



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**“PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
GLAMPINGS COMO ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL LAGO
DE YOJOA, HONDURAS”**

**SUSTENTADO POR:
GÉNESIS SUYAPA MERLO CHÁVEZ
CLAUDIA MICHELLE QUEZADA SAYBE**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL
SAN PEDRO SULA, CORTÉS, HONDURAS, C.A.**

JULIO, 2026



FACULTAD DE POSTGRADO

“PREFACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE GLAMPINGS COMO ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN EL LAGO DE YOJOA, HONDURAS”

Génesis Suyapa Merlo Chávez
Claudia Michelle Quezada Saybe

Resumen

La presente investigación tuvo como propósito determinar la prefactibilidad para la implementación de glampings como modalidad de alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras, mediante el análisis de los aspectos de mercado, técnicos y financieros asociados al proyecto. La investigación respondió al creciente interés por modalidades de hospedaje alternativas vinculadas al turismo de naturaleza y al turismo sostenible. El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, con alcance descriptivo y exploratorio, utilizando revisión documental, análisis comparativo y encuestas dirigidas a visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa. Los resultados permitieron identificar una demanda potencial interesada en experiencias de alojamiento diferenciadas, así como condiciones favorables relacionadas con los recursos naturales, el atractivo turístico del destino y las posibilidades de desarrollo de infraestructura para la operación de glampings. Asimismo, el análisis permitió determinar que el proyecto presenta condiciones favorables de mercado y factibilidad técnica preliminar, mientras que su viabilidad financiera permanece condicionada a la optimización de la inversión, la ocupación y los ingresos proyectados. Se recomendó avanzar hacia una etapa de factibilidad, condicionada a la selección del terreno, la actualización de las cotizaciones y la validación de la ocupación y la tarifa efectiva. Palabras clave: glamping, Lago de Yojoa, prefactibilidad, turismo de naturaleza, turismo sostenible.



GRADUATE SCHOOL

“PREFEASIBILITY STUDY FOR THE IMPLEMENTATION OF GLAMPING AS A TOURIST ACCOMMODATION IN LAKE YOJOA, HONDURAS”

**Génesis Suyapa Merlo Chávez
Claudia Michelle Quezada Saybe**

Abstract

This research aimed to determine the prefeasibility of implementing glamping accommodations as a tourism lodging alternative in Lake Yojoa, Honduras, through the analysis of the market, technical, and financial aspects associated with the project. The study responded to the growing interest in alternative accommodation options linked to nature-based and sustainable tourism. A mixed-method approach with a descriptive and exploratory scope was used, incorporating documentary review, comparative analysis, and surveys administered to current and potential visitors to Lake Yojoa. The results identified potential demand for differentiated accommodation experiences, as well as favorable conditions related to natural resources, the tourism appeal of the destination, and the possibility of developing the infrastructure required for glamping operations. The analysis also determined that the project presents favorable market conditions and preliminary technical feasibility, while its financial viability remains dependent on optimizing the investment, occupancy levels, and projected revenues. It was recommended that the project proceed to a feasibility stage, subject to site selection, updated quotations, and validation of occupancy and the effective room rate.

Keywords: glamping, Lake Yojoa, nature tourism, prefeasibility, sustainable tourism.

DEDICATORIA

CLAUDIA: Dedico este logro primeramente a Dios, por brindarme la fortaleza, sabiduría y perseverancia necesarias para culminar esta importante etapa de mi vida.

A la memoria de mi padre, cuyo ejemplo, enseñanzas y amor permanecen presentes en cada uno de mis logros. Aunque ya no se encuentra físicamente conmigo, su recuerdo continúa siendo una fuente de inspiración y motivación. Este triunfo también es suyo.

A mi madre, por su amor incondicional, sus sacrificios y su apoyo constante durante cada etapa de mi vida. Gracias por creer siempre en mí y motivarme a continuar aun en los momentos más difíciles.

Finalmente, dedico este logro a mí misma, por la constancia, el esfuerzo y la determinación que me permitieron concluir este desafío académico y personal.

GÉNESIS: Dedico este logro, en primer lugar, a Dios, por su infinita bondad, fidelidad y amor. Gracias por darme la fortaleza, sabiduría y valentía necesarias para afrontar cada reto y permitirme culminar con éxito esta importante etapa de mi vida.

A mis padres, Elizabeth y Jorge, por su amor incondicional, apoyo constante y por ser el ejemplo que me inspira a seguir adelante. Gracias por creer en mí, por sus enseñanzas y por acompañarme en cada paso de mi camino. Este logro también les pertenece.

A mi hermana, Belén, por su compañía, risas, motivación y consejos, y por siempre estar presente en los momentos más importantes.

A mi querida perrita Kyra, quien ya no nos acompaña físicamente, pero cuyo amor y lealtad dejaron una huella imborrable en nuestros corazones. Su recuerdo vivirá siempre conmigo.

Finalmente, me dedico este logro a mí misma por atreverme a asumir este desafío, salir de mi zona de confort y perseverar hasta alcanzar esta meta. Hoy agradezco cada aprendizaje, experiencia y persona que formó parte de este camino.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios por todas las bendiciones recibidas a lo largo de este camino, por brindarnos la fortaleza, sabiduría, perseverancia y las oportunidades necesarias para culminar con éxito esta importante etapa académica y profesional.

A nuestros padres y hermanos, por su amor, apoyo incondicional, comprensión y constante motivación. Gracias por alentarnos a seguir adelante en cada desafío y por inspirarnos a continuar creciendo y mejorando tanto personal como profesionalmente. Este logro también les pertenece a ustedes.

A los docentes de la Maestría en Dirección Empresarial de UNITEC, quienes, a través de sus conocimientos, experiencias y enseñanzas, contribuyeron significativamente a nuestra formación. Cada uno dejó valiosos aprendizajes que enriquecieron nuestra visión profesional y aportaron al desarrollo de esta investigación.

A nuestra asesora temática, la Arq. Valery A. Ochoa, por su disposición, acompañamiento y orientación durante todo el proceso investigativo. Agradecemos profundamente su tiempo, paciencia y valiosos aportes, los cuales fueron fundamentales para el fortalecimiento y culminación de este trabajo. De igual manera, agradecemos a nuestra asesora metodológica, Mtra. Patricia Villalta, por su guía, dedicación y apoyo constante en el desarrollo de la investigación. Sus observaciones, recomendaciones y conocimientos metodológicos fueron esenciales para dar rigor académico y estructura a este estudio.

Asimismo, expresamos nuestro agradecimiento a todas las personas, instituciones y representantes relacionados con el sector turístico del Lago de Yojoa que colaboraron con esta investigación, brindando información y compartiendo sus experiencias para el desarrollo del estudio.

Finalmente, agradecemos a todas aquellas personas que, de manera directa o indirecta, formaron parte de este proceso y nos brindaron su apoyo, confianza y palabras de aliento para alcanzar esta meta tan significativa en nuestras vidas.

Muchas gracias.

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	5
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	5
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	10
2.2 CONCEPTUALIZACIÓN.....	14
2.2.1 GLAMPING.....	14
2.2.2 ECOTURISMO	15
2.2.3 TURISMO EXPERIENCIAL	16
2.2.4 TURISMO SOSTENIBLE	17
2.2.5 HOSPITALIDAD Y HOSPEDAJE ALTERNATIVO	18
2.2.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	19
2.2.7 ESTUDIO DE MERCADO	20
2.2.8 ESTUDIO TÉCNICO.....	21
2.2.9 ESTUDIO FINANCIERO.....	22
2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO.....	22
2.3.1 BASES TEÓRICAS	23
2.3.1.1 TEORÍA DE LA FACTIBILIDAD	23
2.3.1.2 ESTUDIO DE MERCADO APLICADO A PROYECTOS TURÍSTICOS	23
2.3.1.3 ESTUDIO TÉCNICO APLICADO A PROYECTOS TURÍSTICOS	25
2.3.1.4 ESTUDIO FINANCIERO APLICADO A PROYECTOS TURÍSTICOS	26
2.3.1.5 TEORÍA DEL TURISMO SOSTENIBLE	28

2.3.1.6	TEORÍA DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS	29
2.3.1.7	TIPOLOGÍAS DE GLAMPING APLICABLES AL CLIMA TROPICAL	29
2.3.1.8	DISEÑO ARQUITECTÓNICO Y SOSTENIBILIDAD	30
2.3.2	METODOLOGÍAS DESARROLLADAS POR OTROS INVESTIGADORES O EXPERTOS	32
2.3.3	INSTRUMENTOS UTILIZADOS.....	35
2.4	MARCO LEGAL.....	36
2.4.1	LEY DE FOMENTO AL TURISMO.....	37
2.4.2	LEY GENERAL DEL AMBIENTE.....	37
2.4.3	NORMATIVA AMBIENTAL APLICABLE AL PROYECTO	38
2.4.4	NORMATIVA MUNICIPAL Y PLANES DE ARBITRIOS	38
2.4.5	USO DE SUELO Y REGULACIÓN URBANÍSTICA.....	39
2.4.6	PERMISOS MUNICIPALES.....	39
2.4.7	PERMISOS SANITARIOS Y PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	40
2.4.8	REGISTRO DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE TURÍSTICO.....	40
2.4.9	SEGURIDAD, PREVENCIÓN DE INCENDIOS Y GESTIÓN DE RIESGOS..	41
2.4.10	REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	41
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....		44
3.1	CONGRUENCIA METODOLÓGICA	44
3.1.1	MATRIZ METODOLÓGICA	44
3.1.2	ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO	45
3.1.3	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	45
3.1.4	HIPÓTESIS.....	48
3.2.	ENFOQUE Y MÉTODOS	48
3.3.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	50
3.3.1.	POBLACIÓN	51
3.3.2.	MUESTRA	53
3.3.3.	TÉCNICAS DE MUESTREO	55
3.4.	INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS	56
3.4.1.	TÉCNICAS	56
3.4.1.1	ANÁLISIS DOCUMENTAL	56
3.4.1.2	OBSERVACIÓN DIRECTA	57

3.4.1.3 ENCUESTA.....	57
3.4.1.4 ANÁLISIS COMPARATIVO.....	58
3.4.2. INSTRUMENTOS	58
3.4.2.1 FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL	58
3.4.2.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN DIRECTA.....	59
3.4.2.3 CUESTIONARIO ESTRUCTURADO.....	59
3.4.2.4 MATRIZ COMPARATIVA	60
3.4.2.5 MATRICES FINANCIERAS	60
3.4.2.6 VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS.....	61
3.4.3 PROCEDIMIENTOS	61
3.4.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	62
3.4.5 LIMITACIONES METODOLÓGICAS	62
3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN	63
3.5.1. FUENTES PRIMARIAS.....	63
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	64
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	66
4.1 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO	66
4.1.1 CARACTERIZACIÓN DE LOS PARTICIPANTES	66
4.1.1.1 RANGO DE EDAD	66
4.1.2 FRECUENCIA DE VIAJES TURÍSTICOS DENTRO DE HONDURAS	68
4.1.3 INTERÉS EN HOSPEDARSE EN UN GLAMPING	69
4.1.4 ASPECTOS VALORADOS EN UN GLAMPING	69
4.1.4.1 PRIORIZACIÓN DE LOS ASPECTOS VALORADOS	69
4.1.5 TIPO DE ALOJAMIENTO PREFERIDO	70
4.1.6 SERVICIOS CONSIDERADOS INDISPENSABLES	70
4.1.7 IMPORTANCIA DE LAS SOLUCIONES SOSTENIBLES	71
4.1.8 RANGO DE PRECIO CONSIDERADO RAZONABLE	71
4.1.9 FACTORES QUE JUSTIFICAN EL PRECIO	72
4.1.10 ACEPTACIÓN DE INCLUIR ALIMENTACIÓN Y TOURS EN EL PRECIO	73
4.1.11 ASPECTOS VALORADOS EN LA UBICACIÓN	73
4.1.12 ZONA CONSIDERADA MÁS ATRACTIVA PARA HOSPEDARSE	74
4.1.13 CANALES DE COMUNICACIÓN.....	75

4.1.13.1 CANAL MÁS INFLUYENTE COMO PRIMERA PREFERENCIA	75
4.1.14 TIPO DE PROMOCIÓN MÁS ATRACTIVA	76
4.2 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA Y REVISIÓN DOCUMENTAL COMPLEMENTARIA	78
4.2.1 OFERTA DE ALIMENTACIÓN IDENTIFICADA.....	78
4.2.1.1 COMPLEJO TURÍSTICO LAGOLANDIA	78
4.2.1.2 FINCA LAS GARZAS	79
4.2.1.3 THE CANAL	79
4.2.2 CAFETERÍAS IDENTIFICADAS DURANTE LA VISITA DE CAMPO.....	81
4.2.3 OFERTA DE HOSPEDAJE IDENTIFICADA	81
4.2.4 ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS IDENTIFICADAS	83
4.2.4.1 PARQUE ECO-ARQUEOLÓGICO LOS NARANJOS.....	84
4.2.4.2 PARQUE NACIONAL CERRO AZUL MEÁMBAR	84
4.2.4.3 CATARATAS DE PULHAPANZAK	84
4.2.4.4 FINCA SANTA MARTHA.....	85
4.2.4.5 OTRAS ACTIVIDADES Y ATRACTIVOS DEL ENTORNO	85
4.3 SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS.....	87
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
5.1 CONCLUSIONES	89
5.2 RECOMENDACIONES	90
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD	91
6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	91
6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	91
6.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	94
6.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	94
6.4 ALCANCE Y SUPUESTOS DE LA PROPUESTA.....	95
6.4.1 ALCANCE DE LA PRIMERA ETAPA	95
6.4.2 ALCANCE DE LA SEGUNDA ETAPA	96
6.4.3 SUPUESTOS GENERALES DE LA PROPUESTA.....	97
6.4.4 EXCLUSIONES Y VALIDACIONES REQUERIDAS.....	98
6.5 ESTUDIO DE MERCADO	99
6.5.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	100
6.5.2 MERCADO OBJETIVO	101

6.5.3 PERFIL DEL CLIENTE OBJETIVO.....	101
6.5.4 PROPUESTA DE VALOR	102
6.5.5 PRODUCTO Y SERVICIOS	103
6.5.5.1 SERVICIO PRINCIPAL DE ALOJAMIENTO.....	103
6.5.5.2 SERVICIOS INCLUIDOS	104
6.5.5.3 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	104
6.5.5.4 ALIANZAS CON PRESTADORES TURÍSTICOS.....	105
6.5.5.5 ESTRATEGIA DE PRECIO	106
6.5.5.6 CRITERIOS PARA MODIFICAR LAS TARIFAS.....	107
6.5.5.7 VALIDACIÓN FUTURA DE LAS TARIFAS.....	108
6.5.6 POLÍTICA TARIFARIA Y TEMPORADAS	108
6.5.6.1 TEMPORADA ALTA.....	108
6.5.6.2 TEMPORADA MEDIA	109
6.5.6.3 TEMPORADA BAJA	109
6.5.6.4 CONDICIONES GENERALES.....	109
6.5.6.5 PLAZA Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.....	109
6.5.7 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN	111
6.5.8 PLAN COMERCIAL DEL PRIMER AÑO	112
6.5.8.1 INDICADORES COMERCIALES	113
6.5.9 PROYECCIÓN DE DEMANDA Y OCUPACIÓN.....	113
6.5.10 PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO	114
6.5.11 DEMANDA ANUAL EXPRESADA EN NOCHES-CABANA	115
6.5.12 ANÁLISIS COMPETITIVO	115
6.5.13 ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL	117
6.5.14 SÍNTESIS DEL ESTUDIO DE MERCADO APLICADO.....	118
6.6 ESTUDIO TÉCNICO	118
6.6.1 CONCEPTO TÉCNICO DEL PROYECTO	119
6.6.2 CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DEL TERRENO.....	120
6.6.2.1 CRITERIOS TÉCNICOS DE LOCALIZACIÓN	120
6.6.2.2 MATRIZ PRELIMINAR DE EVALUACIÓN	121
6.6.2.3 CONDICIONES EXCLUYENTES	122
6.6.3 TAMAÑO DEL PROYECTO Y DESARROLLO POR ETAPAS	122
6.6.3.1 PRIMERA ETAPA.....	122

6.6.3.2 SEGUNDA ETAPA	123
6.6.4 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO	124
6.6.4.1 CABAÑA ECOLÓGICA SENCILLA	125
6.6.4.2 CABAÑA ECOLÓGICA FAMILIAR.....	126
6.6.5 DISTRIBUCIÓN GENERAL Y PLAN MAESTRO.....	128
6.6.5.1 ZONA DE ACCESO.....	128
6.6.5.2 ZONA DE HOSPEDAJE	128
6.6.5.3 ZONA DE SERVICIOS	129
6.6.5.4 ZONA PAISAJÍSTICA.....	129
6.6.6 MATERIALES Y CRITERIOS CONSTRUCTIVOS	131
6.6.6.1 RESPUESTA A LA HUMEDAD	132
6.6.6.2 RESPUESTA A LA LLUVIA	132
6.6.6.3 CONFORT TÉRMICO Y VENTILACIÓN.....	133
6.6.6.4 PROTECCIÓN CONTRA INSECTOS	133
6.6.7 SISTEMAS SOSTENIBLES	133
6.6.8 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS	134
6.6.8.1 ABASTECIMIENTO DE AGUA.....	134
6.6.8.2 ENERGÍA ELÉCTRICA	135
6.6.8.3 TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES.....	136
6.6.8.4 MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS	136
6.6.8.5 INTERNET Y COMUNICACIONES	137
6.6.8.6 ACCESIBILIDAD Y ESTACIONAMIENTOS.....	137
6.6.8.7 DRENAJE PLUVIAL.....	138
6.6.9 PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL	139
6.6.9.1 PROTECCIÓN DEL TERRENO Y VEGETACIÓN.....	139
6.6.9.2 GESTIÓN DEL AGUA.....	139
6.6.9.3 EFICIENCIA ENERGÉTICA.....	140
6.6.9.4 RESIDUOS	140
6.6.9.5 COMPRAS RESPONSABLES	140
6.6.9.6 EDUCACIÓN AMBIENTAL DEL HUÉSPED	141
6.6.9.7 INDICADORES AMBIENTALES.....	141
6.6.10 VALIDACIONES TÉCNICAS PREVIAS A LA EJECUCIÓN	141
6.7 BRANDING E IDENTIDAD VISUAL	142

6.7.1 CONCEPTO DE MARCA	143
6.7.2 PERSONALIDAD DE LA MARCA	144
6.7.3 IDENTIDAD VERBAL Y TONO DE COMUNICACIÓN.....	144
6.7.3.1 CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO.....	146
6.7.4 VERSIONES DEL LOGOTIPO.....	147
6.7.5 PALETA CROMÁTICA	149
6.7.6 SISTEMA TIPOGRÁFICO	150
6.7.7 ICONOGRAFÍA.....	152
6.7.8 APLICACIONES DE LA IDENTIDAD VISUAL	153
6.7.8.1 PAPELERÍA.....	153
6.7.8.2 UNIFORMES E IDENTIFICACIÓN.....	154
6.7.8.3 AMENIDADES	155
6.7.8.4 SEÑALIZACIÓN	156
6.7.8.5 APLICACIONES DIGITALES	156
6.7.9 ESTRATEGIA DIGITAL.....	157
6.7.9.1 ETAPA PREVIA A LA APERTURA.....	158
6.7.9.2 ETAPA DE LANZAMIENTO	158
6.7.9.3 ETAPA DE OPERACIÓN	159
6.7.9.4 SITIO WEB Y SISTEMA DE RESERVAS	159
6.7.10 REDES SOCIALES.....	160
6.7.11 LINEAMIENTOS PARA EL USO DE IMÁGENES	161
6.7.12 MANUAL DE MARCA	162
6.7.13 INDICADORES DE BRANDING Y COMUNICACIÓN.....	163
6.7.14 SÍNTESIS DEL BRANDING E IDENTIDAD VISUAL.....	163
6.8 PLAN LEGAL, AMBIENTAL Y OPERATIVO	164
6.8.1 REQUERIMIENTOS Y RESPONSABLES	164
6.8.2 SECUENCIA DE TRÁMITES.....	165
6.8.2.1 REVISIÓN LEGAL Y REGISTRAL DEL TERRENO	165
6.8.2.2 VALIDACIÓN DE USO DE SUELO	166
6.8.2.3 GESTIÓN AMBIENTAL.....	166
6.8.2.4 PERMISO DE CONSTRUCCIÓN.....	167
6.8.2.5 PREVENCIÓN DE INCENDIOS Y SEGURIDAD	168
6.8.2.6 REGISTRO ANTE EL INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO	168

6.8.2.7 PERMISOS SANITARIOS	169
6.8.2.8 LICENCIA DE OPERACIÓN Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS.....	169
6.8.3 MATRIZ DE SEGUIMIENTO DE TRÁMITES	171
6.8.4 GESTIÓN AMBIENTAL DURANTE LA CONSTRUCCIÓN	171
6.8.5 GESTIÓN AMBIENTAL DURANTE LA OPERACIÓN	172
6.8.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	173
6.8.7 MANUAL PRELIMINAR DE PUESTOS	173
6.8.7.1 PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS BÁSICOS.....	174
6.8.8 EXPERIENCIA DEL HUÉSPED	174
6.8.8.1 CONSULTA	174
6.8.8.2 RESERVACIÓN	175
6.8.8.3 PREPARACIÓN PREVIA	175
6.8.8.4 LLEGADA Y REGISTRO	176
6.8.8.5 ESTADÍA	176
6.8.8.6 SALIDA.....	176
6.8.8.7 SEGUIMIENTO POSTERIOR	177
6.8.9 POLÍTICAS DE RESERVACIÓN Y HOSPEDAJE.....	177
6.8.9.1 RESERVACIÓN Y ANTICIPO.....	177
6.8.9.2 CANCELACIÓN Y REPROGRAMACIÓN	177
6.8.9.3 HORARIOS.....	178
6.8.9.4 CAPACIDAD MÁXIMA.....	178
6.8.9.5 VISITANTES EXTERNOS	178
6.8.9.6 MENORES DE EDAD	178
6.8.9.7 MASCOTAS	178
6.8.9.8 RUIDO Y CONVIVENCIA.....	178
6.8.9.9 USO DEL JACUZZI.....	178
6.8.9.10 DAÑOS.....	179
6.8.9.11 PROHIBICIONES.....	179
6.8.10 PROCEDIMIENTO DE LIMPIEZA.....	179
6.8.11 PLAN DE MANTENIMIENTO	180
6.8.11.1 MANTENIMIENTO PREVENTIVO	180
6.8.11.2 MANTENIMIENTO CORRECTIVO	181
6.8.12 PLAN DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS	181

6.8.13 MANEJO DE QUEJAS E INCIDENTES	182
6.8.14 PLAN DE COMPRAS Y PROVEEDORES	183
6.8.15 ALIANZAS OPERATIVAS.....	184
6.9 MEDIDAS DE CONTROL.....	184
6.9.1 INDICADORES DE SEGUIMIENTO	184
6.9.2 GESTIÓN DE RIESGOS.....	185
6.10 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN.....	185
6.11 PRESUPUESTO E IMPACTO DEL PRESUPUESTO	186
6.11.1 COMPARACIÓN DE COTIZACIONES DE CONSTRUCCIÓN	187
6.11.2 PRESUPUESTO DE MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO.....	188
6.11.3 INVERSIÓN ESTIMADA DE LA PRIMERA ETAPA	189
6.11.4 INVERSIÓN INCREMENTAL DE LA SEGUNDA ETAPA	190
6.11.5 INVERSIÓN ACUMULADA DEL PROYECTO.....	190
6.11.6 SUPUESTOS DEL MODELO FINANCIERO.....	191
6.11.7 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y COSTOS OPERATIVOS.....	192
6.11.8 FLUJOS DE EFECTIVO.....	193
6.11.9 INDICADORES FINANCIEROS	194
6.11.10 PUNTOS DE EQUILIBRIO	194
6.11.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y DECISIÓN.....	195
6.11.12 IMPACTO CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL PRESUPUESTO ..	196
6.11.13 CONCLUSIÓN DE LA PREFACTIBILIDAD.....	196
6.12 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA	197
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	199
GLOSARIO	204
ANEXOS	207

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Comparación entre hotel tradicional, camping y glamping.....	11
Tabla 2. Principales teorías y bases teóricas aplicadas en la investigación	31
Tabla 3. Metodologías aplicadas en investigaciones previas.....	33
Tabla 4. Principales permisos y regulaciones aplicables al proyecto	42
Tabla 5. Matriz Metodológica	44
Tabla 6. Operacionalización de la variable: Mercado	45
Tabla 7. Operacionalización de la variable: Técnica	46
Tabla 8. Operacionalización de la variable: Financiera.....	47
Tabla 9. Precios referenciales de alimentos en establecimientos del Lago de Yojoa	80
Tabla 10. Cafeterías visitadas durante la visita de campo.....	81
Tabla 11. Precios aproximados de hospedaje en el entorno del Lago de Yojoa	82
Tabla 12. Atractivos y actividades turísticas identificadas	86
Tabla 13. Relación entre los hallazgos de la investigación y las decisiones de la propuesta	92
Tabla 14. Fases para implementar la propuesta	96
Tabla 15. Supuestos, justificación y validación requerida.....	99
Tabla 16. Segmentación del mercado objetivo	100
Tabla 17. Componentes del producto turístico	105
Tabla 18. Precios de referencia de la oferta de hospedaje.....	106
Tabla 19. Tarifas preliminares de YOCO-HA	107
Tabla 20. Plan de canales de comercialización.....	110
Tabla 21. Estrategias de promoción y forma de ejecución	112
Tabla 22. Plan comercial del primer año.....	112
Tabla 23. Demanda anual expresada en noches-cabaña vendidas	114
Tabla 24. Estacionalidad preliminar y acciones comerciales.....	114
Tabla 25. Ocupación mensual preliminar de la primera etapa.....	114
Tabla 26. Posicionamiento competitivo preliminar	116
Tabla 27. Matriz preliminar para la selección del terreno	121
Tabla 28. Desarrollo propuesto por etapas.....	124
Tabla 29. Programa arquitectónico preliminar de la primera etapa.....	124
Tabla 30. Características de la cabaña ecológica sencilla.....	125
Tabla 31. Características de la cabaña ecológica doble o familiar	127
Tabla 32. Materiales y criterios constructivos	131
Tabla 33. Sistemas sostenibles propuestos.....	134
Tabla 34. Infraestructura básica y criterio de dimensionamiento.....	138
Tabla 35. Indicadores ambientales preliminares.....	141
Tabla 36. Aplicaciones previstas de la identidad visual	153
Tabla 37. Indicadores de branding y comunicación	163
Tabla 38. Requerimientos, responsables y entregables	164
Tabla 39. Matriz preliminar de control legal.....	171
Tabla 40. Manual preliminar de puestos, funciones y remuneración	173
Tabla 41. Procedimientos operativos mínimos.....	174
Tabla 42. Indicadores, límites y acciones correctivas	184

Tabla 43. Riesgos principales y medidas de respuesta	185
Tabla 44. Responsables y duración de las fases del cronograma	186
Tabla 45. Matriz comparativa de cotizaciones de construcción	187
Tabla 46. Criterios propuestos para la contratación definitiva	187
Tabla 47. Presupuesto de mobiliario y equipamiento de la primera etapa	188
Tabla 48. Inversión estimada para la primera etapa de cuatro cabañas	189
Tabla 49. Inversión incremental estimada para la segunda etapa	190
Tabla 50. Resumen de inversión por etapas.....	190
Tabla 51. Supuestos financieros y fundamento	191
Tabla 52. Proyección de ingresos para cuatro cabañas.....	192
Tabla 53. Proyección de ingresos para ocho cabañas	192
Tabla 54. Gastos fijos anuales estimados.....	193
Tabla 55. Flujo de efectivo proyectado para cuatro cabañas.....	193
Tabla 56. Flujo de efectivo proyectado para ocho cabañas	193
Tabla 57. Indicadores financieros de los escenarios base	194
Tabla 58. Punto de equilibrio operativo	194
Tabla 59. Punto de equilibrio financiero	195
Tabla 60. Sensibilidad de los escenarios financieros.....	195
Tabla 61. Concordancia entre la investigación y la propuesta.....	198

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Principales atractivos turísticos y ubicación geográfica del Lago de Yojoa.	12
Ilustración 2. Relación conceptual entre glamping y modalidades turísticas asociadas.	17
Ilustración 3. Diagrama metodológico de la investigación	50
Ilustración 4. Rango de edad de los participantes	66
Ilustración 5. Procedencia de los participantes	67
Ilustración 6. Ingreso mensual aproximado de los participantes	67
Ilustración 7. Frecuencia de viajes turísticos dentro de Honduras	68
Ilustración 8. Interés en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa	69
Ilustración 9. Priorización de los aspectos valorados en un glamping	69
Ilustración 10. Priorización del tipo de alojamiento preferido dentro de un glamping	70
Ilustración 11. Priorización de los servicios considerados indispensables en un glamping	70
Ilustración 12. Importancia de incorporar energías renovables o soluciones sostenibles	71
Ilustración 13. Rango de precio considerado razonable por noche	72
Ilustración 14. Priorización de los factores que justificarían el precio del alojamiento	72
Ilustración 15. Aceptación de incluir alimentación y tours básicos en el precio	73
Ilustración 16. Priorización de los aspectos valorados en la ubicación del alojamiento	73
Ilustración 17. Zona del Lago de Yojoa considerada más atractiva para hospedarse	74
Ilustración 18. Priorización de los canales de comunicación que influirían en la decisión de reserva	75
Ilustración 19. Priorización de los tipos de promoción más atractivos	76
Ilustración 20. Aspectos que hacen falta actualmente en los hospedajes turísticos	76
Ilustración 21. Lugares donde los participantes se han hospedado anteriormente cerca del Lago de Yojoa	77
Ilustración 22. Planta arquitectónica de la cabaña ecológica sencilla	126
Ilustración 23. Referencia de interior de las dos tipologías de cabaña	126
Ilustración 24. Planta arquitectónica de la cabaña ecológica doble o familiar	127
Ilustración 25. Fachadas arquitectónicas de las dos tipologías de cabaña	127
Ilustración 26. Esquema conceptual de zonificación	130
Ilustración 27. Plan maestro preliminar de la primera etapa: cuatro cabañas	130
Ilustración 28. Plan maestro preliminar de ampliación: ocho cabañas	131
Ilustración 29. Logotipo principal de YOCO-HA	144
Ilustración 30. Construcción gráfica del logotipo	147
Ilustración 31. Versiones del logotipo	149
Ilustración 32. Paleta cromática	150
Ilustración 33. Tipografías institucionales de YOCO-HA	152
Ilustración 34. Aplicaciones de papelería	154
Ilustración 35. Aplicaciones de la marca en uniformes e identificación	155
Ilustración 36. Aplicaciones para redes sociales	157
Ilustración 37. Flujograma preliminar de trámites y responsables	170
Ilustración 38. Organigrama preliminar de la primera etapa	173
Ilustración 39. Gráfica de Gantt para la implementación de la primera etapa	185

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

El turismo ha adquirido mayor relevancia a nivel global como respuesta a las nuevas demandas de viajeros que buscan experiencias más auténticas, personalizadas y responsables. Dentro de estas tendencias emergentes, *el glamping* ha surgido como una modalidad innovadora de alojamiento que combina el contacto directo con la naturaleza con estándares superiores de confort, diseño y hospitalidad, posicionándose como una alternativa de alto valor agregado dentro del sector turístico.

