Morazánica. A continuación, se presentan los resultados más significativos para el cierre del año 2018:

2.1.3.1 SEMANA SANTA

1) “Aproximadamente 3,661,538 visitantes hondureños y extranjeros se desplazaron durante la semana santa” (IHT,2019, p.4).

La figura 18 muestra una tendencia histórica del alza registrada en el número de visitantes que se desplazaron durante Semana Santa.

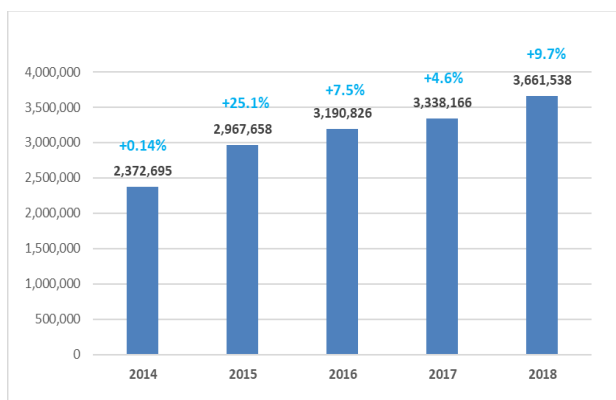


Figura 18. Comparación de la movilización de visitantes

Fuente: IHT (2019)

2) “El gasto promedio reportado por los visitantes hondureños durante Semana Santa 2018 fue de L2,666.38. El gasto promedio reportado por el turista fue de L3,887.50 y por el visitante del día fue de L921.77” (IHT,2019, p.12).

3) “La estadía promedio reportada por el turista hondureño fue de 3.3 noches. Como se observa en la tabla 4 las estadías más largas se reportaron en Roatán (4.3 noches) y en Utila (3.9 noches)” (IHT,2019, p.12). La tabla 5 muestra un detalle de la estadía promedio en los principales sitios visitados durante Semana Santa.

Tabla 5. Estadía promedio

Ciudad	Estadía promedio	Número de casos
Roatán	4.3	136
Utila	3.9	179
Trujillo	2.9	145
La Ceiba	2.8	332
Amapala	2.8	232
San Lorenzo	2.6	33
Tela	2.6	198
Choluteca	2.5	20
Puerto Cortés	2.5	67
San Pedro Sula	2.4	31
Marcovia	2.4	25
Copán Ruinas	2.0	172
Gracias	1.8	105
Santa Rosa de Copán	1.6	26
La Esperanza	1.3	20
Otras ciudades	2.6	140

Fuente: IHT (2019)

- 4) “El 98.0% de los visitantes hondureños que realizaron viajes durante Semana Santa 2018, realizaron el viaje de forma independiente, el restante 2% lo hizo a través de un paquete turístico” (IHT,2019, p.12).

2.1.3.2 SEMANA MORAZÁNICA

- 1) “El desplazamiento interno registrado para el año 2018 fue de 1,991,565 visitantes, representado una variación del 13% con relación al periodo previo” (IHT,2019, p.4). La figura 19 muestra la tendencia histórica registrada en dicho periodo.

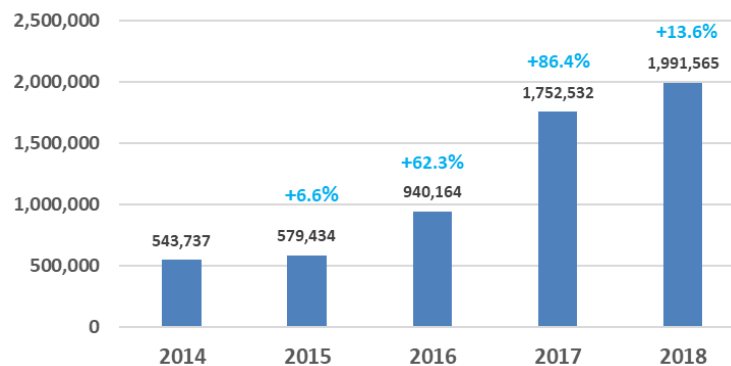


Figura 19. Comparación de la movilización de visitantes

Fuente: IHT (2019)

- 2) “El gasto promedio por estadía reportado por los turistas durante el año 2018 fue de L2,253.05” (IHT,2019, p.6).
- 3) “El 77.7% de las personas encuestadas respondieron haber utilizado hotel o similar durante su viaje” (IHT,2019, p.8).
- 4) “La estadía promedio reportada por el turista hondureño fue de 2.8 noches” (IHT,2019, p.8). En la tabla 6 se detalla la estadía promedio en cada una de las ciudades visitadas durante la Semana Morazánica, siendo Roatán, Trujillo y Utila las que presentan una mayor pernoctación (3 noches, aproximadamente).

Tabla 6. Estadía Promedio

Ciudad visitada	Estadía promedio (Noches)	Número de casos
Roatán	3.4	43
Trujillo	3.2	183
Utila	3.2	64
Amapala	2.7	95
Tela	2.6	195
Puerto Cortés	2.3	41
La Ceiba	2.0	22
Gracias	1.9	114
Copán Ruinas	1.8	213
Santa Rosa de Copán	1.8	21
Otras ciudades	2.2	82

Fuente: IHT (2019)

- 5) “El 98.3% de los visitantes hondureños que realizaron viajes durante Semana Morazánica 2018, realizaron el viaje de forma independiente, el restante 1.7% lo hizo a través de un paquete turístico” (IHT,2019, p.8).

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

Considerando la temática de la presente investigación se seleccionaron dos metodologías para desarrollar la estructura del estudio y el análisis de datos. Estas son evaluación de proyectos y teoría motivacional, a continuación, se presenta una breve explicación sobre cada una de ellas.

2.2.1 EVALUACIÓN DE PROYECTOS

“El termino factible proviene del latín medieval factibilis es decir que se puede realizar” (Real Academia Española, 2019). Este se encuentra relacionado con la finalidad del proyecto considerando que a través de él se espera determinar la factibilidad de implementarlo en un mediano plazo.

El objeto de evaluar un proyecto de inversión es conocer su rentabilidad económica y social de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable. Sólo así es posible asignar los recursos económicos a la mejora alternativa. (Baca Urbina, 2010, p.2)

Considerando la diversidad en los proyectos de inversión y la aplicación de estos no existe una metodología determinada que predomine en la toma de decisión, sino que sus criterios representan una base para el inversionista. La estructura recomendada por Baca Urbina contiene cuatro áreas de estudio: mercado, técnico, financiero y socio económico. La figura 20 muestra el esquema bajo el cual se organiza:



Figura 20. Estructura general de la evaluación de proyectos

Fuente: Baca Urbina (2010)

Es importante destacar que para efectos del presente proyecto no se llevará a cabo el estudio socioeconómico.

2.2.1.1 ESTUDIO DE MERCADO

“La determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca Urbina, 2010, p.7).

Adicionalmente Baca Urbina (2010) afirma:

El objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto y/o servicio en un mercado determinado, por lo que el estudio debe contar con las siguientes características:

- 1) La recopilación de la información debe ser sistemática.
- 2) El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.
- 3) Los datos recopilados siempre deben ser información útil.
- 4) Debe servir como base para la toma de decisiones. (p.13)

La información puede obtenerse de fuentes secundarias, sin embargo, al utilizar fuentes primarias se alcanzan enfoques más directos de la población en análisis (Baca Urbina, 2010). Estas pueden realizarse a través de:

- 1) Observación: Este consiste en acudir al sitio donde se encuentra el sujeto en análisis y observar sus hábitos de conducta. Las limitaciones de este es que no permite determinar los motivos reales de la conducta (Baca Urbina, 2010).
- 2) Experimentación: Bajo este mecanismo se implementan cambios en un producto y/o servicio para observar la conducta del usuario (Baca Urbina, 2010).
- 3) Aplicación de un cuestionario: Es el método más utilizado, ya que por medio de una encuesta se obtiene información acerca de los gustos y necesidades específicas de los usuarios; la cual puede implementarse para desarrollar productos y/o servicios que suplan esas brechas (Baca Urbina, 2010).

2.2.1.2 ESTUDIO TÉCNICO

Baca Urbina (2010) determina que se compone de cuatro segmentos:

- 1) Determinación de un tamaño óptimo de la planta: Puede determinarse una vez que se conozca el tipo de maquinaria y equipo que se utilizará para fabricar un producto o prestar un servicio (Baca Urbina, 2010).
- 2) Determinación de la localización óptima del proyecto: Bajo este factor se debe considerar aspectos cuantitativos como el costo de transporte de materia prima, así como cualitativos referentes al clima, la opinión de la comunidad en la que se estima desarrollar el proyecto, entre otros (Baca Urbina, 2010).
- 3) Ingeniería del Proyecto: Este hace referencia al tipo de procesos productivos, la distribución del equipo y las áreas que integraran la compañía para su óptimo funcionamiento (Baca Urbina, 2010).
- 4) Análisis organizativo, legal y administrativo: Lo que se pretende es definir los mecanismos para la selección del personal, las funciones que cada posición debe realizar e identificar las leyes que impactan en el funcionamiento del proyecto (Baca Urbina, 2010).

2.2.1.3 ESTUDIO FINANCIERO

Baca Urbina (2010) afirma:

El propósito del estudio es determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la planta (abarcando las funciones de producción, administración y ventas), así como indicadores que servirán como base definitiva para la evaluación económica. (p.139)

La figura 21 muestra los principales elementos que integran el análisis financiero, entre ellos los ingresos, la depreciación, el capital de trabajo e inversión fija.



Figura 21. Estructuración de análisis financiero

Fuente: Baca Urbina (2010)

2.2.2 TEORÍA MOTIVACIONAL

Kotler & Armstrong (2007) afirman:

Las elecciones de compra de un individuo reciben la influencia de factores psicológicos, siendo uno de los fundamentales la motivación. Un motivo es una necesidad lo suficientemente apremiante como para hacer que la persona busque su satisfacción. Estas necesidades pueden ser biológicas, que surgen de estados de tensión como el hambre o la sed; psicológicas, las cuales surgen de la necesidad de reconocimiento, estima o pertenencia. (p.154)

Entre las teorías que se han desarrollado para el análisis de los consumidores se encuentra la de Abraham Maslow, quien determinó que en cada individuo existen cinco tipos de necesidades organizadas en una jerarquía. A continuación, una ilustración gráfica:



Figura 22. Jerarquía de las necesidades

Fuente: Kotler y Armstrong (2007)

La figura 22 muestra que la primera necesidad que enfrenta una persona son las fisiológicas (relacionadas con comida, bebida, entre otras), de acuerdo con Maslow esta debe satisfacerse para trasladarse a la siguiente.

Otra teoría motivacional vinculada con la antes expuesta es el modelo de las necesidades de viaje desarrollada por Phillip Pearce.

Robert, Goeldner y Brent (2008) exponen:

La gente tiene un ciclo de vida en su conducta de viaje, el cual refleja una jerarquía de sus motivos de viaje. Al igual que una trayectoria profesional, puede empezar en diferentes niveles, es probable que cambie de niveles durante su ciclo de vida y sus necesidades de viaje pueden estar inhibidas por el dinero, la salud y otras personas. (p.195-196)

Por otro lado, Robert, Goeldner y Brent (2008) describe:

La flexibilidad del modelo reconoce que la motivación puede cambiar con el tiempo y en cada situación. Los viajeros no visitan un lugar con características de destino objetivas, en cambio viajan a un lugar donde seleccionan, de entre las que les ofrecen, las actividades y experiencias de vacaciones que se ajustan a su perfil psicológico y motivacional personal. (p.197)

2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman: “La conceptualización es detectar un fenómeno o problema de investigación que requiere indagarse en profundidad o aportarse mayor conocimiento o evidencia para conocerlo, definirlo, describirlo y/o comprenderlo” (p.25).

2.3.1 TURISMO

La OIT (2019) define el término como: “es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

2.3.2 HOSPEDAJE

“Servicio que ofrecen hoteles y establecimientos especializados para crear las condiciones adecuadas de estancia por una noche o más de los turistas o visitantes” (OIT,2019).

2.3.3 SERVICIO

Kotler y Armstrong (2007) afirman: “el servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, y que básicamente es intangible y no tiene como resultado la posesión de algo” (p. G-9).

2.3.4 PROYECTO DE INVERSIÓN

“Proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o la sociedad” (Baca Urbina, 2010, p.2).

2.4 INSTRUMENTOS

Se investigó otros proyectos relacionados al enfoque de este estudio de prefactibilidad de proyecto hotelero en ciudad de Santa Rosa de Copán, Honduras.

En relación con otros estudios de este tema, se han desarrollado encuestas digitales, entrevistas personales y visitas exploratorias al lugar donde del origen del estudio.

2.5 MARCO LEGAL

Luego de la revisión de literatura se identificó que la Ley del Fomento al Turismo, publicada el 20 de julio del año 2017 impacta de manera positiva a las empresas del rubro turístico y hotelero que se amparan bajo la misma. A continuación, se describen los elementos más representativos:

- 1) Artículo 3. Beneficiarios: “Pueden acogerse a los beneficios de la presente Ley, las personas naturales o jurídicas que se dediquen a servicios y actividades turísticas previamente calificadas por el IHT, conforma a los parámetros de la presente Ley” (Congreso Nacional, 2019, p.1)
- 2) Artículo 5. Beneficios a los Proyectos. Los beneficiarios de la presente Ley gozarán de los beneficios siguientes:
 - 2.1) “Exoneración del pago del Impuesto Sobre la Renta, impuesto al activo neto y aportación solidaria y sus conexos por un período de quince (15) años” (Congreso Nacional, 2019, p.3).
 - 2.2) “Exoneración del pago del impuesto sobre la renta y cualquiera de sus retenciones sobre los pagos de servicios u honorarios contratados con personas naturales o jurídicas nacionales y extranjeras por un periodo de 5 años” (Congreso Nacional, 2019, p.3).

- 2.3) “Exoneración del pago del impuesto sobre ventas en las compras locales de bienes y servicios ligados directamente con la construcción, renovación...calificada por el IHT por un periodo de 10 años” (Congreso Nacional, 2019, p.3).
- 2.4) “Los proyectos gozan de todos los beneficios establecidos en la Ley de Aduanas en relación con la importación de maquinaria y equipos necesarios para la construcción y mantenimiento del proyecto” (Congreso Nacional, 2019, p.3).
- 2.5) Dentro de estos beneficios, comprende la exoneración del pago de los Derechos Aduaneros de Importación, Impuesto Selectivo al Consumo y aranceles... hasta por un periodo de 10 años” (Congreso Nacional, 2019, p.3).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Posterior al planteamiento del problema y la revisión de literatura, se debe definir la estructura, el enfoque, diseño y las técnicas a implementar para el desarrollo de la investigación.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Esta sección hace referencia a la relación que debe mostrarse entre el planteamiento del problema, los objetivos de investigación, el marco teórico y las variables sobre las cuales se desarrollará la investigación.

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

En la tabla 7 se presenta la matriz metodológica en la cual se destaca la congruencia entre las variables con el tema propuesto para investigación:

Tabla 7. Matriz metodológica

Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
		General	Específico	Independientes	Dependiente
¿Es factible desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero el desarrollo de proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019?	¿Es factible desde el punto de vista de mercado desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019?	Realizar un estudio de prefactibilidad para el desarrollo de proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019.	Determinar desde el punto de vista de mercado la factibilidad de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019.	Demanda	Rentabilidad
	Oferta				
	Precio				
	Servicio				
	Promoción				
	Ubicación				
	Mobiliario y Equipo				
	Recurso Humano				
	Aspectos Legales				
¿Es viable desde el punto de vista técnico desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019?		Evaluar desde el punto de vista técnico la viabilidad de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019.	Distribución del Hotel		
¿Es factible y rentable desde el punto de vista financiero desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019?		Analizar desde el punto de vista financiero la factibilidad y rentabilidad de desarrollar proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán, Honduras en 2019.	Plan de Inversión		
			Ingresos		
			Gastos de Operación		
			Inflación		
			Rentabilidad		

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En el presente apartado se muestra, en forma gráfica, la relación lógica entre cada una de las variables con el planteamiento de la presente investigación.

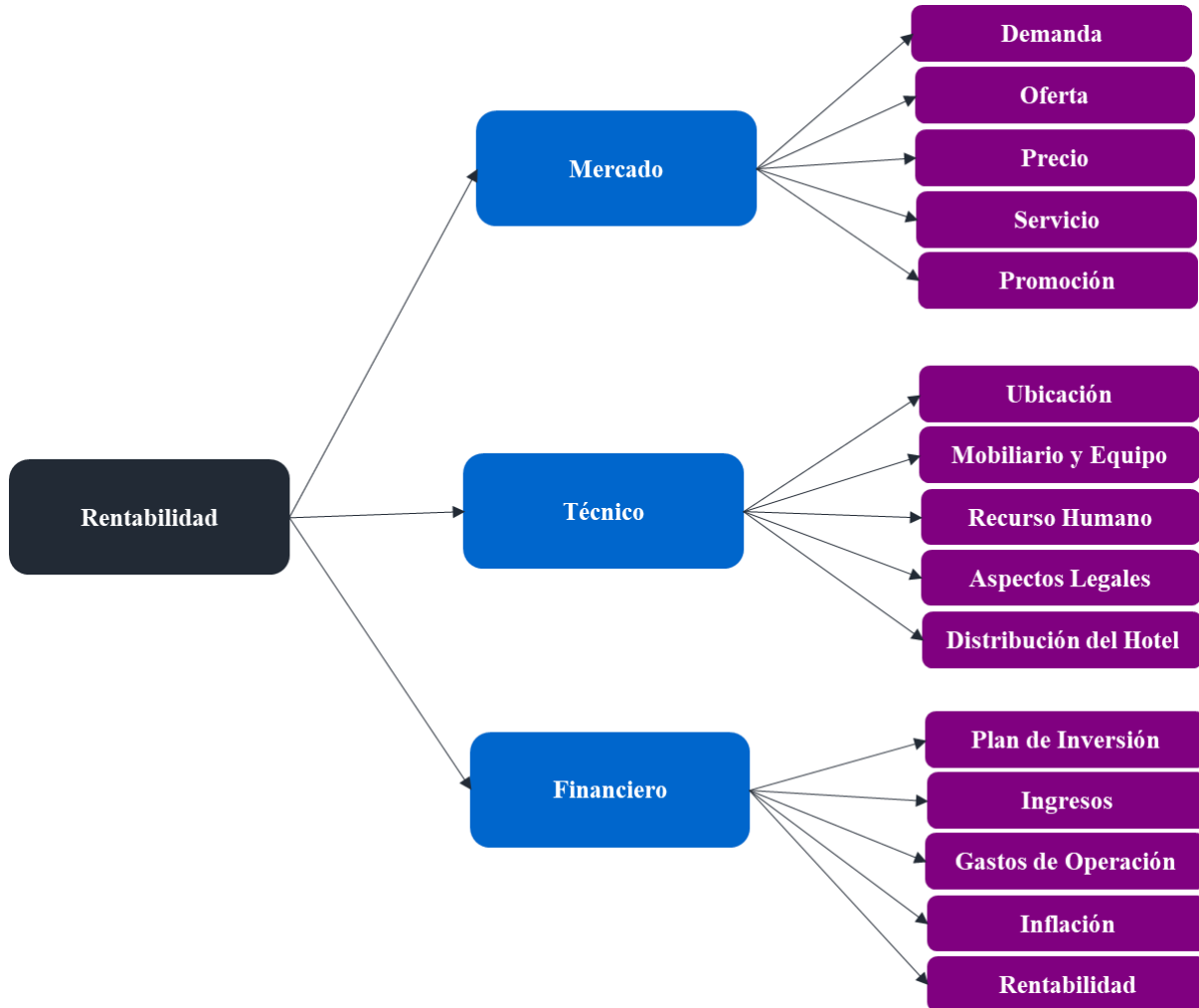


Figura 23. Diagrama de las variables

Fuente: Elaboración propia

Acorde a los objetivos establecidos, se determinó realizar tres tipos de estudios que permitirán establecer si el proyecto para desarrollar un hotel en la ciudad de Santa Rosa de Copán es factible. Como se observa en la figura 23, se identificaron una serie de variables que proporcionarían un análisis profundo en cada una de las áreas a investigar.