En América Latina, este modelo ha mostrado un crecimiento sostenido, impulsado por cambios en el comportamiento del consumidor, una mayor valoración del turismo experiencial y el interés por proyectos en destinos naturales. Diversos estudios han demostrado que el glamping puede representar una oportunidad rentable para diversificar la oferta turística y fortalecer economías locales, siempre que su implementación esté respaldada por una adecuada planificación estratégica.

En el contexto hondureño, el Lago de Yojoa destaca como uno de los destinos turísticos naturales más importantes del país, siendo el único lago natural de Honduras y un punto estratégico por su ubicación entre los departamentos de Cortés, Comayagua y Santa Bárbara. Este cuerpo de agua posee una extensión aproximada de 79 km² y se encuentra rodeado por ecosistemas de alto valor ecológico, incluyendo áreas protegidas como el Parque Nacional Cerro Azul Meámbar (PANACAM) y el Parque Nacional Montaña de Santa Bárbara.

Por otra parte, el Lago de Yojoa ha sido declarado sitio Ramsar, lo que resalta su importancia internacional como humedal para la conservación de la biodiversidad. Su riqueza natural y paisajística lo posiciona como un destino ideal para el desarrollo de actividades turísticas como paseos en lancha, pesca deportiva, kayak, observación de aves, senderismo y turismo gastronómico.

No obstante, a pesar de su potencial, la oferta turística en la zona continúa concentrándose principalmente en visitas de corta duración, con limitada diversificación en servicios de alojamiento innovadores. En este sentido, el glamping surge como una alternativa estratégica que

permitiría incrementar la estadía promedio del visitante, diversificar la oferta turística y generar mayor dinamismo económico regional.

A pesar de este potencial, diversos estudios han evidenciado que el desarrollo turístico del Lago de Yojoa se ha visto limitado por factores como la falta de planificación, infraestructura insuficiente y escasa diversificación de la oferta, lo que ha impedido su consolidación como un destino turístico de mayor competitividad (USAID, 2020).

Por tanto, la presente investigación tiene como propósito evaluar la prefactibilidad para la implementación de glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras, mediante un análisis desde las perspectivas de mercado, técnica y financiera, que permita identificar oportunidades, desafíos y condiciones necesarias para el desarrollo de este modelo de negocio. El análisis técnico se desarrollará considerando un terreno tipo con características compatibles con el entorno del Lago de Yojoa, sujeto a la validación del uso de suelo, accesibilidad, disponibilidad de servicios y restricciones ambientales.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Durante los últimos años, el turismo ha experimentado un crecimiento significativo a nivel mundial debido al interés de los turistas por experiencias relacionadas con naturaleza, bienestar y sostenibilidad ambiental (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2022). Este comportamiento ha impulsado el desarrollo de modalidades de alojamiento innovadoras orientadas al turismo experiencial, entre ellas el glamping

El glamping es una modalidad de alojamiento turístico que combina el contacto con la naturaleza con servicios de confort, diseño y hospedaje de alto nivel, permitiendo ofrecer experiencias inmersivas dentro de entornos naturales (OMT, 2022). De acuerdo con Solís (2015), esta tendencia ha adquirido relevancia internacional debido a las transformaciones en las preferencias del consumidor turístico, quien actualmente prioriza experiencias personalizadas, sostenibles y vinculadas al turismo de naturaleza. De acuerdo con Ejderyan (2016), el glamping se ha consolidado como una alternativa de turismo rural, que integra comodidad, exclusividad y conexión con el entorno natural.

A nivel internacional, diversas investigaciones han analizado la implementación del glamping como modelo turístico sostenible. Morales (2020), en Ecuador, desarrolló el estudio ‘‘Diseño de

un plan de negocios para una zona glamping'', orientado a evaluar la viabilidad de este tipo de alojamiento mediante análisis de mercado, evaluación técnica y análisis financiero. Los resultados evidenciaron un comportamiento favorable de la demanda hacia experiencias turísticas relacionadas con naturaleza, confort y turismo experiencial.

De igual manera, estudios desarrollados en Europa han identificado el crecimiento del glamping como respuesta a nuevas dinámicas del mercado turístico. Milohnić et al. (2019) analizaron la transición de la demanda desde el camping convencional hacia el glamping, identificando que los turistas buscan experiencias innovadoras, bienestar personal y servicios diferenciados en entornos naturales. Los autores concluyen que esta modalidad ha presentado un crecimiento sostenido dentro del turismo alternativo y experiencial.

En relación con lo anterior, investigaciones realizadas sobre turismo rural evidencian que los modelos de alojamiento orientados al ecoturismo han incrementado su relevancia dentro del mercado turístico internacional. Cvelić-Bonifačić, Milohnić y Cerović (2017) sostienen que el glamping representa una forma creativa e innovadora de alojamiento turístico, caracterizada por integrar sostenibilidad ambiental, diferenciación de servicios y experiencias inmersivas en espacios naturales.

En América Latina, investigaciones realizadas en Colombia, México y Perú han demostrado que el glamping representa una alternativa orientada a diversificar la oferta turística y fortalecer el ecoturismo. Ruiz y García (2021) señalan que el glamping en Colombia ha evolucionado como un modelo que integra arquitectura innovadora y desarrollo turístico. Por su parte, Navarro, Morales y Ramírez (2020) identifican en México factores relacionados con la ubicación estratégica, accesibilidad y segmentación de mercado como elementos asociados al funcionamiento de este tipo de proyectos. Asimismo, Mendoza y Alvarado (2019) evidencian en Perú impactos positivos relacionados con dinamización económica y generación de empleo dentro de comunidades locales vinculadas al turismo rural.

Adicionalmente, estudios relacionados con evaluación de proyectos turísticos sostenibles destacan la importancia de desarrollar análisis técnicos, financieros y de mercado para determinar la viabilidad de modelos de hospedaje innovadores. Baca Urbina (2013) establece que los estudios de prefactibilidad permiten evaluar condiciones de mercado, aspectos operativos y proyecciones financieras antes de la ejecución de proyectos de inversión. De igual manera, Sapag Chain y Sapag Chain (2014) indican que la evaluación de proyectos constituye una herramienta fundamental para

analizar la rentabilidad y factibilidad de iniciativas empresariales relacionadas con turismo y servicios.

En Honduras, el país posee una amplia biodiversidad y una variedad de ecosistemas que favorecen el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles. Dentro del territorio nacional se observan iniciativas emergentes como Tiny Pines en Comayagua y Glamping Río Chiquito en Omoa, las cuales reflejan la incorporación gradual de modelos de hospedaje orientados al turismo de naturaleza y experiencias al aire libre. Asimismo, el Instituto Hondureño de Turismo (IHT, 2023) ha reportado un incremento en el interés por proyectos turísticos innovadores relacionados con ecoturismo y turismo experiencial.

Con relación específica al Lago de Yojoa, diversos estudios e informes institucionales han identificado esta zona como uno de los principales destinos turísticos naturales de Honduras debido a su biodiversidad, riqueza paisajística y ubicación estratégica entre los departamentos de Cortés, Comayagua y Santa Bárbara (AMUPROLAGO, 2021a). Organismos internacionales como USAID (2020) han desarrollado diagnósticos territoriales que describen las condiciones turísticas de la zona, incluyendo aspectos relacionados con infraestructura, ordenamiento territorial y desarrollo turístico.

Por su parte, AMUPROLAGO (2021a) expone que el Lago de Yojoa presenta un crecimiento turístico acompañado de procesos de expansión de infraestructura y actividades recreativas vinculadas al ecoturismo, gastronomía y turismo de naturaleza. Dentro de este contexto, la oferta de hospedaje continúa concentrándose principalmente en hoteles tradicionales, cabañas y establecimientos convencionales, mientras que los modelos de alojamiento experiencial y sostenible mantienen una participación emergente dentro del destino turístico.

En este contexto, el glamping se posiciona como un modelo de alojamiento vinculado a las tendencias actuales del turismo de naturaleza y experiencial, integrando elementos de confort, contacto con la naturaleza y diferenciación turística. Las características naturales, ubicación estratégica y reconocimiento turístico del Lago de Yojoa permiten contextualizar el análisis de prefactibilidad de proyectos de hospedaje innovadores orientados al turismo de naturaleza en Honduras.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

El turismo representa una actividad relevante dentro del desarrollo económico y turístico de Honduras, especialmente en destinos naturales vinculados al ecoturismo, recreación y actividades de naturaleza (Instituto Hondureño de Turismo [IHT], 2023). En los últimos años, las tendencias del mercado turístico han mostrado un mayor interés por experiencias relacionadas con ecoturismo, bienestar, contacto con la naturaleza y hospedajes diferenciados orientados al confort y la experiencia del visitante (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2022).

Dentro de estas tendencias surge el glamping, una modalidad de alojamiento turístico que combina la experiencia de hospedarse en espacios naturales con servicios de comodidad, diseño y hospedaje de alto nivel. De acuerdo con Solís (2015), este modelo turístico ha presentado crecimiento en distintos países debido a la preferencia de los turistas por experiencias más personalizadas, innovadoras y alejadas del turismo convencional. Asimismo, Ejderyan (2016) establece que el glamping se ha consolidado como una modalidad vinculada al turismo rural, integrando elementos de exclusividad, confort y contacto con el entorno natural.

En América Latina, diferentes investigaciones han identificado el crecimiento del glamping como parte de las nuevas dinámicas del turismo experiencial. Morales (2020), en Ecuador, desarrolló un estudio orientado al análisis de viabilidad de una zona glamping mediante evaluación de mercado, análisis técnico y evaluación financiera, evidenciando un comportamiento favorable de la demanda hacia experiencias relacionadas con naturaleza y confort. De igual manera, Ruiz y García (2021) señalan que el glamping en Colombia ha evolucionado como un modelo turístico asociado a innovación, arquitectura sostenible y diversificación de la oferta turística.

En Honduras, particularmente en el Lago de Yojoa, el crecimiento de actividades relacionadas con ecoturismo, gastronomía, recreación y turismo de naturaleza ha fortalecido el posicionamiento del destino como uno de los principales atractivos turísticos naturales del país (AMUPROLAGO, 2021a). Asimismo, organismos internacionales como USAID (2020) han desarrollado diagnósticos territoriales relacionados con infraestructura turística, ordenamiento territorial y comportamiento de la actividad turística dentro de la zona.

Dentro de la dinámica turística actual del Lago de Yojoa, la oferta de hospedaje se encuentra integrada principalmente por hoteles tradicionales, cabañas y establecimientos

convencionales, mientras que los modelos de alojamiento experiencial mantienen una participación emergente dentro de la actividad turística del destino. Paralelamente, el comportamiento del desarrollo turístico sostenible y las tendencias del turismo experiencial continúan generando interés hacia modalidades de hospedaje orientadas al contacto con la naturaleza y experiencias diferenciadas (OMT, 2022).

El análisis de prefactibilidad de modelos de hospedaje innovadores orientados al turismo experiencial permite evaluar aspectos de mercado, factores técnicos y variables financieras relacionadas con el desarrollo turístico del Lago de Yojoa, considerando las características naturales, turísticas y territoriales del destino.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tan viable es implementar un negocio de glamping, desde las perspectivas de mercado, técnica y financiera, en el Lago de Yojoa, Honduras, en el año 2026?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es la factibilidad de mercado para la implementación de un servicio de glamping en el destino turístico del Lago de Yojoa, Honduras?
2. ¿Qué requerimientos técnicos, logísticos y normativos se necesitan para implementar glampings en el destino turístico del Lago de Yojoa?
3. ¿Cuál es la viabilidad financiera de establecer un modelo de negocio de glamping en el Lago de Yojoa, Honduras?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la prefactibilidad para la implementación de glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras mediante el análisis de los aspectos de mercado, técnicos y financieros, con el propósito de evaluar la viabilidad del proyecto dentro del contexto del turismo sostenible.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar la factibilidad de mercado para la implementación de un servicio de glamping en el destino turístico del Lago de Yojoa, Honduras.
2. Identificar los requerimientos técnicos, logísticos y normativos necesarios para implementar glampings en el Lago de Yojoa.
3. Analizar la viabilidad financiera del proyecto, considerando inversión inicial, costos operativos, ingresos proyectados y rentabilidad esperada bajo diferentes escenarios de demanda.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se fundamentó en la oportunidad de evaluar la implementación de modelos de alojamiento innovadores y sostenibles dentro de la oferta turística hondureña. La investigación respondió a un contexto en el que los viajeros mostraron una creciente preferencia por experiencias auténticas, personalizadas y vinculadas con la naturaleza. Dentro de estas tendencias, el glamping se identificó como una alternativa capaz de integrar comodidad, diseño, hospitalidad y contacto directo con entornos naturales.

La elección del Lago de Yojoa como área de estudio respondió a su importancia como uno de los principales destinos turísticos naturales de Honduras. Su riqueza ecológica, biodiversidad, ubicación estratégica y variedad de atractivos recreativos permitieron identificar condiciones favorables para evaluar nuevas modalidades de hospedaje orientadas al turismo de naturaleza. Sin embargo, se observó que la oferta de alojamiento de la zona continuaba concentrándose principalmente en hoteles tradicionales, cabañas y establecimientos convencionales, lo que evidenció oportunidades para incorporar propuestas diferenciadas que contribuyeran a ampliar y fortalecer la experiencia turística del destino.

Desde la perspectiva empresarial, la investigación permitió aplicar conocimientos de dirección empresarial, formulación y evaluación de proyectos al análisis de una oportunidad de inversión vinculada con el sector turístico. Mediante el estudio de variables de mercado, aspectos técnicos y elementos financieros, se determinaron las condiciones preliminares relacionadas con la posible implementación de un proyecto de glamping en el Lago de Yojoa.

Asimismo, los resultados generaron información de referencia para emprendedores, inversionistas, instituciones públicas y actores del sector turístico interesados en iniciativas relacionadas con el turismo sostenible y la innovación en hospedaje.

En el ámbito académico, la investigación aportó al estudio de modelos de negocio emergentes dentro del turismo, particularmente aquellos vinculados con el turismo experiencial, el ecoturismo y la sostenibilidad. También contribuyó al desarrollo de conocimiento aplicado en las áreas de formulación y evaluación de proyectos, mediante la generación de información que podrá utilizarse como antecedente para futuras investigaciones relacionadas con el desarrollo turístico y la gestión empresarial en Honduras.

Desde la perspectiva social y ambiental, el estudio permitió analizar cómo la implementación de proyectos de hospedaje sostenibles podría contribuir al fortalecimiento de las economías locales mediante la generación de empleo, la contratación de proveedores de la zona y la promoción de actividades complementarias vinculadas con el turismo.

También se identificó que el desarrollo de modelos de alojamiento con criterios de sostenibilidad podría favorecer el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y la adopción de prácticas compatibles con la conservación ambiental, especialmente en un destino de alto valor ecológico como el Lago de Yojoa.

En términos de viabilidad técnica y metodológica, el estudio se desarrolló bajo un enfoque de prefactibilidad mediante revisión documental, observación directa, aplicación de encuestas y análisis técnico preliminar basado en un terreno tipo con características compatibles con el entorno del Lago de Yojoa.

Este alcance permitió evaluar inicialmente los requerimientos de mercado, técnicos, normativos y financieros relacionados con la implementación de un proyecto de glamping, sin pretender sustituir los estudios especializados necesarios para una etapa posterior de factibilidad o ejecución.

El análisis técnico consideró aspectos generales relacionados con capacidad instalada, requerimientos constructivos, infraestructura básica, accesibilidad, normativa aplicable y criterios de sostenibilidad. Para ello, se utilizaron fuentes secundarias, literatura especializada, informes institucionales y experiencias comparables, incluyendo fuentes publicadas principalmente entre 2020 y 2026, complementadas con textos teóricos y normativos anteriores que conservaron vigencia para el estudio.

La investigación reconoció que la factibilidad definitiva del proyecto requerirá la realización de levantamientos topográficos, estudios de suelo, evaluaciones ambientales, análisis de capacidad de carga, validación específica del terreno seleccionado y gestión de los permisos municipales, ambientales y turísticos correspondientes.

El estudio contó con acceso a fuentes bibliográficas, estadísticas oficiales, informes institucionales, bases de datos académicas y herramientas metodológicas que facilitaron la recopilación, procesamiento y análisis de la información. También se dispuso del acompañamiento docente, tiempo y recursos tecnológicos necesarios para desarrollar la investigación dentro de los alcances establecidos para la Maestría en Dirección Empresarial.

De esta forma, la investigación proporcionó un análisis integral de prefactibilidad sobre una modalidad de alojamiento vinculada con las tendencias actuales del turismo sostenible y experiencial. Los hallazgos obtenidos permitieron generar información para apoyar la toma de decisiones empresariales, fortalecer el conocimiento sobre proyectos turísticos innovadores y orientar futuros estudios relacionados con el desarrollo estratégico del Lago de Yojoa.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo desarrolla las bases conceptuales, teóricas y metodológicas que sustentan el análisis de prefactibilidad para la implementación de glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras. Se abordan conceptos relacionados con ecoturismo, turismo experiencial y glamping, así como estudios vinculados al desarrollo de modelos de hospedaje orientados al contacto con la naturaleza y al alojamiento experiencial. Bajo esta perspectiva, se presentan las teorías de sustento relacionadas con factibilidad, turismo y evaluación de proyectos, tomando como referencia los enfoques de ILPES/CEPAL, la Organización Mundial del Turismo, Baca Urbina y Sapag Chain.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El turismo de naturaleza se ha consolidado como una de las principales tendencias dentro de la actividad turística internacional, especialmente en destinos que poseen recursos ecológicos, paisajísticos y culturales. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo sostenible busca equilibrar los impactos económicos, sociales y ambientales de la actividad turística, procurando satisfacer las necesidades de los visitantes, las comunidades receptoras y el entorno natural. Bajo esta perspectiva, los modelos de alojamiento vinculados al contacto con la naturaleza han adquirido mayor relevancia dentro de las nuevas dinámicas del mercado turístico.

En este contexto, el glamping ha surgido como una modalidad de alojamiento asociada al turismo rural, ecoturismo, turismo de naturaleza y turismo experiencial. Diversas investigaciones señalan que este modelo responde a una demanda creciente de consumidores interesados en hospedajes no convencionales, experiencias al aire libre, comodidad y actividades recreativas desarrolladas en entornos naturales (Solís, 2015). Asimismo, estudios aplicados a proyectos glamping destacan que variables como el análisis de mercado, la oferta turística existente y el comportamiento de la demanda representan elementos fundamentales para evaluar la viabilidad de este tipo de iniciativas, particularmente en destinos ecológicos y rurales (Morales, 2020).

Tabla 1. Comparación entre hotel tradicional, camping y glamping.

Característica	Hotel Tradicional	Camping	Glamping
Nivel de confort	Alto	Bajo	Alto
Contacto con la naturaleza	Bajo	Alto	Alto
Infraestructura	Permanente	Básica	Semi permanente
Experiencia	Tradicional	Rústica	Experiencial
Servicios	Completos	Limitados	Personalizados

Fuente: (Elaboración propia con base en Solís, 2015; Ejderyan, 2016).

A nivel latinoamericano, las investigaciones relacionadas con glamping se han enfocado principalmente en aspectos de sostenibilidad, viabilidad y diversificación de la oferta turística. En Ecuador, por ejemplo, estudios de mercado aplicados a proyectos glamping han utilizado como referencia la demanda asociada al turismo de ocio, recreación y ecoturismo, debido a la relación existente entre este tipo de alojamiento y las actividades de contacto con la naturaleza. Asimismo, dichas investigaciones destacan que la oferta de glamping suele orientarse a segmentos específicos del mercado, ya que requiere condiciones particulares de ubicación, privacidad, diseño y planificación previa de la experiencia turística (Morales, 2020).

En Honduras, el Lago de Yojoa constituye uno de los espacios naturales con mayor relevancia turística y ambiental. El Plan de Manejo del Área Protegida Cuenca del Lago de Yojoa 2016-2027 identifica al lago como un sitio estratégico para el turismo local e internacional debido a su accesibilidad y diversidad de atractivos (AMUPROLAGO, 2021b). Además, esta investigación resalta que la zona integra actividades asociadas al descanso, gastronomía, deportes extremos, aviturismo, recreación y hospedaje, lo que evidencia una dinámica turística ya activa en el destino (AMUPROLAGO, 2021a).

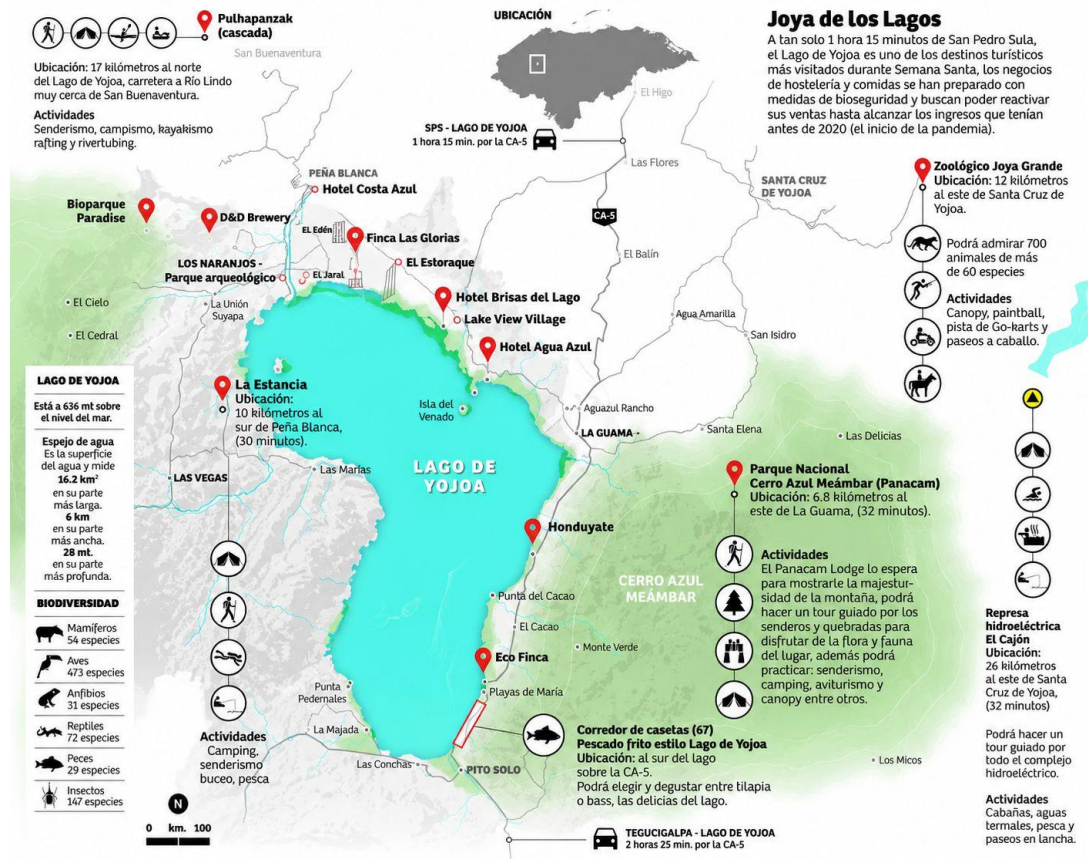


Ilustración 1. Principales atractivos turísticos y ubicación geográfica del Lago de Yojoa.

Fuente: Adaptado de La Prensa y Honduras Tips.

La actividad turística del Lago de Yojoa se encuentra estrechamente relacionada con la gastronomía, la conectividad vial y la diversidad de atractivos naturales y culturales presentes en la zona. El Plan de Manejo señala la existencia de más de 70 restaurantes ubicados en los alrededores del lago, concentrados principalmente en la oferta gastronómica del pescado frito (AMUPROLAGO, 2021b). Además, se identifican diversos atractivos turísticos como el Parque Eco Arqueológico Los Naranjos, cataratas, cuevas, fincas, balnearios, hospedajes, represas, actividades de aventura y espacios orientados al avistamiento de aves.

Dentro de la situación actual del destino, el aviturismo representa una actividad con importante potencial de crecimiento, debido a que el área concentra más del 50 % de las especies de aves registradas en Honduras. Este elemento ha permitido el desarrollo de iniciativas vinculadas a la Estrategia Nacional de Aviturismo, impulsadas con apoyo de USAID ProParque, fortaleciendo

el posicionamiento del Lago de Yojoa como un destino asociado al turismo de naturaleza y conservación ambiental (USAID, 2020).

Desde la perspectiva territorial y ambiental, el Lago de Yojoa presenta una dinámica compleja debido a su condición de área protegida y sitio de importancia ecológica. El Plan de Manejo identifica procesos de crecimiento de infraestructura turística alrededor del humedal, así como acciones de mitigación ambiental implementadas por AMUPROLAGO, entre ellas cajas trampa grasas, recolección de aceites y procesos de licenciamiento ambiental.

Estos elementos evidencian que el desarrollo turístico del destino requiere planificación, ordenamiento territorial y compatibilidad entre la actividad económica y la conservación ambiental, especialmente en proyectos relacionados con hospedaje y aprovechamiento turístico de recursos naturales (AMUPROLAGO, 2021b).

En este escenario, la oferta turística del Lago de Yojoa se sostiene actualmente sobre atractivos naturales, gastronomía, recreación, aviturismo, hospedajes tradicionales y servicios complementarios. Sin embargo, las tendencias actuales del turismo sostenible y experiencial muestran oportunidades para el desarrollo de modalidades de alojamiento alternativas vinculadas al contacto con la naturaleza y experiencias diferenciadas.

Diversas investigaciones desarrolladas en América Latina han abordado estudios de factibilidad y viabilidad relacionados con proyectos glamping y turismo sostenible. Navarro, Morales y Ramírez (2020) analizaron la viabilidad financiera y el diseño de negocio de glampings en México, identificando oportunidades de rentabilidad asociadas al turismo de naturaleza y hospedaje alternativo. Asimismo, investigaciones aplicadas en Ecuador relacionadas con proyectos glamping incorporaron análisis de mercado, evaluación técnica y estudios financieros orientados a determinar la factibilidad del modelo turístico (Morales, 2020). Por otra parte, Ruiz y García (2021) señalan que el glamping representa una alternativa emergente dentro del turismo sostenible, especialmente en destinos con potencial ecoturístico y demanda de experiencias diferenciadas.

En Honduras, diagnósticos turísticos elaborados por instituciones como AMUPROLAGO (2021a), USAID (2020) y el Instituto Hondureño de Turismo (2023) identifican al Lago de Yojoa como uno de los destinos con mayor potencial para el desarrollo de proyectos turísticos sostenibles vinculados al ecoturismo, recreación y hospedaje alternativo.

A partir de las tendencias del turismo sostenible y experiencial, así como de la dinámica turística existente en el Lago de Yojoa, el análisis de prefactibilidad de un modelo de glamping permite estudiar condiciones de mercado, requerimientos técnicos y factores financieros asociados a un tipo de alojamiento emergente dentro del destino turístico.

2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

2.2.1 GLAMPING

El término glamping surge de la combinación de las palabras “glamorous” y “camping”, utilizándose para describir una modalidad de hospedaje que integra el contacto con la naturaleza con servicios y comodidades propias de alojamientos turísticos de mayor confort. Este concepto comenzó a posicionarse internacionalmente como parte de las nuevas tendencias vinculadas al turismo de naturaleza y experiencias turísticas diferenciadas.

El origen del glamping se relaciona con campamentos de lujo utilizados durante expediciones africanas realizadas a inicios del siglo XX, evolucionando posteriormente hacia propuestas turísticas orientadas a sostenibilidad, exclusividad y turismo de naturaleza. Diversas investigaciones relacionan el glamping con actividades asociadas al ecoturismo, turismo rural y turismo experiencial, debido a que este modelo busca ofrecer experiencias al aire libre sin renunciar a condiciones de hospedaje de alto nivel (Solís, 2015).

Asimismo, Ejderyan (2016) señala que el glamping representa una evolución del camping tradicional, incorporando progresivamente elementos de sostenibilidad, diseño y experiencias personalizadas orientadas a segmentos específicos del mercado turístico. Durante los últimos años, esta modalidad ha presentado un crecimiento significativo en Europa y América Latina debido al incremento del turismo experiencial y la búsqueda de destinos menos saturados.

Fernandes et al. (2021), en el estudio *Glamping and the Development of Sustainable Tourism: A Portuguese Case Study*, señalan que el glamping se ha convertido en una estrategia de desarrollo turístico sostenible debido a que integra experiencias premium en entornos naturales con modelos de planificación territorial orientados a competitividad turística y sostenibilidad ambiental.

Por otra parte, Brochado y Pereira (2017) señalan que los visitantes de establecimientos glamping valoran especialmente el contacto con la naturaleza, la comodidad, la tranquilidad, la

alimentación y las actividades complementarias. Estos atributos contribuyen a crear una experiencia diferenciada frente a otras modalidades de hospedaje.

De igual manera, Kumar y Ahmed (2023), mediante un estudio bibliométrico internacional, identifican un crecimiento considerable en investigaciones relacionadas con glamping durante los últimos años, especialmente después de la pandemia del COVID-19. Los autores concluyen que Portugal y Estados Unidos lideran actualmente la investigación académica sobre glamping, evidenciando la expansión y consolidación de esta modalidad turística.

Actualmente, el glamping se posiciona como una alternativa innovadora dentro del sector turístico debido a que integra alojamiento alternativo, arquitectura experiencial y turismo de naturaleza. En la presente investigación, este concepto resulta fundamental debido a que el proyecto propone analizar la prefactibilidad de implementar cabañas ecológicas como modalidad de alojamiento turístico dentro del contexto natural y turístico del Lago de Yojoa, Honduras.

2.2.2 ECOTURISMO

El ecoturismo constituye una modalidad turística orientada a la realización de actividades responsables en espacios naturales, promoviendo la conservación ambiental y el aprovechamiento sostenible de los recursos turísticos. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), este enfoque busca generar experiencias vinculadas a la naturaleza, educación ambiental y participación de las comunidades locales dentro de la actividad turística.

El desarrollo del ecoturismo se encuentra relacionado con el crecimiento internacional de iniciativas orientadas a conservación ambiental y sostenibilidad. A través de los años, este enfoque ha permitido impulsar actividades turísticas enfocadas en el aprovechamiento responsable de áreas naturales, promoviendo modelos de turismo vinculados a protección ambiental, recreación y desarrollo local (OMT, 2022).

Asimismo, el turismo de naturaleza ha presentado un crecimiento significativo durante los últimos años debido al interés de los turistas por destinos abiertos y experiencias relacionadas con bienestar, sostenibilidad ambiental y contacto directo con la naturaleza. Después de la pandemia del COVID-19, diversos estudios identifican un incremento en la preferencia por espacios naturales y modalidades de hospedaje alternativas asociadas a turismo de naturaleza y actividades al aire libre (Zhafarini et al., 2025).