En la tabla 8 se observa el desarrollo de la operacionalización de las variables la cual consiste en definir, desarticular cada variable para facilitar su comprensión y establecer una guía sobre los pasos que deben seguirse a lo largo de la investigación.

Tabla 8. Operacionalización de las Variables

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas	Respuestas	Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional						
Demanda	Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca Urbina, 2010)	Cantidad de personas dispuestas a visitar Santa Rosa de Copán	Clientes Potenciales	Conocimiento	¿Ha visitado Santa Rosa de Copán?	a) Si b) No	Nominal	Encuesta
				Frecuencia	¿Con que frecuencia visita Santa Rosa de Copán?	a) Semanal b) Quincenal c) Mensual d) Trimestral e) Semestral f) Anual	Nominal	Encuesta
				Intención de Visita	¿Estaría interesado en visitar Santa Rosa de Copán?	a) Si b) No	Nominal	Encuesta
				Motivación	¿Cuál ha sido/sería el motivo principal de su visita?	a) Vacaciones b) Negocios c) Familiares d) Otros	Nominal	Encuesta
				Intervalo de visita	¿Cuánto tiempo suelen durar tus visitas?	a) 1-3 días b) 4-6 días c) 7-15 días d) 16 o más	Intervalo	Encuesta
Oferta	Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca Urbina, 2010)	Posicionamiento de hoteles en Santa Rosa de Copán		Competencia	¿Cuál de estos hoteles has visitado o te gustaría visitar?	a) Hotel Gran Plaza b) Hotel Santa Fé c) Hotel Casa Real d) Hotel Elvir e) Hotel Plaza Alicia f) Karolina Boutique g) Hotel Inter Copán	Nominal	Encuesta
Precio	Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores están dispuestos a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. (Baca Urbina, 2010)	Valor monetario del servicio a ofrecer		Lempiras	¿Qué cantidad estarías dispuesto a pagar por un día de alojamiento en un hotel?	a) L500-L700 b) L800-L1,000 c) L1,100-L1,500 d) L1,600-L2,000	Intervalo	Encuesta
Servicio	Cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra, y que básicamente es intangible y no tiene como resultado la posesión de algo. (Kotler & Armstrong, 2007)	Tipo de comodidades a ofertar	Preferencias	Necesidades del cliente	Por orden de importancia, ¿qué tipo de comodidades te gustaría encontrar en un hotel?	*WiFi *TV con Cable *Agua Caliente *Piscina *Teléfono *Aire Acondicionado *Lavandería *Estacionamiento	Ordinal	Encuesta
					¿Qué método prefiere para hacer reservaciones de un hotel?	a) Llamada Telefónica b) Correo Electrónico c) Whatsapp d) Redes Sociales e) Página Web	Nominal	Encuesta

Fuente: Elaboración Propia

Continuación de Tabla 8.

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas	Respuestas	Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional						
Promoción	Incentivos a corto plazo que fomentan la compra o la venta de un producto o servicio. (Kotler & Armstrong, 2007)	Medios para promover el hotel		Publicidad	¿A través de que medio se informa de la disponibilidad de hoteles?	a) Página Web b) Redes Sociales c) Recomendación de Terceros d) Otros	Nominal	Encuesta
Ubicación	Hace referencia al sitio en el que se encuentra un establecimiento determinado	Localización del proyecto		Peso	¿Cuál es la ubicación óptima para el proyecto?	Discreta	Razón	Método cuantitativo por puntos
Mobiliario y Equipo	Colección de utensilios, instrumentos y aparatos especiales para realizar un trabajo. (OCEANO, 2019)	Menaje requerido para brindar servicios		Cotizaciones	¿Cuál es el tipo de mobiliario requerido para iniciar el proyecto?	Discreta	Razón	Análisis cuantitativo
Recurso Humano	Se refiere al grupo de personas requeridas para brindar un servicios	Cantidad de empleados		Estructura Organizacional	¿Cuántos empleados debe contratar para brindar un servicio de calidad?	Discreta	Razón	Análisis de capacidad
Aspectos Legales	Son aquellas disposiciones dictadas por las autoridades nacionales que impactan de forma directa o indirecta en el funcionamiento de la empresa	Tipo de requerimientos a cumplir para iniciar a una empresa		Leyes y Regalamentos	¿Cuáles son los requisitos legales que una empresa debe cumplir previo el inicio de operación?	Dicotómica	Nominal	Revisión de literatura
Distribución del Hotel	Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (Baca Urbina, 2010)	Tamaño óptimo por área		Metros Cuadrados	¿Cuál es la distribución de espacios óptima?	Continúa	Razón	Análisis de distribución
Plan de Inversión	Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. (Baca Urbina, 2010)	Monto requerido para dar inicio al proyecto		Lempiras	¿Cuál es la inversión inicial del proyecto?	Continúa	Razón	Recopilación de datos relacionados a la inversión
Ingresos	Hace referencia a la cantidad de dinero que se percibe con regularidad por la venta de un producto o servicio.	Cantidad monetaria a percibir por la prestación de servicios		Lempiras	¿Cuál es la expectativa en ingresos a percibir durante los primeros diez años de operación?	Continúa	Razón	Proyección financiera
Gastos de Operación	Son Flujos de salida, flujos de salida esperados, o asignaciones de flujo de salida de efectivo pasados que se originan de las operaciones comerciales continuas de una compañía. (Wild et al., 2007)	Cantidad monetaria a desembolsar para la prestación de servicios		Lempiras	¿Cuál es la cantidad monetaria requerida para brindar servicios durante los primeros diez años de operación?	Continúa	Razón	Proyección financiera
Inflación	Desequilibrio producido por el aumento de los precios o de los créditos. (OCEANO, 2019)	Tasa de inflación		Tasa	¿Cuál es la tasa de inflación?	Continúa	Razón	Revisión de indicadores económicos del país
Rentabilidad	Producir o rendir beneficio o utilidad anualmente. (OCEANO, 2019)	Indicadores financieros		TIR	¿Es rentable el proyecto?	Continúa	Razón	Análisis financiero

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 HIPÓTESIS

“Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado”. (Hernández, Fernández, Baptista, 2010, p.92)

Hi: El desarrollo de un proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán tendrá una tasa interna de retorno mayor al costo de capital.

Ho: El desarrollo de un proyecto hotelero en Santa Rosa de Copán no tendrá una tasa interna de retorno mayor al costo de capital.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS



Figura 24. Enfoque metodológico

Fuente: Elaboración propia

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirman: “El diseño es el Plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (p.128).

3.3.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

Con base a la estructura metodológica, descrita en el apartado previo, el enfoque del estudio es mixto. Por lo que para efectos del cumplimiento de los requerimientos en la sección cuantitativa debe delimitarse la población sobre la cual se implementarán las técnicas de recolección de datos.

Las características con las que deben contar las personas que formaran parte del universo sujeto a análisis son las siguientes:

- 1) Pertenecer a la población económicamente activa del país: considerando que cuentan con los recursos económicos para adquirir los servicios que prestaría el hotel.
- 2) En cuanto a términos demográficos, un rango de edad entre 19 y 54 años: esta categorización se estableció en base a un análisis de Pareto implementado a unos estudios elaborados por el IHT. Los mismos hacen referencia al turismo nacional a lo largo del año 2016, así como a la semana santa del año 2018; época en la cual se presentan variaciones significativas. Adicionalmente se consideró lo expuesto por un representante de la Cámara de Turismo en Santa Rosa de Copán: “El 90% de las visitas a la ciudad son nacionales y un 10% extranjeras”.
- 3) Ingresos iguales o mayores a tres salarios mínimos: De acuerdo con la Secretaría de Trabajo, para el año 2019, el salario mínimo promedio es de L9,443.24 mensuales.

Bajo las consideraciones antes expuestas y a información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (2017) la población a considerar es de 106,811.13 personas.

Debido a la limitación del tiempo y lo complejo de aplicar un estudio a la población total se definió una muestra representativa. La metodología implementada corresponde a poblaciones infinitas utilizando la siguiente ecuación:

$$1) n = \frac{NZ^2pq}{E^2(N-1)+Z^2pq}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N=Población total 106,811.13

Z= Distribución normalizada 1.96 con un porcentaje de confiabilidad del 95%

p= Probabilidad de éxito 50%

q= Probabilidad de fracaso 50%

E= Error muestral 5%

Al resolver la ecuación tenemos un resultado de 383 encuestas, a continuación, se muestra el desarrollo de la fórmula:

$$2) n = \frac{134,736 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(134,736 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

3.3.2 UNIDAD DE ANÁLISIS Y RESPUESTA

La unidad de análisis para el presente proyecto de investigación es la población nacional económicamente activa.

Por otro lado, se considera como la unidad de respuesta el porcentaje de encuestados que estarían dispuestos a visitar Santa Rosa de Copán.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Con el propósito de reunir datos se consideró los siguientes instrumentos y técnicas, tanto cuantitativos como cualitativos.

3.4.1 INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

“Recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (Hernández et al.,2010, p.200).

3.4.1.1 CUESTIONARIO

Instrumento elaborado con base a las variables planteadas anteriormente en la tabla de operacionalización de variables, mediante un plan detallado y diseñado de la siguiente manera:

- 1) Selección y elaboración del instrumento de medición
- 2) Aplicación del instrumento de medición
- 3) Preparación de las mediciones obtenidas por el procesamiento de los datos
- 4) Análisis de los datos

3.4.1.2 PRUEBA PILOTO

La prueba piloto se aplicará a 39 personas que apliquen a los filtros según el cuestionario digital, debido a que el 10% de la muestra representa entre 38 ó 39 personas elegidas al azar, previamente de ser revisado y aprobado por el asesor temático y un experto en el tema. Este proceso es necesario antes de aplicar la prueba piloto para mitigar los errores en cuanto a las preguntas que deben ir enlazadas con los objetivos y relacionadas con las variables que se pretender medir.

3.4.2 TÉCNICAS

Entre las técnicas utilizadas, se consideró elegir la encuesta de forma digital para aplicar a los clientes potenciales y la entrevista al Director Ejecutivo Julio Gonzales de la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH) capítulo Santa Rosa de Copán.

3.4.2.1 ENCUESTAS

Realizar encuestas implica seguir todo un proceso de investigación donde cada uno de los aspectos mencionados están estrechamente ligados a la encuesta y deben integrarse de forma coherente con el objetivo de producir información científica de calidad y en correspondencia con el modelo de análisis construido, y donde se requiere, por tanto, del conocimiento especializado y de la capacidad de aplicación.(López-Roldán & Fachelli,2016,p.9)

3.4.2.2 ENTREVISTAS

Se entrevistó a experto Julio Gonzales Director Ejecutivo de la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH).

Así, a partir de 1965, se inició con una distinción más clara entre la entrevista y el cuestionario, y es cuando se empieza hablar de estructurada, y no estructurada, las cuales se usan como una estrategia apropiada para revelar información, y en la que el entrevistador mantenía el control de la misma, y lleva al entrevistado a contestar lo que deseaba escuchar.(Jiménez, 2011,p.122)

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información son aquellas que proporcionarán datos históricos y actuales sobre los cuales se puede hacer proyecciones en un futuro cercano. Sirven para identificar patrones de tendencia o estacionalidad. Las fuentes de información pueden clasificarse en fuentes internas y externas, cada una de las cuales se subdivide a la vez en primarias y secundarias. (Hernández et al.,2014, p.)

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

“Se encuentran conformadas por la información que recolecta el usuario o sobre el consumidor del producto” (Baca Urbina, 2010, p.25).

Las fuentes primarias que se utilizaron para el desarrollo del presente estudio son la entrevista con el experto y la encuesta electrónica o cuestionario; aplicada a un total de 384 personas.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

“Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales. Son fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones” (Alcala,2019,p.3).

Entre las principales fuentes utilizadas se puede mencionar:

- 1) Tesis

- 2) Libros
- 3) Artículos de revistas y periódicos digitales
- 4) Boletines y estudios de entidades gubernamentales

3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO

A continuación, se detallan las limitantes presentadas durante la elaboración del presente estudio:

- 1) No se cuenta con datos estadísticos sobre tendencias en el rubro de hotelería y turismo, en general, de la ciudad de Santa Rosa de Copán considerando que los propietarios de este tipo de establecimientos no comparten información por temas de confidencialidad.
- 2) El tiempo establecido para desarrollar la presente investigación es corto, por lo que el instrumento utilizado para el estudio de mercado no se logró aplicar a nivel nacional.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Con base a los lineamientos previamente establecidos, se aplicaron una serie de instrumentos que contribuyeron en la recolección de los datos requeridos para desarrollar los estudios que conforman la estructura mínima de evaluación para un proyecto de factibilidad. A continuación, se presenta un resumen de los resultados obtenidos y sobre los cuales se evaluará la hipótesis establecida.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

La empresa se dedicará a la prestación de servicios de alojamiento a personas que visiten Santa Rosa de Copán, ya sea por motivos de recreación y ocio o por negocios, contando con una mezcla de acomodaciones dobles y sencillas.

Bajo este concepto se definió un portafolio de servicios básicos que permitirán a los visitantes disfrutar de una estadía placentera. Entre los más representativos se encuentra disponibilidad de estacionamiento, desayuno incluido para cada huésped durante su estadía, internet inalámbrico y habitaciones climatizadas.

La disponibilidad de habitaciones podrá conocerse por medio del perfil de la empresa en redes sociales, su página web, vía teléfono y correo.

4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

“Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor” (Alexander Osterwalder, 2011, p. 14). Su objetivo primordial es brindar una visión clara de la estructura sobre la cual enfocará sus recursos para generar el beneficio económico estimado. La tabla 9 muestra el desarrollo del modelo Canvas para el presente proyecto:

Tabla 9. Modelo Canvas

Lienzo de Modelo de Negocios		Empresa: Hotel ML		
Actividades Clave	Asociaciones Clave	Propuesta de Valor	Relaciones con Clientes	Segmentos de Mercado
1) Promoción de servicios de hospedaje. 2) Capacitación del personal en servicio al cliente. 3) Limpieza de las instalaciones. 4) Alianzas estratégicas con proveedores para disminuir gastos.	1) Productos de Limpieza 2) Restaurante 3) Cámara de turismo local	1) Ubicación estratégica 2) Instalaciones modernas con disponibilidad de estacionamiento. 3) Atención personalizada 4) Servicios básicos para cada acomodación, incluyendo internet, televisión con cable, climatización y desayuno por persona durante su estadía. 5) Consulta de disponibilidad bajo diferentes medios. 6) Alianzas estratégicas con comercios de la zona.	1) Atención personalizada y eficaz 2) Comodidad	Personas consideradas dentro de la población económicamente activa de Honduras, entre 25 a 59 años, cuyo ingreso sea igual o mayor a tres salarios mínimos y que muestren interés por vacacionar o atender temas comerciales en la ciudad de Santa Rosa.
	Recursos Clave		1) Personal 2) Wifi 3) Aportación de los socios 4) Sistema para manejar las reservaciones. 5) Gestor y manejo de las redes	
Estructura de Costes		Fuentes de Ingreso		
1) Gastos fijos como ser planilla, publicidad, entre otros necesarios para la operatividad de la empresa.		1) Efectivo 2) Tarjeta de crédito 3) Transferencias bancarias		

Fuente: Elaboración Propia

4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

La propiedad intelectual se compone por dos campos:

- 1) La propiedad industrial
- 2) Los derechos de autor y derechos conexos

La propiedad industrial, a su vez, se divide en dos elementos; signos distintivos (marcas) y patentes.

Los signos distintivos son aquellos que tienen la capacidad de identificar actividades, servicios y productos en el mercado de los demás de su misma especie. Para su titular son el medio para acercarse a los consumidores, valorizar su empresa y evitar confusión en el mercado con respecto a sus competidores. La marca, es un signo distintivo cuya principal función es diferenciar en el mercado a los productos y/o servicios de una empresa de los de sus competidores. (Instituto de la Propiedad,2019)

La denominación social de la empresa será Inversiones M&L, S.A., considerando que el proyecto, de ser factible, será desarrollado por los inversionistas que conformaran dicha sociedad. Es importante mencionar que comercialmente la empresa utilizará el nombre Hotel ML.

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

La evaluación general de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para una empresa se conoce como Análisis FODA, y es una manera para analizar el entorno interno y externo de la compañía. A continuación, se presenta la evaluación para el Hotel ML.

Fortalezas

- 1) Ubicación estratégica.
- 2) Disponibilidad de espacio para estacionamiento de huéspedes.
- 3) La administración cuenta con asesoría de expertos en el rubro.

Oportunidades

- 1) Alianzas con proveedores para obtener mejores precios.
- 2) Apertura de un segundo establecimiento

Debilidades

- 1) Capacidad instalada limitada para las temporadas altas

Amenazas

- 1) Servicio de locatarios bajo la modalidad Air Bnb
- 2) Inestabilidad política, económica y social en el país.

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

Baca Urbina (2010) expresa: “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p.7).

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

De acuerdo con la entrevista sostenida con el administrador de la cámara de turismo local, Santa Rosa es una ciudad que carece de atractivos turísticos por lo que ha efectuado alianzas estratégicas con entes gubernamentales y empresas locales para brindar experiencias únicas a sus visitantes. Estas se encuentran relacionadas a sus cuatro elementos característicos, café, cultura, gastronomía y naturaleza.

Con el propósito de incrementar el flujo de visitantes en temporadas bajas han desarrollado una serie de eventos, como ser la Expo Copán (dos semanas después de Semana Santa) alcanzando para el 2019 una cifra de 40,000 turistas, aproximadamente. Esta iniciativa inició alrededor del año 2013, a fin de promover experiencias exclusivas de la ciudad algunos ejemplos:

- 1) Exposición de stands promocionales de los comercios locales, incluyendo artesanías.
- 2) Tour de café: visitas guiadas a fincas productoras donde se muestra el proceso de cultivo, secado, tostado y empaquetado para su posterior comercialización. Adicionalmente se incluyen degustaciones preparadas por baristas locales, quienes explican los diferentes métodos de extracción bajo el cual se somete la bebida aromática.
- 3) Visita a fábrica de puros, en la cual se expone su historia y el procedimiento utilizado para su elaboración.
- 4) Tour gastronómico
- 5) Tour casco histórico

A continuación, un listado de los eventos que se han desarrollado en la ciudad:

- 1) Semana Santa (Ruta Lenca Maya)
- 2) Expo Copán
- 3) Feriado Morazánico (Ruta Lenca Maya)
- 4) Congreso Turismo Sostenible
- 5) Congreso Médico Nacional
- 6) Festival Gastronómico
- 7) Noche de Puros y Tradiciones
- 8) Congreso de Neonatología
- 9) II Congreso de Cambio Climático

Adicional a lo antes expuesto, se han implementado estrategias de publicidad y promoción para posicionar a la ciudad como un destino turístico atractivo. Para ello han desarrollado la marca Yo amo Santa Rosa y una aplicación gratuita denominada Santa Rosa 0401, en la cual se encuentra información sobre los eventos próximos a desarrollar, hoteles disponibles, restaurantes, cafés y sitios de interés.

El IHT cuenta con un registro histórico a nivel nacional de los establecimientos de alojamiento, se observa una tendencia creciente para la ciudad. La figura 25 representa el comportamiento registrado en Santa Rosa de Copán:

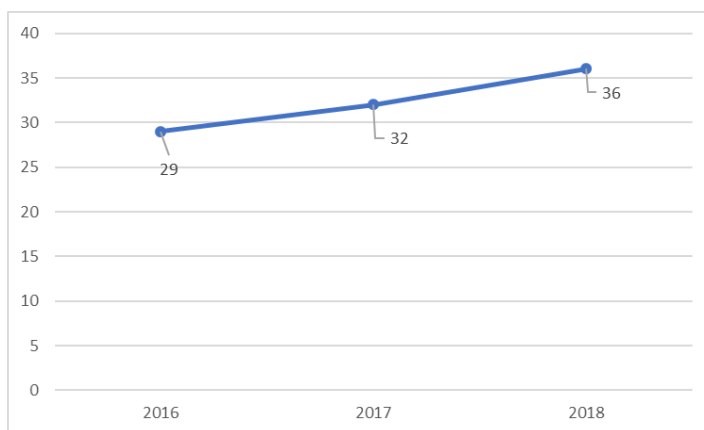


Figura 25. Cantidad de Hoteles

Fuente: IHT (2019)

Para el año 2019 se identificó un registro de 38 hoteles, clasificados por la Cámara de Turismo local bajo las categorías A, B y C. Dicha categorización se efectúa en base al servicio, ubicación, precio y cantidad de empleados. Es importante mencionar que esta cifra incrementa con la apertura de dos a tres establecimientos por año, producto del desarrollo turístico tanto en la ciudad como en zonas aledañas. En la figura 26 se presenta un listado de algunos ejemplos:



Figura 26. Clasificación Hoteles

Fuente: Cámara de Turismo Santa Rosa de Copán

Entre los elementos característicos que comparten se encuentran la utilización de redes sociales para promoción, reservaciones vía teléfono o correo, los precios oscilan entre L500-L1500, brindan servicio de alimentación y su ubicación es en la entrada o el casco histórico de la ciudad. El estacionamiento y el no contar con una página web representan una limitante.

Luego de la implementación del instrumento se determinó que los hoteles más visitados son el Hotel Elvir, Hotel Casa Real, Hotel Gran Plaza y Hotel Inter Copán como se muestra en la figura 27. Es importante mencionar que estos se consideran competencia directa para la empresa.

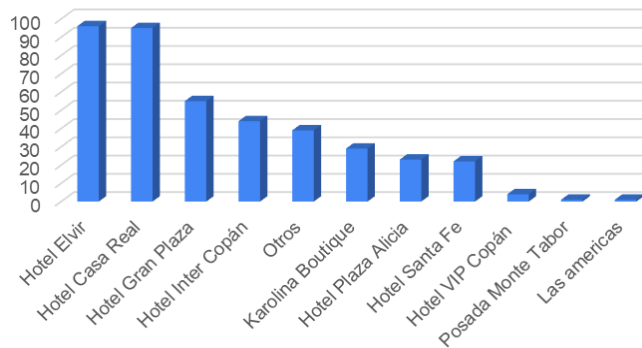


Figura 27. Hoteles más Visitados

Fuente: Elaboración Propia

Respecto a la competencia indirecta, se identificó la nueva modalidad conocida como Air BnB, donde residentes alquilan una habitación o una sección de su hogar a los visitantes de la zona.

4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Para efectos de evaluar las preferencias de los clientes potenciales se aplicó como instrumento una encuesta a personas clasificadas dentro de la población económicamente activa, a nivel nacional, entre 25 y 59 años, cuyo ingreso es igual o superior a tres salarios mínimo; de acuerdo con la tabla emitida por la Secretaría de Trabajo el promedio para el año 2019 es de L9,443.24.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento antes mencionado a una muestra de 384 personas; mismo que fue validado por medio de la revisión de expertos.

En la figura 28 se muestra que la edad promedio del total de personas encuestadas oscila entre 25-58 años.

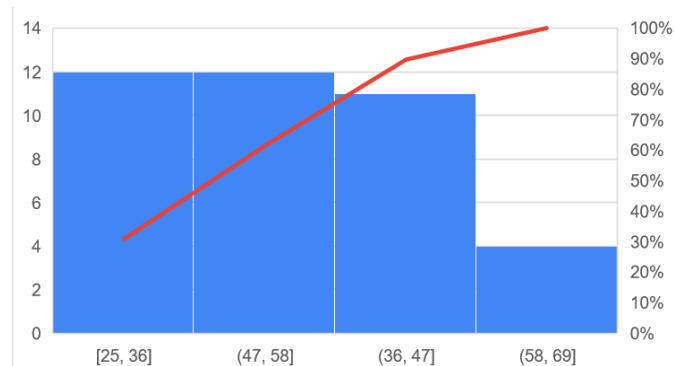


Figura 28. Rango de Edad de los Encuestados

Fuente: Elaboración Propia

Por otro lado, se observa en la figura 29 que del número total de encuestados las mujeres representan un 67% y los hombres un 33%.

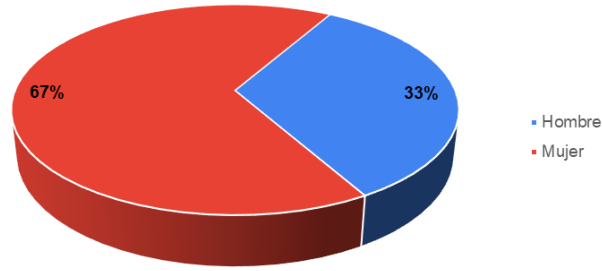


Figura 29. Género Encuestados

Fuente: Elaboración Propia

Se determinó que el rango salarial de las personas se concentra en un 52% bajo el rango de L15,000 a L23,000, 30% entre L24,000 y L34,000 y un 18% en un valor igual o mayor a L35,000; como se observa en la figura 30.

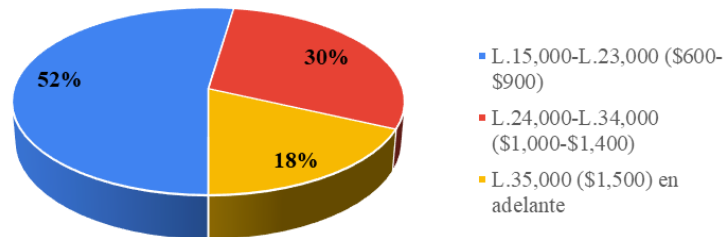


Figura 30. Ingresos de los Encuestados

Fuente: Elaboración Propia

La figura 31 refleja que el 80% de los encuestados se desempeñan como licenciados en administración de empresas, abogados, contadores, comerciantes, entre otros.

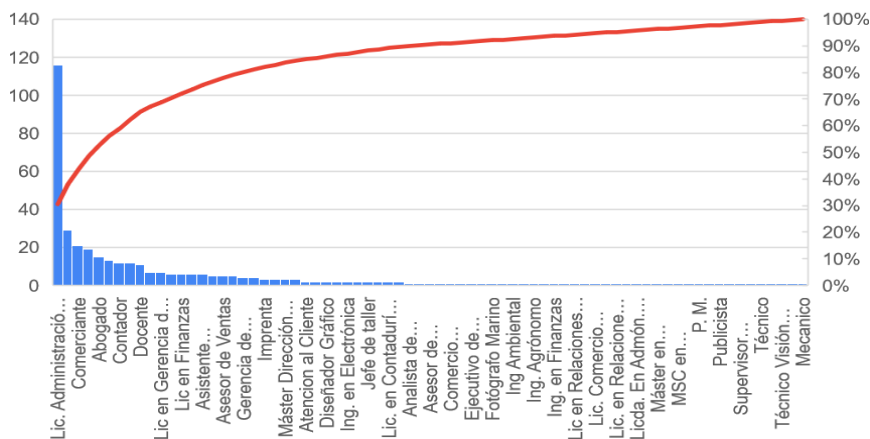


Figura 31. Ocupación

Fuente: Elaboración Propia

Adicionalmente se identificó que un porcentaje significativo de los encuestados reside en la ciudad de San Pedro Sula, en la figura 32 se muestra la distribución.

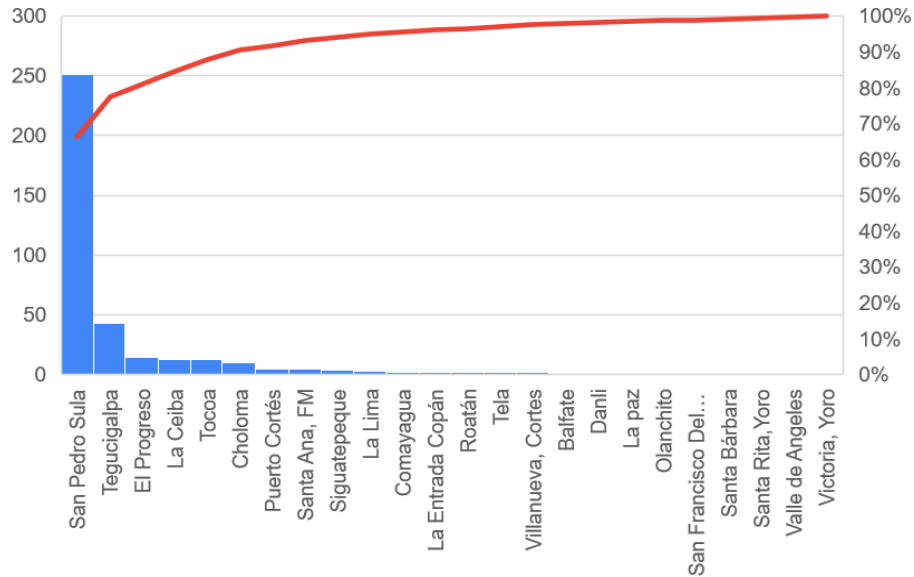


Figura 32. Ciudad de Residencia

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al motivo de visita, se observa en la figura 33 que el 65% de las personas realizan su viaje con fines turísticos (vacaciones), mientras que un 17% lo efectúa por temas familiares, un 14% por negocios y un porcentaje mínimo no ingresa a la ciudad únicamente transita para visitar zonas aledañas.

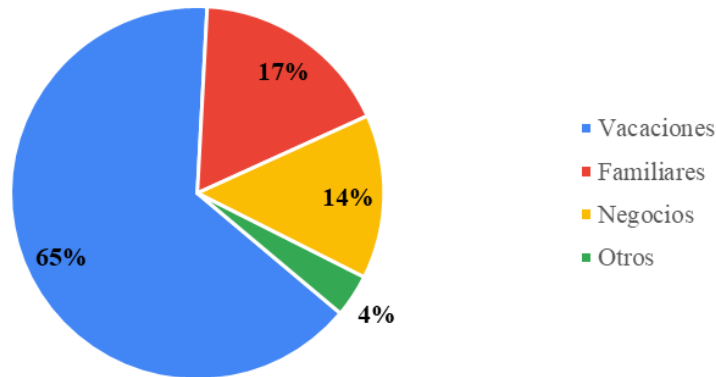


Figura 33. Motivo de Visita

Fuente: Elaboración Propia

La pernoctación promedio de los encuestados es de 1-3 días, encontrándose acorde al dato proporcionado por la cámara de turismo local. En la figura 34 se observa que esta escala representa un 83%, un 15% lo integran las personas con una estadía de 4-6 días y el 2% restante corresponde a una estadía mayor a 7 días.

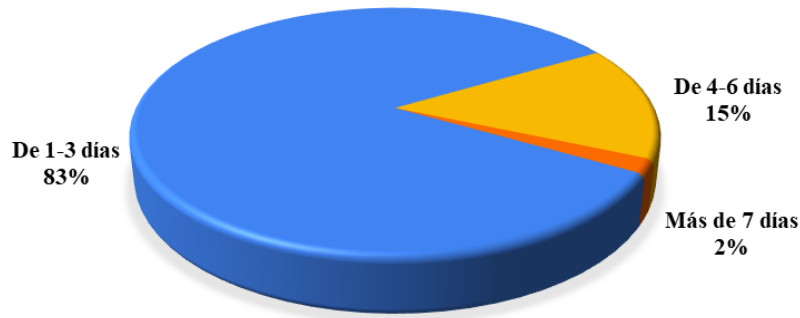


Figura 34. Estadía

Fuente: Elaboración Propia

La figura 35 muestra un diagrama Pareto en el que se concluye que el 80% de las personas encuestadas reflejan preferencia, para visitar Santa Rosa de Copán, entre Semana Santa, el feriado Morazánico y la Expo Copán. Alrededor de un 17% no mostró interés en una época específica para realizar su viaje.

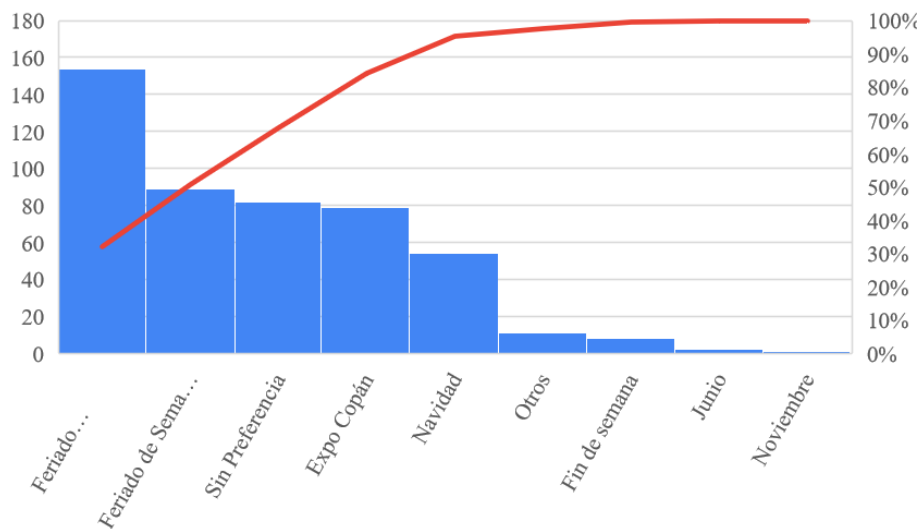


Figura 35. Estacionalidad

Fuente: Elaboración Propia

4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO

Baca Urbina manifiesta:

La demanda potencial insatisfecha (DPI) es la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (p.43)

En el instrumento se incluyeron interrogantes que permitiesen recopilar los datos requeridos para estimar el indicador antes mencionado. A continuación, se muestran los resultados obtenidos:

En la figura 36 se aprecia que un 70% de las personas encuestadas ha visitado Santa Rosa de Copán y el 30% restante corresponde a quienes aún no conocen.

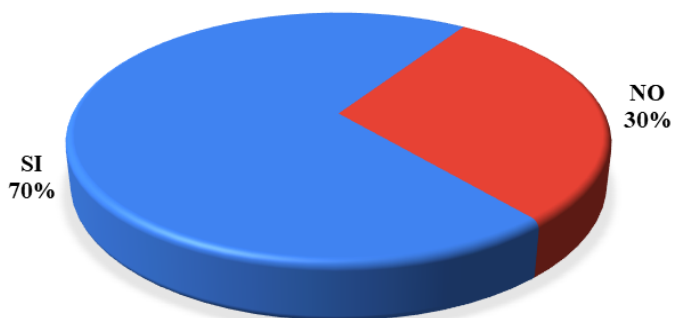


Figura 36. Vistas a Santa Rosa de Copan

Fuente: Elaboración Propia

Sin embargo, se validó la intención de visita con las personas que integraron esta última porción obteniendo un resultado positivo del 96%; por lo que del total de encuestados con interés en visitar Santa Rosa suman 380. Con base a esta cantidad se identificó que alrededor de 233 personas se hospedan en hoteles, equivalente a un 61%.