Debido a sus características, el ecoturismo mantiene una estrecha relación con modelos de alojamiento desarrollados en entornos naturales, entre ellos el glamping. Zhafarini et al. (2025) señalan que esta modalidad fortalece el turismo basado en naturaleza debido a que integra experiencias recreativas, sostenibilidad y diseño arquitectónico adaptado al entorno natural. Los autores destacan que el glamping atrae consumidores interesados en experiencias diferenciadas y contacto directo con la naturaleza.

Actualmente, diversos destinos turísticos incorporan propuestas de hospedaje orientadas a complementar experiencias relacionadas con naturaleza, recreación y sostenibilidad ambiental. En este contexto, el ecoturismo y el turismo de naturaleza representan enfoques relevantes para el desarrollo de modalidades de alojamiento alternativas vinculadas a sostenibilidad y turismo experiencial.

En la presente investigación, el ecoturismo se considera como uno de los enfoques relacionados con el desarrollo potencial de proyectos glamping en el Lago de Yojoa, debido a las características naturales, paisajísticas y ambientales presentes dentro del destino turístico.

2.2.3 TURISMO EXPERIENCIAL

El turismo experiencial constituye una modalidad turística orientada a ofrecer experiencias personalizadas, memorables y significativas mediante actividades relacionadas con cultura, naturaleza, recreación y participación activa del visitante dentro del destino turístico. Este enfoque busca generar una conexión más cercana entre el turista y el entorno visitado, priorizando experiencias diferenciadas sobre servicios tradicionales de hospedaje.

El crecimiento del turismo experiencial se encuentra relacionado con cambios en las preferencias del consumidor turístico, quien actualmente muestra interés por actividades vinculadas al bienestar, naturaleza, relajación y sostenibilidad. A diferencia de modelos turísticos tradicionales enfocados principalmente en alojamiento y transporte, el turismo experiencial incorpora elementos relacionados con emociones, interacción y vivencias personalizadas dentro del destino.

El turismo experiencial se relaciona con modalidades de hospedaje como el glamping, debido a que estas propuestas permiten combinar el contacto con la naturaleza, el confort y la

participación del visitante en experiencias memorables (Pine & Gilmore, 1999; Brochado & Pereira, 2017).

Asimismo, el turismo experiencial incorpora elementos relacionados con sostenibilidad, autenticidad y exclusividad, fortaleciendo la competitividad de destinos turísticos vinculados a naturaleza y recreación. En este contexto, el glamping ha comenzado a posicionarse como una alternativa asociada al turismo experiencial al integrar confort, naturaleza y experiencias diferenciadas dentro de un mismo modelo de alojamiento.



Ilustración 2. Relación conceptual entre glamping y modalidades turísticas asociadas.

Fuente: (Elaboración propia con base en OMT, 2022; Solís, 2015; Ejderyan, 2016).

En la presente investigación, el turismo experiencial se relaciona con el análisis de tendencias de consumo turístico y preferencias de visitantes interesados en modalidades de hospedaje alternativas dentro del entorno natural del Lago de Yojoa.

2.2.4 TURISMO SOSTENIBLE

El turismo sostenible constituye uno de los enfoques más relevantes dentro de la actividad turística actual, debido a que promueve el equilibrio entre desarrollo económico, conservación ambiental y bienestar social. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022), el turismo sostenible considera los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros de la

actividad turística, procurando satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades receptoras.

La evolución del turismo sostenible se encuentra vinculada al crecimiento de iniciativas internacionales orientadas a reducir los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente y las comunidades locales. A través del tiempo, este enfoque ha impulsado el desarrollo de modelos turísticos relacionados con sostenibilidad ambiental, responsabilidad social y aprovechamiento racional de los recursos turísticos.

Actualmente, el turismo sostenible constituye una de las principales tendencias dentro de la planificación turística internacional, promoviendo proyectos vinculados a ecoturismo, hospedajes ecológicos y turismo de naturaleza. Debido a ello, diversas modalidades de alojamiento alternativas, entre ellas el glamping. Han comenzado a desarrollarse bajo principios relacionados con sostenibilidad, conservación ambiental y aprovechamiento responsable de recursos naturales (OMT, 2022).

Asimismo, el turismo sostenible ha permitido fortalecer propuestas turísticas orientadas a destinos naturales y rurales mediante estrategias relacionadas con planificación territorial, conservación de ecosistemas y participación comunitaria. Estas características han favorecido el crecimiento de modalidades de alojamiento vinculadas a experiencias de bajo impacto ambiental y turismo de naturaleza.

En la presente investigación, el turismo sostenible se considera como uno de los enfoques principales para analizar la relación entre actividad turística, conservación ambiental y desarrollo potencial de glampings dentro del Lago de Yojoa, tomando en consideración las características ecológicas y turísticas presentes en el destino.

2.2.5 HOSPITALIDAD Y HOSPEDAJE ALTERNATIVO

La hospitalidad comprende el conjunto de servicios, experiencias y atenciones brindadas al visitante durante su permanencia dentro de un destino turístico. Tradicionalmente, la oferta de hospedaje se concentraba principalmente en hoteles y establecimientos convencionales; sin embargo, las nuevas tendencias del mercado han impulsado el crecimiento de modalidades de alojamiento alternativas orientadas a experiencias diferenciadas y mayor contacto con el entorno natural.

El hospedaje alternativo corresponde a modalidades de alojamiento diferentes a los modelos tradicionales de hotelería, incorporando experiencias innovadoras, sostenibilidad y personalización de servicios turísticos. El crecimiento de este tipo de hospedaje responde a cambios en el comportamiento del consumidor turístico, quien actualmente busca experiencias auténticas, comodidad y propuestas diferenciadas vinculadas a turismo de naturaleza y recreación.

La evolución de las preferencias del consumidor turístico ha permitido el crecimiento de modelos de hospedaje enfocados en personalización, sostenibilidad y experiencias al aire libre. Dentro de estas modalidades destacan eco-lodges, cabañas ecológicas, tiny houses, tiendas safari y glampings, los cuales han adquirido mayor relevancia dentro del mercado turístico, especialmente en destinos vinculados a turismo rural y turismo de naturaleza (Ejderyan, 2016).

Asimismo, Green (2023) establece que las estructuras de alojamiento tipo glamping poseen impactos directos sobre sostenibilidad territorial, ordenamiento urbano y desarrollo turístico local, por lo que requieren planificación adecuada para garantizar equilibrio entre aprovechamiento turístico y conservación ambiental.

Actualmente, el glamping forma parte de estas nuevas modalidades de hospedaje debido a que combina elementos relacionados con confort, diseño, recreación y experiencias inmersivas dentro de entornos naturales. Este tipo de alojamiento ha comenzado a posicionarse como una alternativa complementaria a modelos tradicionales de hospedaje turístico debido al crecimiento del turismo experiencial y sostenible.

En la presente investigación, la hospitalidad y los hospedajes alternativos se relacionan directamente con la propuesta de analizar la prefactibilidad de implementar cabañas ecológicas como modalidad innovadora de alojamiento turístico dentro del Lago de Yojoa.

2.2.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad constituye una herramienta de análisis utilizada para determinar la viabilidad de un proyecto antes de su ejecución. Su propósito principal es evaluar de manera integral las condiciones técnicas, comerciales, financieras, operativas y ambientales que pueden influir en el éxito o fracaso de una inversión, proporcionando información objetiva para la toma de decisiones.

De acuerdo con Sapag Chain y Sapag Chain (2014), el estudio de factibilidad permite identificar oportunidades, riesgos y limitaciones asociadas a un proyecto, reduciendo la incertidumbre existente durante la etapa de planificación. Este proceso implica la evaluación sistemática de diferentes variables relacionadas con el mercado, la tecnología requerida, la disponibilidad de recursos y la rentabilidad esperada.

Los estudios de factibilidad forman parte del proceso de formulación y evaluación de proyectos, ya que permiten analizar las condiciones necesarias para la ejecución de una propuesta de inversión y estimar sus posibilidades de éxito mediante la evaluación de diferentes variables económicas, técnicas y comerciales (Baca Urbina, 2013; Sapag Chain et al., 2014).

Dentro del ámbito turístico, los estudios de factibilidad son ampliamente utilizados para analizar proyectos de alojamiento, infraestructura recreativa y servicios turísticos, permitiendo establecer la conveniencia económica y operativa de nuevas inversiones. Estos estudios contribuyen a minimizar riesgos financieros y a garantizar una adecuada utilización de los recursos disponibles.

En la presente investigación, el estudio de factibilidad constituye el eje central del análisis, debido a que permitirá determinar la viabilidad de implementar un proyecto de cabañas ecológicas tipo glamping en el Lago de Yojoa, considerando aspectos de mercado, técnicos y financieros.

2.2.7 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste en la recopilación, análisis e interpretación de información relacionada con consumidores, competidores, oferta y demanda de bienes o servicios dentro de un mercado específico. Su finalidad es identificar oportunidades comerciales y proporcionar información que facilite la toma de decisiones estratégicas en un proyecto de inversión.

Según Kotler y Keller (2016), el estudio de mercado permite comprender las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores, facilitando la identificación de segmentos de mercado con potencial de crecimiento. Asimismo, proporciona información relevante sobre la competencia existente y las tendencias que influyen en la demanda de determinados productos o servicios.

En proyectos turísticos, el estudio de mercado resulta fundamental para determinar el perfil del visitante, las características de la demanda turística y el nivel de aceptación potencial de nuevas

modalidades de hospedaje. A través de este análisis es posible estimar el comportamiento del mercado y evaluar oportunidades de desarrollo turístico en destinos específicos.

Además, este tipo de estudio permite identificar factores relacionados con los precios, las preferencias de consumo, la frecuencia de viaje y las motivaciones de los turistas, elementos indispensables para diseñar propuestas de valor competitivas y acordes con las necesidades del mercado objetivo.

En la presente investigación, el estudio de mercado permitirá analizar la demanda potencial de hospedaje tipo glamping en el Lago de Yojoa, identificando preferencias, características y expectativas de los visitantes que podrían convertirse en usuarios potenciales del proyecto.

2.2.8 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico corresponde al análisis de los recursos, procesos, tecnologías e infraestructura necesarios para la implementación y operación de un proyecto. Su objetivo es determinar la viabilidad técnica de una propuesta, identificando las condiciones requeridas para su adecuado funcionamiento.

El estudio técnico comprende el análisis de los recursos físicos, tecnológicos y operativos requeridos para la ejecución de un proyecto. Dentro de este análisis suelen considerarse aspectos relacionados con la localización, tamaño, infraestructura, equipamiento, procesos de operación y requerimientos de personal necesarios para el funcionamiento de la propuesta de inversión (Baca Urbina, 2013; Sapag Chain et al., 2014).

Dentro de los proyectos turísticos, el estudio técnico incluye la evaluación de características físicas del terreno, accesibilidad, disponibilidad de servicios básicos, capacidad instalada y requerimientos constructivos asociados al desarrollo de instalaciones turísticas. Asimismo, permite establecer criterios para la selección de tecnologías y materiales acordes con las condiciones ambientales del entorno.

La importancia del estudio técnico radica en que proporciona información necesaria para estimar costos de inversión y operación, así como para garantizar la funcionalidad y sostenibilidad del proyecto en el largo plazo.

En la presente investigación, el estudio técnico permitirá evaluar las condiciones necesarias para la implementación de cabañas ecológicas tipo glamping en el Lago de Yojoa, considerando

aspectos relacionados con infraestructura, localización, capacidad operativa y requerimientos constructivos del proyecto.

2.2.9 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el análisis que permite determinar la viabilidad económica de un proyecto mediante la estimación de la inversión inicial, los ingresos, los costos y los gastos asociados a su implementación y operación. Su propósito es establecer si el proyecto cuenta con la capacidad de generar beneficios y recuperar los recursos invertidos.

Este estudio incluye herramientas como el flujo de efectivo, el punto de equilibrio, el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión. Estos indicadores facilitan la evaluación de la rentabilidad y apoyan la toma de decisiones antes de ejecutar el proyecto.

En esta investigación, el estudio financiero permitirá analizar preliminarmente la viabilidad económica de implementar cabañas ecológicas tipo glamping en el Lago de Yojoa, considerando la inversión requerida, los costos operativos y los ingresos proyectados.

2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

El presente apartado desarrolla las principales teorías y enfoques que sustentan la investigación, permitiendo establecer las bases conceptuales y metodológicas relacionadas con factibilidad, turismo sostenible y evaluación de proyectos aplicadas al análisis del modelo de glamping en el Lago de Yojoa.

A partir de estas teorías se desarrollan las bases relacionadas con los componentes que integran un estudio de prefactibilidad, incluyendo el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero aplicados a proyectos turísticos. Asimismo, se incorporan criterios relacionados con las tipologías de glamping, el diseño arquitectónico y la sostenibilidad, debido a su relevancia para la formulación de una propuesta de alojamiento adaptada a las condiciones naturales y climáticas del Lago de Yojoa.

2.3.1 BASES TEÓRICAS

2.3.1.1 TEORÍA DE LA FACTIBILIDAD

La teoría de la factibilidad se orienta a determinar si un proyecto puede desarrollarse bajo condiciones favorables antes de comprometer recursos significativos. Su aplicación permite identificar oportunidades, limitaciones, riesgos y requerimientos asociados con una iniciativa de inversión, reduciendo la incertidumbre durante la toma de decisiones.

De acuerdo con Baca Urbina (2013), la evaluación de un proyecto debe integrar los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, debido a que cada uno aporta información necesaria para determinar su viabilidad. Por su parte, Sapag Chain, Sapag Chain y Sapag Puelma (2014) señalan que la formulación de proyectos permite comparar los beneficios esperados con los costos y riesgos asociados con su implementación.

La prefactibilidad corresponde a una etapa preliminar en la que se analizan distintas alternativas de tamaño, ubicación, inversión y operación. A diferencia de un estudio de factibilidad definitivo, trabaja con información disponible, estimaciones, cotizaciones preliminares y supuestos razonables, los cuales posteriormente deben validarse mediante estudios especializados.

En esta investigación, la teoría de la factibilidad orienta el análisis de las condiciones necesarias para implementar un proyecto de glamping en el Lago de Yojoa. Su aplicación incluye la evaluación de la demanda potencial, la definición preliminar del tamaño del proyecto, los requerimientos de construcción y operación, la normativa aplicable y la estimación de su comportamiento financiero.

2.3.1.2 ESTUDIO DE MERCADO APLICADO A PROYECTOS TURÍSTICOS

El estudio de mercado constituye una de las primeras etapas de la evaluación de un proyecto, debido a que permite determinar la existencia de una demanda potencial para el producto o servicio propuesto. De acuerdo con Baca Urbina (2013), este estudio comprende el análisis de la demanda, la oferta, los precios y los canales de comercialización, con el propósito de identificar las condiciones bajo las cuales un proyecto podría ingresar y mantenerse en el mercado.

Su desarrollo inicia con la definición del producto o servicio que se pretende ofrecer, especificando sus características, beneficios, público objetivo y elementos diferenciadores. En proyectos turísticos, esta definición debe considerar no solamente el alojamiento, sino también la experiencia integral del visitante, los servicios complementarios, las actividades recreativas y la relación del establecimiento con el destino turístico.

Posteriormente, se realiza la segmentación del mercado, mediante la identificación de grupos de consumidores con características, necesidades y comportamientos similares. Esta segmentación puede desarrollarse con base en variables demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales. En el caso de los proyectos de alojamiento turístico, resulta relevante analizar aspectos como edad, lugar de procedencia, frecuencia de viaje, motivo de visita, preferencias de hospedaje, servicios valorados y disposición de pago.

El análisis de la demanda permite estimar la cantidad de consumidores que podrían adquirir el servicio durante un periodo determinado. Para ello, se utilizan fuentes primarias, como encuestas, entrevistas u observación directa, y fuentes secundarias, como estadísticas de turismo, informes institucionales y estudios previamente elaborados. En proyectos turísticos también es necesario considerar la estacionalidad, debido a que la demanda puede variar según temporadas vacacionales, condiciones climáticas, días festivos y eventos especiales.

El análisis de la oferta examina los establecimientos existentes que ofrecen servicios similares o sustitutos. Este proceso incluye la identificación de competidores directos e indirectos, su ubicación, capacidad, tarifas, servicios, características de infraestructura, canales de promoción y posicionamiento. La comparación entre la oferta existente y las necesidades identificadas en la demanda permite reconocer oportunidades de diferenciación y posibles brechas del mercado.

El estudio de precios debe considerar las tarifas de la competencia, la capacidad de pago del mercado objetivo, los costos relacionados con la prestación del servicio y el valor percibido por el cliente. Finalmente, se determinan los canales de comercialización y comunicación mediante los cuales el servicio llegará al consumidor, incluyendo plataformas digitales de reservación, redes sociales, alianzas con operadores turísticos y venta directa.

En consecuencia, un estudio de mercado aplicado a un proyecto turístico debe concluir con la definición del mercado objetivo, la estimación de la demanda potencial, la identificación de la competencia, el establecimiento preliminar de precios y la formulación de estrategias de

comercialización. Para la presente investigación, estos elementos permitieron evaluar la aceptación del concepto de glamping, el perfil del visitante, los servicios preferidos, la disposición de pago y las condiciones comerciales aplicables al Lago de Yojoa.

2.3.1.3 ESTUDIO TÉCNICO APLICADO A PROYECTOS TURÍSTICOS

El estudio técnico tiene como finalidad determinar la manera en que el proyecto podrá implementarse y operar desde el punto de vista físico, tecnológico, logístico y normativo. Según Baca Urbina (2013), este estudio permite establecer la localización, el tamaño, la capacidad instalada, los procesos, la infraestructura, el equipamiento y los recursos necesarios para desarrollar el proyecto.

Una de las primeras etapas corresponde al análisis de localización, mediante el cual se evalúan las posibles zonas en las que podría instalarse el proyecto. La macrolocalización identifica el territorio o región más conveniente, mientras que la microlocalización analiza las características específicas del terreno. En proyectos turísticos deben considerarse factores como accesibilidad, cercanía a atractivos, disponibilidad de servicios básicos, seguridad, condiciones ambientales, topografía, riesgos naturales, restricciones legales y compatibilidad con el uso de suelo.

Posteriormente, se determina el tamaño y la capacidad del proyecto. Esta decisión depende de la demanda estimada, los recursos disponibles, la inversión requerida, las características del terreno y la capacidad operativa. En establecimientos de alojamiento, la capacidad puede expresarse mediante el número de unidades habitacionales, camas disponibles, huéspedes atendidos o noches-habitación que pueden ofrecerse durante un periodo determinado.

El diseño técnico también requiere establecer el programa de necesidades y la distribución de las áreas. Este proceso contempla las unidades de alojamiento, áreas de recepción, circulación, estacionamiento, zonas de servicio, espacios recreativos, almacenamiento, administración y áreas complementarias. La distribución debe facilitar la operación, garantizar la privacidad de los huéspedes, favorecer la accesibilidad y reducir impactos negativos sobre el entorno.

Otro componente es la selección de materiales, sistemas constructivos, equipamiento y tecnologías. En proyectos turísticos ubicados en entornos naturales, estas decisiones deben responder a las condiciones climáticas, humedad, lluvia, temperatura, ventilación, mantenimiento y durabilidad. También deben incorporarse soluciones para el abastecimiento de agua, energía

eléctrica, tratamiento de aguas residuales, drenaje pluvial, manejo de residuos, internet y seguridad.

El estudio técnico incluye además la descripción de los procesos operativos necesarios para prestar el servicio. En un proyecto de alojamiento, estos procesos abarcan la reservación, recepción, limpieza, mantenimiento, atención al huésped, control de inventarios, manejo de residuos, seguridad y salida de los visitantes. La identificación de los procesos permite establecer los recursos humanos, equipos, insumos y responsabilidades requeridas para la operación.

Finalmente, deben analizarse los requisitos legales, ambientales y normativos vinculados con la construcción y el funcionamiento del proyecto. Esto comprende la validación del terreno, permisos de construcción, licencias ambientales, registros turísticos, permisos sanitarios, medidas de seguridad y licencia de operación. Por tanto, el estudio técnico permite comprobar si el proyecto puede desarrollarse en condiciones físicas y operativas adecuadas antes de comprometer la inversión definitiva.

En la presente investigación, el estudio técnico sirvió para definir preliminarmente la ubicación requerida, el desarrollo por etapas, las tipologías de cabañas, el programa arquitectónico, la infraestructura básica, los sistemas sostenibles, los procesos operativos y las validaciones necesarias para la implementación de un proyecto de glamping en el Lago de Yojoa.

2.3.1.4 ESTUDIO FINANCIERO APLICADO A PROYECTOS TURÍSTICOS

El estudio financiero permite ordenar y cuantificar la información obtenida en los estudios de mercado y técnico, con el propósito de determinar si el proyecto posee capacidad para generar ingresos suficientes, cubrir sus costos y recuperar la inversión. Sapag Chain et al. (2014) señalan que esta evaluación comprende la estimación de la inversión inicial, los ingresos, los costos, los flujos de efectivo y los indicadores que apoyan la toma de decisiones.

La primera etapa consiste en calcular la inversión inicial necesaria para poner en funcionamiento el proyecto. Esta inversión puede incluir la adquisición o preparación del terreno, estudios especializados, diseño, construcción, instalaciones, mobiliario, equipamiento, permisos, gastos preoperativos, promoción inicial y capital de trabajo. La inversión debe clasificarse de manera que permita distinguir los activos fijos, los gastos diferidos y los recursos necesarios para sostener la operación durante sus primeros meses.

Posteriormente, se proyectan los ingresos del proyecto. En establecimientos turísticos, los ingresos principales se calculan considerando el número de unidades disponibles, la tarifa promedio, el porcentaje de ocupación y los días de operación. También pueden incluirse ingresos complementarios procedentes de alimentación, actividades recreativas, transporte, tours u otros servicios. Las proyecciones deben formularse mediante supuestos explícitos y coherentes con los resultados del estudio de mercado.

Los costos y gastos se clasifican generalmente en fijos y variables. Los costos fijos permanecen relativamente constantes, aunque cambie el nivel de ocupación, como salarios administrativos, seguros, licencias, internet y ciertos servicios básicos. Los costos variables aumentan o disminuyen según la cantidad de huéspedes atendidos, como amenidades, limpieza, lavandería, alimentación, comisiones de plataformas y consumo de suministros.

Con las estimaciones de inversión, ingresos y egresos se construye el flujo de efectivo del proyecto. Este instrumento permite observar las entradas y salidas de dinero durante un periodo determinado y calcular la capacidad del negocio para generar efectivo. El flujo debe considerar la etapa inicial de inversión y los años posteriores de operación, incorporando supuestos de crecimiento, inflación, mantenimiento y reposición de activos cuando corresponda.

El punto de equilibrio determina el nivel mínimo de ventas u ocupación necesario para cubrir los costos sin generar pérdidas ni utilidades. En un alojamiento turístico puede expresarse como número de noches vendidas, porcentaje de ocupación o monto de ingresos. Este indicador resulta útil para evaluar si las metas comerciales previstas son suficientes para sostener la operación.

Entre los principales indicadores de rentabilidad se encuentran el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno y el periodo de recuperación de la inversión. El Valor Actual Neto permite establecer si los flujos futuros, descontados a una tasa determinada, superan la inversión inicial. La Tasa Interna de Retorno representa la rentabilidad estimada del proyecto y puede compararse con el rendimiento mínimo esperado por el inversionista. El periodo de recuperación indica el tiempo requerido para recuperar los recursos invertidos.

Debido a la incertidumbre propia de los proyectos turísticos, también debe efectuarse un análisis de sensibilidad. Este análisis examina cómo varían los resultados financieros cuando cambian factores como la ocupación, la tarifa, los costos operativos o la inversión inicial. La construcción de escenarios permite identificar las variables de mayor riesgo y establecer las condiciones mínimas bajo las cuales el proyecto podría considerarse viable.

En esta investigación, el estudio financiero permitió estimar la inversión, los ingresos, los gastos, los flujos de efectivo, los puntos de equilibrio y los indicadores de rentabilidad correspondientes a los escenarios de cuatro y ocho cabañas, con el fin de determinar la viabilidad financiera preliminar del proyecto.

2.3.1.5 TEORÍA DEL TURISMO SOSTENIBLE

La teoría del turismo sostenible plantea que la actividad turística debe desarrollarse manteniendo un equilibrio entre los beneficios económicos, la conservación ambiental y el bienestar de las comunidades receptoras. Este enfoque busca satisfacer las necesidades de los visitantes actuales sin comprometer la capacidad de los destinos para atender a las futuras generaciones.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (2022), la sostenibilidad turística debe considerar los impactos económicos, sociales y ambientales de las actividades realizadas dentro del destino. Esto implica utilizar responsablemente los recursos naturales, reducir la contaminación, conservar la biodiversidad y promover la participación de proveedores y trabajadores locales.

En los proyectos de alojamiento, la sostenibilidad puede incorporarse mediante sistemas de ahorro de agua y energía, ventilación e iluminación natural, tratamiento de aguas residuales, manejo de residuos, reducción de plásticos, selección de materiales apropiados y protección de la cobertura vegetal. También debe promoverse la contratación de personal local y la integración con servicios turísticos existentes.

Fernandes et al. (2021) relacionan el glamping con el desarrollo turístico sostenible debido a que esta modalidad puede ofrecer experiencias en entornos naturales mediante instalaciones de menor densidad e impacto que otros tipos de alojamiento. Sin embargo, su sostenibilidad depende de la planificación territorial, la capacidad de carga y el control de los efectos generados por la operación.

Esta teoría resulta especialmente relevante para el Lago de Yojoa por su importancia ecológica y su condición de humedal. El proyecto deberá considerar el manejo adecuado de residuos y aguas residuales, la conservación del paisaje y el cumplimiento de la normativa ambiental aplicable.

2.3.1.6 TEORÍA DE EVALUACIÓN DE PROYECTOS

La teoría de evaluación de proyectos integra los resultados de los estudios de mercado, técnico y financiero para determinar la conveniencia de realizar una inversión. Su propósito es comparar los recursos requeridos con los beneficios esperados, considerando el valor del dinero en el tiempo, los riesgos y las condiciones del entorno.

La evaluación no se limita a identificar si un proyecto genera utilidades, sino que analiza si los resultados compensan la inversión y el riesgo asumido. Para ello se utilizan indicadores financieros, análisis de escenarios y comparaciones entre diferentes alternativas de tamaño, ubicación y financiamiento.

En proyectos turísticos existe incertidumbre relacionada con la estacionalidad, los cambios en la ocupación, el comportamiento del visitante y las variaciones en los costos. Por esta razón, la evaluación debe incorporar escenarios conservadores, base y optimista, permitiendo observar cómo se modifica la rentabilidad ante cambios en las principales variables.

En la presente investigación, esta teoría permitirá integrar los hallazgos del mercado con los requerimientos técnicos y financieros del glamping. La comparación entre alternativas facilitará la identificación de una propuesta preliminar que pueda desarrollarse por etapas y ajustarse al comportamiento real de la demanda.

2.3.1.7 TIPOLOGÍAS DE GLAMPING APLICABLES AL CLIMA TROPICAL

Las tipologías de glamping comprenden diferentes formas de alojamiento diseñadas para integrar comodidad y contacto con la naturaleza. Entre las más utilizadas se encuentran las tiendas tipo safari, domos geodésicos, cabañas ecológicas, casas en árboles y estructuras modulares.

Las tiendas safari utilizan estructuras ligeras y cubiertas textiles, pero requieren tratamientos especiales de impermeabilización, ventilación y mantenimiento en lugares con altas precipitaciones. Los domos geodésicos ofrecen una imagen diferenciada y una estructura resistente; sin embargo, pueden presentar acumulación de calor cuando no cuentan con aislamiento y ventilación adecuados.

Las cabañas ecológicas permiten incorporar mayor protección frente a la lluvia, humedad, insectos y cambios de temperatura. También facilitan la instalación de baños privados, ventilación cruzada, cubiertas con amplios aleros y materiales adaptados al entorno. Por estas características, constituyen una alternativa apropiada para regiones tropicales con lluvias frecuentes.

Las casas en árboles ofrecen una experiencia de alojamiento diferenciada, pero demandan análisis estructurales, mayor inversión y medidas específicas de seguridad y accesibilidad. Las unidades modulares, por su parte, pueden reducir los tiempos de construcción, aunque requieren transporte, cimentación y adaptación a las condiciones topográficas del terreno.

La selección de una tipología debe considerar el clima, la topografía, el mantenimiento, la inversión, la seguridad, la experiencia deseada y el impacto ambiental. Para el contexto del Lago de Yojoa, las cabañas ecológicas representan una alternativa que puede combinar la experiencia del glamping con mejores condiciones de protección frente a la humedad y precipitación características de la zona.

2.3.1.8 DISEÑO ARQUITECTÓNICO Y SOSTENIBILIDAD

El diseño arquitectónico sostenible busca reducir los impactos ambientales de las edificaciones mediante su adecuada relación con el clima, el paisaje y los recursos disponibles. En proyectos turísticos desarrollados en espacios naturales, la arquitectura también forma parte de la experiencia del huésped y de la identidad del alojamiento.

El diseño debe iniciar con el análisis del terreno, la orientación solar, la dirección predominante del viento, las pendientes, la vegetación existente y las vistas. A partir de estas condiciones se define la ubicación de las unidades, procurando reducir movimientos de tierra, conservar árboles y mantener una distancia adecuada entre las cabañas.

Entre las estrategias pasivas aplicables al clima tropical se encuentran la ventilación cruzada, las cubiertas inclinadas, los aleros amplios, la protección solar, los pisos elevados y el uso de materiales resistentes a la humedad. Estas soluciones contribuyen al confort interior y reducen la dependencia de sistemas mecánicos de climatización.

La sostenibilidad también comprende el uso eficiente del agua y la energía. El proyecto puede incorporar iluminación de bajo consumo, calentadores solares, recolección de agua lluvia, equipos sanitarios ahorradores y sistemas apropiados para el tratamiento de aguas residuales. Estas medidas deben seleccionarse según las condiciones del terreno, la normativa vigente y la capacidad de mantenimiento.

El diseño arquitectónico debe garantizar condiciones de seguridad, privacidad, accesibilidad y funcionalidad. Las circulaciones, rampas, senderos, barandales, sistemas eléctricos y medidas contra incendios deben responder a criterios técnicos, especialmente por tratarse de un proyecto ubicado en un entorno natural.

En la presente investigación, estos principios orientarán la propuesta preliminar de las cabañas ecológicas y las áreas complementarias. La intención es desarrollar una infraestructura de baja densidad que se integre visualmente al paisaje, proporcione confort al visitante y reduzca los impactos asociados con su construcción y operación.

Tabla 2. Principales teorías y bases teóricas aplicadas en la investigación

Teoría o base teórica	Autores de referencia	Aporte principal	Aplicación en la investigación
Teoría de la factibilidad	Baca Urbina (2013); Sapag Chain et al. (2014)	Permite analizar de manera preliminar las condiciones de mercado, técnicas y financieras de un proyecto antes de realizar la inversión.	Orienta la evaluación integral de la prefactibilidad del proyecto de glamping en el Lago de Yojoa.
Estudio de mercado aplicado a proyectos turísticos	Baca Urbina (2013); Organización Mundial del Turismo (2022)	Analiza la demanda, la oferta, las preferencias del consumidor, la competencia, los precios y los canales de comercialización.	Permite identificar el nivel de aceptación del glamping, el perfil del visitante, los servicios preferidos y la disposición de pago.
Estudio técnico aplicado a proyectos turísticos	Baca Urbina (2013); Sapag Chain et al. (2014)	Determina la localización, el tamaño, la capacidad instalada, la infraestructura, el equipamiento y los procesos operativos requeridos.	Sustenta la definición de las cabañas, las áreas complementarias, los materiales, los servicios básicos y los permisos necesarios.
Estudio financiero aplicado a proyectos turísticos	Sapag Chain et al. (2014); Ramadona et al. (2025)	Evalúa la inversión inicial, los costos, los ingresos, el flujo de efectivo, el punto de equilibrio y los indicadores de rentabilidad.	Permite comparar los escenarios de cuatro y ocho cabañas y determinar su viabilidad financiera preliminar.
Teoría del turismo sostenible	Organización Mundial del	Promueve el equilibrio entre el desarrollo económico, la	Orienta la incorporación de criterios de sostenibilidad,

	Turismo (2022); Fernandes et al. (2021)	conservación ambiental y el bienestar de las comunidades receptoras.	manejo de residuos, ahorro de recursos y protección del entorno natural.
Teoría de evaluación de proyectos	Baca Urbina (2013); Sapag Chain et al. (2014)	Integra los estudios de mercado, técnico y financiero para determinar la conveniencia y el riesgo de una inversión.	Facilita la comparación de alternativas y la toma de decisiones sobre el tamaño y la implementación progresiva del proyecto.
Tipologías de glamping aplicables al clima tropical	Solís (2015); Ejderyan (2016)	Analiza las características, ventajas y limitaciones de tiendas safari, domos, estructuras modulares y cabañas ecológicas.	Fundamenta la selección de cabañas ecológicas como alternativa adecuada ante la lluvia, humedad y condiciones climáticas del Lago de Yojoa.
Diseño arquitectónico y sostenibilidad	Fernandes et al. (2021); Zhafarini et al. (2025)	Relaciona el diseño bioclimático, la integración paisajística, el uso eficiente de recursos y la reducción del impacto ambiental.	Orienta el diseño preliminar de unidades ventiladas, protegidas de la lluvia, integradas al paisaje y adaptadas al terreno.

Fuente: Elaboración propia con base en Baca Urbina (2013), Solís (2015), Ejderyan (2016), Fernandes et al. (2021), Organización Mundial del Turismo (2022), Sapag Chain et al. (2014), Ramadona et al. (2025) y Zhafarini et al. (2025).

2.3.2 METODOLOGÍAS DESARROLLADAS POR OTROS INVESTIGADORES O EXPERTOS

Diversas investigaciones relacionadas con el glamping y el turismo sostenible han utilizado metodologías cualitativas, cuantitativas y aplicadas para analizar la viabilidad de este tipo de alojamiento desde las perspectivas de mercado, técnica, ambiental y financiera.

Fernandes et al. (2021) desarrollaron una investigación con enfoque cualitativo y descriptivo para analizar la relación entre el glamping y el turismo sostenible en Portugal. La metodología se basó en la revisión bibliográfica y el análisis de cinco casos, permitiendo identificar la contribución de esta modalidad de alojamiento a la conservación ambiental, el desarrollo turístico y la participación de las comunidades locales.

Uherek y Jerez (2021) aplicaron un enfoque cualitativo, exploratorio y experimental para diseñar un modelo de domo glamping autosostenible en Chinácota, Colombia. El estudio utilizó la metodología Design Thinking, complementada con revisión documental, análisis de las condiciones geográficas y ambientales, y herramientas de diseño y simulación digital. Esta

metodología permitió formular una propuesta adaptada a las características climáticas y ecológicas del lugar.

Por su parte, Dauletkhanova, Aktymbaeva y Sapiyeva (2024) desarrollaron una investigación aplicada para formular un concepto de glamping sostenible en un parque nacional de Kazajistán. La metodología integró el análisis comparativo de experiencias, entrevistas y una matriz FODA, permitiendo identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con la implementación del proyecto y su impacto en la comunidad local.

Castillo Montoya et al. (2025) realizaron un estudio de factibilidad para la creación de un glamping orientado al turismo de naturaleza en Sopó, Colombia. La metodología se concentró en el análisis de la oferta y demanda turística, las preferencias de los visitantes y las condiciones del mercado local, con el propósito de determinar la aceptación potencial del servicio de alojamiento.

Ramadona, Kufepaksi y Hendrawaty (2025) emplearon una metodología cuantitativa para evaluar la factibilidad financiera de un complejo de glamping en Indonesia. El estudio utilizó un enfoque de presupuesto de capital, mediante la proyección de flujos de efectivo y el cálculo del Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el período de recuperación y el índice de rentabilidad.

Finalmente, Bouzis y Kapiki (2025) evaluaron la sostenibilidad y viabilidad del glamping en Grecia mediante una metodología basada en revisión bibliográfica, análisis de información secundaria y estudio de caso. También aplicaron las herramientas PESTEL y FODA para analizar los factores externos e internos que influyen en el desarrollo de este modelo turístico.

Las metodologías revisadas evidencian que la evaluación de un proyecto de glamping requiere integrar técnicas cuantitativas y cualitativas orientadas al análisis de la demanda, las condiciones técnicas y ambientales, la sostenibilidad y la viabilidad financiera. Para la presente investigación, estos antecedentes proporcionaron fundamentos para seleccionar las técnicas e instrumentos utilizados en el estudio de prefactibilidad aplicado al Lago de Yojoa.

La Tabla 3 resume las principales metodologías identificadas en investigaciones previas relacionadas con glamping, turismo sostenible y estudios de viabilidad turística.

Tabla 3. Metodologías aplicadas en investigaciones previas.

Autor y año	Propósito del estudio	Enfoque y metodología	Técnicas o instrumentos utilizados	Aporte a la presente investigación
Fernandes et al. (2021)	Analizar la relación entre el glamping y el desarrollo del turismo sostenible en Portugal.	Enfoque cualitativo, descriptivo y basado en estudios de caso.	Revisión bibliográfica y análisis de cinco casos de glamping.	Fundamenta la relación entre glamping, sostenibilidad, conservación ambiental y desarrollo de las comunidades locales.
Uherek y Jerez (2021)	Diseñar un modelo de domo glamping autosostenible para fomentar el ecoturismo en Chinácota, Colombia.	Enfoque cualitativo, exploratorio, experimental y aplicado mediante Design Thinking.	Revisión documental, análisis de condiciones geográficas y ambientales, diseño y simulación digital del prototipo.	Aporta criterios técnicos, ambientales y de diseño para seleccionar una tipología de alojamiento adaptada al entorno natural.
Daulet Khanova, Aktymbaeva y Sapiyeva (2024)	Formular un concepto de glamping sostenible para un parque nacional en Kazajistán.	Investigación aplicada mediante análisis comparativo y estudio de experiencias similares.	Entrevistas, análisis comparativo y matriz FODA.	Aporta una metodología para evaluar las condiciones internas y externas, la sostenibilidad y la participación de la comunidad local.
Castillo Montoya et al. (2025)	Determinar la factibilidad de crear un glamping para fomentar el turismo de naturaleza en Sopó, Colombia.	Estudio de factibilidad con énfasis en el análisis del mercado turístico.	Análisis de oferta y demanda, observación y estudio de las preferencias de turistas y habitantes.	Sirve como referencia para evaluar la demanda potencial, la aceptación del alojamiento y las condiciones del mercado.
Ramadona, Kufepaksi y Hendrawaty (2025)	Evaluar la viabilidad financiera de un complejo de glamping en Indonesia.	Enfoque cuantitativo mediante evaluación financiera y presupuesto de capital.	Proyección de flujos de efectivo y cálculo del VAN, TIR, período de recuperación e índice de rentabilidad.	Orienta la selección de los indicadores utilizados para determinar la viabilidad financiera del proyecto.
Bouzis y Kapiki (2025)	Evaluar la sostenibilidad y viabilidad del glamping y proponer un plan	Estudio de caso basado en revisión documental y análisis estratégico.	Revisión bibliográfica, fuentes secundarias,	Aporta herramientas para analizar el entorno político, económico, social,

Autor y año	Propósito del estudio	Enfoque y metodología	Técnicas o instrumentos utilizados	Aporte a la presente investigación
	estratégico de negocio en Grecia.		análisis PESTEL y matriz FODA.	tecnológico, ambiental y legal del proyecto.

Fuente: Elaboración propia con base en Fernandes et al. (2021), Uherek y Jerez (2021), Dauletkhanova et al. (2024), Castillo Montoya et al. (2025), Ramadona et al. (2025) y Bouzis y Kapiki (2025).

2.3.3 INSTRUMENTOS UTILIZADOS

Los instrumentos empleados en las investigaciones revisadas varían de acuerdo con el enfoque y el propósito de cada estudio. Algunos autores utilizaron instrumentos de recolección de información primaria, como entrevistas y encuestas, mientras que otros recurrieron a fichas de revisión documental, matrices de análisis y herramientas financieras. A continuación, se describen en el mismo orden presentado en la sección anterior.

Fernandes et al. (2021) utilizaron una ficha de revisión bibliográfica para recopilar y organizar información relacionada con turismo sostenible, ecoturismo y glamping. Asimismo, emplearon una matriz de análisis de casos para comparar cinco establecimientos de glamping en Portugal, considerando aspectos como integración con el entorno, características del alojamiento, sostenibilidad y aporte al desarrollo turístico.

Uherek y Jerez (2021) emplearon una ficha de revisión documental para recopilar información técnica sobre las características estructurales de los domos, las condiciones ambientales del territorio y los principios de autosostenibilidad. Además, utilizaron herramientas de diseño y simulación digital, como Rhinoceros, SketchUp y una aplicación de análisis solar, para elaborar y evaluar el prototipo arquitectónico propuesto.

Dauletkhanova, Aktymbaeva y Sapiyeva (2024) utilizaron una guía de entrevista para obtener información relacionada con la operación turística, el desarrollo del ecoturismo y las condiciones del parque nacional analizado. También emplearon una matriz FODA, mediante la cual organizaron las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas asociadas con la creación del complejo de glamping. El análisis se complementó con una matriz comparativa de experiencias similares.

Castillo Montoya et al. (2025) recurrieron a un cuestionario estructurado para conocer las preferencias de turistas y habitantes respecto a los servicios de alojamiento ecológico y determinar la posible aceptación del glamping. También utilizaron una guía de observación y fichas de recopilación de datos para analizar la oferta turística existente, las condiciones del destino y las características de los establecimientos de alojamiento presentes en el municipio.

Ramadona, Kufepaksi y Hendrawaty (2025) utilizaron una matriz de proyección financiera para organizar la inversión inicial, los ingresos, los costos operativos y los flujos de efectivo estimados del proyecto. A partir de esta información aplicaron instrumentos de evaluación financiera, entre ellos las fórmulas para calcular el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, el período de recuperación y el índice de rentabilidad.

Finalmente, Bouzis y Kapiki (2025) emplearon una ficha de revisión documental para analizar bibliografía, estadísticas y fuentes secundarias relacionadas con el mercado del glamping y el turismo sostenible en Grecia. Asimismo, utilizaron una matriz PESTEL para examinar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales del entorno, además de una matriz FODA para identificar los factores internos y externos que podrían influir en el desarrollo del modelo de negocio.

Los instrumentos identificados muestran que el análisis de proyectos de glamping requiere combinar herramientas de recolección de información, observación, revisión documental, análisis estratégico, evaluación técnica y proyección financiera. Estos antecedentes sirven como referencia para la presente investigación, en la cual se emplearon un cuestionario estructurado dirigido a visitantes actuales y potenciales, una guía de observación aplicada durante la visita de campo, fichas de revisión documental y matrices financieras para evaluar preliminarmente la implementación del proyecto en el Lago de Yojoa.

2.4 MARCO LEGAL

La implementación de un proyecto de glamping en el Lago de Yojoa requiere el cumplimiento de disposiciones turísticas, ambientales, municipales, urbanísticas, sanitarias y administrativas vigentes en Honduras. Estas regulaciones establecen las condiciones necesarias para la construcción y operación de establecimientos de alojamiento turístico, así como las

medidas orientadas a prevenir impactos negativos sobre los recursos naturales y las comunidades ubicadas dentro del área de influencia.

Debido a que el estudio se desarrolló a nivel de prefactibilidad y no se seleccionó un terreno definitivo, los permisos, parámetros urbanísticos y requerimientos ambientales deberán confirmarse de acuerdo con la jurisdicción municipal, las características físicas y ambientales del sitio, la capacidad instalada y los servicios que finalmente ofrezca el establecimiento.

2.4.1 LEY DE FOMENTO AL TURISMO

El desarrollo de proyectos turísticos en Honduras se encuentra regulado y promovido mediante la Ley de Fomento al Turismo, contenida en el Decreto No. 68-2017. Esta normativa establece mecanismos orientados a fortalecer la actividad turística, estimular la inversión y promover el desarrollo de infraestructura y servicios vinculados con el sector (Congreso Nacional de Honduras, 2017).

La ley reconoce al turismo como una actividad estratégica para el desarrollo económico y social del país e incorpora disposiciones aplicables a proyectos relacionados con ecoturismo, alojamiento y aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales.

Para la presente investigación, esta normativa constituye una referencia legal relevante, debido a que YOCO-HA se plantea como un proyecto de alojamiento turístico de naturaleza que deberá cumplir con los requisitos de registro, operación e inversión establecidos por las instituciones competentes.

2.4.2 LEY GENERAL DEL AMBIENTE

La Ley General del Ambiente, Decreto No. 104-93, establece las disposiciones orientadas a la protección, conservación y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales en Honduras (Congreso Nacional de Honduras, 1993).

Esta normativa regula actividades que puedan generar impactos ambientales, especialmente en zonas de relevancia ecológica, recursos hídricos y áreas de protección ambiental.

Debido a que el Lago de Yojoa representa uno de los principales ecosistemas naturales del país, el desarrollo de proyectos turísticos dentro de esta zona requiere cumplir con medidas

orientadas a minimizar impactos ambientales y garantizar el uso sostenible del territorio (AMUPROLAGO, 2021b).

Asimismo, la legislación ambiental establece responsabilidades relacionadas con el manejo de residuos sólidos, el tratamiento de aguas residuales, la protección de flora y fauna, la conservación del paisaje natural y la prevención de la contaminación ambiental (Congreso Nacional de Honduras, 1993).

La aplicación de esta normativa resulta fundamental para el presente proyecto debido a que los glampings propuestos buscan integrarse al entorno natural mediante infraestructura de baja densidad constructiva y menor impacto ambiental.

2.4.3 NORMATIVA AMBIENTAL APLICABLE AL PROYECTO

La autoridad competente en materia de evaluación y licenciamiento ambiental deberá determinar la categoría del proyecto según su ubicación, dimensiones, actividades, capacidad instalada y nivel de impacto potencial. A partir de esta categorización se establecerá el tipo de autorización, licencia o instrumento ambiental requerido para su construcción y operación.

Entre los principales aspectos que deberán evaluarse se encuentran el abastecimiento de agua, el tratamiento de aguas residuales, el manejo de residuos sólidos, los movimientos de tierra, la conservación de la vegetación, el drenaje pluvial, el consumo de energía y la prevención de riesgos ambientales.

Asimismo, deberá verificarse si el terreno seleccionado se encuentra dentro de un área protegida, una zona de amortiguamiento o un espacio sujeto a regulaciones ambientales especiales. En estos casos, será necesario comprobar la compatibilidad del proyecto con los planes de manejo y solicitar las autorizaciones correspondientes ante las instituciones competentes.

2.4.4 NORMATIVA MUNICIPAL Y PLANES DE ARBITRIOS

El proyecto deberá cumplir con las disposiciones establecidas por la municipalidad correspondiente al lugar donde se seleccione el terreno. Las municipalidades poseen competencia sobre el uso de suelo, los permisos de construcción, la aprobación de planos, las licencias de operación, las tasas municipales y el control del desarrollo territorial dentro de su jurisdicción.

Antes de adquirir, arrendar o comprometer un terreno, deberá consultarse el Plan de Arbitrios y la normativa urbanística de la municipalidad competente, con el propósito de verificar que la actividad de alojamiento turístico sea compatible con el uso autorizado del suelo.

Para gestionar el permiso de construcción deberán presentarse los documentos legales del inmueble, planos arquitectónicos y de ingeniería, presupuesto de obra y demás requisitos solicitados por la autoridad municipal. Posteriormente, antes del inicio de operaciones, deberá tramitarse la licencia o permiso de operación correspondiente.

2.4.5 USO DE SUELO Y REGULACIÓN URBANÍSTICA

La compatibilidad del uso de suelo constituye una condición indispensable para desarrollar el proyecto. Una vez seleccionado el terreno, deberá solicitarse ante la municipalidad correspondiente una constancia o autorización que confirme que el inmueble puede destinarse a actividades de alojamiento turístico.

Los parámetros urbanísticos aplicables, como retiros, altura máxima, porcentaje de ocupación, densidad constructiva, accesos, estacionamientos y áreas verdes, dependerán de la normativa vigente en la jurisdicción donde se ubique el proyecto. Por esta razón, en la etapa de prefactibilidad no se establecen valores específicos de ocupación o utilización del suelo.

La propuesta arquitectónica deberá considerar una distribución de baja densidad, separación adecuada entre las cabañas, áreas verdes, accesibilidad, circulación segura e integración con el paisaje. Sin embargo, la distribución definitiva deberá desarrollarse después de contar con un terreno seleccionado y con los estudios topográficos, geotécnicos, ambientales y urbanísticos correspondientes.

2.4.6 PERMISOS MUNICIPALES

Entre los principales trámites municipales se encuentran la constancia de uso de suelo, el alineamiento, la revisión y aprobación de planos, el permiso de construcción, el pago de tasas municipales y la licencia de operación.

También podrán solicitarse autorizaciones relacionadas con accesos, estacionamientos, rótulos, manejo de residuos, conexión a servicios públicos y otras condiciones particulares establecidas por la municipalidad correspondiente.

2.4.7 PERMISOS SANITARIOS Y PARA EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Debido a que el proyecto contempla la preparación y comercialización de alimentos y bebidas para los huéspedes, deberá obtenerse la licencia o autorización sanitaria correspondiente ante la autoridad competente. Este trámite permitirá verificar que las instalaciones destinadas a cocina, almacenamiento, preparación, conservación y servicio de alimentos cumplan con las condiciones sanitarias requeridas.

La infraestructura deberá considerar áreas apropiadas para la recepción y almacenamiento de productos, preparación de alimentos, lavado de utensilios, conservación en frío, manejo de residuos, abastecimiento de agua y control de plagas. Asimismo, el personal encargado de manipular alimentos deberá cumplir con los requisitos sanitarios y de capacitación que establezca la autoridad correspondiente.

En caso de comercializar bebidas alcohólicas, deberá tramitarse también la autorización municipal aplicable. Los requisitos, tasas, horarios y restricciones dependerán del Plan de Arbitrios y de las disposiciones de la municipalidad donde se ubique definitivamente el proyecto.

2.4.8 REGISTRO DEL ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE TURÍSTICO

Por ofrecer alojamiento de forma comercial, el proyecto deberá inscribirse en el Registro Nacional Turístico administrado por el Instituto Hondureño de Turismo. La categoría bajo la cual se registrarán las cabañas ecológicas tipo glamping deberá ser determinada por dicha institución según las características de las instalaciones, los servicios ofrecidos y la normativa vigente. El IHT dispone de un sistema en línea para realizar trámites relacionados con el Registro Nacional Turístico.

Para este registro podrán requerirse documentos legales de la empresa, permiso municipal de operación, información del establecimiento, acreditación de las condiciones de seguridad y demás requisitos establecidos por el Instituto Hondureño de Turismo. En esta etapa de

prefactibilidad no se asigna una categoría hotelera definitiva, ya que esta deberá confirmarse cuando se hayan definido el terreno, el diseño y el modelo operativo.

2.4.9 SEGURIDAD, PREVENCIÓN DE INCENDIOS Y GESTIÓN DE RIESGOS

Antes del inicio de operaciones, el proyecto deberá someterse a las inspecciones correspondientes en materia de seguridad y prevención de incendios. Las instalaciones deberán contar con extintores, señalización, rutas de evacuación, iluminación de emergencia, puntos de reunión y procedimientos para responder ante incendios, accidentes, fenómenos naturales y emergencias médicas.

También deberán revisarse las instalaciones eléctricas, los sistemas de gas utilizados en la cocina, las áreas de almacenamiento y las condiciones de acceso para vehículos de emergencia. Los requisitos definitivos serán establecidos por las instituciones competentes según la capacidad y características del establecimiento.

2.4.10 REGULACIÓN DE LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE, ALIMENTOS Y BEBIDAS

El proyecto integrará servicios de alojamiento turístico y alimentación, por lo que deberá cumplir de manera conjunta con las regulaciones aplicables a ambas actividades. El componente de hospedaje requerirá el registro ante el Instituto Hondureño de Turismo, mientras que la preparación y comercialización de alimentos y bebidas deberá contar con las autorizaciones sanitarias y municipales correspondientes.

El establecimiento deberá garantizar condiciones adecuadas de higiene, seguridad, mantenimiento, calidad del servicio y atención al huésped. También deberá establecer procedimientos para reservaciones, cancelaciones, registro de visitantes, manejo de reclamos, limpieza de las unidades, preparación segura de alimentos y atención de emergencias.

Debido a que la tipología glamping puede no coincidir completamente con las categorías tradicionales de alojamiento, la clasificación definitiva deberá consultarse con el Instituto Hondureño de Turismo antes de iniciar operaciones. El IHT reconoce formalmente los

establecimientos turísticos mediante el Registro Nacional Turístico y mantiene un directorio de empresas registradas.

La Tabla 4 resume algunas de las principales regulaciones, permisos e instituciones relacionados con el posible desarrollo de proyectos glamping dentro del contexto turístico y ambiental hondureño.

Tabla 4. Principales permisos y regulaciones aplicables al proyecto

Normativa, permiso o registro	Institución responsable	Finalidad	Aplicación al proyecto
Licencia o autorización sanitaria del establecimiento	Autoridad sanitaria competente	Verificar las condiciones higiénicas y sanitarias de las instalaciones	Será necesaria por la preparación, almacenamiento y servicio de alimentos y bebidas.
Requisitos sanitarios para manipuladores de alimentos	Autoridad sanitaria competente	Prevenir riesgos asociados con la manipulación de alimentos	Aplicará al personal de cocina, almacenamiento y servicio.
Autorización para venta de bebidas alcohólicas, si corresponde	Municipalidad correspondiente	Regular la comercialización y consumo de bebidas alcohólicas	Deberá tramitarse únicamente si el proyecto incorpora este servicio.
Registro Nacional Turístico del establecimiento de hospedaje	Instituto Hondureño de Turismo	Registrar formalmente a las empresas que prestan servicios turísticos	Permitirá operar y promocionar las cabañas como establecimiento turístico registrado.
Clasificación del establecimiento de alojamiento	Instituto Hondureño de Turismo	Determinar la categoría aplicable según infraestructura y servicios	La categoría definitiva del glamping deberá confirmarse ante el IHT.
Inspección y constancia de seguridad contra incendios	Institución competente en prevención de incendios	Verificar las condiciones de seguridad y respuesta ante emergencias	Comprenderá las cabañas, cocina, restaurante, áreas comunes e instalaciones de gas y electricidad.
Ley de Fomento al Turismo, Decreto No. 68-2017	Instituto Hondureño de Turismo	Regular y fomentar las inversiones turísticas	Servirá de base para determinar la posible calificación turística del proyecto.
Reglamento de la Ley de Fomento al Turismo, Acuerdo No. 618-A-2017	Instituto Hondureño de Turismo	Establecer los requisitos de aplicación de la ley	Orientará la documentación necesaria para la calificación del proyecto.
Ley General del Ambiente, Decreto No. 104-93	Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente	Prevenir y controlar los impactos ambientales	Exigirá medidas para el manejo de aguas residuales, residuos, vegetación y recursos naturales.
Licencia o autorización ambiental	Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente	Evaluar los posibles impactos del proyecto	La categoría y el instrumento requerido dependerán del terreno y la capacidad instalada.
Constancia de uso de suelo y permiso de construcción	Municipalidad correspondiente	Verificar la compatibilidad del uso y autorizar las obras	Se tramitarán después de seleccionar el terreno y antes de iniciar la construcción.

Normativa, permiso o registro	Institución responsable	Finalidad	Aplicación al proyecto
Licencia municipal de operación	Municipalidad correspondiente	Autorizar el funcionamiento del negocio	Deberá obtenerse antes del inicio de las operaciones.
Compatibilidad con el plan de manejo, cuando corresponda	Autoridad ambiental competente	Regular actividades dentro de áreas protegidas o zonas de amortiguamiento	Aplicará si el terreno seleccionado se encuentra sujeto a regulación ambiental especial.

Fuente: Elaboración propia con base en el Decreto No. 68-2017, el Acuerdo No. 618-A-2017, el Decreto No. 104-93, la normativa del Registro Nacional Turístico del Instituto Hondureño de Turismo, el Sistema de Licenciamiento Ambiental Simplificado de la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente, y las disposiciones sanitarias, municipales y de prevención de incendios aplicables en Honduras.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

La investigación se estructuró a partir de la relación entre el problema planteado, las preguntas de investigación, los objetivos y las variables de estudio. Esta relación permitió orientar la recolección y el análisis de información hacia los tres componentes que integran el estudio de prefactibilidad: mercado, técnico y financiero.

La variable de mercado se relacionó con la aceptación del concepto de glamping, las preferencias de los visitantes, la disposición de pago, los servicios esperados y los canales de comunicación. La variable técnica comprendió los requerimientos de infraestructura, localización, servicios básicos, operación, sostenibilidad y normativa aplicable. Por su parte, la variable financiera consideró la inversión inicial, los costos operativos, los ingresos proyectados y los indicadores utilizados para evaluar preliminarmente la rentabilidad del proyecto.

Las variables se vincularon directamente con cada objetivo específico y fueron operacionalizadas mediante dimensiones e indicadores que sirvieron de base para la elaboración de los instrumentos y el desarrollo posterior de los estudios de mercado, técnico y financiero.

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

Tabla 5. Matriz Metodológica

Título de la investigación	Objetivo general	Objetivos específicos	Variables
Prefactibilidad para la implementación de glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras.	Determinar la prefactibilidad para la implementación de glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras, mediante el análisis de los aspectos de mercado, técnicos y financieros, con el propósito de evaluar la viabilidad del proyecto dentro del contexto del turismo sostenible.	1. Determinar la factibilidad de mercado para la implementación de un servicio de glamping en el destino turístico del Lago de Yojoa, Honduras.	V1: Factibilidad de mercado.
		2. Identificar los requerimientos técnicos, logísticos y normativos necesarios para implementar glampings en el Lago de Yojoa.	V2: Factibilidad técnica.
		3. Analizar la viabilidad financiera del proyecto, considerando inversión inicial, costos operativos, ingresos proyectados y rentabilidad esperada bajo diferentes escenarios de demanda.	V3: Factibilidad financiera.

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2 ESQUEMA DE VARIABLES DE ESTUDIO

Las variables de estudio se establecieron de acuerdo con los objetivos específicos de la investigación y con los componentes que integran un estudio de prefactibilidad. Se definieron tres variables principales: factibilidad de mercado, factibilidad técnica y factibilidad financiera.

La factibilidad de mercado se orientó a conocer las características de los visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, sus hábitos de viaje, el nivel de aceptación del glamping, sus preferencias de alojamiento, los servicios esperados, la disposición de pago y los medios de comunicación utilizados para informarse sobre destinos turísticos.

La factibilidad técnica comprendió el análisis de los requerimientos de infraestructura, capacidad instalada, servicios básicos, accesibilidad, recursos operativos, sostenibilidad, seguridad y normativa necesaria para implementar y operar el proyecto. Los aspectos legales, municipales, ambientales y turísticos se incorporaron como una dimensión de esta variable y no como una variable independiente.

La factibilidad financiera incluyó la estimación de la inversión inicial, los costos fijos y variables, los ingresos proyectados, las alternativas de financiamiento, el punto de equilibrio y los indicadores de rentabilidad necesarios para valorar preliminarmente la viabilidad económica del proyecto.

3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 6. Operacionalización de la variable: Mercado

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
Factibilidad de mercado	Análisis orientado a identificar demanda, preferencias y comportamiento del consumidor respecto a un producto o servicio turístico (Baca Urbina, 2013).	La variable fue medida mediante encuestas digitales dirigidas a turistas potenciales, utilizando preguntas relacionadas con preferencias de hospedaje, disposición de pago, ubicación y medios de promoción del servicio glamping.	Producto	Preferencias de hospedaje, servicios deseados, actividades recreativas

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
			Precio	Disposición de pago, presupuesto promedio
			Plaza	Preferencia de ubicación, accesibilidad
			Promoción	Medios por los cuales conocen servicios turísticos

Tabla 7. Operacionalización de la variable: Técnica

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
Factibilidad técnica	Análisis mediante el cual se determinan la localización, el tamaño, la infraestructura, los recursos, los procesos operativos y los requerimientos normativos necesarios para implementar y operar un proyecto (Baca Urbina, 2013).	La variable fue analizada mediante revisión documental, observación directa durante la visita de campo, consulta de normativa aplicable y análisis de los requerimientos de infraestructura, servicios básicos, accesibilidad, operación y sostenibilidad necesarios para implementar el proyecto.	Infraestructura turística	Cabañas ecológicas, áreas comunes, baños, recepción, parqueo
			Servicios básicos	Agua potable, energía eléctrica, saneamiento, manejo de residuos.
			Accesibilidad	Acceso vial, conectividad, ingreso vehicular, ubicación
			Recursos operativos	Personal requerido,

				mobiliario, equipo e insumos
			Diseño arquitectónico	Adaptación al entorno natural, sostenibilidad de infraestructura
			Seguridad operativa	Condiciones de seguridad, iluminación, protocolos y vigilancia
			Normativa aplicable	Permisos ambientales, municipales y turísticos
			Tecnología aplicada	Tecnologías sostenibles, eficiencia energética

Tabla 8. Operacionalización de la variable: Financiera

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Ítems
Factibilidad financiera	Análisis de la inversión, los costos, los ingresos y los flujos de efectivo de un proyecto, realizado con el propósito de determinar su rentabilidad y capacidad para recuperar los recursos invertidos (Baca Urbina, 2013).	La variable fue analizada mediante estimaciones de inversión inicial, costos fijos y variables, ingresos por hospedaje y servicios complementarios, proyecciones de ocupación, flujos de efectivo, punto de equilibrio e indicadores financieros.	Inversión inicial	Infraestructura, cabañas ecológicas, mobiliario, equipo, adecuación del terreno
			Costos fijos	Personal, mantenimiento, servicios básicos, administración

			Costos variables	Insumos, limpieza, alimentación, actividades complementarias
			Ingresos proyectados	Precio por noche, ocupación estimada, tiempo de estadía, demanda esperada
			Fuentes de financiamiento	Capital propio, préstamo, inversionistas
			Riesgos financieros	Inflación, baja ocupación, aumento de costos, estacionalidad
			Rentabilidad	VAN, TIR, período de recuperación
			Sostenibilidad financiera	Punto de equilibrio, capacidad de cubrir costos operativos

3.1.4 HIPÓTESIS

Debido a que la investigación posee un alcance descriptivo y exploratorio y no pretende establecer relaciones causales, correlaciones entre variables ni realizar predicciones estadísticas, no se formularon hipótesis de investigación. El estudio se orientó a identificar tendencias preliminares y analizar las condiciones de mercado, técnicas y financieras asociadas con la prefactibilidad del proyecto.