Adicional a lo antes expuesto, se determinó que la frecuencia con la que los encuestados visitan la ciudad es al menos una vez al año representando un 65% del total. Es importante mencionar que bajo esta categoría se incluyeron a las personas que brindaron como respuesta eventualmente, ya que entre los conceptos de mayor registro fueron vacaciones y feriados. En la figura 37 se aprecia que el 80% de las personas realizan su visita con una periodicidad anual y/o mensual.

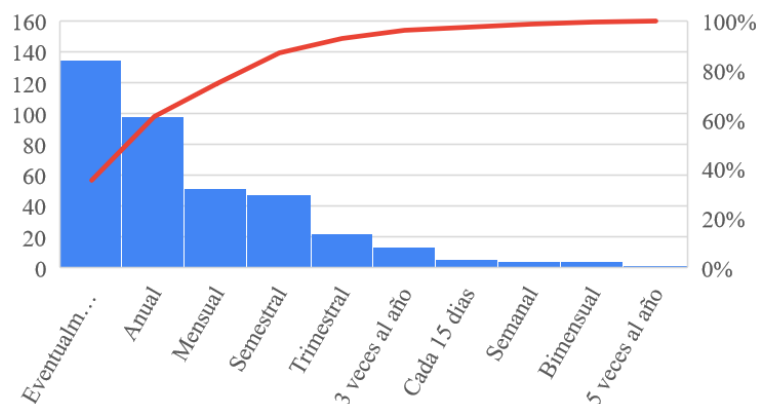


Figura 37. Frecuencia de Visita

Fuente: Elaboración Propia

Considerando las características de segmentación establecidas para el presente proyecto, los datos estadísticos de la población recopilados por el INE para el año 2017 y los resultados antes descritos se proyectó la demanda para el primer año de operación.

Tabla 10. Cálculo DPI

2017		Tasa de Crecimiento Poblacional	1.55%
Población Económicamente Activa	3,502,317		
Variables de Interés			
Entre 25-59 años	66%	2,321,981.00	
Ingresos =>3 Salarios mínimos	5%	106,811.13	Mercado Meta
Total No. Encuestas	384		
Personas que han Visitado	270		
No han Visitado pero están dispuestos	110		
Sub Total	380		
Personas que se hospedan en hotel (Sobre subtotal)	233	61%	
Demanda			
Frecuencia			
Semanal	52	1%	33,701.14
Cada 15 días	26	1%	21,905.74
Mensual	12	13%	103,436.56
Bimensual	24	1%	15,554.37
Trimestral	4	6%	15,554.37
Semestral	2	12%	15,554.37
3 veces al año	3	3%	6,610.61
5 veces al año	5	0%	972.15
Anual	1	61%	39,728.45
Total visitas a Santa Rosa			174,597.81
Cálculo DPI			
		Demanda	Participación de la DPI
1	2017	174,597.81	8,729.89
2	2018	177,304.07	8,865.20
3	2019	180,052.28	9,002.61
4	2020	182,843.10	9,142.15
5	2021	185,677.16	9,283.86
6	2022	188,555.16	9,427.76
7	2023	191,477.76	9,573.89
8	2024	194,445.67	9,722.28

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla 10, se observa que para el año 2020 se obtendrá una demanda potencial insatisfecha de 10,067 personas, sobre la cual se determinó una participación del 4%. Lo anterior tomando como base la capacidad instalada del hotel y la estacionalidad que se presente en el rubro.

4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

Kotler y Armstrong (2007) manifiestan:

La estrategia de marketing de la compañía indica cuales son los clientes a los que atenderá y la forma en que creará valor para dichos clientes... El Programa de marketing hace propicias las relaciones con los clientes al transformar la estrategia en acciones a través de la mezcla de marketing, producto, precio, plaza y promoción. (p.12)

4.5.4.1 PRODUCTO

Actualmente las empresas buscan desarrollar productos y/o servicios que generen experiencias de valor a sus clientes, con el objetivo de satisfacer sus necesidades. (Kotler y Armstrong,2007)

Bajo las consideraciones antes expuestas y los resultados obtenidos de la encuesta se determinó que la mezcla de servicios que se ofrecerá es:

- 1) Estacionamiento
- 2) Televisión con cable
- 3) Internet inalámbrico
- 4) Restaurante: Se contempla un espacio en el diseño del edificio para la prestación de este servicio, sin embargo, este se arrendará a un tercero.
- 5) Aire Acondicionado

4.5.4.2 PLAZA

El hotel estará ubicado a la orilla de la carretera en la entrada de la ciudad, por lo que se determina que cumple con la característica de accesibilidad. Dicha zona es considerada de alto tráfico vehicular por personas de zonas aledañas que ingresan por temas de negocios, tramites

personales, tratamientos médicos o aquellas que únicamente transitan para desplazarse hacia la frontera de San Salvador y/o Guatemala.

4.5.4.3 PRECIO

De acuerdo con la entrevista efectuada a experto, los visitantes muestran mayor preferencia por dos tipos de acomodaciones, dobles y sencillas. Bajo esta consideración, se estableció el precio en relación con el promedio de los cinco hoteles más visitados en Santa Rosa de Copán, obteniendo un valor de L1,353.40 para habitaciones dobles y L1,023 para las sencillas.

4.5.4.4 PROMOCIÓN

La promoción del hotel se llevará a cabo a través de redes sociales, razón por la cual se contemplará la contratación de servicios tercerizados para la gestión y posicionamiento web conforme a las características del mercado meta previamente establecido. No se consideran medios de comunicación tradicionales considerando que en los resultados de la encuesta un porcentaje significativo utiliza las redes sociales y las páginas web de los establecimientos para informarse acerca de la disponibilidad.

4.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

Baca Urbina (2013) afirma: “Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal” (p. 6).

4.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

La figura 38 muestra el diseño del edificio donde operará el nuevo hotel bajo el nombre comercial Hotel ML; el cual consta de 3 niveles, 29 habitaciones, área de lavandería-bodega, administración, recepción, área de restaurante y parqueos frontales.



Figura 38. Diseño del Proyecto

Fuente: Planos Arquitectónicos del proyecto (2019)

4.6.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCCIÓN

En la siguiente sección se muestran los planos descriptivos de cada planta, acorde al diseño del proyecto.

4.6.2.1 DISEÑO DEL PRIMER NIVEL

La figura 39 muestra el plano de distribución del primer nivel del hotel incluyendo, a su vez, las medidas con las que contará cada área. Esta planta incluye habitaciones, área de lavandería, bodega, oficina de administración, área de recepción, restaurante y 9 estacionamientos frontales.

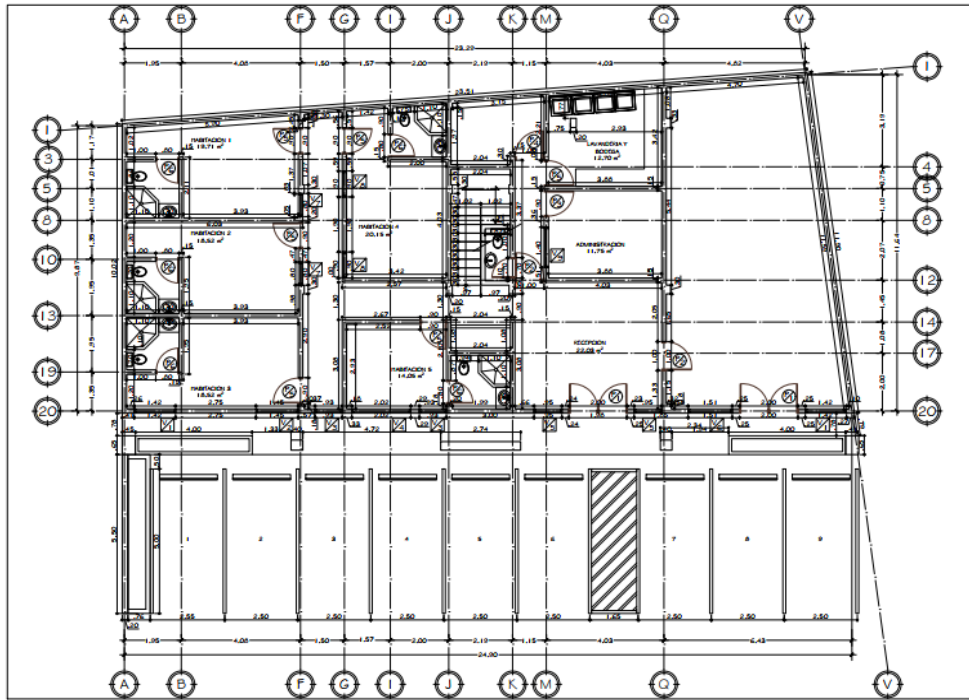


Figura 39. Diseño Primer Nivel

Fuente: Planos Arquitectónicos del proyecto (2019)

4.6.2.2 DISEÑO DEL SEGUNDO NIVEL

En la figura 40 se presenta el plano de distribución del segundo nivel, en el cual se incluye una combinación de habitaciones dobles y sencillas.

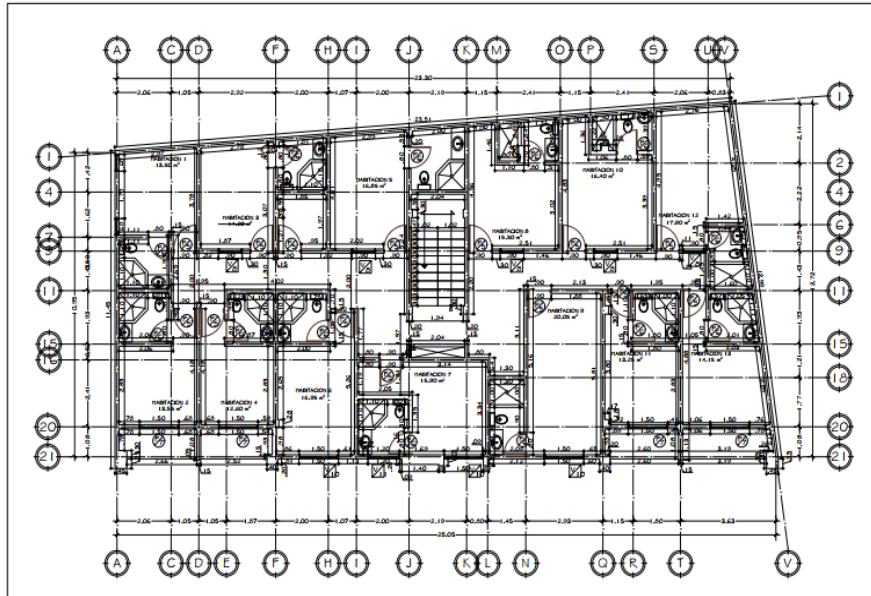


Figura 40. Diseño Segundo Nivel

Fuente: Planos Arquitectónicos del proyecto (2019)

4.6.2.3 DISEÑO DEL TERCER NIVEL

La figura 41 representa el plano del tercer nivel, cuyo diseño es similar al del segundo, integrado por habitaciones dobles y sencillas.

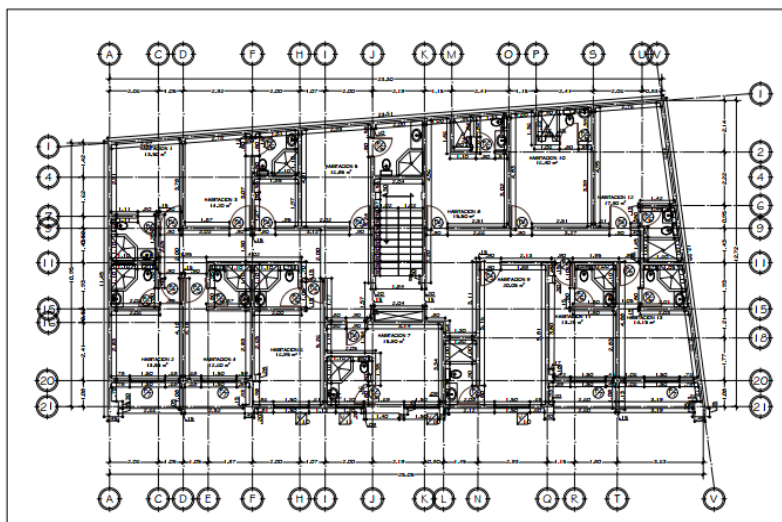


Figura 41. Diseño Tercer Nivel

Fuente: Planos Arquitectónicos del proyecto (2019)

4.6.2.1 UBICACIÓN

La ubicación es el lugar o espacio físico donde se pretende establecer el proyecto hotelero el cual se ha organizado en dos secciones:

- 1) Macro ubicación
- 2) Micro ubicación

4.6.2.1.1 MACRO UBICACIÓN

La macro ubicación del proyecto es la zona o el territorio geográfico donde se desarrollará. El presente estará ubicado en el departamento de Copán, municipio de Santa Rosa, ciudad sobre un altiplano rodeado de colinas y abundantes pinares. En la figura 42 se presenta un mapa con la distribución departamental del país, sobre el cual se señala la macro ubicación.



Figura 42. Mapa Turístico de Honduras

Fuente: Honduras Tips (2019)

La figura 43 muestra la división municipal del departamento de Copán, sobre el cual se indica la ubicación del municipio de Santa Rosa de Copán.



Figura 43. Mapa Municipio de Copán

Fuente: Honduras Tips (2019)

4.6.2.1.2 MICRO UBICACIÓN

La micro ubicación del proyecto es la Colonia Villas de Occidente, del municipio de Santa Rosa, departamento de Copán, localizada sobre la carretera internacional CA-4, contiguo a Visión Mundial y frente al hospital Médico Quirúrgico. En la figura 44 se presenta un mapa satelital donde se muestran los puntos de referencia antes descritos.

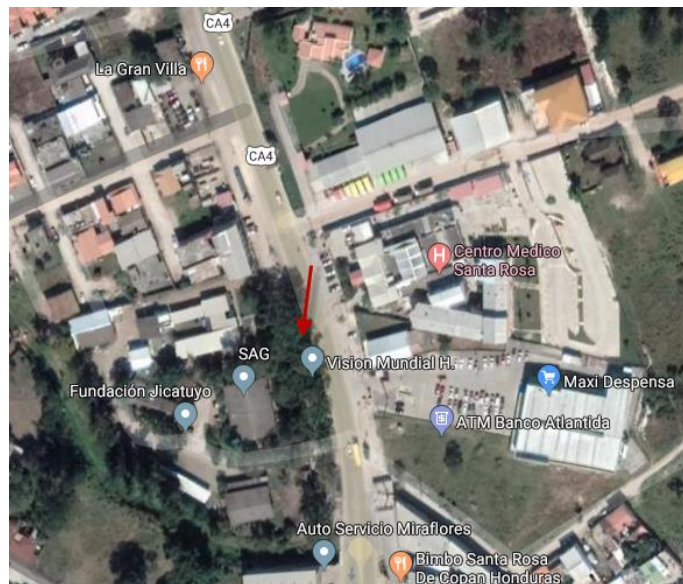


Figura 44. Micro Localización

Fuente: Google Maps (2019)

4.6.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

BACA (2013) Afirma:

Que el servicio al cliente debe enfocarse como un proceso de ciclo de negocio que empieza con ayudar al cliente a determinar necesidades proporcionando fotografías del producto, videos con sonido, descripciones textuales, artículos o revistas y archivos que se pueden descargar; este servicio también usa agentes inteligentes que hacen sugerencias y ayudan a comparar otros productos. (p.71)

En la página web del hotel y las redes sociales estará disponible la descripción de los servicios que brindará el hotel.

En la figura 45 se presenta el flujo del proceso para atención al cliente, de acuerdo a la modalidad (virtual y/o presencial) seleccionada para realizar la reservación.



Figura 45. flujo de Proceso Servicio al Cliente

Fuente: Elaboración propia

4.6.3.1 INSTALACIÓN DEL SERVICIO

Es el análisis y la selección de los equipos necesarios, dada la tecnología elegida; en seguida, la distribución física de tales equipos en la planta, así como la propuesta de la distribución general, en la que se calculan todas y cada una de las áreas que formarán la empresa. (Urbina, 2013, pág. 6)

La tabla 11, muestra los valores de los gastos correspondientes a la constitución de la sociedad Inversiones MyL, S.A y el detalle de los requerimientos legales que se debe considerar para iniciar operaciones en el rubro hotelero. Adicionalmente, se incluyen los gastos correspondientes a escrituración.

El aporte de pago por la constancia de registro ambiental está compuesto por la suma de cinco salarios mínimos de la zona equivalentes a L.8,500.00, como resultado de los L.42,500.00.

Tabla 11. Gastos de Constitución

No.	Descripción	Monto
1	Obtención de escritura de constitución	1,000
2	Inscripción en el Registro Mercantil	1,000
3	Permiso de operación	400
4	Autorización de los libros contables	1,500
5	Inscripción IHT	2,000
6	Inscripción Canaturh	3,900
7	Inscripción SAR	1,000
8	Consultoría Legal (Timbres)	5
9	Aportación Social	20,000
10	Constancia Ambiental	42,500
	Total Costos de Constitución	L. 73,305
11	Gastos de Escrituración	255,000
	Total	L. 328,305

Fuente: Elaboración Propia

La tabla 12, representa los costos del edificio y remodelaciones que se harán al mismo. Incluyendo el acondicionamiento de las 29 habitaciones, la administración, la recepción, el área de bodega, área de restaurante y 9 parqueos frontales.

Tabla 12. Detalle Costo Edificio y Remodelaciones

Descripción	Inversión Total
Fijas	
Compra de Edificio	L. 8,400,000
Remodelación	L. 3,680,000
Total	L. 12,080,000

Fuente: Elaboración propia con datos de Sociedad Inversiones MyL S.A (2019)

Es importante mencionar, que los datos y las estimaciones fueron proporcionados por el socio del proyecto en mención.

En la tabla 13 se presenta un detalle del mobiliario y equipo para las habitaciones, cuya cotización se efectuó en Lady Lee.