3.2. ENFOQUE Y MÉTODOS

La investigación se desarrolló mediante un enfoque mixto, debido a que integró información cuantitativa y cualitativa para analizar la prefactibilidad del proyecto. El enfoque mixto permite combinar datos numéricos y evidencia cualitativa dentro de un mismo estudio, con el propósito de obtener una comprensión más amplia del fenómeno investigado (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

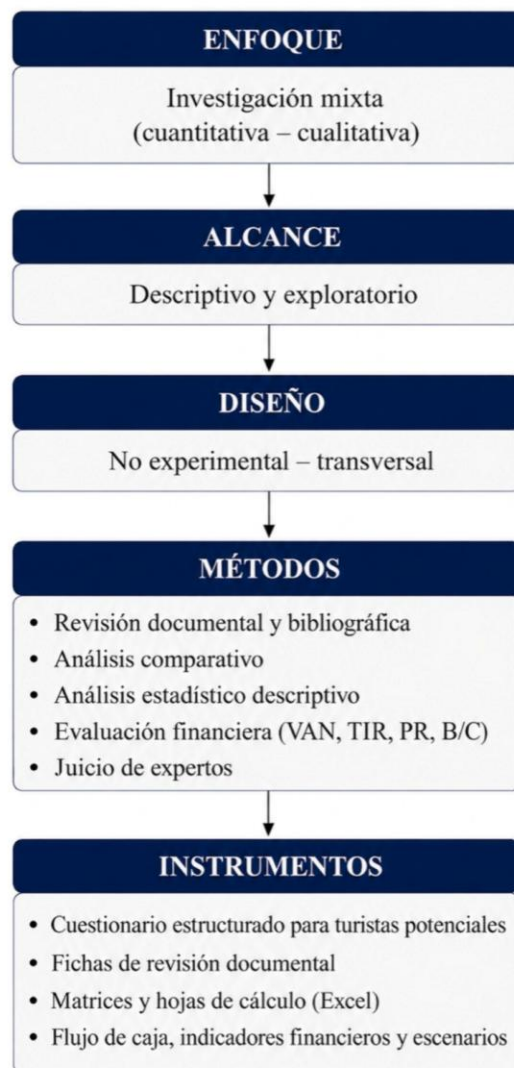
El componente cuantitativo correspondió a los datos obtenidos mediante el cuestionario aplicado a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa. Las respuestas se organizaron mediante frecuencias, porcentajes y representaciones gráficas para identificar las características de los participantes, sus preferencias, disposición de pago y nivel de aceptación del concepto de glamping.

El componente cualitativo se desarrolló mediante análisis documental, observación directa y análisis comparativo de establecimientos, servicios y atractivos turísticos. Esta información permitió describir las condiciones generales del destino, la oferta de hospedaje y alimentación, las actividades turísticas, las tarifas observadas y los requerimientos técnicos, legales y ambientales relacionados con la implementación del proyecto.

El estudio tuvo alcance descriptivo y exploratorio. El alcance descriptivo permitió caracterizar las preferencias de los participantes y las condiciones observadas en la oferta turística existente. Por otra parte, el alcance exploratorio se utilizó debido a que el glamping representa una modalidad de alojamiento con presencia limitada en el entorno analizado y el estudio se desarrolló como una evaluación preliminar de prefactibilidad.

El análisis se organizó a partir de los componentes de mercado, técnico y financiero. Para el componente de mercado se utilizaron frecuencias, porcentajes y comparación de precios y servicios. Para el componente técnico se analizaron la localización, infraestructura, servicios básicos, sostenibilidad y normativa. Para el componente financiero se calcularon inversión inicial, costos operativos, ingresos, flujos de efectivo, punto de equilibrio, valor actual neto, tasa interna de retorno y período de recuperación.

Ilustración 3. Diagrama metodológico de la investigación



Fuente: (Elaboración propia).

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló mediante un diseño no experimental y transversal. En los diseños no experimentales las variables se observan y analizan sin manipularlas deliberadamente,

mientras que los diseños transversales recopilan información en un momento o período específico (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

En el presente estudio no se modificaron las variables de mercado, técnica o financiera. Estas fueron analizadas a partir de la información obtenida mediante fuentes primarias y secundarias.

La recolección principal de datos se realizó durante mayo de 2026. El diseño integró trabajo de campo y análisis documental, debido a que se aplicó un cuestionario, se realizó observación directa en el Lago de Yojoa y se consultaron fuentes académicas, institucionales, normativas y financieras.

El proceso metodológico se desarrolló en las siguientes etapas:

- a. Revisión y análisis documental.
- b. Identificación de variables e indicadores.
- c. Diseño de instrumentos.
- d. Observación directa del destino.
- e. Aplicación del cuestionario.
- f. Organización y depuración de la información.
- g. Análisis descriptivo de los resultados.
- h. Comparación de oferta, precios y servicios.
- i. Desarrollo del estudio técnico.
- j. Elaboración del análisis financiero.
- k. Integración de conclusiones y propuesta de aplicabilidad.

3.3.1. POBLACIÓN

La población de estudio estuvo conformada por visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, Honduras. Se consideraron personas mayores de 18 años con interés en viajes turísticos nacionales, turismo de naturaleza o modalidades de hospedaje alternativo.

Para efectos del cálculo muestral, se utilizó como población de referencia una estimación aproximada de 350,000 visitantes anuales del Lago de Yojoa, obtenida a partir de información institucional y turística consultada durante la investigación.

La población se consideró finita debido a que se contó con una estimación delimitada del número de personas que integraban el universo de referencia durante el período analizado. Una población finita es aquella cuyo número de elementos puede establecerse o estimarse dentro de límites determinados, lo que permite aplicar una fórmula de corrección para calcular el tamaño de la muestra (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

La población de interés se dividió en:

- a. Visitantes actuales: personas presentes en el Lago de Yojoa durante la visita de campo.
- b. Visitantes potenciales: personas que habían visitado anteriormente el destino o que manifestaron interés en realizar viajes de naturaleza dentro de Honduras.

La unidad de análisis estuvo constituida por cada persona que cumplió con los criterios de inclusión y respondió voluntariamente el cuestionario.

Criterios de inclusión

Los criterios de inclusión corresponden a las características que debe cumplir una persona para formar parte de la población accesible del estudio, mientras que los criterios de exclusión permiten identificar a quienes no reúnen las condiciones necesarias para participar o cuyos registros no pueden incorporarse al análisis.

Para la investigación se establecieron los siguientes criterios de inclusión:

- a. Tener 18 años o más.
- b. Ser visitante actual o potencial del Lago de Yojoa.
- c. Haber realizado viajes turísticos dentro de Honduras o mostrar interés en realizarlos.
- d. Tener interés en turismo de naturaleza, ecoturismo o alojamiento alternativo.
- e. Aceptar voluntariamente el consentimiento informado.
- f. Completar el cuestionario.

Criterios de exclusión

Se excluyeron:

- a. Personas menores de 18 años.
- b. Personas que no aceptaron participar voluntariamente.
- c. Cuestionarios incompletos.
- d. Registros duplicados.

- e. Respuestas que no correspondieran al perfil definido.
- f. Formularios con inconsistencias que impidieran su análisis.

3.3.2. MUESTRA

Para la presente investigación se estimó una muestra mínima de 68 personas, calculada mediante la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, considerando como población de referencia una estimación de 350,000 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa.

Al finalizar el proceso de recolección se obtuvieron 70 respuestas válidas, superando la muestra mínima de 68 participantes establecida mediante el cálculo estadístico. La totalidad de las respuestas válidas fue incorporada a la tabulación y análisis de los resultados.

La aplicación de la encuesta estuvo dirigida a turistas nacionales y extranjeros, visitantes del Lago de Yojoa y personas interesadas en el turismo de naturaleza y las modalidades de hospedaje alternativo.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño estimado de la población

Z = valor correspondiente al nivel de confianza

p = probabilidad de ocurrencia

q = probabilidad de no ocurrencia

e = margen de error

Para el cálculo se consideró una población estimada de 350,000 visitantes, un nivel de confianza del 90 % (Z=1.645), una probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia de p=q=0.50, correspondiente a la máxima variabilidad, y un margen de error del 10 % (e=0.10). La aplicación de estos valores dio como resultado una muestra aproximada de 68 personas, con base en el

procedimiento de cálculo muestral planteado por Hernández-Sampieri, Fernández-Collado y Baptista (2014).

El tamaño seleccionado también responde al alcance de la investigación, debido a que corresponde a un estudio de prefactibilidad o preestudio. Su propósito es obtener información preliminar que permita identificar tendencias de mercado, preferencias de los posibles visitantes y condiciones iniciales para valorar la implementación del proyecto. En consecuencia, los resultados sirven como referencia para la formulación de la propuesta, sin pretender representar de manera definitiva a la totalidad de la demanda turística del Lago de Yojoa.

La recolección de información se desarrolló durante el mes de mayo de 2026 mediante un cuestionario digital elaborado en Microsoft Forms. La aplicación se realizó principalmente de manera presencial durante la visita al Lago de Yojoa, proporcionando un iPad a los participantes para que registraran directamente sus respuestas. De forma complementaria, el enlace del formulario fue compartido con algunas personas que cumplieran con el perfil establecido. El uso de un único formulario digital permitió centralizar la información y mantener un mejor control de los datos recopilados.

Criterios de inclusión: Se incluyeron personas mayores de 18 años; turistas nacionales o extranjeros que hubieran visitado o planearan visitar el Lago de Yojoa durante los siguientes 24 meses; personas interesadas en turismo de naturaleza o alojamiento alternativo; y participantes que aceptaron el consentimiento informado incluido al inicio del formulario.

Criterios de exclusión: Se excluyeron las respuestas incompletas, duplicadas o que presentaran patrones evidentes de inconsistencia en la información proporcionada.

Control de calidad y sesgos: El formulario incorporó preguntas obligatorias y criterios de revisión para reducir la presencia de respuestas incompletas o inconsistentes. Asimismo, se utilizaron las modalidades presencial y remota para obtener información de diferentes participantes dentro del segmento definido. Antes del análisis, la base de datos fue revisada para identificar registros duplicados, incompletos o que no cumplieran con los criterios de inclusión.

Consideraciones éticas: El cuestionario incluyó un consentimiento informado en el que se explicó el propósito académico de la investigación, el carácter voluntario de la participación, confidencialidad de la información y uso exclusivamente académico de los datos. Los participantes

tuvieron la posibilidad de abandonar el formulario en cualquier momento sin ninguna consecuencia.

3.3.3. TÉCNICAS DE MUESTREO

Las técnicas de muestreo corresponden a los procedimientos utilizados para seleccionar las unidades que participarán en una investigación. En el muestreo probabilístico aleatorio simple, la incorporación de los participantes depende de criterios definidos por las investigadoras y de la accesibilidad de las personas, sin que todos los elementos de la población posean una probabilidad conocida de selección (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018).

Para la presente investigación se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple, cuyo tamaño fue determinado mediante la fórmula para poblaciones finitas. Para el cálculo se consideró una población estimada de 350,000 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, un nivel de confianza del 90 %, una probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia de $p=q=0.50$ y un margen de error del 10 %.

La aplicación de la fórmula dio como resultado una muestra mínima de 68 participantes. Al finalizar el proceso de recolección se obtuvieron 70 respuestas válidas, superando el tamaño mínimo establecido. La totalidad de las respuestas válidas fue incorporada a la tabulación y análisis de los resultados.

La muestra estuvo conformada por personas mayores de 18 años que cumplieran con los criterios de inclusión definidos para la investigación, incluyendo visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, turistas nacionales o extranjeros y personas interesadas en el turismo de naturaleza y las modalidades de alojamiento alternativo.

La aplicación del instrumento se realizó principalmente de manera presencial en diferentes puntos de afluencia turística del Lago de Yojoa y, de forma complementaria, mediante el formulario digital de Microsoft Forms. En ambas modalidades se empleó el mismo cuestionario estructurado y se aplicaron los mismos criterios de inclusión, exclusión y control de calidad de la información.

3.4. INSTRUMENTOS, TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS APLICADOS

La recolección de información se desarrolló mediante la aplicación de una encuesta digital, la observación directa durante la visita de campo y la revisión de fuentes documentales. Estas técnicas permitieron obtener información sobre las preferencias de los visitantes, las condiciones generales del destino, la oferta turística existente y los requerimientos técnicos, legales y financieros relacionados con la implementación del proyecto.

La información primaria se obtuvo directamente de los participantes y de las observaciones realizadas en el Lago de Yojoa. La información secundaria se recopiló mediante la consulta de artículos científicos, investigaciones previas, documentos institucionales, normativa hondureña y referencias relacionadas con proyectos turísticos y de glamping.

3.4.1. TÉCNICAS

3.4.1.1 ANÁLISIS DOCUMENTAL

El análisis documental se realizó antes y durante el trabajo de campo. Su propósito fue revisar información académica, turística, legal, técnica y financiera relacionada con el glamping, el Lago de Yojoa y los estudios de prefactibilidad.

Se analizaron artículos científicos, tesis, informes institucionales, estadísticas turísticas, planes de manejo, leyes, reglamentos, planes de arbitrios, estudios de proyectos similares, cotizaciones y textos especializados en evaluación financiera.

Esta técnica permitió:

- a. delimitar el problema
- b. definir variables e indicadores
- c. diseñar los instrumentos
- d. identificar regulaciones
- e. establecer criterios técnicos
- f. estructurar los supuestos financieros
- g. comparar los hallazgos con antecedentes
- h. Observación directa

La observación directa se aplicó durante la visita de campo al Lago de Yojoa. Permitió registrar las condiciones generales del destino, accesibilidad, infraestructura, servicios, oferta de alimentación, hospedajes, atractivos, actividades, tarifas y características del entorno.

La observación no tuvo carácter experimental, ya que las investigadoras registraron las condiciones existentes sin intervenir en ellas.

3.4.1.2 OBSERVACIÓN DIRECTA

La observación directa se aplicó durante la visita de campo realizada el 30 de mayo de 2026 en diferentes sectores turísticos del Lago de Yojoa, principalmente Peña Blanca, Los Naranjos y otros puntos de afluencia turística.

Esta técnica permitió registrar de manera sistemática las condiciones de accesibilidad, infraestructura, servicios turísticos, oferta de hospedaje y alimentación, actividades recreativas, tarifas, condiciones ambientales y necesidades identificadas en el destino.

La información se recopiló mediante una guía de observación estructurada, complementada con fotografías, menús, publicaciones y datos proporcionados en los establecimientos visitados. Los hallazgos se organizaron posteriormente por categorías y se utilizaron para complementar los resultados de la encuesta y sustentar el análisis técnico y comercial del proyecto.

3.4.1.3 ENCUESTA

La encuesta se aplicó a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa. Su propósito fue recopilar información sobre:

- a. edad
- b. procedencia
- c. ingreso aproximado
- d. frecuencia de viajes
- e. interés en el glamping
- f. atributos valorados
- g. alojamiento preferido
- h. servicios esperados
- i. sostenibilidad

- j. disposición de pago
- k. ubicación
- l. canales de comunicación
- m. promociones

La aplicación se realizó principalmente de manera presencial mediante Microsoft Forms en un dispositivo proporcionado por las investigadoras. De forma complementaria, el enlace se compartió con personas que cumplían los criterios establecidos.

3.4.1.4 ANÁLISIS COMPARATIVO

El análisis comparativo se realizó después de recopilar la información documental y de campo. Se compararon establecimientos turísticos, tipos de alojamiento, tarifas, servicios, actividades, criterios de sostenibilidad y propuestas de glamping desarrolladas en otros contextos.

Esta técnica permitió identificar similitudes, diferencias, oportunidades y elementos aplicables a la propuesta

3.4.2. INSTRUMENTOS

Los instrumentos fueron seleccionados de acuerdo con las variables, dimensiones e indicadores definidos en la operacionalización.

3.4.2.1 FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

Se utilizó para organizar información bibliográfica, institucional, legal, técnica y financiera. La ficha incluyó:

- a. autor o institución
- b. año
- c. título
- d. tipo de documento
- e. tema
- f. hallazgo principal
- g. relación con la investigación

- h. referencia bibliográfica
- i. URL o DOI cuando correspondía

3.4.2.2 GUÍA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

La guía permitió registrar de manera ordenada:

- a. accesibilidad;
- b. estado de las vías;
- c. oferta de hospedaje;
- d. oferta de alimentación;
- e. servicios básicos;
- f. atractivos;
- g. actividades;
- h. tarifas;
- i. infraestructura;
- j. condiciones ambientales;
- k. características de los establecimientos visitados.

3.4.2.3 CUESTIONARIO ESTRUCTURADO

El cuestionario se diseñó en Microsoft Forms y estuvo dirigido a visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa. Incluyó preguntas cerradas, de opción múltiple, escala y priorización. El cuestionario se presenta en el Anexo 1.

El instrumento se organizó en los siguientes bloques:

1. Datos generales.
2. Comportamiento de viaje.
3. Interés en glamping.
4. Preferencias de alojamiento.
5. Servicios y sostenibilidad.
6. Disposición de pago.

7. Ubicación.
8. Comunicación y promoción.

Antes de su aplicación, el cuestionario fue revisado para verificar claridad, correspondencia con los objetivos y facilidad de respuesta.

3.4.2.4 MATRIZ COMPARATIVA

La matriz comparativa se utilizó para ordenar información de establecimientos y proyectos semejantes. Incluyó:

- a. ubicación
- b. tipología
- c. capacidad
- d. tarifa
- e. servicios
- f. sostenibilidad
- g. actividades
- h. fortalezas
- i. debilidades
- j. elementos aplicables

3.4.2.5 MATRICES FINANCIERAS

Se utilizaron hojas de cálculo para organizar:

- a. inversión inicial
- b. mobiliario
- c. costos variables
- d. gastos fijos
- e. ingresos
- f. depreciación
- g. flujos

- h. VAN
- i. TIR
- j. recuperación
- k. punto de equilibrio
- l. sensibilidad

3.4.2.6 VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Los instrumentos fueron revisados con el propósito de verificar su claridad, pertinencia y relación con los objetivos de la investigación.

El cuestionario estructurado fue sometido a revisión por la asesora temática, Arq. Valery A. Ochoa, quien evaluó la correspondencia de las preguntas con las variables de mercado, técnica y financiera. Las observaciones recibidas fueron incorporadas antes de configurar el instrumento en Microsoft Forms.

La guía de observación fue estructurada mediante categorías relacionadas con accesibilidad, hospedaje, alimentación, actividades turísticas, tarifas, infraestructura, condiciones ambientales y necesidades de la oferta existente.

Las matrices comparativas y financieras fueron elaboradas tomando como referencia los indicadores definidos en la operacionalización de las variables y los requerimientos propios de un estudio de prefactibilidad.

3.4.3 PROCEDIMIENTOS

El procedimiento inició con la revisión de los objetivos específicos, las variables, dimensiones e indicadores definidos para la investigación. A partir de estos elementos se elaboró el cuestionario estructurado dirigido a visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa.

Posteriormente, el instrumento fue revisado por la Mtra. Valery A. Ochoa, asesora temática de la investigación, quien verificó la claridad y pertinencia de las preguntas y su relación con los objetivos del estudio. Después de incorporar las observaciones correspondientes, el cuestionario fue configurado en Microsoft Forms para facilitar su aplicación y centralizar automáticamente las respuestas.

La recolección presencial de información se realizó el 30 de mayo de 2026, mediante una visita de campo a diferentes sectores turísticos del Lago de Yojoa. Las investigadoras se

distribuyeron por áreas, cubriendo principalmente Peña Blanca, Los Naranjos y otros puntos de afluencia turística ubicados alrededor del lago.

En cada sector se abordó a personas mayores de edad que cumplieran con los criterios de inclusión. Después de explicar el propósito académico de la investigación, se les proporcionó un iPad para completar el cuestionario digital. De forma complementaria, el enlace de Microsoft Forms fue compartido con participantes que cumplieran con el perfil establecido. Durante el recorrido también se registraron mediante la guía de observación las condiciones de acceso, servicios turísticos, hospedajes, establecimientos de alimentación, actividades recreativas y tarifas disponibles. Al finalizar la recolección, la base de datos fue revisada para eliminar registros incompletos, duplicados o inconsistentes, conservándose 70 respuestas válidas para la tabulación y análisis.

3.4.4 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La información obtenida mediante el cuestionario fue exportada desde Microsoft Forms y revisada para identificar registros incompletos, duplicados o inconsistentes. Después de este proceso se conservaron 70 respuestas válidas.

Los datos cuantitativos se organizaron mediante frecuencias absolutas, porcentajes y representaciones gráficas. Para las preguntas de selección múltiple y priorización se analizaron las opciones elegidas con mayor frecuencia, con el propósito de identificar tendencias relacionadas con preferencias de alojamiento, servicios, precios, ubicación y canales de comunicación.

Los datos obtenidos mediante la observación directa y el análisis documental se clasificaron en categorías relacionadas con accesibilidad, hospedaje, alimentación, actividades, tarifas, infraestructura, condiciones ambientales y oportunidades de mejora.

Posteriormente, la información de las diferentes técnicas fue contrastada mediante un proceso de triangulación. Los resultados de la encuesta se compararon con la información observada en campo y con las fuentes documentales, permitiendo sustentar las decisiones desarrolladas en los estudios de mercado, técnico y financiero.

3.4.5 LIMITACIONES METODOLÓGICAS

La selección de los participantes se realizó mediante muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que no se contó con un listado completo de la población visitante del Lago de Yojoa.

Aunque se superó el tamaño mínimo de muestra establecido, la recolección de información se concentró en un período específico y no comprendió todas las temporadas turísticas del año. Por esta razón, se recomienda que una etapa posterior de factibilidad incorpore nuevas mediciones durante diferentes temporadas, con el propósito de actualizar las preferencias, la demanda, la ocupación y la disposición efectiva de pago.

3.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

3.5.1. FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias estuvieron constituidas por la información recopilada mediante la encuesta digital y la observación directa realizada durante la visita de campo.

La encuesta se aplicó a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, utilizando un cuestionario estructurado elaborado en Microsoft Forms. La aplicación presencial se realizó el 30 de mayo de 2026, utilizando un iPad proporcionado por las investigadoras. De manera complementaria, el enlace del formulario fue compartido con algunas personas que cumplían con los criterios de inclusión establecidos.

Las respuestas permitieron obtener información relacionada con el perfil de los participantes, hábitos de viaje, interés en hospedarse en un glamping, tipo de alojamiento preferido, servicios esperados, importancia de las medidas sostenibles, disposición de pago, ubicación valorada y canales de comunicación utilizados para conocer destinos turísticos.

También se utilizó como fuente primaria la información obtenida mediante la observación directa en distintos sectores del Lago de Yojoa. Las investigadoras se distribuyeron principalmente en Peña Blanca, Los Naranjos y otros puntos de afluencia turística, registrando aspectos relacionados con:

- a. Accesibilidad y condiciones de ingreso.
- b. Oferta de hospedaje y alimentación.
- c. Actividades turísticas y recreativas.
- d. Tarifas observadas.

- e. Infraestructura y servicios disponibles.
- f. Condiciones ambientales y paisajísticas.
- g. Necesidades identificadas en la oferta turística existente.

La información obtenida mediante estas fuentes fue utilizada para desarrollar el análisis de los resultados de mercado y complementar la identificación de los requerimientos técnicos y operativos del proyecto.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias estuvieron integradas por libros, artículos científicos, tesis, estudios de factibilidad, informes institucionales, estadísticas turísticas, leyes, reglamentos, planes de manejo y documentos técnicos relacionados con glamping, turismo sostenible y evaluación de proyectos.

Para sustentar el estudio de mercado se consultaron investigaciones sobre comportamiento del consumidor turístico, turismo de naturaleza, hospedaje alternativo, segmentación, demanda y tendencias relacionadas con el glamping.

En el componente técnico se revisaron estudios sobre tipologías de alojamiento, infraestructura turística, diseño sostenible, servicios básicos, capacidad instalada, accesibilidad y operación de establecimientos de hospedaje.

Para el análisis legal y ambiental se consultaron leyes, reglamentos y documentos emitidos por instituciones hondureñas relacionadas con turismo, ambiente, áreas protegidas, construcción, operación de negocios, hospedaje, alimentos y bebidas y prevención de riesgos. Entre las instituciones consultadas se encuentran:

- a. Instituto Hondureño de Turismo.
- b. Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente.
- c. Instituto de Conservación Forestal, Áreas Protegidas y Vida Silvestre.
- d. AMUPROLAGO.
- e. Municipalidades vinculadas territorialmente con el Lago de Yojoa.
- f. Congreso Nacional de Honduras.
- g. Autoridades sanitarias y de prevención de incendios.

Para el componente financiero se consultaron libros y estudios especializados en formulación y evaluación de proyectos, los cuales sirvieron de referencia para estructurar las estimaciones de inversión, costos operativos, ingresos, flujo de efectivo, punto de equilibrio e indicadores de rentabilidad.

Las fuentes secundarias fueron seleccionadas considerando su relación con los objetivos de la investigación, procedencia académica o institucional, disponibilidad de información y aplicabilidad al contexto del proyecto. La información recopilada se organizó según los componentes de mercado, técnico, legal, ambiental y financiero, y se utilizó para complementar y contrastar los resultados obtenidos mediante las fuentes primarias.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

El presente capítulo muestra los resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario, la observación directa, el análisis documental y el análisis comparativo desarrollados durante la investigación.

La muestra estuvo integrada por 70 participantes. Los resultados del cuestionario se presentan mediante figuras y porcentajes, mientras que los datos obtenidos durante la visita de campo y la revisión de fuentes se organizan mediante tablas descriptivas.

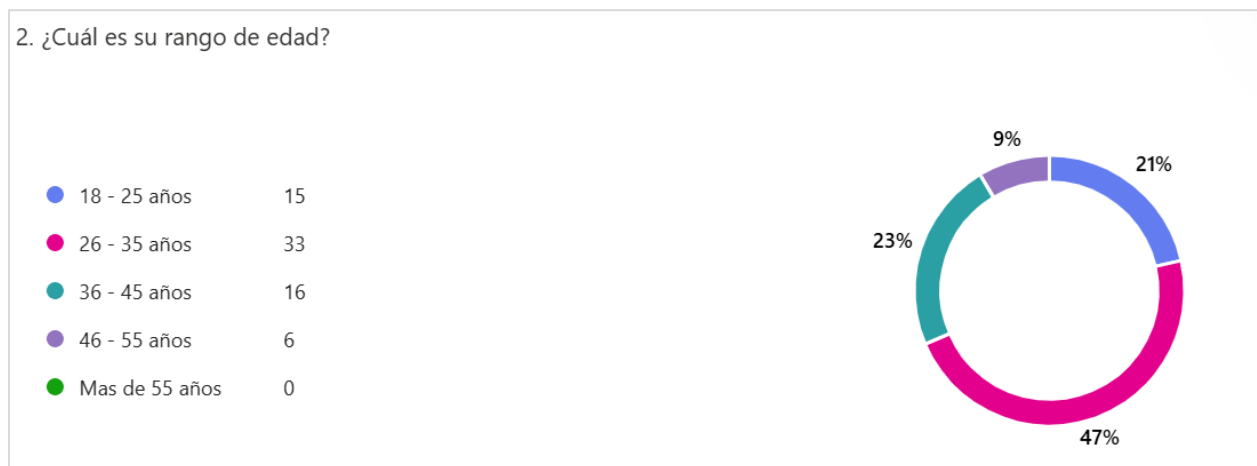
La primera pregunta del cuestionario, correspondiente al nombre del participante, se utilizó únicamente para controlar registros duplicados. Los nombres fueron excluidos de la base utilizada para la tabulación y no se presentan en este documento.

4.1 RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

4.1.1 CARACTERIZACIÓN DE LOS PARTICIPANTES

4.1.1.1 RANGO DE EDAD

Ilustración 4. Rango de edad de los participantes



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

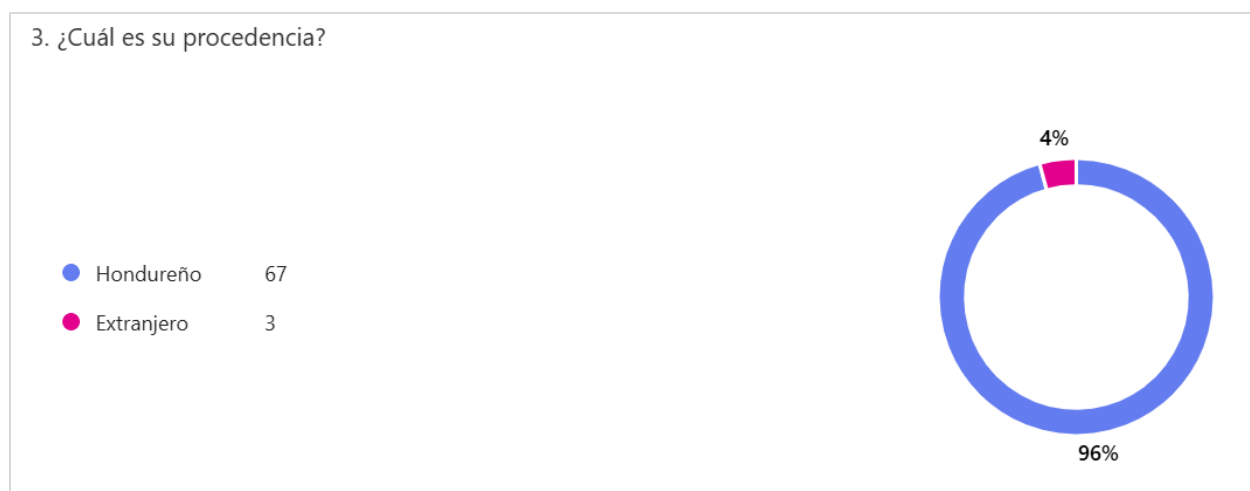
Análisis:

Los participantes de 26 a 35 años representaron el 47.1 % de la muestra. El 22.9 %

correspondió al rango de 36 a 45 años; el 21.4 %, al rango de 18 a 25 años; y el 8.6 %, al rango de 46 a 55 años. No se registraron participantes mayores de 55 años.