Tabla 13. Detalle Mobiliario y Equipo

Cantidad	Descripción	Cotizado	Precio	Total
42	Camas matrimoniales	LADY LEE	L. 8,495.00	L. 356,790.17
84	Colcha para matrimonial	LADY LEE	L. 1,319.40	L. 110,829.18
1	Centro de lavado y secado	LADY LEE	L. 28,999.00	L. 28,999.00
29	Planchas a vapor	LADY LEE	L. 525.00	L. 15,224.94
30	TV Smart 32"	LADY LEE	L. 6,495.00	L. 194,850.14
30	Evaporador convencional	LADY LEE	L. 2,200.00	L. 65,999.88
30	Condensador convencional	LADY LEE	L. 5,099.00	L. 152,969.90
30	Alfombras antideslizantes de baño	LADY LEE	L. 922.19	L. 27,665.83
2	Dispensador de agua	LADY LEE	L. 4,299.00	L. 8,598.00
1	Set de 3 mesas	LADY LEE	L. 5,784.01	L. 5,784.01
30	Dispensadores de shampoo	LADY LEE	L. 135.00	L. 4,049.96
1	Juego de mueble de sala/sala modular	LADY LEE	L. 13,008.00	L. 13,008.00
30	Cuadros decorativos	LADY LEE	L. 433.55	L. 13,006.50
30	Planchador de ropa	LADY LEE	L. 1,619.41	L. 48,582.21
30	Set de vasos de colores	LADY LEE	L. 18.54	L. 556.05
30	Jarra de vidrio	LADY LEE	L. 77.50	L. 2,324.96
	TOTAL			L. 1,049,238.73

Fuente: Elaboración propia con datos de Lady Lee

El equipo de oficina para el área de administración y habitaciones se cotizó en Office Depot, cuya factura suma un valor de L531,297.11. La tabla 14 presenta un desglose de los ítems que conforman el monto antes detallado.

Tabla 14. Detalle Mobiliario y Equipo de Oficina

Cantidad	Descripción	Cotizado	Precio	Total
30	Escritorios Ejecutivos	OFFICE DEPOT	L. 10,132.43	L. 303,973.03
30	Sillas Ejetivas	OFFICE DEPOT	L. 7,298.00	L. 218,940.04
1	Armado de muebles a escritorio	OFFICE DEPOT	L. 3,570.03	L. 3,570.03
1	Armado de muebles a sillas	OFFICE DEPOT	L. 2,397.03	L. 2,397.03
2	Telefono inalambrico	OFFICE DEPOT	L. 1,149.00	L. 2,298.00
1	Revistero negro	OFFICE DEPOT	L. 119.00	L. 119.00
TOTAL				L. 531,297.11

Fuente: Elaboración propia con datos de Office Depot

La tabla 15 presenta un detalle de elementos adicionales que se consideraron como ser decoración para las habitaciones y otras instalaciones del hotel.

Tabla 15. Detalle Mobiliario y Equipo de Habitaciones

Cantidad	Descripción	Cotizado	Precio	Total
84	Almohadas ensueño	FEMOSA	L. 186.30	L. 15,649.20
84	Sobrecama	FEMOSA	L. 583.80	L. 49,038.99
30	Soporte Para Televisor Led	FEMOSA	L. 724.80	L. 21,743.97
29	Lámparas de mesa	FEMOSA	L. 763.20	L. 22,132.73
30	Cortinas baños	FEMOSA	L. 94.40	L. 2,832.11
84	Toallas de baño grandes blancas	FEMOSA	L. 76.80	L. 6,450.95
84	Toallas de mano blancas	FEMOSA	L. 207.20	L. 17,404.42
4	Maceteras	FEMOSA	L. 50.40	L. 201.62
1	Set de herramientas	FEMOSA	L. 275.99	L. 275.99
1	Escalera grande	FEMOSA	L. 3,653.60	L. 3,653.60
30	Mantel individuales de mesa	FEMOSA	L. 21.60	L. 647.91
6	Cepillos para inodoro	FEMOSA	L. 70.40	L. 422.42
6	Trapeadores	FEMOSA	L. 94.47	L. 566.84
31	Espejos para baño	FEMOSA	L. 298.00	L. 9,238.00
6	Escobas	FEMOSA	L. 44.19	L. 265.17
1	Reloj de pared	FEMOSA	L. 462.00	L. 462.00
24	Cortina Rollup corrediza	FEMOSA	L. 537.60	L. 12,902.45
30	Jaboneras	FEMOSA	L. 99.20	L. 2,975.97
6	Florero plástico	FEMOSA	L. 53.99	L. 323.96
3	Floreo de vidrio	FEMOSA	L. 248.00	L. 743.99
3	Flores artificiales	FEMOSA	L. 115.20	L. 345.59
1	Porta papel recepción	FEMOSA	L. 477.60	L. 477.60
30	Basureros	FEMOSA	L. 56.40	L. 1,691.88
30	Roperos	FEMOSA	L. 2,255.50	L. 67,664.85
29	Mesas de noche	FEMOSA	L. 1,314.74	L. 38,127.39
TOTAL				L. 276,239.56

Fuente: Elaboración Propia con datos de Femosa

Por otro lado, dentro de la inversión en mobiliario y equipo se consideran cerraduras con sistema de tarjeta, sistema para controlar el uso de energía en las habitaciones durante la estadia

del huésped, entre otros. La tabla 16 presenta un detalle sobre las cantidades requeridas del equipo y su costo.

Tabla 16. Otro Detalle de Mobiliario y Equipo de Habitaciones

Cantidad	Descripción	Cotizado	Precio	Total
29	Cerrajería de Puerta (Sistema de Tarjeta)	Alibaba	L. 875	L. 25,375
29	Sistema Leviton (Apagado Automático Habitaciones)	Amazon	L. 668	L. 19,379
25	Otro Equipo para las Habitaciones	Office Depot	L. 1,000	L. 25,000
TOTAL			L. 2,543	L. 69,754

Fuente: Elaboración Propia con datos de Alibaba, Amazon y Office Depot

La tabla 17 presenta un resumen de los valores a invertir en concepto de mobiliario y equipo para las habitaciones, el área de administración y recepción, el cual suman en total L. 1, 926,575.00:

Tabla 17. Resumen Mobiliario y Equipo

Proveedor	Monto
FEMOSA	L. 276,240
Alibaba	L. 25,375
Amazon	L. 19,379
Office Depot	L. 556,297
Lady Lee	L. 1,049,284
Total	L. 1,926,575

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 18. Gastos de Papelería y Útiles

Descripción	Cantidad	UM	Precio	Gasto Mensual	Gasto Anual
Papel bond tamaño carta	2	Resma	L. 69.95	L. 139.90	L. 1,678.80
Folder manila	1	Resma	L. 94.92	L. 94.92	L. 1,139.04
Corrector	3	Unidad	L. 31.24	L. 93.72	L. 281.16
Boligrafos	24	Unidad	L. 2.85	L. 68.40	L. 820.80
Sobres blancos	2	Paquete	L. 23.14	L. 46.28	L. 555.36
Tijeras de oficina	2	Unidad	L. 11.33	L. 22.66	L. 271.92
Engrapadora de metal	2	Unidad	L. 111.75	L. 223.50	L. 223.50
Grapas standard	2	Caja	L. 16.88	L. 33.76	L. 405.12
Sacagrapas	2	Unidad	L. 19.88	L. 39.76	L. 39.76
Perforadora	2	Unidad	L. 88.35	L. 176.70	L. 176.70
Notas adhesivas color neon	2	Unidad	L. 50.96	L. 101.92	L. 1,223.04
Hules en bolsita	2	Bolsa	L. 16.88	L. 33.76	L. 405.12
Calculadora	2	Unidad	L. 238.20	L. 476.40	L. 476.40
Marcador azul, negro, rojo	6	Unidad	L. 9.83	L. 58.98	L. 707.76
Lapiz grafito	12	Unidad	L. 3.00	L. 36.00	L. 432.00
Borradores	3	Unidad	L. 5.66	L. 16.98	L. 203.76
Sacapunta de metal	3	Unidad	L. 7.09	L. 21.27	L. 85.08
Carpeta colgante tamaño carta	1	Unidad	L. 154.95	L. 154.95	L. 154.95
Carpeta colgante tamaño oficio	1	Unidad	L. 139.35	L. 139.35	L. 139.35
Organizador de escritorio	1	Unidad	L. 168.64	L. 168.64	L. 168.64
Dispensador tape transparente	1	Unidad	L. 88.28	L. 88.28	L. 88.28
Total Gastos papelería y útiles	76		L. 1,353.13	L. 2,236.13	L. 9,676.54

Fuente: Útiles de Honduras (2019)

Adicionalmente, se consideran los egresos correspondientes a los servicios básicos requeridos para el funcionamiento de la empresa. La tabla 19 muestra un resumen de los valores que integran los gastos operativos.

Tabla 19. Gastos Operativos

Descripción	Precio	Total Mensual	Total Anual
Aguas (20 pipas)	L. 500.00	L. 10,000.00	L. 120,000
Arrendamiento estacionamiento adicional	L. 10,000.00	L. 10,000.00	L. 120,000
Servicios de contabilidad	L. 1,500.00	L. 1,500.00	L. 18,000
Energía	L. 5.16	L. 317,100.00	L. 1636,236
Materiales de limpieza e higiene		L. 24,434.85	L. 293,218
Servicios de cable e internet	L. 14,250.00	L. 14,250.00	L. 171,000
Papelería y útiles		L. 806.42	L. 9,677
TOTAL		L. 338,600.00	L. 2368,131

Fuente: Cotizaciones, Macdel, Tigo, Útiles de honduras

La tabla 20 muestra un detalle de los egresos correspondientes a la gestión de redes sociales y la creación de la página web.

Tabla 20. Gastos de Publicidad y Página Web

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Gestión de redes sociales y posicionamiento web	L. 11,500.00	L. 138,000.00
Creación de pagina web		L. 22,800.00
TOTAL	L. 11,500.00	L. 160,800.00

Fuente: Cotización Honduespacios

4.6.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

La forma en que estará compuesta la empresa en su estructura organizacional es la siguiente:

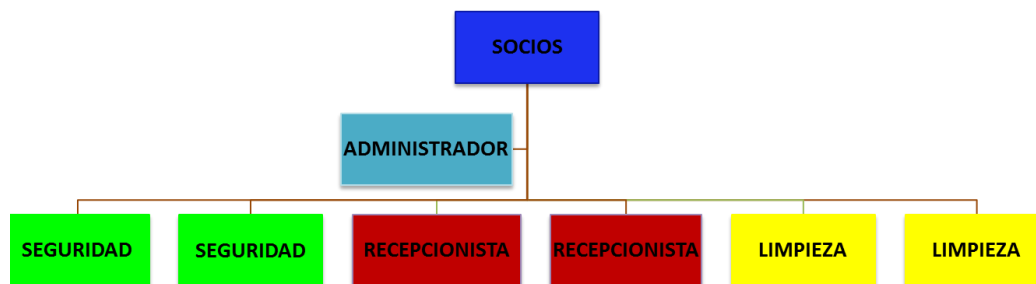


Figura 46. Organigrama Hotel ML

Fuente: Elaboración propia

La figura 46, representa el organigrama que se utilizará en el Hotel ML, el cual está compuesto por tres áreas o departamentos (seguridad, recepción y limpieza), que responden directamente al administrador. Los servicios de contabilidad serán subcontratados los cuales fueron detallados en los gastos operativos.

A continuación, se presentan las funciones de cada uno de los departamentos en el organigrama:

- 1) Administrador: está representado por el propietario del establecimiento y se encarga de gestionar todo lo relacionado a necesidades o solución de problemas que surjan en el hotel, ya sean estos con los clientes o propios del establecimiento.
- 2) Recepción: persona encargada de la atención de los huéspedes que se registran en el hotel, desde su entrada hasta su salida. Está compuesto únicamente por un colaborador, el cual cubre el turno diurno.
- 3) Personal de servicio de limpieza: es el personal encargado del área de la cocina y la limpieza de las habitaciones y de las áreas comunes del hotel. Y está compuesto por dos colaboradores.
- 4) Seguridad: su función es velar por seguridad y protección de los huéspedes, así como de los bienes de la empresa. Estará compuesto por dos personas.

A continuación, se presenta la tabla 21, donde se detallan los costos por concepto de mano de obra directa en la empresa, indicando la cantidad de personas para área y el salario a devengar por cada uno de ellos. Cabe señalar que los salarios, fueron establecidos tomando como referencia el salario mínimo de la zona de Santa Rosa de Copán, además se liquidará anualmente para no acumular reservas de pasivo laboral.

Tabla 21. Planilla Salarial

PUESTOS			PERIODO	1	2	3	4	5
Gerente 1	1		Anual	144,000	148,320	152,770	157,353	162,073
		12,000	Mensual	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506
Gerente 2	1		Anual	144,000	148,320	152,770	157,353	162,073
		12,000	Mensual	12,000	12,360	12,731	13,113	13,506
Recepcionistas	2		Anual	214,080	220,502	227,117	233,931	240,949
		8,920	Mensual	17,840	18,375	18,926	19,494	20,079
Seguridad	2		Anual	214,080	220,502	227,117	233,931	240,949
		8,920	Mensual	17,840	18,375	18,926	19,494	20,079
Limpieza	2		Anual	214,080	220,502	227,117	233,931	240,949
		8,920	Mensual	17,840	18,375	18,926	19,494	20,079
Total Gastos por Personal	8		Anual	L. 930,240	L. 958,147	L. 986,892	L. 1016,498	L. 1046,993
			Mensual	77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
Provision Prestaciones			8.33%	77,489	79,814	82,208	84,674	87,215
Provisión RAP			1.50%	13,954	14,372	14,803	15,247	15,705
Seguro Social			6.00%	4,651	4,791	4,934	5,082	5,235
Decimo tercer mes				77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
Decimo cuarto mes				77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
TOTAL CARGA SOCIAL			15.83%	L. 251,134	L. 258,668	L. 266,428	L. 274,421	L. 282,653
Gran total Personal			Anual	L. 1181,374	L. 1216,815	L. 1253,319	L. 1290,919	L. 1329,647

Fuente: Elaboración Propia

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

El presente apartado es una combinación de los resultados obtenidos en los estudios previos para determinar si el desarrollo del proyecto es factible desde el punto de vista económico.

4.7.1 PLAN DE INVERSIÓN

La inversión inicial requerida para desarrollar el proyecto es de L14,512,720; cifra integrada por la compra del edificio más su remodelación, el mobiliario y equipo, así como los gastos de constitución y el capital de trabajo. En la tabla 22 se proporciona un detalle más específico para cada apartado.

Tabla 22. Plan de Inversión

Descripción	Inversión Total
Fijas	
Compra de Edificio	L. 8,400,000
Remodelación	L. 3,680,000
Mobiliario y equipo	L. 1,926,575
Otras Inversiones	L. 351,105
Total	L. 14,357,680
Capital de trabajo	
Sueldos y salarios (2 meses)	L. 155,040
Total inversión	L14,512,719.98

Fuente: Elaboración Propia

4.7.2 ESTRUCTURA Y COSTO DE CAPITAL

La estructura de capital propuesta es una combinación entre fondos propios (34%) y financiamiento con una institución financiera (66%), en la tabla 23 se proporciona un detalle de la distribución de los fondos según cada elemento establecido en el plan de inversión:

Tabla 23. Estructura de Capital

Descripción	Inversión Total	Fondos Propios	Financiamiento
Fijas			
Compra de Edificio	L. 8,400,000	L. 850,000	L. 7,550,000
Remodelación	L. 3,680,000	L. 1,680,000	L. 2,000,000
Mobiliario y equipo	L. 1,926,575	L. 1,926,575	
Otras Inversiones	L. 351,105	L. 351,105	
Total	L. 14,357,680	L. 4,807,680	L. 9,550,000
Capital de trabajo			
Sueldos y salarios (2 meses)	L. 155,040	L. 155,040	
Total inversión	L14,512,719.98	L4,962,719.98	L9,550,000.00
Estructura de Capital	100%	34%	66%

Fuente: Elaboración Propia

El costo de capital se calculó en base a la metodología de la Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad (TMAR), la cual corresponde a una ponderación entre la estructura de los fondos y el costo de estos.

La tasa definida para los fondos propios corresponde a la sumatoria del riesgo esperado por el inversionista, la inflación y la tasa promedio que ofrecen los bancos por depósitos a plazo fijo. La tabla 24 muestra los valores considerados y sobre los cuales se obtuvo como resultado una tasa de 12.60%.

Tabla 24. Tasa Fondos Propios

Fondos Propios	
Inflación promedio	3.30%
Riesgo Esperado	0.3%
Tasa Pasiva	9%
Tasa	12.60%

Fuente: Elaboración Propia

Respecto a los fondos para el financiamiento del inmueble y su remodelación, se consideró una tasa del 11% y un plazo de 120 meses considerando la negociación del inversionista con una institución financiera de la zona.

La tabla 25 muestra el cálculo utilizado para determinar el costo de capital, resultando en una tasa del 9%.

Tabla 25. Costo de Capital

Descripción	Tasa	Estructura	Ponderación
Fondos Propios	12.6%	34%	4%
Financiamiento	11%	66%	5%
TMAR			9%

Fuente: Elaboración Propia

4.7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Los ingresos se calcularon tomando en cuenta los comentarios recibidos, en la entrevista a experto, sobre la estacionalidad del rubro en la ciudad de Santa Rosa de Copán; razón por la cual se dividió el año en temporada alta, media y baja y se estableció un peso.

- 1) La temporada alta se registra en cuatro meses del año (marzo, abril, agosto y octubre) producto de las actividades que se desarrollan para la Semana Santa, Expo Copán, feria agostina y feriado M
- 2) Morazánico. De acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta, un 67% de las personas muestran preferencia para visitar la ciudad en dichos periodos por lo que se asignó un peso del 50%.
- 3) Para la temporada media se consideraron seis meses correspondientes a mayo, junio, julio, septiembre, noviembre y diciembre, a los cuales se estableció un peso del 40%.
- 4) La temporada baja la integran los meses de enero y febrero, por lo que se definió un peso del 10%.

Es importante mencionar que los pesos podrían variar considerando que la cámara de turismo local se encuentra en proceso de planificar actividades que permitan incrementar el flujo de visitas en los meses que registran variaciones medias y bajas.

En la tabla 26 se muestra un breve resumen de los pesos establecidos para cada temporada, la cantidad de personas que representan al mes y un aproximado de la ocupación diaria considerando la capacidad instalada (42 camas).

Tabla 26. Resumen Cálculo de Ocupación

Estacionalidad	%	Personas	Personas por Temporada	Meses por Temporada	Prom. Personas por Mes	Días por mes	Prom. Personas por Día	Núm. Camas Disp.	% Ocupación	Disponibilidad Hab. Doble	Disponibilidad Sencilla
Temporada Alta	50%	9,142	4,571	4	1,143	30	38	42	91%	13	16
Temporada Media	40%		3,657	6	609		20		48%		
Temporada Baja	10%		914	2	457		15		36%		
Total	100%	9,142	9,142	12	2,209		74	42			

Fuente: Elaboración Propia

Para registrar la tendencia antes descrita, en los ingresos, se realizó el cálculo mensual en relación con la ocupación diaria (se multiplicó por el factor de 30 días para obtener el dato mensual), el precio promedio definido en el apartado de mercado y la disponibilidad por tipo de acomodación; obteniendo, como se muestra en tabla 27 un resultado de L7,868,717.58 para el primer año.

Tabla 27. Cálculo Ventas Primer Año

Tipo de Habitación	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Habitaciones Dobles	L 191,486.78	L 191,486.78	L 478,716.96	L 478,716.96	L 255,315.71	L 255,315.71	L 255,315.71	L 478,716.96	L 255,315.71	L 478,716.96	L 255,315.71	L 255,315.71	L 3,829,735.70
Habitaciones Sencillas	L 178,141.42	L 178,141.42	L 445,353.54	L 445,353.54	L 237,521.89	L 237,521.89	L 237,521.89	L 445,353.54	L 237,521.89	L 445,353.54	L 237,521.89	L 237,521.89	L 3,562,828.31
Total	L369,628.20	L 369,628.20	L 924,070.50	L 924,070.50	L492,837.60	L492,837.60	L 492,837.60	L 924,070.50	L492,837.60	L 924,070.50	L492,837.60	L492,837.60	L7,392,564.01

Fuente: Elaboración Propia

Para los periodos subsiguientes se consideró un crecimiento del 3%, correspondiente al porcentaje de inflación actual. En la tabla 28 se muestran los resultados obtenidos para un horizonte de evaluación de cinco años.

Tabla 28. Ingresos

Descripción	1	2	3	4	5
Hab. Doble	3,829,735.70	3,944,627.77	4,062,966.60	4,184,855.60	4,310,401.27
Hab.Sencilla	3,562,828.31	3,669,713.16	3,779,804.56	3,893,198.69	4,009,994.66
Total	L. 7,392,564	L. 7,614,341	L. 7,842,771	L. 8,078,054	L. 8,320,396

Fuente: Elaboración Propia

4.7.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

En la tabla 29 se muestra la estructuración de los gastos de operación, siendo la energía uno de los elementos más representativos. Adicionalmente, se contempla un apartado de imprevistos correspondiente al 1% del total de los gastos operativos para cubrir las eventualidades que se presenten durante el periodo.

Tabla 29. Gastos de Operación

Gastos de Operación					
Sueldos y salarios	930,240	958,147	986,892	1,016,498	1,046,993
Prestaciones sociales	77,489	79,814	82,208	84,674	87,215
Rap	13,954	14,372	14,803	15,247	15,705
Seguro Social	4,651	4,791	4,934	5,082	5,235
Decimo tercer mes de salario	77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
Decimo cuarto mes de salario	77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
Internet	171,000	176,130	181,414	186,856	192,462
Alquiler	120,000	123,600	127,308	131,127	135,061
Publicidad	138,000	142,140	146,404	150,796	155,320
Electricidad	1,636,236	1,685,323	1,735,883	1,787,959	1,841,598
Servicios de Contabilidad	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
Agua	120,000	123,600	127,308	131,127	135,061
Gastos Higiene y Limpieza	293,218	302,015	311,075	320,407	330,020
Mant. y rep. Mobiliario	184,814	190,359	196,069	201,951	208,010
Gastos de Constitución	73,305	-	-	-	-
Imprevistos	23,681	24,392	25,123	25,877	26,654
Total operacion	L. 3,959,628	L. 4,002,913	L. 4,123,000	L. 4,246,691	L. 4,374,091

Fuente: Elaboración Propia

A partir del segundo año se considera un incremento del 3% anual correspondiente a la inflación.

Es importante mencionar que no se registran costos de venta dado que la empresa se dedica a la prestación de servicios.

4.7.5 DEPRECIACIÓN

El método de depreciación utilizado fue lineal tanto para el mobiliario como el edificio, sumando L989.315 para el primer año. La tabla 30 muestra el cálculo para cada año incluyendo la depreciación acumulada.

Tabla 30. Depreciación

	Inversion	Anos	1	2	3	4	5
Mobiliario y equipo	L 1,926,574.98	5	L 385,315.00	L 385,315.00	L 385,315.00	L 385,315.00	L 385,315.00
Mejoras en Edificio	L 3,680,000.00	20	L 184,000.00	L 184,000.00	L 184,000.00	L 184,000.00	L 184,000.00
Edificio	L 8,400,000.00	20	L 420,000.00	L 420,000.00	L 420,000.00	L 420,000.00	L 420,000.00
Total			L 989,315.00	L 989,315.00	L 989,315.00	L 989,315.00	L 989,315.00
Acumulada			989,315	1,978,630	2,967,945	3,957,260	4,946,575

Fuente: Elaboración Propia

4.7.6 PROGRAMA DE AMORTIZACIÓN

El 66% de la inversión total se realizará por medio de financiamiento con una institución financiera de la zona, quien otorga una tasa del 11% a un plazo de 120 meses y pagos mensuales de capital e intereses. La tabla 31 muestra un resumen anual del plan de amortización propuesto bajo dichas condiciones, obteniendo una cuota de L2,491,681.68.

Tabla 31. Plan de Amortización

	1	2	3	4	5	Total
Intereses	L 975,573.80	L 800,131.56	L 604,387.35	L 385,991.84	L 142,323.87	L 2,908,408.42
Capital	L 1,516,107.88	L 1,691,550.12	L 1,887,294.34	L 2,105,689.84	L 2,349,357.82	L 9,550,000.00
Total	L 2,491,681.68	L 2,491,681.68	L 2,491,681.68	L 2,491,681.68	L 2,491,681.68	L 12,458,408.42

Fuente: Elaboración Propia

4.7.7 ESTADO DE RESULTADO

La tabla 32 muestra el estado de resultado mismo que determina las utilidades que generará el proyecto en un periodo de cinco años, en base a los ingresos y gastos identificados en los apartados previos.

Tabla 32. Estado de Resultado

	1	2	3	4	5
Ventas	7,392,564	7,614,341	7,842,771	8,078,054	8,320,396
Total Ventas	L. 7,392,564	L. 7,614,341	L. 7,842,771	L. 8,078,054	L. 8,320,396
Gastos de Operación					
Sueldos y salarios	930,240	958,147	986,892	1,016,498	1,046,993
Prestaciones sociales	77,489	79,814	82,208	84,674	87,215
Rap	13,954	14,372	14,803	15,247	15,705
Seguro Social	4,651	4,791	4,934	5,082	5,235
Decimo tercer mes de salario	77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
Decimo cuarto mes de salario	77,520	79,846	82,241	84,708	87,249
Internet	171,000	176,130	181,414	186,856	192,462
Alquiler	120,000	123,600	127,308	131,127	135,061
Publicidad	138,000	142,140	146,404	150,796	155,320
Electricidad	1,636,236	1,685,323	1,735,883	1,787,959	1,841,598
Servicios de Contabilidad	18,000	18,540	19,096	19,669	20,259
Agua	120,000	123,600	127,308	131,127	135,061
Gastos Higiene y Limpieza	293,218	302,015	311,075	320,407	330,020
Mant. y rep. Mobiliario	184,814	190,359	196,069	201,951	208,010
Gastos de Constitución	73,305	-	-	-	-
Imprevistos	23,681	24,392	25,123	25,877	26,654
Total operacion	L. 3,959,628	L. 4,002,913	L. 4,123,000	L. 4,246,691	L. 4,374,091
Depreciaciones	989,315	989,315	989,315	989,315	989,315
Gasto financiero	975,574	800,132	604,387	385,992	142,324
UAISR	1,468,047	1,821,981	2,126,068	2,456,057	2,814,666
Impuesto	367,012	455,495	531,517	614,014	703,666
Aportación Solidaria	23,402	41,099	56,303	72,803	90,733
Utilidad neta	L. 1,077,633	L. 1,325,387	L. 1,538,248	L. 1,769,240	L. 2,020,266

Fuente: Elaboración Propia

4.7.8 PRESUPUESTO DE EFECTIVO

En la tabla 33 se muestran las entradas y salidas de efectivo proyectadas para el proyecto durante un periodo de 5 años.

Tabla 33. Presupuesto de Efectivo

Concepto / Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Saldo Inicial		L 155,040.00	L 729,282.22	L 1,393,533.05	L 2,090,104.95	L 2,815,772.82
Fondos Propios	L 4,962,719.98					
Prestamos Bancarios	L 9,550,000.00					
Ventas		L7,392,564.01	L7,614,340.93	L 7,842,771.16	L 8,078,054.30	L 8,320,395.92
Total Ingresos	L 14,512,719.98	L 7,547,604.01	L 8,343,623.16	L 9,236,304.21	L10,168,159.25	L11,136,168.74
Egresos						
Compra de edificio / Remodelación	L 12,080,000.00					
Mobiliario	L 1,926,574.98					
Otras Inversiones	L 351,105.00					
Sueldos y salarios		L 930,240.00	L 958,147.20	L 986,891.62	L 1,016,498.36	L 1,046,993.32
Prestaciones sociales		L 77,488.99	L 79,813.66	L 82,208.07	L 84,674.31	L 87,214.54
Rap		L 13,953.60	L 14,372.21	L 14,803.37	L 15,247.48	L 15,704.90
Seguro Social		L 4,651.20	L 4,790.74	L 4,934.46	L 5,082.49	L 5,234.97
Decimo tercer mes de salario		L 77,520.00	L 79,845.60	L 82,240.97	L 84,708.20	L 87,249.44
Decimo cuarto mes de salario		L 77,520.00	L 79,845.60	L 82,240.97	L 84,708.20	L 87,249.44
Internet		L 171,000.00	L 176,130.00	L 181,413.90	L 186,856.32	L 192,462.01
Alquiler		L 120,000.00	L 123,600.00	L 127,308.00	L 131,127.24	L 135,061.06
Publicidad		L 138,000.00	L 142,140.00	L 146,404.20	L 150,796.33	L 155,320.22
Electricidad		L 1,636,236.00	L 1,685,323.08	L 1,735,882.77	L 1,787,959.26	L 1,841,598.03
Servicios de Contabilidad		L 18,000.00	L 18,540.00	L 19,096.20	L 19,669.09	L 20,259.16
Agua		L 120,000.00	L 123,600.00	L 127,308.00	L 131,127.24	L 135,061.06
Gasto financiero		L 975,573.80	L 800,131.56	L 604,387.35	L 385,991.84	L 142,323.87
Gastos Higiene y Limpieza		L 293,218.20	L 302,014.75	L 311,075.19	L 320,407.44	L 330,019.67
Mant. y rep. Mobiliario		L 184,814.10	L 190,358.52	L 196,069.28	L 201,951.36	L 208,009.90
Gastos de Constitución		L 73,305.00	L -	L -	L -	L -
Impuesto		L 367,011.70	L 455,495.32	L 531,517.08	L 614,014.24	L 703,666.46
Amortización Capital		L 1,516,107.88	L 1,691,550.12	L 1,887,294.34	L 2,105,689.84	L 2,349,357.82
Imprevistos		L 23,681.31	L 24,391.75	L 25,123.50	L 25,877.20	L 26,653.52
Total egresos	L 14,357,679.98	L 6,818,321.79	L 6,950,090.10	L 7,146,199.26	L 7,352,386.43	L 7,569,439.37
Disponibilidad	L 155,040.00	L 729,282.22	L 1,393,533.05	L 2,090,104.95	L 2,815,772.82	L 3,566,729.38

Fuente: Elaboración Propia

4.7.9 BALANCE GENERAL

En la tabla 34 se observa el balance general del hotel, mismo que refleja la posición financiera de la empresa. Bajo este reporte se registran los activos totales de la empresa alcanzando un total de L14MM para el primer año, así como la obligación contratada para el desarrollo del

proyecto, las aportaciones efectuadas por los accionistas de la empresa y las utilidades que generará el hotel.

Tabla 34. Balance General

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Activos						
<i>Activo Circulante</i>						
Caja y Bancos	L 155,040.00	L 729,282.22	L 1,393,533.05	L 2,090,104.95	L 2,815,772.82	L 3,566,729.38
Total Activo Circulante	L 155,040.00	L 729,282.22	L 1,393,533.05	L 2,090,104.95	L 2,815,772.82	L 3,566,729.38
<i>Activo Fijo</i>						
Edificio	L 8,400,000.00	L 12,080,000.00	L 12,080,000.00	L 12,080,000.00	L 12,080,000.00	L 12,080,000.00
Construcción en Proceso	L 3,680,000.00					
Mobiliario y equipo	L 1,926,574.98	L 1,926,574.98	L 1,926,574.98	L 1,926,574.98	L 1,926,574.98	L 1,926,574.98
Menos depreciaciones		-L 989,315.00	-L 1,978,629.99	-L 2,967,944.99	-L 3,957,259.98	-L 4,946,574.98
Total Activo Fijo	L 14,006,574.98	L 13,017,259.98	L 12,027,944.99	L 11,038,629.99	L 10,049,315.00	L 9,060,000.00
Otro activos	L 351,105.00	L 351,105.00	L 351,105.00	L 351,105.00	L 351,105.00	L 351,105.00
Total Activos	L 14,512,719.98	L 14,097,647.21	L 13,772,583.04	L 13,479,839.95	L 13,216,192.82	L 12,977,834.38
Pasivos						
<i>Pasivo Circulante</i>						
Porción Circulante de Ptmos. L/P		L 1,691,550.12	L 1,887,294.34	L 2,105,689.84	L 2,349,357.82	
Total Pasivos Circulante	L -	L 1,691,550.12	L 1,887,294.34	L 2,105,689.84	L 2,349,357.82	
Prestamos x Pagar L/P	L 9,550,000.00	L 6,342,341.99	L 4,455,047.66	L 2,349,357.82	L 0.00	
Total Pasivos	L 9,550,000.00	L 8,033,892.12	L 6,342,341.99	L 4,455,047.66	L 2,349,357.82	L -
Patrimonio						
Capital Social	L 20,000.00	L 20,000.00	L 20,000.00	L 20,000.00	L 20,000.00	L 20,000.00
Aportación Adicional	L 4,942,719.98	L 4,942,719.98	L 4,942,719.98	L 4,942,719.98	L 4,942,719.98	L 4,942,719.98
Utilidad del Periodo		L 1,077,632.77	L 1,325,386.89	L 1,538,247.83	L 1,769,239.86	L 2,020,266.09
Utilidad Acumulada			L 1,077,632.77	L 2,403,019.66	L 3,941,267.49	L 5,710,507.35
Total Patrimonio	L 4,962,719.98	L 6,040,352.75	L 7,365,739.64	L 8,903,987.47	L 10,673,227.33	L 12,693,493.42
Total Pasivos + Patrimonio	L 14,512,719.98	L 14,074,244.87	L 13,708,081.64	L 13,359,035.13	L 13,022,585.15	L 12,693,493.42

Fuente: Elaboración Propia

4.7.10 FLUJO DE EFECTIVO

La tabla 35 presenta la utilidad neta y las depreciaciones, considerando que no representan una salida real de efectivo. Es importante mencionar que se considera como flujo terminal el valor neto de los activos fijos al término del quinto año.

Tabla 35. Flujo de Efectivo Operativo

	1	2	3	4	5
Utilidad neta	L. 1,077,633	L. 1,234,288	L. 1,431,944	L. 1,646,437	L. 1,879,533
Depreciaciones	989,315	989,315	989,315	989,315	989,315
Flujo de Efectivo Operativo	L. 2,066,948	L. 2,223,603	L. 2,421,259	L. 2,635,752	L. 2,868,848
Flujo Terminal					9,060,000
FEO Final	L. 2,066,948	L. 2,223,603	L. 2,421,259	L. 2,635,752	L. 11,928,848

Fuente: Elaboración Propia

4.7.11 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL

Se presenta a continuación un resumen de los resultados obtenidos al aplicar las diferentes técnicas para evaluar la factibilidad de un proyecto.

4.7.11.1 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Bajo la técnica del periodo de recuperación, tal como se detalla en la tabla 36, se determina que en el horizonte de evaluación (cinco años) el proyecto es factible logrando recuperación en cuatro años cinco meses.

Tabla 36. Periodo de Recuperación

Periodo de Recuperación		
Años	Flujo	Acumulado
0	L. -14,512,720	-L 14,512,719.98
1	L. 2,066,948	-L 12,445,772.21
2	L. 2,223,603	-L 10,222,169.39
3	L. 2,421,259	-L 7,800,909.98
4	L. 2,635,752	-L 5,165,157.97
5	L. 11,928,848	L 6,763,689.82
		Años 4
		Meses 5

Fuente: Elaboración Propia

Para considerar el valor del dinero en el tiempo se los flujos de efectivo se descontaron utilizando la tasa mínima aceptable de rentabilidad (9.4%). En la tabla 37 se muestra que el proyecto es factible alcanzado la recuperación de la inversión en cinco años.

Tabla 37. Periodo de Recuperación Descontado

Periodo de Recuperación Descontado			
Años	Flujo	Valor Actual	Acumulado
0	L. -14,512,720	-L 14,512,719.98	-L 14,512,719.98
1	L. 2,066,948	L. 1,889,788	-L 12,622,931.58
2	L. 2,223,603	L. 1,858,765	-L 10,764,166.23
3	L. 2,421,259	L. 1,850,514	-L 8,913,652.35
4	L. 2,635,752	L. 1,841,786	-L 7,071,866.00
5	L. 11,928,848	L. 7,621,086	L 549,220.24
			Años 5

Fuente: Elaboración Propia

4.7.11.2 VALOR PRESENTE NETO

El valor presente neto del proyecto es de L549,220, considerando los flujos de efectivo que se generaran durante un periodo de cinco años y la tasa mínima aceptable de rentabilidad (9.4%). La tabla 38 muestra el detalle de los elementos considerados para efectuar el análisis.

Tabla 38. Valor Presente Neto

Inversión	Flujos de beneficio				
0	1	2	3	4	5
-L 14,512,719.98	L. 2,066,948	L. 2,223,603	L. 2,421,259	L. 2,635,752	L. 11,928,848
TMAR	9.4%				
Valor presente	L. 15,061,940				
Valor presente Neto	L. 549,220				
TIR	10%				

Fuente: Elaboración Propia

4.7.11.3 TASA INTERNA DE RETORNO E ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Para un periodo de evaluación de cinco años se determina que el proyecto es factible, considerando que en dicho periodo logra alcanzar una tasa de retorno del 10% superando la rentabilidad mínima esperada y registra un índice de rentabilidad mayor a 1.