4.1.1.2 PROCEDENCIA DE LOS PARTICIPANTES

Ilustración 5. Procedencia de los participantes



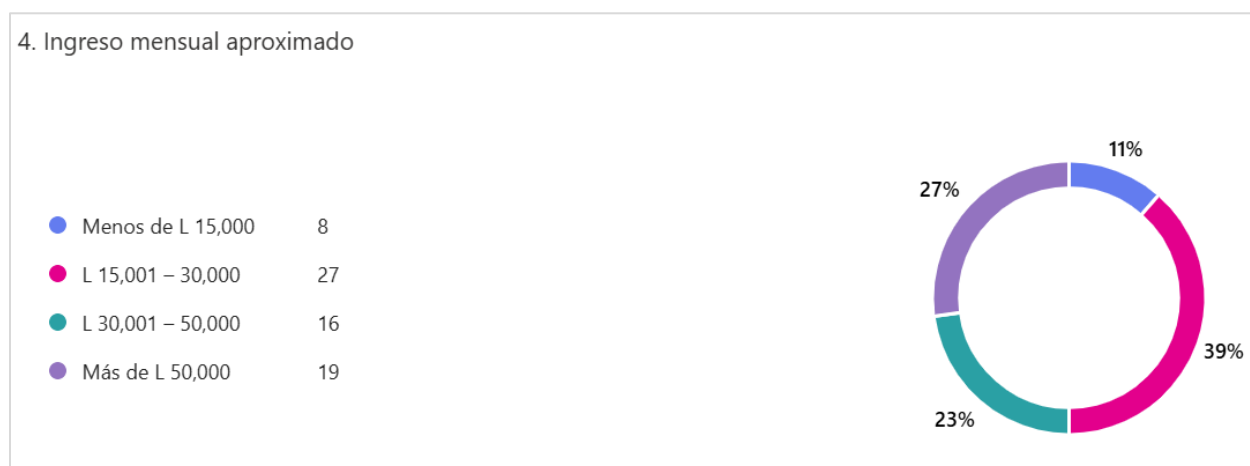
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

El 95.7 % de los participantes indicó procedencia hondureña, mientras que el 4.3 % correspondió a participantes extranjeros.

4.1.1.3 INGRESO MENSUAL APROXIMADO

Ilustración 6. Ingreso mensual aproximado de los participantes



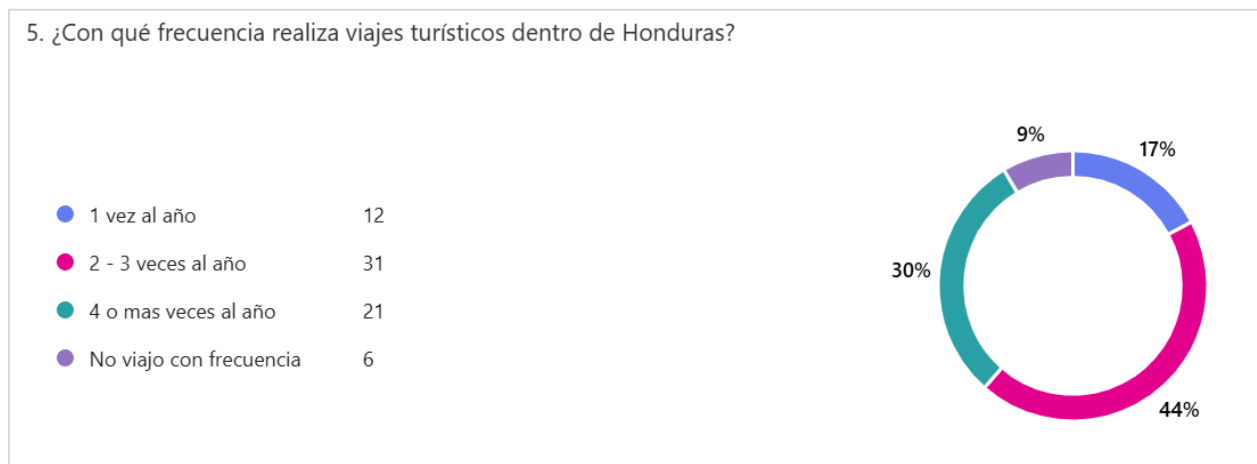
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el rango de ingreso mensual con mayor participación corresponde a las personas que reciben entre L 15,001 y L 30,000, quienes representan el 38.6 % de la muestra. En segundo lugar, se encuentran los participantes con ingresos superiores a L 50,000, con un 27.1 %, seguidos por quienes perciben entre L 30,001 y L 50,000, con un 22.9 %. Finalmente, el 11.4 % indicó recibir menos de L 15,000 mensuales.

4.1.2 FRECUENCIA DE VIAJES TURÍSTICOS DENTRO DE HONDURAS

Ilustración 7. Frecuencia de viajes turísticos dentro de Honduras



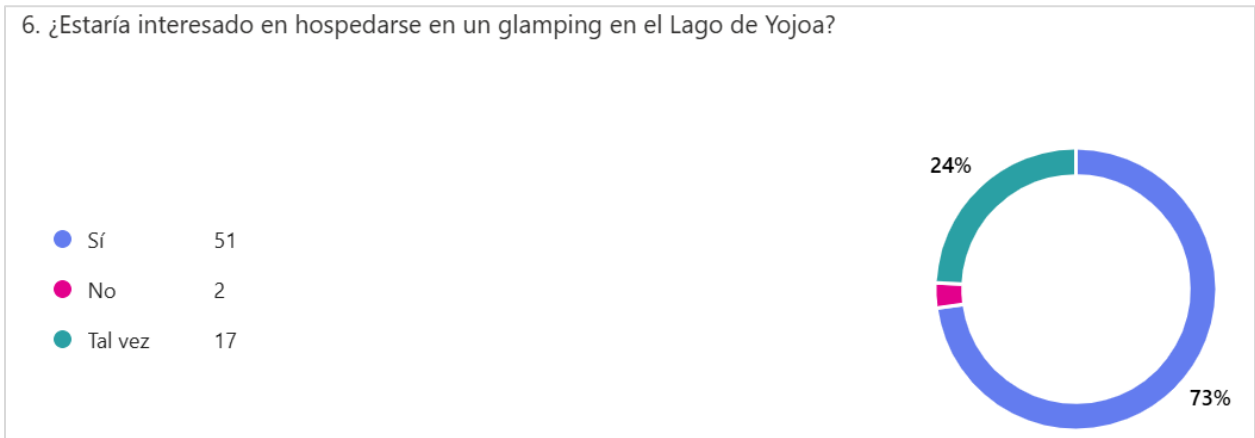
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el 44.3 % de los participantes realiza viajes turísticos dentro de Honduras entre dos y tres veces al año. El 30.0 % indicó viajar cuatro o más veces al año, mientras que el 17.1 % realiza turismo interno aproximadamente una vez al año. Finalmente, el 8.6 % manifestó que casi nunca realiza viajes turísticos dentro del país.

4.1.3 INTERÉS EN HOSPEDARSE EN UN GLAMPING

Ilustración 8. Interés en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

El 72.9 % de los participantes respondió que sí estaría interesado en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa. El 24.3 % indicó que tal vez lo consideraría y el 2.8 % respondió que no.

4.1.4 ASPECTOS VALORADOS EN UN GLAMPING

4.1.4.1 PRIORIZACIÓN DE LOS ASPECTOS VALORADOS

Ilustración 9. Priorización de los aspectos valorados en un glamping



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

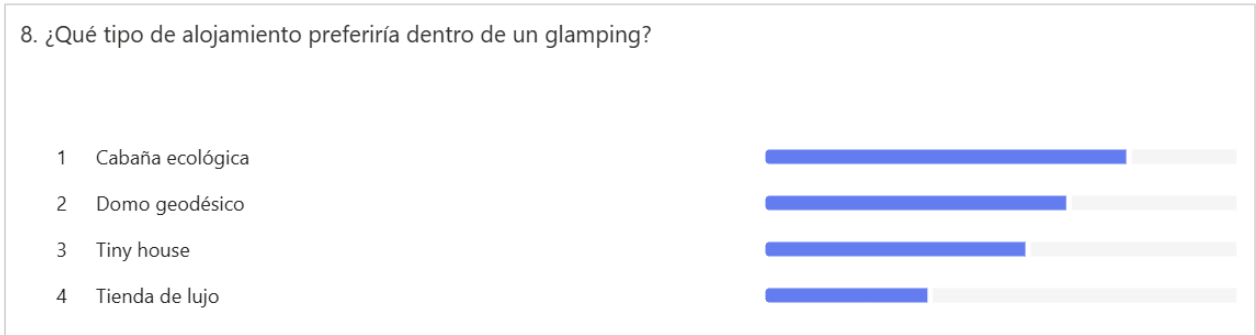
Análisis:

Los resultados muestran que la privacidad y tranquilidad ocupó el primer lugar entre los

aspectos valorados por los participantes al considerar una experiencia de glamping. En segundo lugar, se ubicó el contacto con la naturaleza, seguido por la comodidad y el lujo. El diseño innovador del alojamiento y las actividades recreativas ocuparon las posiciones posteriores dentro de la priorización.

4.1.5 TIPO DE ALOJAMIENTO PREFERIDO

Ilustración 10. Priorización del tipo de alojamiento preferido dentro de un glamping



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que la cabaña ecológica ocupó el primer lugar entre las tipologías de alojamiento preferidas por los participantes. En segundo lugar, se ubicó el domo geodésico, seguido por la tiny house y, finalmente, la tienda de lujo.

4.1.6 SERVICIOS CONSIDERADOS INDISPENSABLES

Ilustración 11. Priorización de los servicios considerados indispensables en un glamping



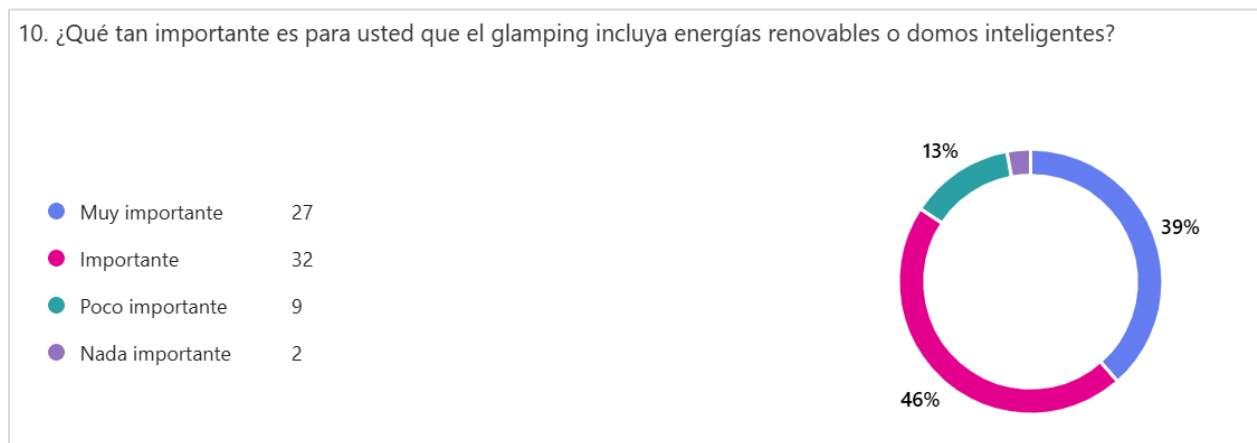
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el baño privado ocupó el primer lugar entre los servicios considerados indispensables por los participantes. En segundo lugar, se ubicó el aire acondicionado, seguido por la conexión a internet mediante WiFi. Posteriormente se situaron el restaurante o cafetería y los tours o actividades complementarias.

4.1.7 IMPORTANCIA DE LAS SOLUCIONES SOSTENIBLES

Ilustración 12. Importancia de incorporar energías renovables o soluciones sostenibles



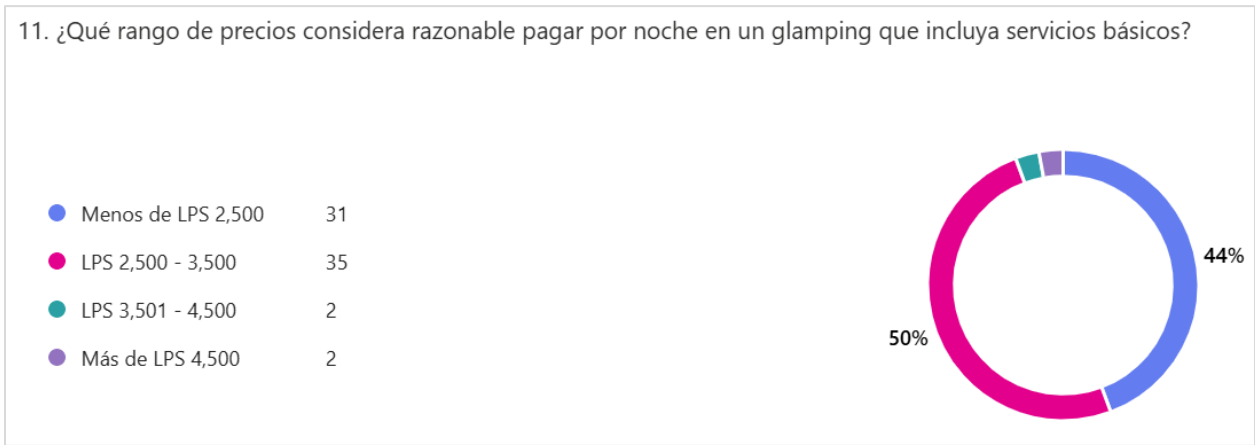
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el 45.7 % de los participantes considera importante incorporar energías renovables o soluciones sostenibles en el proyecto, mientras que el 38.6 % lo considera muy importante. Por otra parte, el 12.9 % señaló que este aspecto es poco importante y únicamente el 2.9 % indicó que no es importante.

4.1.8 RANGO DE PRECIO CONSIDERADO RAZONABLE

Ilustración 13. Rango de precio considerado razonable por noche



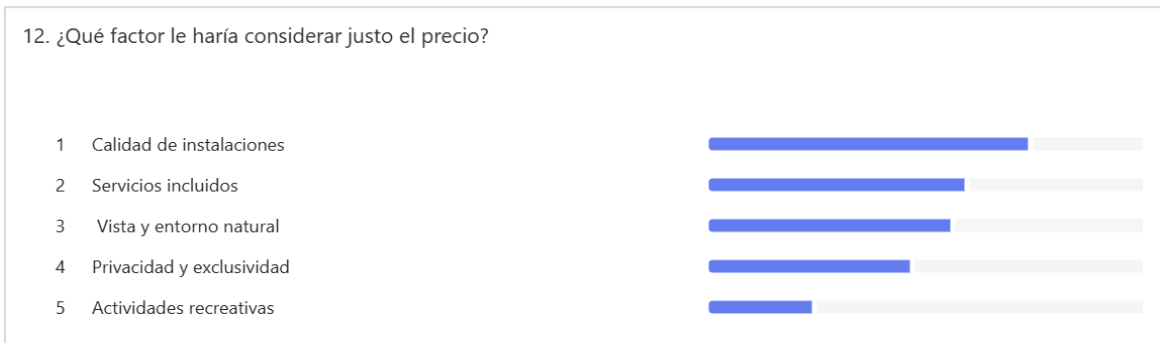
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el 50.0 % de los participantes considera razonable pagar entre L 2,500 y L 3,500 por noche por una experiencia de glamping. Por otra parte, el 44.3 % indicó que preferiría una tarifa inferior a L 2,500. Únicamente el 2.9 % consideró razonable pagar entre L 3,501 y L 4,500, mientras que otro 2.9 % manifestó disposición a pagar más de L 4,500 por noche.

4.1.9 FACTORES QUE JUSTIFICAN EL PRECIO

Ilustración 14. Priorización de los factores que justificarían el precio del alojamiento



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

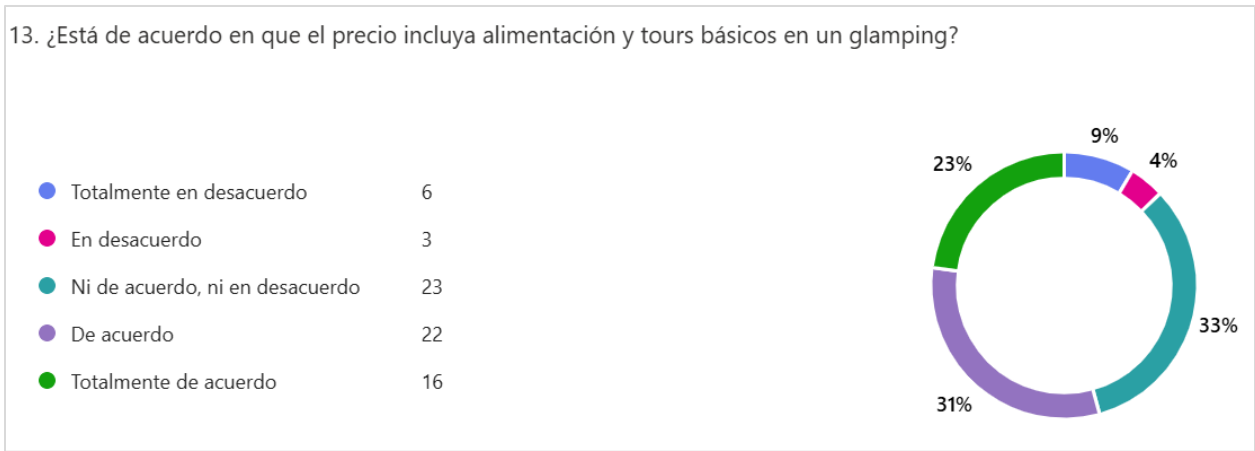
Análisis:

Los resultados muestran que la calidad de las instalaciones ocupó el primer lugar entre los factores que harían considerar justo el precio del alojamiento. En segundo lugar, se ubicaron los

servicios incluidos, seguidos por la vista y el entorno natural. Posteriormente se situaron la privacidad y exclusividad y las actividades recreativas.

4.1.10 ACEPTACIÓN DE INCLUIR ALIMENTACIÓN Y TOURS EN EL PRECIO

Ilustración 15. Aceptación de incluir alimentación y tours básicos en el precio



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el 31.4 % de los participantes está de acuerdo con incluir alimentación y tours básicos dentro del precio del hospedaje, mientras que el 22.9 % está totalmente de acuerdo. En conjunto, el 54.3 % manifestó una valoración favorable hacia esta alternativa. Por otra parte, el 32.9 % mantuvo una posición neutral, el 4.3 % indicó estar en desacuerdo y el 8.6 % totalmente en desacuerdo.

4.1.11 ASPECTOS VALORADOS EN LA UBICACIÓN

Ilustración 16. Priorización de los aspectos valorados en la ubicación del alojamiento

14. ¿Qué aspecto relacionado con la ubicación valoraría más?



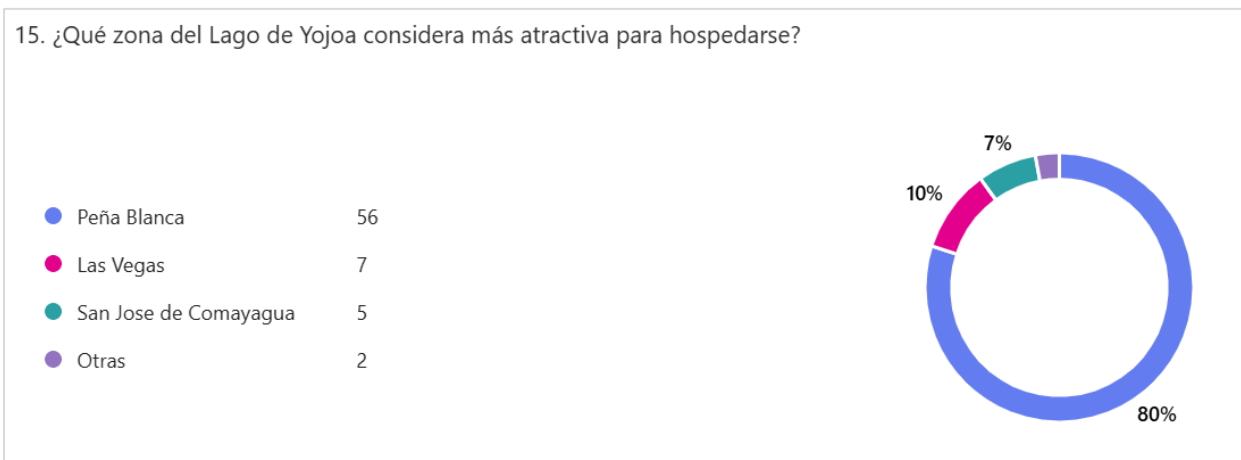
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que la vista al lago o a la naturaleza ocupó el primer lugar entre los aspectos relacionados con la ubicación que los participantes valorarían al seleccionar un alojamiento tipo glamping. En segundo lugar, se ubicó el fácil acceso vehicular, seguido por la privacidad y tranquilidad. Posteriormente se situaron la seguridad del área y la cercanía a los atractivos turísticos.

4.1.12 ZONA CONSIDERADA MÁS ATRACTIVA PARA HOSPEDARSE

Ilustración 17. Zona del Lago de Yojoa considerada más atractiva para hospedarse



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

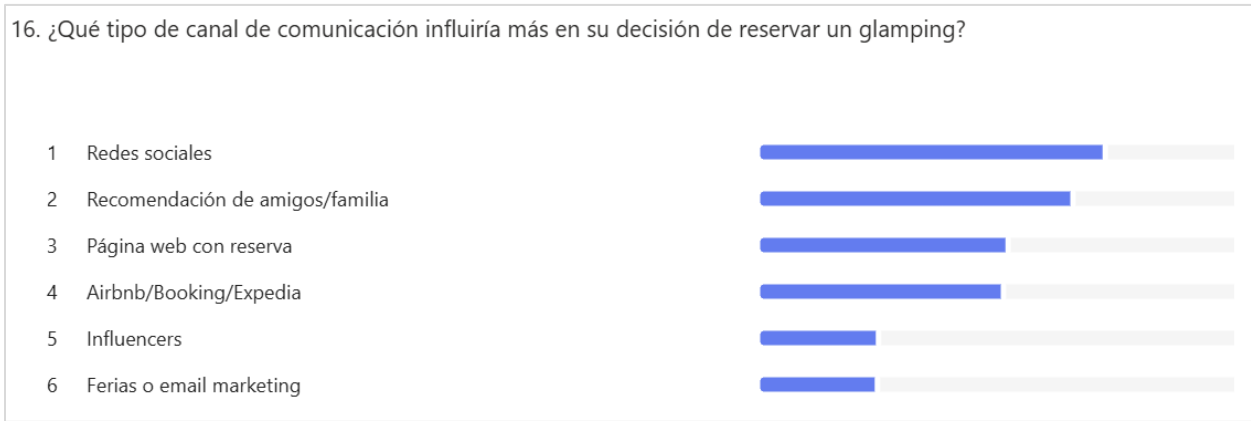
Los resultados muestran que Peña Blanca fue considerada la zona más atractiva para hospedarse por el 80.0 % de los participantes. En segundo lugar se ubicó Las Vegas, con un 10.0

%, seguida por San José de Comayagua, con un 7.1 %. Finalmente, el 2.9 % seleccionó otras zonas del entorno del Lago de Yojoa.

4.1.13 CANALES DE COMUNICACIÓN

4.1.13.1 CANAL MÁS INFLUYENTE COMO PRIMERA PREFERENCIA

Ilustración 18. Priorización de los canales de comunicación que influirían en la decisión de reserva



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que las redes sociales ocuparon el primer lugar entre los canales de comunicación que influirían en la decisión de reservar un alojamiento tipo glamping. En segundo lugar, se ubicaron las recomendaciones de amigos o familiares, seguidas por la página web con sistema de reserva. Posteriormente se situaron las plataformas digitales de alojamiento, como Airbnb, Booking o Expedia, y las recomendaciones realizadas por influencers. Las ferias turísticas y el correo electrónico ocuparon las últimas posiciones dentro de la priorización.

4.1.14 TIPO DE PROMOCIÓN MÁS ATRACTIVA

Ilustración 19. Priorización de los tipos de promoción más atractivos



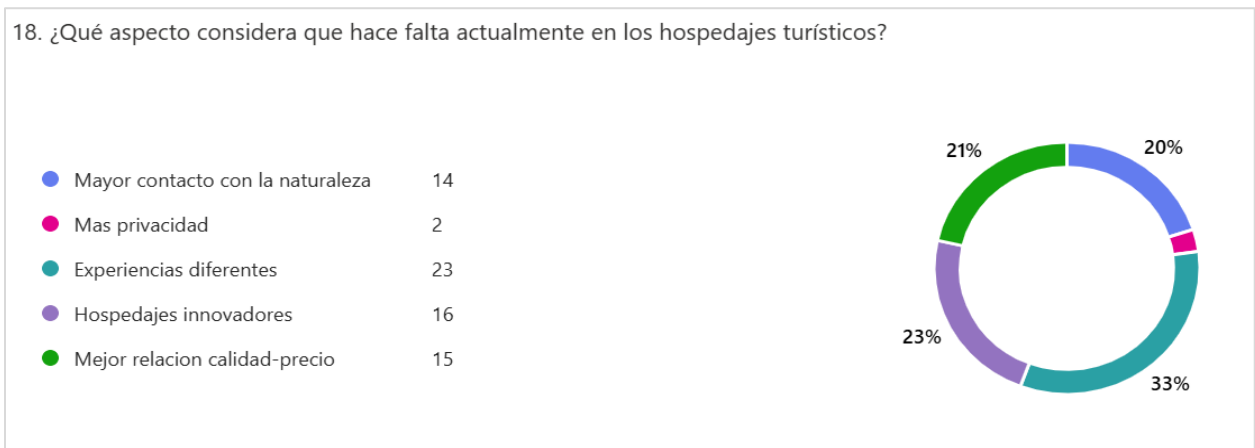
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que los descuentos ocuparon el primer lugar entre los tipos de promoción que llamarían más la atención de los participantes. En segundo lugar, se ubicaron las promociones familiares, seguidas por los paquetes con tours incluidos. Posteriormente se situaron los paquetes románticos y las experiencias ecológicas.

4.1.15 NECESIDADES PERCIBIDAS EN LA OFERTA DE HOSPEDAJE

Ilustración 20. Aspectos que hacen falta actualmente en los hospedajes turísticos



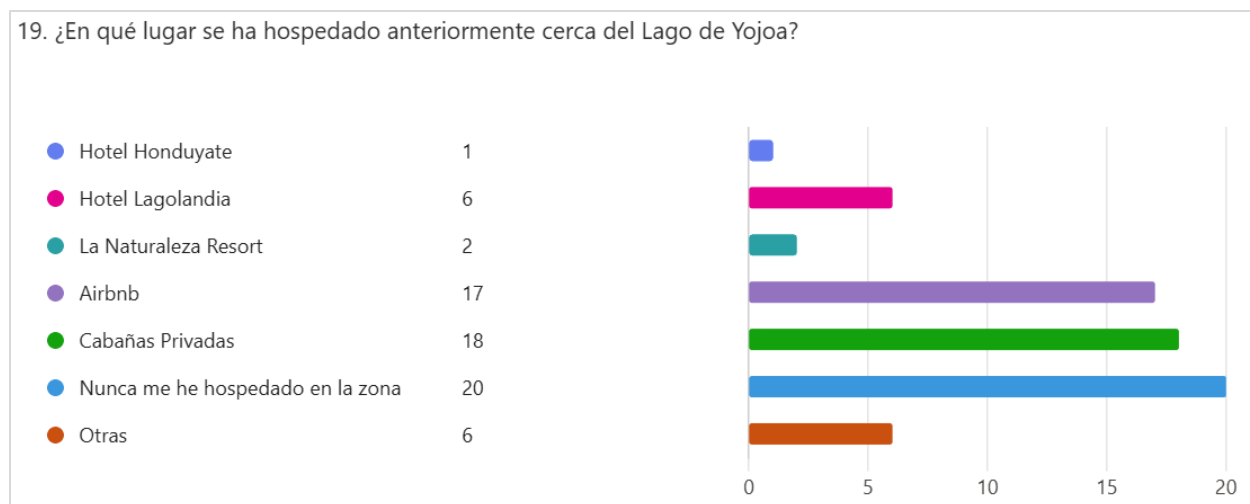
Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el 32.9 % de los participantes considera que actualmente hacen falta experiencias diferentes dentro de la oferta de hospedaje turístico del Lago de Yojoa. En segundo lugar, el 22.9 % señaló la necesidad de contar con hospedajes más innovadores, mientras que el 21.4 % indicó que debe existir una mejor relación entre la calidad y el precio. Por otra parte, el 20.0 % manifestó que hace falta una mayor conexión con la naturaleza, y únicamente el 2.9 % señaló la necesidad de mejorar la privacidad.

4.1.16 EXPERIENCIA PREVIA DE HOSPEDAJE EN LA ZONA

Ilustración 21. Lugares donde los participantes se han hospedado anteriormente cerca del Lago de Yojoa



Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada, mayo de 2026.

Análisis:

Los resultados muestran que el 28.6 % de los participantes indicó que nunca se ha hospedado cerca del Lago de Yojoa. Por otra parte, el 25.7 % manifestó haberse alojado en cabañas privadas, mientras que el 24.3 % utilizó establecimientos disponibles mediante Airbnb. Asimismo, el 8.6 % señaló haberse hospedado en Lagolandia, otro 8.6 % seleccionó otros establecimientos, el 2.9 % indicó haber utilizado los servicios de Hotel La Naturaleza y el 1.4 % mencionó Honduyate.

4.2 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA Y REVISIÓN DOCUMENTAL COMPLEMENTARIA

En esta sección se presentan los resultados obtenidos mediante la observación directa realizada durante la visita de campo del 30 de mayo de 2026 y la revisión de los materiales, menús, tarifas y referencias documentales recopiladas. La información comprende la oferta de alimentación, cafeterías, hospedajes, actividades y atractivos turísticos identificados en el entorno del Lago de Yojoa.

4.2.1 OFERTA DE ALIMENTACIÓN IDENTIFICADA

Durante la visita de campo y la revisión del material promocional recopilado se identificó una oferta gastronómica amplia en los establecimientos turísticos ubicados en el entorno del Lago de Yojoa. Los menús incluyen desayunos típicos, pescado frito, pollo, carnes, mariscos, ceviches, sopas, hamburguesas, tacos, parrilladas, opciones infantiles, bebidas naturales, café y bebidas alcohólicas.

Aunque el pescado frito continúa siendo uno de los platos más representativos del destino, la oferta identificada demuestra que los establecimientos atienden diferentes preferencias, presupuestos y tipos de visitantes. Para el análisis se revisaron los menús del Complejo Turístico Lagolandia, Finca Las Garzas y The Canal.

4.2.1.1 COMPLEJO TURÍSTICO LAGOLANDIA

El Complejo Turístico Lagolandia presenta una oferta que combina restaurante, snack shop, bar y hospedaje. En su menú, el pescado frito se comercializa en tres tamaños: pequeño por L 230, mediano por L 250 y grande por L 300.

También se identificaron platos como pollo empanizado o a la plancha por L 250, bistec por L 360, camarones por L 350, filete de pescado por L 300 y cola de langosta por L 650. Los desayunos se encontraban entre L 120 y L 180, mientras que las hamburguesas oscilaban entre L 280 y L 320. Ver anexo 14.