4.7.12 PUNTO DE EQUILIBRIO

En la tabla 39 se observa que el nivel mínimo de ingresos que debe alcanzar durante el primer año para cubrir sus gastos operativos y la carga financiera es de L6,451,310.08.

Es importante mencionar que para determinar el margen de contribución se consideraron como gastos variables lo correspondiente a los materiales de limpieza e higiene.

Tabla 39. Punto de Equilibrio

	1	2	3	4	5
Gastos Operativos	3,959,628.40	4,002,913.10	4,123,000.49	4,246,690.51	4,374,091.22
Gastos Financieros	975,573.80	800,131.56	604,387.35	385,991.84	142,323.87
PCPLP	1,516,107.88	1,691,550.12	1,887,294.34	2,105,689.84	2,349,357.82
Cargos Fijos	6,451,310.08	6,494,594.79	6,614,682.18	6,738,372.19	6,865,772.91
Ventas	7,392,564.01	7,614,340.93	7,842,771.16	8,078,054.30	8,320,395.92
Variable	293,218.20	302,014.75	311,075.19	320,407.44	330,019.67
Margen Contribución	7,099,345.81	7,312,326.19	7,531,695.97	7,757,646.85	7,990,376.26
Porcentaje de Contribución	96%	96%	96%	96%	96%
Ventas de Equilibrio	L 6,717,763.02	L 6,762,835.47	L 6,887,882.73	L 7,016,681.41	L 7,149,344.05

Fuente: Elaboración Propia

4.7.13 ANÁLISIS DE ESCENARIOS

Para efectos de la presente investigación se llevaron a cabo dos escenarios adicionales de sensibilización para determinar la factibilidad de desarrollar el proyecto, cambiando únicamente el factor del precio.

El primer escenario se realizó bajo una base optimista, contemplando un precio por habitación doble de L1,923 y acomodación sencilla por L1,265. Estos se basan en los datos

obtenidos de la investigación de mercado y los que se utilizaron para determinar el precio promedio utilizado previamente.

La tabla 40 muestra que el proyecto es factible presentando un valor presente neto positivo en L882,340, una TIR del 11%, recuperación (descontada) de la inversión en un periodo de cuatro años y cinco meses, así como un índice de rentabilidad de 1.06.

Tabla 40. Técnicas de Evaluación - Escenario Optimista

Inversión	Flujos de beneficio				
0	1	2	3	4	5
-L 14,512,719.98	L. 2,066,948	L. 2,314,702	L. 2,527,563	L. 2,758,555	L. 12,069,581
TMAR	9.4%				
Valor presente	L. 15,395,060				
Valor presente Neto	L. 882,340				
TIR	11%				

Periodo de Recuperación		
Años	Flujo	Acumulado
0	L. -14,512,720	-L 14,512,719.98
1	L. 2,066,948	-L 12,445,772.21
2	L. 2,314,702	-L 10,131,070.32
3	L. 2,527,563	-L 7,603,507.50
4	L. 2,758,555	-L 4,844,952.65
5	L. 12,069,581	L 7,224,628.44
	Años	4
	Meses	5

Periodo de Recuperación Descontado			
Años	Flujo	Valor Actual (14%)	Acumulado
0	L. -14,512,720	-L 14,512,719.98	-L 14,512,719.98
1	L. 2,066,948	L. 1,889,788	-L 12,622,931.58
2	L. 2,314,702	L. 1,934,917	-L 10,688,014.24
3	L. 2,527,563	L. 1,931,759	-L 8,756,255.06
4	L. 2,758,555	L. 1,927,597	-L 6,828,657.67
5	L. 12,069,581	L. 7,710,998	L 882,340.06
	Años		4
	Meses		11

Índice de Rentabilidad 1.06

Fuente: Elaboración Propia

El segundo escenario se realizó bajo una base pesimista, contemplando un precio por habitación doble de L800 y acomodación sencilla por L600. Luego de llevar a cabo la evaluación se determina que el proyecto no es factible ya que presenta un valor presente neto deficitario en L7,952,344 y un índice de rentabilidad menor a 1. Adicionalmente se validó que no se recupera en el horizonte de análisis (5 años).

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones posterior al análisis de los resultados obtenidos en cada estudio.

5.1 CONCLUSIONES

- 1) La demanda potencial insatisfecha en Santa Rosa de Copán es de 251,663 personas, de las cuales se estimó una participación conservadora del 5% considerando que bajo dicho porcentaje no se excede la capacidad instalada del hotel. Adicionalmente, se contempló el crecimiento de las visitas al país (6.5%) y el alza de establecimientos hoteleros en Santa Rosa de Copán (12%).
- 2) Desde el punto de vista técnico el proyecto es factible considerando que la ubicación es estratégica y de fácil acceso, el mobiliario requerido puede adquirirse a nivel local o por medio de interfaces web, la zona cuenta con recurso humano capacitado para desempeñar las posiciones establecidas.
- 3) Se determina que, bajo un horizonte de evaluación de cinco años, el proyecto es factible considerando que logra recuperar la inversión en un periodo estimado de cuatro años, presenta un índice de rentabilidad de 1.04 y un valor presente neto de L549,220.
- 4) Se rechaza la hipótesis nula considerando que la tasa interna de retorno es mayor al costo de capital.

5.2 RECOMENDACIONES

- 1) Realizar un estudio de mercado con mayor alcance al obtenido en la presente investigación considerando que por factores de tiempo se centró en ciertas ciudades del país.
- 2) Participar de las actividades que desarrolla la cámara de turismo local como una medida para promocionar sus servicios.

- 3) Capacitar constantemente al personal en temas relacionados al servicio al cliente, considerando que es un factor determinante sobre el cual los visitantes evalúan su estadía.

- 4) Al término de un año evaluar la factibilidad de integrar nuevos servicios a la mezcla inicialmente establecida.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos. México: McGraw Hill.
- Banco Central de Honduras. (2019). Obtenido de Índice Mensual de Actividad Económica: https://www.bch.hn/download/imaec/2019/imaec_julio2019.pdf
- Banco Central de Honduras. (2019). Obtenido de Índice Mensual de Actividad Económica: https://www.bch.hn/download/imaec/2019/imaec_julio2019.pdf
- Congreso Nacional. (2019). Obtenido de <http://www.observatoriodescentralizacion.org/wp-content/uploads/2017/11/Ley-de-fomento-al-turismo..pdf>
- Díaz, A. (2019). Obtenido de Statista: <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>
- Europa Press. (21 de Enero de 2019). Obtenido de <https://www.europapress.es/turismo/mundo/noticia-turismo-mundial-crecio-2018-sumo-1400-millones-viajeros-todo-mundo-20190121132859.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de Investigación. McGraw Hill.
- Honduras Tips. (2017). Los 13 encantos de Santa Rosa de Copan. Obtenido de <https://www.hondurastips.hn/2018/04/02/los-13-encantos-de-santa-rosa-de-copan-en-postales/>
- I.H.T. (2019). Instituto Hondureño de Turismo. Obtenido de Instituto Hondureño de Turismo.
- IHT. (2019). Boletín Estadístico 2012-2016. Tegucigalpa.
- IHT. (2019). Informe Final Resultados Semana Morazánica.
- IHT. (2019). Informe Semana Santa 2018.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). Marketing. México: Pearson Educación.
- Mejía, C., & Jaramillo, A. (2004). Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis21.pdf>
- Meza, G., Puig, M., & Fernández, R. (2016). Scielo. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425548450002.pdf>
- Municipalidad de Santa Rosa. (2009). Obtenido de http://santarosacopan.org/uploads/media/Anexo_pmdu__3_.pdf
- Nieto, J. L., Román, M. I., Bonillo, D., & Paulova, N. (2016). Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5665915>
- Organización Mundial del Turismo. (2008). Obtenido de Organización Mundial del Turismo: Organización Mundial del Turismo

- Organización Mundial del Turismo. (2019). Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <https://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- Pro Honduras. (2019). Obtenido de <http://www.prohonduras.hn/index.php/espanol/por-que-honduras/somos-en-el-mundo#rutas>
- Robert, M., Goeldner, C., & Brent, R. (2008). Turismo: Planeación, Administración, Perspectivas. México: Limusa Wiley.
- Sampieri, R. H. (2010). Metodología de la Investigación. México, D.F: McGraw-Hill .
- Secretaría de Desarrollo Económico. (2018). Obtenido de <https://sde.gob.hn/2018/09/04/consejo-de-ministros-crea-distrito-lenca-maya-para-fortalecer-turismo-en-occidente/>
- Secretaría de Integración Turística Centroamericana. (2017). Obtenido de https://sitca.info/wp-content/uploads/2019/08/Compendio-de-Estadisticas-2017_compressed.pdf
- Secretaría de Integración Turística Centroamericana. (2019). Obtenido de https://sitca.info/wp-content/uploads/2019/08/Compendio-de-Estadisticas-2017_compressed.pdf
- Urbina, G. B. (2013). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Walker, J. (2015). Administración de la Hospitalidad. México: Pearson Educación.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA – FORMULARIO EN LÍNEA

No. ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA PROYECTO HOTELERO,SANTA ROSA DE COPÁN,2019

¡Buen día!

Estamos trabajando en una investigación de tesis de postgrado acerca de un estudio de pre-factibilidad para Proyecto Hotelero en Santa Rosa de Copán. Te agradeceríamos si pudieras ayudarnos a contestar algunas preguntas que no tomaran mucho tiempo. No hay preguntas correctas ni incorrectas,solo debes contestar con total honestidad. Lee las instrucciones cuidadosamente, porque existen algunas preguntas de selección múltiple y otras de selección única. Te damos las gracias por tu tiempo y colaboración.

1 ¿Has visitado Santa Rosa de Copán?

Si

No

2 ¿Te gustaría visitar Santa Rosa de Copán?

Si, continuar

No, fin de la encuesta

3 ¿Cuáles de estos hoteles has visitado en Santa Rosa de Copán?

Hotel Gran Plaza

Hotel Santa Fe

Hotel Casa Real

Hotel Elvir

Hotel Plaza Alicia

Karolina Boutique

Hotel Inter Copán

Otros:.....

4 ¿Cómo calificas tu estadía en este/estos hoteles,siendo 1 menos puntaje y 5 mayor puntaje?

1

2

3

4

5

5 ¿Cómo evalúas el precio pagado por la calidad del servicio recibido?

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

6 ¿Qué precio(Lps.) has pagado por alojamiento en hoteles de Santa Rosa (por persona)?

7 ¿Recomendarías visitar Santa Rosa de Copán a tus amigos, familiares o empresa?

Si

No

8 ¿Con qué frecuencia visitas Santa Rosa de Copán?

Cada Semana

Cada 15 días

Cada Mes

Otros:.....

9 ¿Qué época prefieres visitar Santa Rosa de Copán?

Feriado de Semana Santa

Expo Copán

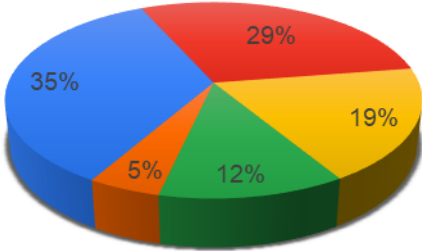
Feriado Morazánico

Navidad

Otros:.....

- 10 ¿Cuál ha sido/será el motivo principal de tu visita?**
 Vacaciones, continuar con la pregunta#11
 Familiares, continuar con la pregunta#11
 Negocios, continuar con la pregunta#12
 Otros:.....
- 11 ¿Cómo describirías a un hotel ideal para vacacionar?**
- 12 ¿Cómo describirías a un hotel ejecutivo ideal?**
- 13 ¿Cuánto tiempo duran tus estadías?**
 De 1-3 días
 De 4-6 días
 Mas de 7 días
- 14 ¿Qué precio, por persona, estarías dispuesto a pagar por un día de alojamiento en un nuevo hotel en Santa Rosa de Copán?**
 L.800-L.1,000 (\$30-\$40)
 L.1,100-L.1,500 (\$45-\$60)
 L.1,700 (\$70) en adelante
- 15 Selecciona los servicios de un hotel que son importantes para ti.**
- 1 Tv con cable
 - 2 Agua caliente
 - 3 Piscina
 - 4 Aire Acondicionado
 - 5 GYM (Gimnasio)
 - 6 Telefono directo a Recepción
 - 7 Lavandería
 - 8 Estacionamiento
 - 9 Wi-fi
 - 10 Restaurante/Café
- 16 ¿Qué servicio adicional deseas que te brinde un hotel?**
- 17 ¿A través de que medios te informas de la disponibilidad de hoteles?**
 Pagina Web del hotel
 Redes Sociales
 Recomendación de Terceros
 Correo electrónico
 Teléfono
- 18 ¿Qué métodos prefieres para hacer reservaciones de un hotel?**
 Llamada Telefónica
 Correo electrónico
 WhatsApp
 Redes Sociales
 Página Web
- Género***
 Mujer
 Hombre
- Edad***
- Ciudad de Residencia***
- Ocupación/Profesión/Oficio***
- Rango Ingresos***
 L.15,000-L.23,000 (\$600-\$900)
 L.24,000-L.34,000 (\$1,000-\$1,400)
 L.35,000 (\$1,500) en adelante

ANEXO 2. MEDIO POR EL CUAL SE ENTERA DE DISPONIBILIDAD



- Redes Sociales
- Página Web del hotel
- Recomendación de Terceros
- Teléfono
- Correo electrónico

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 3. COTIZACIÓN LADY LEE

COTIZACION ALMACENES LADY LEE

ALMACENES LADY LEE S.A. de C.V

D001 - Tienda LADYLEE Mega Mall SPS

Barrio San Fernando, Centro Comercial Mega Mall Km2, BLVR. del este salida a la lima, SPS



CLIENTE: 1111

HOTEL ML

COTIZACIÓN: 21519

MONEDA: Lempiras

OFICIAL DE VENTAS

FECHA: 11/27/2019 1:18:58 PM

51099 WILFREDO LOPEZ ALVARENGA

89702711 wilfredo.lopez@ladylee.com

ARTÍCULOS COTIZADOS

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	MARCA	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL	ISV	TOTAL
1057802	CAMA MATRIMONIAL EXTRA SENSE	OLYMPIA RAZONES	42	7,386.96	310,252.32	46,537.85	356,790.17
1088908	COLCHA LA MESA QUEEN 3 PZS BLANCO	CREST HOME	84	1,147.30	96,373.20	14,455.98	110,829.18
1082646	CENTRO LAVADO 17KG MABE SILVER	MABE	1	25,216.52	25,216.52	3,782.48	28,999.00
1080794	PLANCHA DE VAPOR SUELA ANTIADHERENTE	OSTER	29	456.52	13,239.08	1,985.86	15,224.94
1088565	TV LED 32" SMART AI HD	LG	30	5,647.83	169,434.90	25,415.24	194,850.14
1081904	EVAPORADOR 12KBTU CONVENCIONAL MABE	MABE	30	1,913.04	57,391.20	8,608.68	65,999.88
1081905	CONDENSADOR 12KBTU CONVENCIONAL MABE	MABE	30	4,433.91	133,017.30	19,952.60	152,969.90
1082944	ALFOMBRA DE BAÑO HARVARD CORAL	CREST HOME	58	414.78	24,057.24	3,608.59	27,665.83
1089655	DISPENSADOR AGUA HOT/COLD SILVER	OSTER	2	3,738.26	7,476.52	1,121.48	8,598.00
1087775	SET DE 3 MESAS DE SALA C/ VIDRIO	LILOLA HOME	1	5,029.57	5,029.57	754.44	5,784.01
1082228	DISPENSADOR DE JABON		30	117.39	3,521.70	528.26	4,049.96
1087734	SALA MODULAR CATALUÑA 3 PZS	INTAP	1	11,311.30	11,311.30	1,696.70	13,008.00
1081264	CUADRO FLOR AZUL 60X60		29	390.00	11,310.00	1,696.50	13,006.50
1086029	PLANCHADOR DE ROPA GRANDE		30	1,408.18	42,245.40	6,336.81	48,582.21
1080949	SET D/ 4 VASOS COLORES 12 ONZ	HAPPINESS	8	60.44	483.52	72.53	556.05
1082008	JARRA DE VIDRIO		30	67.39	2,021.70	303.26	2,324.96



LadyLeeHND

www.ladylee.net

Servicio al Cliente: 2512 6000 Desde Ciudad de México: 55 53 11 519 - soc@ladylee.com

Cotizaciones: ventas@ladylee.com

SUBTOTAL	912,381.47
DESCUENTO	2.00
ISV.	136,857.26
TOTAL	1,049,238.73

Cotización válida por 5 días a partir de la fecha de emisión, precios sujetos a cambio sin previo aviso, productos sujetos a disponibilidad de inventario.

ANEXO 4. COTIZACIÓN OFFICE DEPOT

Colonia Lomas de Guijarro, Avenida Roble, Contiguo al Hotel Intercontinental, Tegucigalpa, M. D. C., Honduras, C. A.



4901

OO HONDURAS, S. DE R.L.
TEL: 800-2223-3768 O (504)2216-4900, FAX: 2216-

LINEA GRATIS: 80022233768
RTN 05019005474367
www.officedepot.com.hn

COTIZACION

N° Cliente: 4280
Cliente COTIZACIONES HONDURAS
Cotización 164172
 Contacto -
 Dirección TEGUCIGALPA
 TEGUCIGALPA
 TEGUCIGALPA
 04001
 Email lmejia9@gmail.com
 Vendedor
 Operador ZULIM JIMENEZ,G145
 Teléfono para Confirmar Fax: 0
 FAX Cliente:

Teléfono:0
Fecha:27/11/2019

0001 de 0002

No. Art. Cliente	SKU	Descripción del Producto	Unidad	Cantidad	Precio	Total
	21134	ESCRITORIO L LÍNEA GERENCIAL DE ESCRITORIO CON PATAS Y TABLERO DE MELAMINA CON AGLOMERADO DE MADERA. EN COLOR CHOCOLATE, POSEE 4	PZA	20	8868.82700	L177,376.54
	21134	ESCRITORIO L LÍNEA GERENCIAL DE ESCRITORIO CON PATAS Y TABLERO DE MELAMINA CON AGLOMERADO DE MADERA. EN COLOR CHOCOLATE, POSEE 4 GAVETAS Y PEQUEÑA LIBRERA INSTALADAS EN PEDESTAL. ALTO 75 CM ANCHO 180 CM PROFUNDO 170 CM PAD AB PAD A	PZA	20	8868.82700	L177,376.54
	21135	ESCRITORIO L LÍNEA GERENCIAL DE ESCRITORIO CON PATAS Y TABLERO DE MELAMINA CON AGLOMERADO DE MADERA. EN COLOR BLANCO, POSEE 3 GAVETAS Y PEQUEÑA LIBRERA INSTALADAS EN PEDESTAL. ALTO 75 CM ANCHO 140 CM PROFUNDO 125 CM PAD ABC PAD A	PZA	10	8694.78300	L86,947.83
	19454	SILLA EJECUTIVA CON BRAZOS SILLA EJECUTIVA, CON BRAZOS, DE TELA, NYLON Y METAL, ALTURA AJUSTABLE, RESISTE HASTA 220 LIBRAS ALTO: 106.5 CM ANCHO: 58 CM PROFUNDO: 59 CM, PAD A	PZA	30	2868.69600	L86,060.88
	19462	SILLA GERENCIAL MESH C/CABECER SILLA GERENCIAL, DE TELA MESH, NYLON Y METAL, ALTURA AJUSTABLE, CON APOYA CABEZA, RESISTE HASTA 220 LIBRAS ALTO: 122 CM ANCHO: 60 CM PROFUNDO: 58 CM, PAD A	PZA	30	3477.39200	L104,321.76
	6560	ARMADO DE MUEBLES A ESCRITORIO ARMADO MUEBLES "A"	PZA	30	103.47900	L3,104.37
	6563	ARMADO DE MUEBLES D SILLAS ARMADO MUEBLES "D"	PZA	30	69.47900	L2,084.37
	21532	TELEFONO INALAMBRIKO KX-TGC350 TELEFONO INALAMBRIKO KX-TGC350 TECNOLOGIA DECT CON ALTAVOZ DIGITAL BLOQUEO DE LLAMADAS (30 NUMEROS)	PZA	2	999.13100	L1,998.26

ANEXO 5. COTIZACIÓN FEMOSA

Fecha: 2019 nov, 25 13:51
 Tienda: 025
 025 FEMOSA AVENIDA JUNIOR
 , SAN PEDRO SULA

Cliente: C99999 ML HOTEL
 RTN: 0

FERRETERIA MONTECRISTO S.A. DE C.V
SPS, Bo.Barandillas,3ra cll,3y4av NE
R.T.N: 05019002058349
COTIZACION
1010031719

Pag: 1 de 1

Vendedor: VTA74- Elsy Betancourth
 Tel: Ext:
 Cel:
 Correo:

Codigo	Descripcion	Cantidad	PrecioS/D	PrecioUd	PrecioCISV	Total
031483	ALMOHADA ENSUE#O QUEEN	C/U	84.00	180.00	186.30	13,608.00
182024	SOBRECAMA 2618718222 ESTAMPADO TWIN	C/U	84.00	846.09	507.65	583.80
153248	SOPORTE P/TV LRT600-RO MOUNT 36-50"	C/U	30.00	787.83	630.26	724.80
174010	LAMPARA D/MESA 9-04966-41 60W CROMO	C/U	29.00	829.56	663.65	763.20
360977	CORTINA VINYL 04000-0699/960 CLEAR DELUX	C/U	30.00	102.61	82.09	94.40
332190	TOALLA T-76 ELITE BA#O BLANCO	C/U	84.00	83.47	66.78	76.80
332176	TOALLA T-36 ELITE BA#O BLANCO	C/U	84.00	225.21	180.17	207.20
192365	MACETERA PLASTICA C/PLATO N#2 TERRACOTA	C/U	4.00	54.78	43.83	50.40
79967	SET D/HERRAMIENTA CF-HT17 17PC ACE	C/U	1.00	299.99	239.99	275.99
72409	ESCALERA #5908 225LBS, 8"	C/U	1.00	3,971.30	3,177.04	3,653.60
78839	MANTEL INDIVID A35760160 33X48 CM.4ASST	C/U	30.00	31.30	18.78	21.60
47327	CEPILLO P/INODORO 165-20 SPIRAL BOWL	C/U	6.00	76.52	61.22	70.40
59686	TRAPEADOR COMPLETO D/ALGODON N.1327	C/U	6.00	96.65	82.15	94.47
33086	ESPEJO 123606 BLANCO	C/U	31.00	259.13	259.13	298.00
17765	ESCOBA CEPILLO HAWAIANA MEDIANA 1X12	C/U	6.00	45.21	38.43	44.19
35464	RELOJ D/PARED 73004P QUARTZ 15.5"	C/U	1.00	669.57	401.74	462.00
18889	CORTINA ROLLUP 72X72 0320166 WHITE	C/U	24.00	584.35	467.48	537.60
3920	JABONERA P/BA#O 19600 CLEAR	C/U	30.00	107.83	86.26	99.20
6919	FLORERO 27522 D/PLASTICO CLARO	C/U	6.00	78.25	46.95	53.99
6798	LQD FLORERO VIDRIO 714-67254 CLEAR 10X40	C/U	3.00	431.30	215.65	248.00
1768	FLORES ARTIFICIALES 718-33824 70 CM ROSA	C/U	3.00	166.96	100.18	115.21
5365	DPR PORTA PAPEL 69740 REVISTERO CHROME	C/U	1.00	519.12	415.30	477.59
5958	BASURERO D/COCINA 10198012 KT-WHITE	C/U	30.00	81.73	49.04	56.40
3131	LQD ROPEO CLEAN 5580302162 3PT 2G NOCE/	C/U	30.00	3,017.38	1,961.30	2,255.49
1717	MESA D/NOCHE FAVORITA 38200165 2G NOCE/M	C/U	29.00	1,524.34	1,143.26	1,314.75
Ultima Linea						33,154.25

CIENSETOS SETENTA Y SEIS MIL DOSCIENTOS TREINTA Y NUEVE
 00 Lempiras


SUB-TOTAL:
ISV:
TOTAL:

L. 240,208.31
L. 36,031.25
L. 276,239.56

CON SUJETA A CAMBIO SIN PREVIO AVISO
 EN EFECTIVO O CHEQUE CERTIFICADO.

Firma Autorizada

ANEXO 6. COTIZACIÓN ALIBABA



Udohow 2019 nueva moda de alta seguridad cerradura de la manija de la puerta inteligente tarjeta llave de Hotel sistema de bloqueo de la puerta

1 - 49 es	50 - 99 es	>=100 es
USD 35.00	USD 33.00	USD 32.00



Tipo:

Color:

Lead Time:

Cantidad(es)	1 - 500	>500
Hora del Est.(días)	25	Negociable

Garantía comercial Protege tus pedidos de Alibaba.com

Pago: **VISA**  **Online Bank Payment** **T/T** **Pay Later** **WesternUnion** **WU** 

Logística de Alibaba.com · Soluciones de inspección

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/Udohow-2019-New-fashion-high-security-60725079141.html?spm=a2700.galleryofferlist.0.0.4ffd37dcliUoxR>

UNIDADES: 29

PRECIO: \$35

TOTAL:\$1,015

ANEXO 7. ÚTILES DE HONDURAS



San Pedro Sula, 22 de Noviembre 2019

Pag 1/2

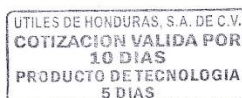
Señores: LM HOTEL
Atención:

Cotización 843241
Válido hasta el: 27.11.2019

Estimados Señores:

A continuación y con mucho placer les detallamos nuestros mejores precios en los artículos que consideramos lograrán satisfacer las necesidades de su Empresa en lo que respecta a útiles de oficina y escolares, papelería, tintas, toner, cintas para máquinas de escribir e impresoras, equipo de tecnología, accesorios de computación y productos de limpieza.

Código	Descripción del Artículo	Cantidad	UM	Precio	Monto	Ex
4002844	DELL LAPRT 15 5570 CI5 8GB 2TB 4GB AZ	1.00	UN	18,793.53 HNL	18,793.53 HNL	
4002838	HP DESKT 21.5" CI3 4GB 1TB REGULADOR	1.00	UN	12,665.34 HNL	12,665.34 HNL	
4002675	LINKSYS ROUTER EA6350 DB AC1200	1.00	UN	1,683.40 HNL	1,683.40 HNL	
1005509	PAPEL BOND B-20 T/C ECLIPSE	2.00	UN	69.95 HNL	139.90 HNL	
1011702	FOLDER MAN ISIFILE T/C B/100	1.00	ZP	94.92 HNL	94.92 HNL	
1001031	CORRECTOR LAPIZ P/MET 7ML PENTEL	3.00	UN	31.24 HNL	93.72 HNL	
1018052002	BOLIG INKJOY 100ST AHUMADO, NEGRO	24.00	UN	2.85 HNL	68.40 HNL	E
1002561	SOBRE BCO B-24 T/O 17404 PK/50	2.00	UN	23.14 HNL	46.28 HNL	
1007705	TIJERA OFFICEONE 7" (18 CM)	2.00	UN	11.33 HNL	22.66 HNL	
1000555	ENGRAPAD 5760 20H METAL BEIG KWT	2.00	UN	111.75 HNL	223.50 HNL	
1001747	GRAPAS STANDARD 26/6 BLUE RAPID CJA/5000	2.00	UN	16.88 HNL	33.76 HNL	
1003248	SACAGRAPAS C/BOTON BLOQUEO BL	2.00	UN	19.88 HNL	39.76 HNL	
1002254	PERFORAD 9660 8 CM 20H NGR KWT	2.00	UN	88.35 HNL	176.70 HNL	
1011440	NOTAS ADHES 3X3" 6COL NEON HOP	2.00	UN	50.96 HNL	101.92 HNL	
1013975	HULES OFFICEONE 1/4L N18 100% NATURAL	2.00	BOL	16.88 HNL	33.76 HNL	
1009898	CALC 12DIG BAT/SOL ESC GX-120B	2.00	UN	238.20 HNL	476.40 HNL	
1009078001	MARC SHARPIE TANK, AZ	2.00	UN	9.83 HNL	19.66 HNL	
1009078002	MARC SHARPIE TANK, NGR	2.00	UN	9.83 HNL	19.66 HNL	
1009078003	MARC SHARPIE TANK, ROJO	2.00	UN	9.83 HNL	19.66 HNL	
1008403003	LAPIZ GRAFITO DIB BLACK PEPS 2H	12.00	UN	3.00 HNL	36.00 HNL	E
1002497	BORRADOR RASO PLASTICO STA	3.00	UN	5.66 HNL	16.98 HNL	E
1002802	SACAPUNTA METAL CLASSIC F/CUÑA	3.00	UN	7.09 HNL	21.27 HNL	E
4002898	EPSON MULTIFUNC CISS L3150 WIFI	1.00	UN	4,783.00 HNL	4,783.00 HNL	
1011919	CARPETA COLGANTE T/O OFFICEONE PK/25	1.00	UN	154.95 HNL	154.95 HNL	
1011918	CARPETA COLGANTE T/C OFFICEONE PK/25	1.00	UN	139.35 HNL	139.35 HNL	
1015665	ORGANIZADOR DE ESCRITORIO 13 PZA	1.00	UN	168.64 HNL	168.64 HNL	
1001546	DISPENSADOR TAPE C-38	1.00	UN	88.28 HNL	88.28 HNL	
Totales:				Valor bruto 40,161.40	Impuesto 6,002.81	Monto Total 46,164.21










Confiamos en que la calidad de nuestros productos y de nuestro servicio serán de entera satisfacción, por lo que esperamos nos autorice llamándonos a los teléfonos 2225-6335 ; enviándonos su orden al fax. o a nuestro email Tienda27@utildehonduras.com.
Nota: los productos marcados (E) no pagan I.S.V.

Atentamente,

9436-1864

GERSON DANILO PERAZA CARCAMO
Ejecutivo de ventas

ANEXO 8. COTIZACIÓN MACDEL

	
<p><u>Guante de Hule</u></p> <p>HNL.27.00 x6 HNL.162.00</p>	<p><u>Sanidel</u></p> <p>HNL.130.00 x3 HNL.390.00</p>
	
<p><u>Rotulo Precaucion</u></p> <p>HNL.319.00 x3 HNL.957.00</p>	<p><u>JUMBO ROLL GENERICO HUMO</u></p> <p>HNL.326.00 x30 HNL.9,780.00</p>
	
<p><u>Clip On</u></p> <p>Aroma: WIESE CLIP ON LAVANDA LILA HNL.49.00 x30 HNL.1,470.00</p>	<p><u>Exprimidor+Odormac</u></p> <p>HNL.1,399.00 x3 HNL.4,197.00</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Envío HNL.0.00 • Impuesto HNL.2,617.02 • Total HNL.24,434.85

ANEXO 9. COTIZACIÓN TIGO



MÓVIL BUSINESS RESIDENCIAL TIGO MONEY Buscar... Atención al Cliente Mi Cuenta PyME

tigo business PyMEs Corporaciones Contacto & Soporte Kit de Bienvenida Ver más Productos tigo

¡Tenemos la velocidad con la que tu negocio crecerá!

Paquete \$38 para 15 Habitaciones

8MB TV DIGITAL + Y SERVICIO DIGITAL \$38

ANEXO 10. COTIZACIÓN HONDUESPACIOS

30 de noviembre de 2019
9711-9638 | 9571-9086 | honduespacios.com



Propuesta **Diseño Web**

Paquete Personalizado

En Honduespacios contamos con un grupo de diseñadores gráficos y diseñadores web profesionales que pueden llevar a cabo su proyecto web, actualmente nos hemos posicionado como la mejor agencia de diseño web en Honduras. **No deje en manos inexpertas su proyecto web ya que podría perder su tiempo y dinero.** Nuestra garantía es 100% de satisfacción, únicamente entregamos un proyecto cuando Usted esté satisfecho (a) con el resultado final.

Antes de tomar una decisión por favor revise nuestro portafolio de clientes recientes en <http://honduespacios.com/>

ITEM	CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
0001	1	<ul style="list-style-type: none"> Diseño Profesional de su sitio (Sitio a la medida, creado desde cero) Dominio .com o .net Hosting ilimitado para su sitio web y cuentas de email Certificado SSL para sitio seguro. Sitio adaptado al rubro hotelero Formulario para reservas (Con campo de nombre, cantidad de personas, fechas de entrada o salida etc) Sin pago en línea. Solo informativo imágenes, banners, mapas, formularios, Secciones para noticias *Opcional Sitio responsive adaptable a la mayoría de dispositivos móviles. Entrega de Backup (Respaldo completo del sitio a la fecha de finalización) Videotutoriales que muestran el manejo de las secciones del sitio. Soporte Gratuito durante 2 meses para realizar cambios leves al sitio o corregir detalles. Este soporte inicia luego de la entrega del sitio. <p>*Si desea un sitio con un motor de reservas y pago en línea, el costo es de L. 22,800 con pasarela de pagos en USD vía PayPal / Stripe.</p>	L 14,800.00	L 14,800.00

30 de noviembre de 2019
9711-9638 | 9571-9086 | honduespacios.com



*Costos netos, brindamos recibos por honorarios.	Subtotal	L 14,800.00
	Total	L 14,800.00

ANEXO 11. COTIZACIÓN AMAZON

amazon

Todos

ES Hola, Identificate Cuenta y Listas Pedidos Carrito

Enviar a Honduras

Ofertas del Día Ayuda Listas Tarjetas de Regalo Vender Tu amazon.com

Compra durante los 12 días de ofertas

Carrito

Precio

Leviton hkswp-dx 120 – 277 V Tarjeta de Hostelería Key Switch con color Cambio Kit **US\$ 26.73**

Disponibles

Es un regalo [Más información](#)

29 [Eliminar](#) [Guardar para más tarde](#)

Subtotal (29 productos): **US\$ 775.17**

El precio y la disponibilidad de los productos de Amazon.com están sujetos a cambio. En el carrito de compras puedes dejar temporalmente los productos que quieras. Aparecerá el precio más reciente de cada producto. [Más información](#)

¿Tienes una tarjeta de regalo o código promocional? Te pediremos que introduzcas el código de canjeo al momento de realizar el pago.

Los clientes que compraron productos que aparecen en tu historial reciente también compraron:

Subtotal (29 productos): **US\$ 775.17**

link solar...
US\$ 32.29
[Agregar al carrito](#)

Leviton hkswp-lx...
US\$ 29.84
[Agregar al carrito](#)

Leviton hospitalidad...
★★★★☆ 2
US\$ 11.14
[Agregar al carrito](#)

ANEXO 12. CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMÁTICA

CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMÁTICA

Señores Facultad de Postgrado UNITEC.

Por este medio yo, Leonidas Abel Guevara Guevara

Identidad No. 0401198002168

Licenciado en Comercio y Negocios Internacionales

Maestría en Finanzas

Doctorado en

Hago constar que asumo la responsabilidad de asesorar técnicamente el trabajo de Tesis de Maestría denominado: Estudio de Pre-Factibilidad de un proyecto hotelero en la ciudad de Santa Rosa de Copán, Honduras.

A ser desarrollado por los estudiantes: Leslie Mejía y Sonia Avelar

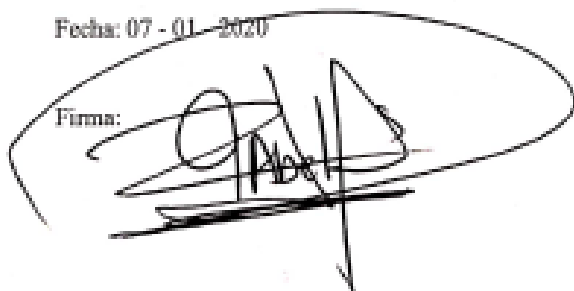
Para lo cual me comprometo a realizar de manera oportuna las revisiones y facilitar las observaciones que considere pertinentes a fin de que se logre finalizar el trabajo de tesis en el plazo establecido por la Facultad de Postgrado.

En la ciudad de San Pedro Sula, departamento de Cortés.

Nombre Leonidas Abel Guevara Guevara

Fecha: 07 - 01 - 2020

Firma:

A handwritten signature in black ink, enclosed within a hand-drawn oval. The signature is stylized and appears to read 'L. Abel Guevara'.