El establecimiento también ofrece menú infantil, cenas, parrilladas, entradas, ceviches, sopas, bebidas naturales, cervezas y cócteles. Las bebidas no alcohólicas se encontraban desde L 25, mientras que los cócteles presentaban precios entre L 100 y L 180.

4.2.1.2 FINCA LAS GARZAS

Finca Las Garzas presenta una oferta gastronómica orientada principalmente a pescados, mariscos, carnes, entradas y platos de preparación especial. El pescado frito se ofrecía en tres presentaciones, con precios de L 320, L 380 y L 420, dependiendo del tamaño.

Los filetes de pescado empanizados o a la plancha se encontraban por L 310, los tacos de pescado por L 310 y los tacos de camarón por L 360. Entre las opciones de carne se identificó el filete de res a la parrilla por L 480 y el plato típico por L 510.

La oferta de mariscos incluía camarones jumbo empanizados por L 460, ceviches entre L 310 y L 380 y cóctel de camarón por L 380. También se ofrecían entradas como guacamole con chips por L 180, cuajada con tortillas por L 200, anafres por L 260 y nachos de la casa por L 400.

En bebidas, los jugos naturales se ofrecían por L 60, las limonadas por L 80, el agua por L 45 y los cafés entre L 50 y L 95. Las cervezas presentaban precios entre L 60 y L 75, mientras que los cócteles se encontraban aproximadamente entre L 80 y L 160. Ver anexo 15.

4.2.1.3 THE CANAL

The Canal presenta una oferta variada de desayunos, almuerzos, pollo frito, carnes, mariscos, hamburguesas, tacos, parrilladas y opciones para compartir. Sus precios muestran alternativas de consumo accesibles para visitantes individuales, familias y grupos.

El desayuno típico tenía un precio de L 110, mientras que las burritas se encontraban entre L 55 y L 85. Los almuerzos con res, chuleta, pollo o costilla oscilaban entre L 160 y L 180.

El pescado del lago se ofrecía por L 200, los camarones jumbo por L 295, la sopa de caracol por L 280 y la sopa marinera completa por L 395. Las opciones de pollo se encontraban entre L 150 y L 185, mientras que los asados de pollo, res, chuleta o costilla presentaban precios entre L 180 y L 220.

Las hamburguesas se ofrecían entre L 185 y L 280, los tacos mexicanos entre L 155 y L 295, las gringas entre L 140 y L 235 y los tacos de birria desde L 220. Asimismo, se identificaron parrilladas para grupos con precios desde L 435 para dos personas hasta L 6,340 para treinta personas.

En cuanto a las bebidas, los precios observados fueron de L 35 para bebidas naturales, L 28 para gaseosas, L 32 para agua, L 40 para cerveza nacional, L 60 para cerveza importada, L 25 para café negro y L 45 para capuchino o chocolate caliente. Ver anexo 16.

Tabla 9. Precios referenciales de alimentos en establecimientos del Lago de Yojoa

Categoría	Lagolandia	Finca Las Garzas	The Canal
Pescado frito	L 230–L 300	L 320–L 420	L 200
Filete de pescado	L 300–L 400	L 310	No identificado
Pollo	L 250	L 300 en sándwich	L 150–L 185
Carne de res	L 360	L 480–L 510	L 180–L 220
Camarones	L 350	L 360–L 460	L 295
Sopas de mariscos	L 290–L 518	No identificadas	L 280–L 395
Hamburguesas	L 280–L 320	L 310	L 185–L 280
Tacos	No identificados	L 310–L 360	L 155–L 295
Desayunos	L 120–L 180	No identificados	L 55–L 110
Menú infantil	L 100–L 220	L 230–L 290	L 145–L 165
Bebidas naturales	L 45	L 60–L 120	L 35
Café	Incluido en algunos desayunos	L 50–L 95	L 25–L 45
Cervezas	L 50–L 80	L 60–L 75	L 40–L 60

Fuente: Elaboración propia con base en los menús y materiales promocionales de Complejo Turístico Lagolandia, Finca Las Garzas y The Canal recopilados durante la investigación, 2026.

La comparación evidencia que los tres establecimientos poseen conceptos y niveles de precios diferentes. Dentro de los productos analizados, The Canal presenta precios menores en desayunos, bebidas, pollo y pescado del lago. Lagolandia se ubica en un rango intermedio e integra su oferta de restaurante con hospedaje, piscina, senderismo, bar y otros servicios recreativos. Finca Las Garzas presenta precios más elevados en algunos platos, especialmente en pescados, carnes y mariscos, acompañados de una propuesta gastronómica más especializada.

El pescado aparece como un producto común en los tres establecimientos, aunque su precio varía según el tamaño, la preparación, los acompañamientos y el concepto del restaurante. Los precios identificados oscilan desde L 200 en The Canal hasta L 420 en Finca Las Garzas.

La información también evidencia que la oferta gastronómica del Lago de Yojoa no se limita al pescado frito. Existen alternativas de pollo, carne, mariscos, tacos, hamburguesas, desayunos, menús infantiles, parrilladas y bebidas, lo que permite atender a visitantes con diferentes preferencias y capacidades de gasto. Ver Anexo 18.

Los precios incluidos corresponden a los menús recopilados durante la investigación y deben considerarse referenciales, debido a que pueden variar según la temporada, disponibilidad de productos, promociones y actualizaciones realizadas por cada establecimiento.

4.2.2 CAFETERÍAS IDENTIFICADAS DURANTE LA VISITA DE CAMPO

Durante el recorrido realizado en los alrededores del Lago de Yojoa se visitaron Café El Dorao y Frank Coffee, establecimientos que complementan la oferta gastronómica de la zona mediante bebidas calientes y frías, repostería y alimentos ligeros.

Café El Dorao es un establecimiento reconocido por producir y distribuir su propio café, vinculando el servicio de cafetería con la actividad productiva local. Esta característica permite que el visitante no solamente consuma el producto, sino que también conozca una marca originada y comercializada en la zona. Su presencia contribuye a fortalecer la identidad gastronómica del destino y a promover el consumo de productos locales.

Por su parte, Frank Coffee ofrece un concepto de cafetería orientado al consumo de café, bebidas y alimentos ligeros, funcionando como un espacio de descanso y convivencia para las personas que recorren los diferentes atractivos turísticos del Lago de Yojoa.

Tabla 10. Cafeterías visitadas durante la visita de campo

Establecimiento	Tipo de oferta identificada	Característica principal
Café El Dorao	Café, bebidas y alimentos ligeros	Produce y distribuye su propio café, fortaleciendo la oferta productiva y gastronómica local.
Frank Coffee	Café, bebidas, repostería y alimentos ligeros	Ofrece un espacio de descanso y consumo durante el recorrido turístico.

Fuente: Elaboración propia con base en la observación directa realizada durante la visita de campo al Lago de Yojoa, 30 de mayo de 2026.

Análisis:

La visita a estas cafeterías permitió identificar que la oferta gastronómica del Lago de Yojoa incluye establecimientos especializados en café y no solamente restaurantes tradicionales. En particular, Café El Dorao representa una experiencia vinculada con la producción y distribución local, mientras que Frank Coffee complementa la oferta mediante un concepto de cafetería orientado al descanso y la convivencia de los visitantes.

4.2.3 OFERTA DE HOSPEDAJE IDENTIFICADA

En el entorno del Lago de Yojoa se identificó una oferta de hospedaje integrada por hoteles, cabañas, lodges, domos, marinas y alquileres vacacionales. Los establecimientos presentan diferencias en capacidad, ubicación, nivel de servicio y amenidades, incluyendo desayuno, aire

acondicionado, piscina, restaurante, conexión a internet, senderismo, actividades acuáticas y áreas naturales.

Los precios varían según el tipo de habitación, cantidad de huéspedes, temporada, servicios incluidos y ubicación. Para efectos descriptivos, se establecieron rangos aproximados a partir del material promocional recopilado y de referencias preliminares de la oferta turística identificada.

Tabla 11. Precios aproximados de hospedaje en el entorno del Lago de Yojoa

Establecimiento	Tipo de alojamiento	Capacidad observada	Precio aproximado por noche	Servicios o características identificadas
Complejo Turístico Lagolandia	Cabaña para dos personas	2 huéspedes	USD 131	Incluye dos desayunos, aire acondicionado, WiFi, refrigerador, piscina, balcón y senderismo.
Complejo Turístico Lagolandia	Cabaña para cuatro personas	4 huéspedes	USD 179	Incluye cuatro desayunos y acceso a los servicios anunciados por el establecimiento.
Hotel La Naturaleza	Habitación doble	2 huéspedes	Desde L 2,200	Dos camas queen, televisión por cable, aire acondicionado, agua caliente, WiFi, balcón, hamaca y vista al lago.
Hotel La Naturaleza	Mini suite	2 huéspedes	Desde L 2,300	Dos camas queen, sala de estar, mesa de trabajo, aire acondicionado, agua caliente, bañera, WiFi y balcón.
Hotel La Naturaleza	Habitación triple	3 huéspedes	Desde L 2,900	Dos camas queen y una matrimonial, aire acondicionado, agua caliente, bañera, WiFi y balcón con vista al lago.
Honduyate	Habitación doble	2 huéspedes	Aproximadamente L 2,267–L 2,729	Habitación doble, balcón, WiFi y opción con desayuno, según la tarifa seleccionada.
Cabañas Vergel Lago de Yojoa	Cabaña completa	Hasta 4 huéspedes	Aproximadamente L 4,320	Dos dormitorios, dos camas, un baño y alojamiento completo en cabañas tipo A.
Cataratas Pulhapanzak	Habitación panorámica	2 huéspedes	Aproximadamente L 4,065–L 4,440	Habitación con vista al río, dos camas queen, desayuno y WiFi, según la opción de reservación.

Fuente: Elaboración propia con base en el material promocional del Complejo Turístico Lagolandia, las tarifas publicadas por Hotel La Naturaleza y las consultas realizadas en plataformas de reservación para Honduyate, Cabañas Vergel Lago de Yojoa y Cataratas Pulhapanzak, 2026.

Los precios identificados muestran que la oferta de hospedaje en los alrededores del Lago de Yojoa se dirige a diferentes segmentos del mercado. Las habitaciones tradicionales para dos

personas se encuentran aproximadamente entre L 2,200 y L 2,729 por noche, dependiendo de la inclusión de desayuno, las características de la habitación y los servicios ofrecidos. Ver Anexo 19.

Las habitaciones de mayor capacidad o con distribución familiar presentan precios más elevados. En Hotel La Naturaleza, la habitación triple se ofrece desde L 2,900, mientras que una cabaña completa para cuatro personas en Cabañas Vergel presenta una tarifa aproximada de L 4,320 por noche. Ver anexo 16.

Los establecimientos vinculados con atractivos turísticos o experiencias naturales también presentan tarifas superiores. En el caso de Cataratas Pulhapanzak, las habitaciones panorámicas observadas se encontraban aproximadamente entre L 4,065 y L 4,440 por noche, incluyendo en algunas opciones desayuno y vista al río.

Lagolandia presenta sus tarifas en dólares estadounidenses y comercializa cabañas para dos y cuatro personas, con desayuno incluido. Además del alojamiento, anuncia servicios como piscina, senderismo, aire acondicionado, WiFi, refrigerador y balcón, lo que evidencia una oferta integrada de hospedaje, alimentación y recreación.

En general, los precios muestran que los servicios complementarios, la capacidad, la privacidad, la ubicación y las vistas naturales influyen en el valor del alojamiento. No obstante, estas tarifas se presentan únicamente como referencias de la oferta existente y no deben utilizarse de forma directa para fijar el precio del proyecto. La tarifa del glamping deberá definirse posteriormente considerando los resultados de la encuesta, los costos operativos, la inversión requerida y el nivel de servicio propuesto.

4.2.4 ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS IDENTIFICADAS

Durante la visita de campo realizada el 30 de mayo de 2026 se identificó una oferta turística complementaria integrada por actividades acuáticas, espacios naturales, sitios arqueológicos, recorridos productivos y establecimientos orientados al turismo ecológico. Estas opciones permiten que los visitantes combinen la gastronomía y el hospedaje con actividades recreativas, educativas y de contacto con la naturaleza.

Entre las actividades acuáticas se identificaron paseos en catamarán, alquiler de kayak y recorridos en moto acuática. Los precios observados variaron según la duración, la capacidad y la modalidad de contratación. El paseo en catamarán para dos personas se ofrecía por aproximadamente L 700, mientras que para grupos se manejaba una tarifa de L 100 por persona,

con una capacidad máxima aproximada de 14 participantes. El alquiler de kayak tenía un precio de L 100 por hora por persona, y la moto acuática se ofrecía por aproximadamente L 2,000 por hora.

Asimismo, se identificaron atractivos relacionados con el patrimonio natural, cultural y productivo del Lago de Yojoa y sus alrededores.

4.2.4.1 PARQUE ECO-ARQUEOLÓGICO LOS NARANJOS

El Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos constituye uno de los principales atractivos culturales y naturales de la zona. El sitio integra vestigios arqueológicos, museo, senderos naturales, áreas para la observación de flora y fauna y espacios de recorrido dentro de un entorno cercano al lago.

Durante la visita se observó una tarifa aproximada de L 65 por persona. La experiencia combina el aprendizaje sobre la historia prehispánica del sector con actividades de caminata y apreciación del paisaje natural.

4.2.4.2 PARQUE NACIONAL CERRO AZUL MEÁMBAR

PANACAM, representa una de las principales áreas naturales cercanas al Lago de Yojoa. Su oferta turística se relaciona con senderismo, observación de aves, fotografía, interpretación ambiental y contacto con el bosque.

Este atractivo complementa las actividades realizadas directamente en el lago y permite que los visitantes incorporen experiencias de montaña, naturaleza y conservación dentro de su recorrido turístico.

4.2.4.3 CATARATAS DE PULHAPANZAK

Las Cataratas de Pulhapanzak constituyen otro de los atractivos reconocidos en el entorno del Lago de Yojoa. El sitio combina la contemplación de la caída de agua con actividades recreativas, senderos, áreas de alimentación, hospedaje y experiencias de aventura.

Su cercanía con el destino permite complementar una estadía en el Lago de Yojoa mediante recorridos de un día o paquetes que integren naturaleza, recreación y alojamiento.

4.2.4.4 FINCA SANTA MARTHA

Finca Santa Martha es un hotel ecológico vinculado con la producción de cacao, actividad que el establecimiento ha desarrollado durante más de 70 años. Además del hospedaje, ofrece recorridos en los que se explica el proceso de obtención y transformación del cacao.

Durante la experiencia, los visitantes pueden conocer las etapas relacionadas con la extracción del cacao, su manejo y la elaboración de productos derivados. Esta actividad constituye una alternativa de turismo productivo y educativo, debido a que permite relacionar al visitante con las prácticas agrícolas, la historia del establecimiento y la producción local.

La finca representa un atractivo complementario para el destino, ya que combina alojamiento ecológico, naturaleza y aprendizaje sobre el cacao. También contribuye a diversificar la oferta turística más allá de las actividades acuáticas y gastronómicas tradicionalmente asociadas con el Lago de Yojoa.

4.2.4.5 OTRAS ACTIVIDADES Y ATRACTIVOS DEL ENTORNO

Además de los lugares anteriores, la zona cuenta con otras opciones relacionadas con:

- a. Paseos en lancha y catamarán.
- b. Kayak y moto acuática.
- c. Pesca y recorridos por el lago.
- d. Senderismo y observación de aves.
- e. Visitas a fincas y emprendimientos productivos.
- f. Restaurantes y cafeterías.
- g. Cervecerías artesanales.
- h. Balnearios y espacios recreativos.
- i. Cuevas de Taulabé.
- j. Marinas y zonas para actividades acuáticas.

Tabla 12. Atractivos y actividades turísticas identificadas

Atractivo o actividad	Tipo de experiencia	Precio de referencia observado	Características principales
Paseo en catamarán para dos personas	Actividad acuática	L 700 por recorrido	Recorrido recreativo por el lago.
Paseo en catamarán para grupos	Actividad acuática	L 100 por persona	Capacidad máxima aproximada de 14 personas.
Alquiler de kayak	Actividad acuática	L 100 por hora por persona	Recorrido individual o en pareja, según el equipo disponible.
Moto acuática	Actividad acuática	L 2,000 por hora	Actividad recreativa de mayor costo.
Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos	Cultural y natural	L 65 por persona	Museo, vestigios arqueológicos, senderos y observación de naturaleza.
PANACAM	Naturaleza y senderismo	Según servicio o recorrido	Caminatas, observación de aves y contacto con el bosque.
Cataratas de Pulhapanzak	Naturaleza y aventura	Según actividad seleccionada	Cataratas, recreación, senderos, alimentación y hospedaje.
Finca Santa Martha	Turismo productivo y ecológico	No determinado	Hotel ecológico y recorridos para conocer el proceso de producción del cacao.
Cuevas de Taulabé	Natural y cultural	Según tarifa vigente	Recorrido por formaciones naturales subterráneas.

Fuente: Elaboración propia con base en la observación directa realizada en el Lago de Yojoa el 30 de mayo de 2026 y en la información recopilada sobre los atractivos turísticos del entorno.

Los resultados muestran que el Lago de Yojoa posee una oferta turística diversificada que combina actividades acuáticas, naturaleza, arqueología, gastronomía, producción local y experiencias educativas. Los precios observados permiten identificar alternativas económicas, como el Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos y el kayak, así como actividades de mayor costo, entre ellas la moto acuática y los recorridos privados en catamarán.

La presencia de PANACAM, Pulhapanzak, Los Naranjos y Finca Santa Martha amplía las posibilidades de permanencia del visitante en la zona. Particularmente, Finca Santa Martha incorpora un componente de turismo productivo relacionado con el cacao, lo que permite ofrecer una experiencia diferente a las actividades tradicionales del destino.

La variedad de atractivos identificados evidencia que el visitante puede desarrollar itinerarios que combinen hospedaje, alimentación, actividades acuáticas, senderismo, patrimonio arqueológico y recorridos productivos. No obstante, la definición de paquetes, convenios y actividades que podría ofrecer el proyecto de glamping deberá desarrollarse posteriormente en el capítulo de aplicabilidad.

4.3 SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos mediante la aplicación del cuestionario a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, la observación directa y la revisión documental permitieron recopilar información relacionada con las características de los participantes, sus preferencias de hospedaje, disposición de pago, servicios valorados y condiciones generales de la oferta turística existente en el destino.

La muestra estuvo conformada principalmente por participantes de 26 a 45 años. En relación con el interés por la modalidad de alojamiento, el 72.9 % indicó que sí estaría interesado en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa, el 24.3 % respondió que tal vez lo consideraría y el 2.8 % manifestó que no estaría interesado.

La cabaña ecológica obtuvo la mayor preferencia entre las tipologías de alojamiento presentadas. Entre los aspectos más valorados se identificaron el contacto con la naturaleza, la privacidad, la tranquilidad, la calidad de las instalaciones y la incorporación de soluciones sostenibles.

En cuanto al precio, el 94.3 % de los participantes seleccionó opciones de hasta L 3,500 por noche. Los factores con mayor valoración para justificar el precio fueron la calidad de las instalaciones, los servicios incluidos y las características del entorno natural.

Las redes sociales y las recomendaciones de otras personas se ubicaron entre los canales de comunicación con mayor influencia en la decisión de reserva. Asimismo, los participantes seleccionaron promociones vinculadas con descuentos, paquetes y servicios complementarios.

Mediante la observación directa y la revisión documental se identificaron hoteles, cabañas, restaurantes, cafeterías, parques naturales, sitios arqueológicos, fincas turísticas y actividades recreativas en el entorno del Lago de Yojoa.

La oferta gastronómica registrada incluyó pescado frito, carnes, pollo, mariscos, desayunos, comidas rápidas, opciones infantiles, café y bebidas. También se identificaron establecimientos relacionados con la producción y comercialización de café.

Entre los principales atractivos y actividades identificados se encontraron el Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos, el Parque Nacional Cerro Azul Meámbar, las Cataratas de Pulhapanzak, Finca Santa Martha, paseos en catamarán, kayak, moto acuática, senderismo y observación de aves.

Los resultados presentados en este capítulo corresponden a los datos obtenidos mediante los instrumentos y fuentes consultadas. Su análisis para la formulación de conclusiones y su aplicación en la propuesta del proyecto se desarrolla en los capítulos V y VI.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

1. Factibilidad de mercado; El estudio determinó que existe interés por una propuesta de glamping en el Lago de Yojoa, principalmente entre adultos de 26 a 45 años. Los atributos más valorados fueron la privacidad, la tranquilidad y el contacto con la naturaleza, mientras que la cabaña ecológica obtuvo la mayor preferencia. En cuanto al precio, el 94.3 % de los participantes manifestó disposición a pagar hasta L 3,500 por noche. Este rango fue comparado con tarifas de hospedaje identificadas en la zona, comprendidas aproximadamente entre L 2,200 y L 4,440, según el tipo de alojamiento, capacidad y servicios ofrecidos. Por ello, el proyecto presentó condiciones preliminares favorables desde la perspectiva de mercado.
2. Factibilidad técnica. La implementación del proyecto es técnicamente posible siempre que el terreno seleccionado cumpla con las condiciones de accesibilidad, disponibilidad de servicios básicos, compatibilidad de uso de suelo y restricciones ambientales aplicables. La visita de campo permitió comprobar que el entorno del Lago de Yojoa dispone de una oferta turística complementaria conformada por restaurantes, hoteles, cabañas, actividades acuáticas, parques naturales, sitios arqueológicos y recorridos productivos. Entre los principales atractivos identificados se encuentran el Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos, PANACAM, las Cataratas de Pulhapanzak y Finca Santa Martha. La cabaña ecológica resulta compatible con las condiciones climáticas y con las preferencias de los participantes, siempre que incorpore protección contra la lluvia y humedad, ventilación, baño privado, seguridad y adecuada integración con el paisaje. No obstante, antes de definir el diseño y la cantidad de unidades deberán realizarse estudios topográficos, geotécnicos y ambientales, además de tramitar los permisos municipales, turísticos, sanitarios y de prevención de incendios.
3. Factibilidad financiera. El análisis financiero indica que, bajo los supuestos establecidos para el escenario base, ninguno de los dos tamaños evaluados alcanza la rentabilidad mínima esperada del 15 %. El escenario de cuatro cabañas presenta un valor actual neto negativo y una tasa interna de retorno inferior a la requerida, mientras que el escenario de ocho cabañas muestra un mejor desempeño debido a una distribución más eficiente de los costos fijos, aunque tampoco alcanza la rentabilidad mínima bajo las condiciones base. El

escenario optimista de ocho cabañas presenta resultados favorables al considerar una mayor ocupación y una tarifa promedio más elevada. Por lo tanto, el proyecto no puede considerarse financieramente viable de manera definitiva bajo el escenario base, sino como una propuesta de prefactibilidad condicionada a la reducción de la inversión inicial, el incremento de la ocupación, el fortalecimiento de los ingresos complementarios y la validación de las tarifas mediante el comportamiento real del mercado.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Factibilidad de mercado. Validar la factibilidad de mercado mediante una investigación posterior con una muestra más amplia de visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, aplicada durante diferentes temporadas turísticas. Esta validación deberá confirmar el perfil del consumidor, la disposición efectiva de pago, la aceptación de las tarifas propuestas y el comportamiento real de la demanda mediante pruebas de mercado, preventas y seguimiento de consultas y reservaciones.
2. Factibilidad técnica, logística y normativa. Desarrollar una etapa de factibilidad técnica definitiva antes de adquirir el terreno, comprometer capital o iniciar las obras. Esta etapa deberá incluir la validación legal y ambiental del inmueble, levantamiento topográfico, estudio geotécnico, evaluación de riesgos, diseños arquitectónicos y de ingeniería, disponibilidad de agua y energía, tratamiento de aguas residuales, manejo de residuos, permisos municipales, ambientales, turísticos, sanitarios y de prevención de incendios, así como cotizaciones formales y actualizadas.
3. Factibilidad financiera. Reformular el modelo financiero antes de autorizar la inversión, considerando la optimización de los costos iniciales, el capital de trabajo, las condiciones reales de financiamiento y la validación de la ocupación y tarifa promedio. Se recomienda iniciar con cuatro cabañas y evaluar la ampliación a ocho únicamente cuando la operación alcance una ocupación sostenida igual o superior al 60 %, genere flujo de efectivo positivo y presente un valor actual neto positivo y una tasa interna de retorno igual o superior al 15 %.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

El presente capítulo desarrolla la propuesta de aplicabilidad derivada de los resultados obtenidos en la investigación de prefactibilidad para la implementación de glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras.

La propuesta consiste en el desarrollo por etapas de YOCO-HA, un complejo de cabañas ecológicas orientado al turismo de naturaleza, descanso y experiencias diferenciadas. Su formulación integra los componentes de mercado, técnicos, arquitectónicos, ambientales, legales, operativos y financieros necesarios para orientar una futura implementación.

El proyecto se plantea inicialmente con cuatro cabañas y contempla una posible ampliación hasta ocho unidades. La ejecución de la segunda etapa dependerá del comportamiento real de la demanda, la ocupación alcanzada, los resultados financieros, la capacidad operativa y el cumplimiento de los requerimientos legales y ambientales.

La propuesta mantiene un alcance de prefactibilidad. Por esta razón, establece lineamientos preliminares para la toma de decisiones, pero no sustituye los estudios definitivos de suelo, topografía, hidrología, impacto ambiental, diseño estructural, instalaciones, permisos, cotizaciones formales ni validaciones técnicas específicas requeridas antes de iniciar la construcción.

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN POR ETAPAS DE YOCO-HA: COMPLEJO DE CABAÑAS ECOLÓGICAS TIPO GLAMPING EN EL LAGO DE YOJOA, HONDURAS

6.2 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

YOCO-HA se concibe como una propuesta de alojamiento turístico que combina contacto con la naturaleza, privacidad, tranquilidad, comodidad y criterios de sostenibilidad.

El proyecto contempla dos tipologías de alojamiento:

- a. Cabaña ecológica sencilla, con capacidad para dos huéspedes.
- b. Cabaña ecológica familiar, con capacidad para cuatro huéspedes.

La primera etapa estará integrada por dos cabañas sencillas y dos cabañas familiares, con una capacidad máxima aproximada de 12 huéspedes.

La segunda etapa considera la incorporación de cuatro unidades adicionales, manteniendo la misma proporción de tipologías, para alcanzar un total de ocho cabañas y una capacidad aproximada de 24 huéspedes.

La propuesta no se limita a la construcción física de las unidades. Incluye la definición del mercado objetivo, la estrategia de precios, canales de comercialización, identidad visual, criterios para seleccionar el terreno, infraestructura básica, sistemas sostenibles, modelo operativo, permisos, presupuesto, análisis financiero, riesgos e indicadores de control.

YOCO-HA se proyecta como un complejo de escala controlada, cuya implementación gradual permita reducir la exposición financiera, evaluar el comportamiento real de la demanda y realizar ajustes antes de ampliar la capacidad instalada.

La propuesta se fundamenta en los resultados obtenidos mediante el cuestionario aplicado a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, la observación directa y la revisión documental de la oferta turística existente.

El 72.9 % de los participantes manifestó que sí estaría interesado en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa, mientras que el 24.3 % indicó que tal vez lo consideraría. Estos resultados reflejaron una disposición preliminar hacia este tipo de alojamiento.

Los resultados obtenidos mediante la muestra probabilística permitieron identificar el interés y las preferencias de los participantes. Debido al carácter preliminar del estudio de prefactibilidad, estos resultados constituyen una base para formular la propuesta y deberán complementarse posteriormente con pruebas de mercado y mediciones de demanda efectiva.

Tabla 13. Relación entre los hallazgos de la investigación y las decisiones de la propuesta

Hallazgo relevante	Decisión de aplicabilidad
72.9 % respondió “sí” y 24.3 % “tal vez”	Implementar una oferta piloto de cuatro cabañas y validar la demanda real antes de ampliar.
La cabaña ecológica fue la tipología priorizada	Utilizar cabañas de madera y sistemas mixtos integrados con el paisaje.
94.3 % seleccionó una tarifa de hasta L 3,500	Fijar tarifas base de L 2,800 y L 3,500 según capacidad y temporada.
Privacidad, tranquilidad y naturaleza fueron atributos relevantes	Separar las unidades, orientar terrazas hacia vistas y controlar circulaciones.
Redes sociales, recomendaciones y página web fueron los canales priorizados	Concentrar la promoción en contenido visual, reservas directas y reputación digital.

Descuentos, promociones familiares y paquetes con tours fueron los incentivos más atractivos	Diseñar campañas temporales sin aplicar descuentos permanentes.
80.0 % señaló a Peña Blanca como zona atractiva	Usar la zona como referencia de búsqueda, sin sustituir la validación legal, técnica y ambiental.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Los participantes valoraron principalmente la privacidad, la tranquilidad, el contacto con la naturaleza, la calidad de las instalaciones y la incorporación de soluciones sostenibles.

La cabaña ecológica obtuvo la mayor preferencia entre las tipologías de alojamiento presentadas, por lo que se adoptó como base arquitectónica y comercial para el desarrollo de YOCO-HA.

En relación con el precio, el 94.3 % de los participantes seleccionó opciones de hasta L 3,500 por noche. Este resultado fue comparado con las tarifas de hospedaje identificadas en establecimientos del entorno del Lago de Yojoa, las cuales variaron aproximadamente entre L 2,200 y L 4,440, según la capacidad, ubicación, temporada, equipamiento y servicios ofrecidos.

A partir de esta información, se plantearon las siguientes tarifas preliminares:

- a. L 2,800 por noche para la cabaña ecológica sencilla.
- b. L 3,500 por noche para la cabaña ecológica familiar.

Estas tarifas corresponden al alojamiento y no incluyen automáticamente alimentación, transporte, recorridos o actividades turísticas. Los servicios complementarios podrán ofrecerse mediante paquetes opcionales o alianzas con proveedores de la zona.

Desde la perspectiva técnica, la propuesta responde a las condiciones climáticas y ambientales del Lago de Yojoa. Las cabañas deberán incorporar ventilación natural, cubiertas inclinadas, aleros, control solar, sistemas adecuados de drenaje, materiales resistentes a la humedad y soluciones de fácil mantenimiento.

Asimismo, será necesario asegurar el abastecimiento de agua, energía eléctrica, conectividad, tratamiento de aguas residuales, manejo de residuos sólidos, accesibilidad y prevención de riesgos.

La ubicación definitiva deberá seleccionarse mediante criterios técnicos, ambientales, legales y financieros. El terreno deberá contar con uso de suelo compatible, disponibilidad de servicios básicos, acceso vehicular, condiciones topográficas adecuadas y bajo nivel de exposición a inundaciones, deslizamientos u otras amenazas.

Desde la perspectiva financiera, la propuesta se justifica como un modelo de implementación condicionado. Los escenarios base de cuatro y ocho cabañas no alcanzaron la rentabilidad mínima esperada del 15 % y presentaron valores actuales netos negativos.

La viabilidad se identificó únicamente en el escenario optimista de ocho cabañas, con una ocupación estabilizada del 70 %, una tarifa promedio de L 3,500 y un adecuado control de la inversión y los costos operativos.

Por esta razón, se propone iniciar con cuatro unidades, analizar los resultados reales de operación y ampliar únicamente cuando la ocupación sostenida alcance o supere el 60 %, exista capacidad financiera y los indicadores demuestren condiciones favorables

La propuesta también contempla la diversificación de ingresos mediante alianzas con atractivos, restaurantes, cafeterías, fincas y operadores turísticos del entorno, incluyendo Los Naranjos, PANACAM, Cataratas de Pulhapanzak y Finca Santa Martha.

Estas alianzas permitirán ampliar la experiencia del huésped sin asumir directamente toda la inversión, operación y responsabilidad asociada con los servicios complementarios.

6.3 OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Diseñar un plan de implementación por etapas para YOCO-HA, complejo de cabañas ecológicas tipo glamping en el Lago de Yojoa, integrando los componentes de mercado, técnicos, arquitectónicos, legales, ambientales, operativos y financieros necesarios para orientar su desarrollo y evaluar las condiciones requeridas para avanzar hacia una etapa de factibilidad definitiva.

6.3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Definir el mercado objetivo, la propuesta de valor, los servicios, las tarifas, los canales de comercialización y las estrategias de promoción aplicables a YOCO-HA.
2. Desarrollar una propuesta técnica y arquitectónica preliminar que incluya criterios para seleccionar el terreno, tipologías de cabañas, programa arquitectónico, materiales, infraestructura y sistemas sostenibles.
3. Establecer los requerimientos legales, ambientales y operativos necesarios para la construcción y funcionamiento del complejo.

4. Diseñar la identidad visual y los principales lineamientos de comunicación de la marca YOCO-HA.
5. Estimar el presupuesto de inversión para las etapas de cuatro y ocho cabañas, considerando construcción, mobiliario, equipamiento, infraestructura y costos complementarios.
6. Analizar la viabilidad financiera del proyecto mediante proyecciones de ingresos, costos, flujos de efectivo, valor actual neto, tasa interna de retorno, período de recuperación, punto de equilibrio y análisis de sensibilidad.
7. Establecer un cronograma preliminar, indicadores de seguimiento, riesgos y condiciones necesarias para autorizar la ampliación del proyecto.

6.4 ALCANCE Y SUPUESTOS DE LA PROPUESTA

6.4.1 ALCANCE DE LA PRIMERA ETAPA

La primera etapa contempla la implementación de cuatro cabañas ecológicas:

- Dos cabañas sencillas para dos huéspedes cada una.
- Dos cabañas familiares para cuatro huéspedes cada una.

La capacidad máxima inicial será de 12 huéspedes.

Esta etapa incluirá:

- Construcción y equipamiento de las cuatro cabañas.
- Área de recepción y administración.
- Estacionamientos.
- Senderos y circulaciones.
- Áreas verdes.
- Infraestructura eléctrica e hidrosanitaria.
- Sistema preliminar de tratamiento de aguas residuales.
- Espacio para almacenamiento de residuos.
- Señalización.
- Sistemas básicos de seguridad.
- Implementación de la identidad visual.

- Contratación y capacitación del personal.
- Lanzamiento comercial inicial.

La primera etapa tendrá como propósito validar la demanda, la ocupación, las tarifas, los costos, la satisfacción de los huéspedes y el desempeño operativo del proyecto.

6.4.2 ALCANCE DE LA SEGUNDA ETAPA

La segunda etapa contempla la incorporación de cuatro cabañas adicionales, para alcanzar un total de ocho unidades.

La ampliación deberá mantener la misma lógica arquitectónica, ambiental y operativa de la primera etapa, evitando afectar la vegetación, los drenajes, la capacidad de los sistemas sanitarios o la privacidad entre unidades.

La ejecución de esta etapa estará condicionada a los siguientes criterios:

- Ocupación sostenida igual o superior al 60 %.
- Comportamiento favorable de la tarifa promedio.
- Flujo de efectivo operativo positivo.
- Satisfacción del huésped igual o superior al estándar definido.
- Capacidad suficiente de agua, energía y saneamiento.
- Cumplimiento de permisos y obligaciones ambientales.
- Disponibilidad de financiamiento o recursos propios.
- Actualización favorable del análisis financiero.

El cumplimiento del 60 % de ocupación no implicará automáticamente la ampliación. También deberán evaluarse la rentabilidad, el capital disponible, la demanda no atendida y la capacidad de la infraestructura existente.

Tabla 14. Fases para implementar la propuesta

Fase	Cómo se desarrollará	Entregable	Responsables
1. Validación	Seleccionar el terreno, verificar dominio, uso de suelo, acceso, servicios, riesgos y restricciones ambientales.	Informe de elegibilidad del terreno.	Inversionista, abogado, arquitecto y consultor ambiental.

2. Factibilidad	Actualizar demanda, precios, cotizaciones, topografía, geotecnia, ingenierías y modelo financiero.	Estudio de factibilidad y decisión de inversión.	Equipo de mercado, técnico y financiero.
3. Diseño y permisos	Adaptar planos al predio, completar ingenierías y tramitar autorizaciones.	Planos constructivos, licencias y permisos.	Arquitecto, ingenieros, abogado y gestor ambiental.
4. Construcción	Contratar, supervisar y documentar obras, instalaciones y pruebas.	Cuatro cabañas y áreas comunes terminadas.	Contratista, supervisor y proveedores.
5. Preapertura	Equipar, contratar, capacitar, probar procesos y ejecutar campaña de lanzamiento.	Operación piloto y ajustes.	Administración, marketing y personal operativo.
6. Operación y ampliación	Medir resultados y ampliar únicamente cuando se cumplan los umbrales definidos.	Decisión documentada sobre la segunda etapa.	Dirección e inversionistas.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.4.3 SUPUESTOS GENERALES DE LA PROPUESTA

La propuesta se desarrolló bajo los siguientes supuestos:

1. El proyecto se localizará en un terreno del entorno del Lago de Yojoa con uso de suelo compatible con alojamiento turístico.
2. El terreno contará con acceso vehicular o con posibilidad técnica y legal de habilitarlo.
3. Existirá disponibilidad de agua, energía eléctrica y conectividad, o será posible implementar sistemas alternativos.
4. La ubicación no se encontrará dentro de zonas de alto riesgo por inundación, deslizamiento o afectación ambiental.
5. La primera etapa estará integrada por cuatro cabañas y la segunda por cuatro unidades adicionales.
6. La tarifa preliminar será de L 2,800 para la cabaña sencilla y L 3,500 para la cabaña familiar.
7. Las tarifas incluirán únicamente alojamiento, salvo que se comercialicen paquetes específicos.
8. La ocupación inicial será inferior al nivel estabilizado y crecerá progresivamente conforme se consolide la marca.
9. Los ingresos complementarios provendrán de servicios opcionales y alianzas con operadores turísticos.
10. Los costos de construcción y equipamiento deberán actualizarse antes de la ejecución.
11. La evaluación financiera considerará una tasa mínima de rendimiento del 15 %.

12. La ampliación se analizará únicamente cuando la primera etapa alcance una ocupación sostenida mínima del 60 %.
13. El proyecto deberá cumplir con las disposiciones municipales, ambientales, turísticas, sanitarias y de prevención de incendios.
14. La operación requerirá capital de trabajo suficiente para cubrir los primeros meses de funcionamiento.

6.4.4 EXCLUSIONES Y VALIDACIONES REQUERIDAS

Por tratarse de una propuesta de prefactibilidad, quedan fuera del alcance definitivo:

- a. Selección y adquisición del terreno.
- b. Levantamiento topográfico.
- c. Estudio geotécnico.
- d. Estudio hidrológico.
- e. Evaluación ambiental específica.
- f. Diseño estructural final.
- g. Diseños eléctricos e hidrosanitarios definitivos.
- h. Diseño del sistema de tratamiento de aguas residuales.
- i. Planos constructivos completos.
- j. Presupuesto contractual.
- k. Condiciones definitivas de financiamiento.
- l. Permisos y licencias.
- m. Contratación de proveedores.
- n. Ejecución de las obras.

Antes de iniciar la inversión deberán realizarse las siguientes validaciones:

- a. Confirmar la situación legal y registral del terreno.
- b. Verificar el uso de suelo y las restricciones municipales.
- c. Realizar levantamiento topográfico y estudio de suelo.
- d. Identificar riesgos por inundación, erosión y deslizamiento.
- e. Determinar la capacidad de abastecimiento de agua y energía.

- f. Diseñar el tratamiento de aguas residuales y el manejo de residuos.
- g. Solicitar cotizaciones formales, firmadas y vigentes.
- h. Actualizar el presupuesto y el modelo financiero.
- i. Validar la demanda mediante una muestra ampliada y pruebas de mercado.
- j. Gestionar permisos municipales, ambientales, turísticos, sanitarios y de prevención de incendios.
- k. Confirmar que el escenario financiero definitivo presente un valor actual neto positivo y una tasa interna de retorno igual o superior al 15 %.
- l. Establecer el capital de trabajo requerido para la apertura y los primeros meses de operación.

Tabla 15. Supuestos, justificación y validación requerida

Supuesto	Justificación	Acción de validación
Terreno no incluido	No se ha seleccionado un predio ni definido su modalidad de adquisición.	Cotizar compra o arrendamiento y analizar su efecto en VAN, TIR y punto de equilibrio.
Diseños preliminares	Las plantas y el plan maestro se desarrollaron sobre un terreno tipo.	Ajustar a topografía, geotecnia, retiros, accesos, drenaje y normativa del predio.
Primera etapa de cuatro unidades	Reduce la exposición inicial y permite probar demanda, operación y reputación.	Mantenerla como piloto y ampliar solo con resultados sostenidos.
Capacidad final de ocho unidades	Permite distribuir mejor costos fijos y redes comunes.	Reservar espacio y dimensionar infraestructura principal para la capacidad final.
Valores en lempiras constantes de 2026	Se comparan flujos sin mezclar inflación nominal con costos base.	Actualizar precios y elaborar un escenario nominal antes de financiar.
Cotizaciones con vigencia limitada	Los precios comerciales pueden cambiar por promociones, transporte o disponibilidad.	Solicitar al menos tres cotizaciones comparables antes de adjudicar.
Ocupación gradual y estacional	Una operación nueva requiere construir reputación y enfrenta variaciones durante el año.	Revisar mensualmente ocupación, tarifa y origen de reservas.
Permisos pendientes	La autoridad competente depende de la ubicación definitiva.	No contratar obra irreversible antes de validar uso de suelo y licencia ambiental.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.5 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado aplicado transforma los resultados obtenidos mediante el cuestionario, la observación directa y la revisión documental en decisiones comerciales para YOCO-HA. Su finalidad es definir a quién se dirigirá el servicio, qué experiencia se ofrecerá, cuáles serán las tarifas preliminares, mediante qué canales se comercializará y qué acciones se utilizarán para captar y conservar huéspedes

La estrategia inicial se orientará principalmente al turismo nacional, debido a que el 95.7 % de los participantes indicó procedencia hondureña. Sin embargo, también se considerará como mercado complementario a los visitantes extranjeros interesados en turismo de naturaleza, observación de aves, arqueología, gastronomía y recorridos por el corredor central del país.

El mercado no se estimará únicamente a partir del porcentaje de personas que manifestó interés en hospedarse en un glamping. Por esta razón, las decisiones de mercado deberán validarse durante la etapa de factibilidad definitiva mediante una muestra ampliada, pruebas de preventa, seguimiento de consultas, reservaciones reales y comparación periódica con la competencia

La segmentación combina criterios geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales. Esta combinación permite evitar una definición basada únicamente en edad o ingresos y facilita diseñar mensajes, paquetes y canales específicos para cada grupo.

6.5.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La segmentación propuesta combina criterios geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales. Esta combinación permite definir grupos con necesidades similares y diseñar para cada uno mensajes, servicios, tarifas y canales de comercialización adecuados.

Tabla 16. Segmentación del mercado objetivo

Criterio	Segmento	Aplicación comercial
Geográfico	San Pedro Sula, Tegucigalpa, Comayagua, Santa Bárbara y otras ciudades conectadas por carretera; visitantes extranjeros en ruta por el corredor central.	Campañas digitales geolocalizadas, alianzas con operadores del destino y contenido en español e inglés.
Demográfico	Adultos de 26 a 45 años, parejas, familias pequeñas y grupos de amigos con capacidad de pago media y media-alta.	Cabañas para dos y cuatro huéspedes, tarifas diferenciadas y paquetes según composición del grupo.
Psicográfico	Personas que valoran naturaleza, descanso, privacidad, diseño, fotografía, gastronomía y sostenibilidad.	Comunicación centrada en baja densidad, contacto con el entorno, confort y experiencia.
Conductual	Viajeros que realizan turismo interno, comparan reseñas, reservan digitalmente y responden a paquetes temporales.	Página web, WhatsApp, redes sociales, plataformas de reserva y programa de referidos.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La segmentación no deberá utilizarse como una clasificación rígida. Durante la operación será necesario analizar el origen de las reservas, la edad, el motivo del viaje, la duración de la estadía, el tipo de cabaña seleccionado y el canal utilizado, con el propósito de ajustar el mercado objetivo según el comportamiento real de los huéspedes.

6.5.2 MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo primario estará integrado por parejas y adultos entre 26 y 45 años que realizan viajes de corta duración dentro de Honduras y buscan privacidad, tranquilidad, contacto con la naturaleza y comodidad.

Este grupo representó aproximadamente el 70 % de los participantes de la muestra y se relaciona con los atributos que obtuvieron mayor valoración en el cuestionario. Para este segmento se ofrecerá principalmente la cabaña ecológica sencilla, diseñada para dos personas.

El mercado secundario estará conformado por familias pequeñas y grupos de hasta cuatro personas interesados en compartir una experiencia de naturaleza sin renunciar a condiciones adecuadas de confort. Para este segmento se destinará la cabaña ecológica familiar.

El mercado complementario incluirá:

- a. Turistas extranjeros que visiten el corredor central de Honduras.
- b. Observadores de aves.
- c. Visitantes de PANACAM.
- d. Visitantes del Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos.
- e. Personas que visiten las Cataratas de Pulhapanzak.
- f. Participantes en actividades de café, senderismo y turismo rural.
- g. Viajeros por motivos académicos, empresariales o de retiro.
- h. Grupos pequeños interesados en experiencias privadas.

6.5.3 PERFIL DEL CLIENTE OBJETIVO

El cliente principal de YOCO-HA será una persona adulta, principalmente entre 26 y 45 años, con interés en realizar viajes de corta duración dentro de Honduras. Busca descansar fuera de la ciudad, valora la privacidad y prefiere espacios relacionados con la naturaleza.

Utiliza redes sociales para conocer nuevos destinos, consulta fotografías y videos antes de reservar, compara precios y toma en consideración las opiniones de otros huéspedes. También espera recibir respuestas rápidas, información clara y medios de pago accesibles.

Sus principales expectativas serán:

- a. Cabaña limpia y privada.
- b. Entorno tranquilo.

- c. Contacto visual y físico con la naturaleza.
- d. Baño privado.
- e. Cama confortable.
- f. Agua caliente.
- g. Seguridad.
- h. Buena atención.
- i. Acceso a internet.
- j. Información sobre actividades cercanas.
- k. Facilidad de reserva y pago.
- l. Prácticas ambientales visibles.

La decisión de compra dependerá de la relación entre precio, calidad de las instalaciones, ubicación, privacidad, comentarios de otros huéspedes y servicios disponibles.

6.5.4 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor de YOCO-HA consiste en ofrecer una experiencia de alojamiento en cabañas ecológicas independientes, confortables y visualmente integradas con el paisaje del Lago de Yojoa.

La experiencia combinará:

- a. Privacidad.
- b. Tranquilidad.
- c. Contacto con la naturaleza.
- d. Diseño arquitectónico.
- e. Comodidad.
- f. Atención personalizada.
- g. Prácticas sostenibles.
- h. Acceso a experiencias turísticas locales.

La diferenciación no dependerá únicamente de la estructura física de las cabañas. También se construirá mediante la preparación del espacio, limpieza, calidad del descanso, comunicación antes de la llegada, información turística, seguimiento posterior y coherencia entre la publicidad y la experiencia recibida.

La promesa comercial preliminar será:

“Una experiencia privada y confortable para descansar, reconectarse con la naturaleza y descubrir el entorno del Lago de Yojoa.”

6.5.5 PRODUCTO Y SERVICIOS

El producto principal será el servicio de alojamiento por noche en cabañas ecológicas. La propuesta se organizará en tres niveles: servicio principal, servicios incluidos y servicios complementarios.

6.5.5.1 SERVICIO PRINCIPAL DE ALOJAMIENTO

YOCO-HA ofrecerá dos tipologías:

Cabaña ecológica sencilla

- Capacidad máxima: dos huéspedes.
- Una habitación.
- Baño privado.
- Área de descanso.
- Terraza frontal.
- Jacuzzi.
- Vista hacia el entorno natural.
- Tarifa preliminar: L 2,800 por noche.

Cabaña ecológica familiar

- Capacidad máxima: cuatro huéspedes.
- Dos habitaciones.
- Baño compartido.
- Área de convivencia.
- Terraza.
- Jacuzzi.

- Vista hacia el entorno natural.
- Tarifa preliminar: L 3,500 por noche.

6.5.5.2 SERVICIOS INCLUIDOS

La tarifa de alojamiento incluirá:

- Uso de la cabaña.
- Ropa de cama.
- Toallas.
- Amenidades básicas.
- Agua caliente.
- Acceso a internet, sujeto a disponibilidad técnica.
- Estacionamiento.
- Limpieza antes del ingreso.
- Información sobre atractivos y actividades.
- Atención durante la estadía.
- Uso privado del jacuzzi de la unidad.

La alimentación, transporte y actividades turísticas no estarán incluidas automáticamente en la tarifa base.

6.5.5.3 SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Los servicios complementarios podrán comercializarse de manera opcional:

- Desayuno.
- Bebidas.
- Decoración para ocasiones especiales.
- Fogata o experiencia nocturna, si el terreno y la normativa lo permiten.
- Traslado desde puntos previamente definidos.
- Paquetes de aniversario.
- Recorridos turísticos.

- Visitas a fincas.
- Actividades de café.
- Senderismo.
- Kayak.
- Paseos en lancha o catamarán.
- Visitas culturales y arqueológicas.

La prestación de estos servicios podrá realizarse directamente o mediante terceros. En los casos operados por aliados, YOCO-HA podrá recibir una comisión o margen comercial sin asumir la totalidad de los costos de inversión.

Tabla 17. Componentes del producto turístico

Componente	Descripción	Modalidad
Hospedaje	2 cabañas sencillas y 2 familiares; capacidad máxima inicial de 12 huéspedes.	Servicio principal.
Servicios por unidad	Baño privado, A/C, WiFi, agua caliente, TV, refrigeradora, cafetera, ropa blanca, terraza y jacuzzi.	Incluidos en la tarifa base.
Alimentos y bebidas	Desayuno, café, bebidas y menú limitado de preparación sencilla.	Incluido según paquete o cobro adicional.
Experiencias	PANACAM, Los Naranjos, Pulhapanzak, fincas, kayak, catamarán y gastronomía.	Coordinación con terceros y comisión cuando corresponda.
Atención	Reservas, check-in, guía digital, asistencia por WhatsApp y seguimiento.	Atención diaria con protocolo.
Sostenibilidad	Ahorro de agua y energía, separación de residuos, compras locales y educación al huésped.	Integrado en operación y comunicación.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.5.5.4 ALIANZAS CON PRESTADORES TURÍSTICOS

Se deberán establecer alianzas con:

- Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos.
- PANACAM.
- Cataratas de Pulhapanzak.
- Finca Santa Martha.
- Restaurantes del Lago de Yojoa.
- Cafeterías y fincas productoras de café.

- Operadores de kayak, lancha y catamarán.
- Proveedores de transporte.

Cada alianza deberá establecer por escrito:

- Precio al público.
- Comisión o margen.
- Forma de pago.
- Responsabilidad por accidentes.
- Política de cancelación.
- Horarios.
- Cupos.
- Contacto operativo.
- Procedimiento de atención de reclamos.

6.5.5.5 ESTRATEGIA DE PRECIO

La estrategia de precio combinará tres referencias:

1. Disposición de pago obtenida mediante la encuesta.
2. Tarifas identificadas en la oferta de hospedaje del Lago de Yojoa.
3. Costos e indicadores financieros del proyecto.

El 94.3 % de los participantes seleccionó alternativas de hasta L 3,500 por noche. Este resultado se comparó con precios aproximados entre L 2,200 y L 4,440 identificados en hoteles, cabañas y complejos turísticos del entorno.

Tabla 18. Precios de referencia de la oferta de hospedaje

Establecimiento	Rango observado	Observación
Hotel La Naturaleza	L 2,200–L 2,900	Habitación doble, mini suite y triple.
Honduyate	L 2,267–L 2,729	Precio observado según fecha y plataforma.
Lagolandia	USD 131–USD 179	Cabaña para 2 o 4 personas con desayunos incluidos.
Cabañas Vergel	L 4,320	Precio referencial observado según fecha.
Cataratas de Pulhapanzak	L 4,065–L 4,440	Precio referencial observado según fecha.

Fuente: Elaboración propia con base en la observación y revisión documental del capítulo IV, 2026.

Nota: Los precios dependen de fecha, capacidad, impuestos, plataforma y servicios incluidos; deben verificarse antes de la apertura.

Tabla 19. Tarifas preliminares de YOCO-HA

Unidad	Capacidad	Tarifa base	Criterio
Cabaña ecológica sencilla	2 huéspedes	L 2,800	Tarifa base alineada con la disposición de pago y el rango competitivo.
Cabaña ecológica familiar	4 huéspedes	L 3,500	Tarifa base por mayor área, capacidad y equipamiento.
Persona adicional	Solo cuando el diseño y la normativa lo permitan	Por definir	Debe cubrir cama, ropa blanca, amenidades, consumo y desayuno cuando aplique.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La administración aplicará precios dinámicos dentro de límites aprobados. En temporada alta podrá utilizar la tarifa base o un incremento máximo inicial del 10 %; en temporada media se mantendrá la tarifa base; y en temporada baja se priorizarán paquetes, noches adicionales y descuentos condicionados de hasta 15 %. El objetivo es proteger el valor de la marca y no depender de promociones permanentes.

6.5.5.6 CRITERIOS PARA MODIFICAR LAS TARIFAS

Las tarifas podrán ajustarse según:

- Temporada.
- Día de la semana.
- Anticipación de la reserva.
- Duración de la estadía.
- Nivel de ocupación.
- Tipo de cabaña.
- Demanda del destino.
- Eventos especiales.
- Tarifas de la competencia.
- Comisiones de plataformas.
- Incrementos de costos.

Ningún descuento deberá aplicarse sin estimar su efecto sobre la tarifa promedio y el margen de contribución.

6.5.5.7 VALIDACIÓN FUTURA DE LAS TARIFAS

Antes de la apertura se deberán realizar:

- Encuesta complementaria con una muestra más amplia.
- Campaña de preventa.
- Publicación de anuncios de prueba.
- Medición de consultas por precio.
- Registro de intención de reserva.
- Comparación mensual con competidores.
- Pruebas A/B con diferentes beneficios.

La tarifa será considerada aceptada cuando genere un nivel suficiente de consultas, reservaciones y pagos anticipados sin depender permanentemente de descuentos.

6.5.6 POLÍTICA TARIFARIA Y TEMPORADAS

La política tarifaria permitirá responder a cambios en la demanda sin modificar constantemente el posicionamiento del proyecto.

6.5.6.1 TEMPORADA ALTA

Comprenderá de manera preliminar:

- Semana Santa.
- Feriado Morazánico.
- Navidad y Año Nuevo.
- Fines de semana largos.
- Fechas de alta demanda turística.

Durante estos períodos se podrá mantener la tarifa completa, establecer una estadía mínima y limitar descuentos.

6.5.6.2 TEMPORADA MEDIA

Comprenderá fines de semana ordinarios, vacaciones y meses con flujo turístico moderado.

Se podrán ofrecer paquetes de valor agregado, como decoración, desayuno o actividad complementaria, sin reducir significativamente la tarifa.

6.5.6.3 TEMPORADA BAJA

Comprenderá días entre semana y períodos con menor movimiento turístico.

Las acciones podrán incluir:

- Descuento por segunda noche.
- Tarifa especial de domingo a jueves.
- Paquetes para parejas.
- Promociones para residentes nacionales.
- Alianzas empresariales.
- Retiros de grupos pequeños.
- Estadías vinculadas con trabajo remoto.

6.5.6.4 CONDICIONES GENERALES

- Las tarifas deberán comunicarse antes de confirmar la reserva.
- Los impuestos y cargos deberán mostrarse de forma clara.
- Las promociones tendrán fechas y cupos definidos.
- Los descuentos no serán acumulables, salvo autorización.
- Las plataformas podrán mostrar tarifas distintas por sus comisiones.
- La administración revisará las tarifas mensualmente.
- Los precios deberán actualizarse antes de cada temporada alta.

6.5.6.5 PLAZA Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La plaza comprende tanto la ubicación física como los medios utilizados para reservar.

La ubicación definitiva deberá permitir acceso razonable desde las principales vías del corredor del Lago de Yojoa y conexión con atractivos turísticos. La elección se desarrollará dentro de la propuesta técnica.

Los canales de venta serán:

Canales directos

- Página web.
- WhatsApp Business.
- Redes sociales.
- Llamadas telefónicas.
- Correo electrónico.
- Reservas por recomendación.

Canales indirectos

- Airbnb.
- Booking u otras plataformas de alojamiento.
- Agencias de viaje.
- Operadores turísticos.
- Empresas.
- Alianzas con restaurantes y atractivos.

La estrategia priorizará las reservas directas, porque reducen las comisiones y facilitan la relación con el huésped. No obstante, durante la apertura será conveniente utilizar plataformas para aumentar la visibilidad y generar las primeras reseñas.

Tabla 20. Plan de canales de comercialización

Canal	Función	Forma de ejecución	Indicador
Página web con motor de reserva	Publicar disponibilidad, tarifas, políticas, paquetes y pagos.	Desarrollar sitio responsivo, motor de reserva y pasarela; actualizar inventario diariamente.	Reservas directas y tasa de conversión.
WhatsApp Business	Atender consultas, enviar cotizaciones y confirmar pagos.	Usar respuestas rápidas, catálogo, etiquetas y horario de atención.	Tiempo de respuesta menor a 15 minutos en horario.
Instagram, Facebook y TikTok	Generar conocimiento y deseo mediante contenido visual.	Publicar 3–4 veces por semana y pautar por ciudad, interés y temporada.	Alcance, interacción y consultas.

Booking, Airbnb u otras OTAs	Captar demanda que compara opciones y valora reseñas.	Cargar inventario limitado, sincronizar calendarios y controlar comisiones.	Ocupación aportada y costo por reserva.
Alianzas locales	Integrar hospedaje con tours, gastronomía y transporte.	Formalizar tarifas netas, responsabilidades, horarios y comisiones.	Paquetes vendidos y satisfacción.
Referidos y huéspedes anteriores	Aprovechar recomendaciones, segundo canal priorizado.	Código de referido y beneficio no acumulable para próxima estadía.	Reservas repetidas y referidas.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.5.7 PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

La comunicación deberá mostrar de manera realista la experiencia ofrecida. Las fotografías, videos y mensajes no deberán prometer vistas, servicios o condiciones que no existan.

Los mensajes principales serán:

- Privacidad y tranquilidad.
- Cabañas integradas con la naturaleza.
- Experiencia para parejas y familias pequeñas.
- Jacuzzi privado.
- Diseño comfortable.
- Cercanía con atractivos.
- Sostenibilidad.
- Atención personalizada.

Las acciones de promoción incluirán:

- Fotografía arquitectónica y de experiencia.
- Videos cortos.
- Recorridos virtuales.
- Contenido de actividades cercanas.
- Publicaciones educativas sobre el Lago de Yojoa.
- Colaboraciones con creadores de contenido.
- Campañas geolocalizadas.
- Programa de referidos.
- Paquetes de apertura.
- Gestión de reseñas.

Las reseñas deberán solicitarse aproximadamente 24 horas después de la salida y los comentarios públicos deberán responderse en un plazo máximo de 48 horas.

Tabla 21. Estrategias de promoción y forma de ejecución

Estrategia	Objetivo	Ejecución	Responsable
Prelanzamiento	Construir comunidad antes de abrir.	Publicar avances de obra, decisiones de diseño, paisajes y cuenta regresiva durante 8–10 semanas.	Diseñador o gestor de redes.
Lanzamiento	Generar reservas iniciales y reseñas verificadas.	Oferta limitada para las primeras 30 reservas, visita de creadores locales y apertura piloto.	Marketing + administración.
Contenido permanente	Mantener presencia y responder dudas.	Calendario mensual con recorridos, cabañas, experiencias, preguntas frecuentes y educación ambiental.	Gestor de redes.
Promociones familiares	Atender al mercado secundario.	Paquetes para 3–4 personas en fines de semana seleccionados, con reglas y cupos definidos.	Administración.
Paquetes con tours	Incrementar valor sin ampliar activos propios.	Combinar noche, desayuno y actividad mediante convenios con operadores.	Administración + aliados.
Reputación digital	Convertir la calidad del servicio en recomendación.	Solicitar reseña 24 horas después del check-out y responder comentarios en 48 horas.	Recepción / administración.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El presupuesto de lanzamiento deberá concentrarse en producción fotográfica, pauta digital geolocalizada, desarrollo web y alianzas. Las promociones serán temporales y medibles; si una campaña no produce consultas o reservas suficientes, se ajustarán el mensaje, la segmentación o el beneficio antes de aumentar el gasto.

6.5.8 PLAN COMERCIAL DEL PRIMER AÑO

El primer año se orientará a generar reconocimiento, validar tarifas y construir reputación digital.

Tabla 22. Plan comercial del primer año

Período	Objetivo	Acciones principales
Meses 1–3	Dar a conocer la marca	Campaña de lanzamiento, producción fotográfica, anuncios geolocalizados, colaboración con aliados y promoción de apertura
Meses 4–6	Aumentar reservas	Paquetes de fin de semana, programa de referidos, publicidad de testimonios y optimización de canales
Meses 7–9	Reducir estacionalidad	Promociones entre semana, paquetes para parejas, grupos pequeños y trabajo remoto
Meses 10–12	Consolidar resultados	Campañas de temporada alta, análisis de huéspedes recurrentes, revisión de tarifas y evaluación anual

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.5.8.1 INDICADORES COMERCIALES

Se monitorearán:

- Número de consultas.
- Porcentaje de consultas convertidas en reservas.
- Reservas confirmadas.
- Cancelaciones.
- Ocupación.
- Tarifa promedio.
- Ingreso por cabaña disponible.
- Duración promedio de estadía.
- Costo de adquisición.
- Participación de cada canal.
- Reseñas recibidas.
- Calificación promedio.
- Porcentaje de huéspedes recurrentes.

6.5.9 PROYECCIÓN DE DEMANDA Y OCUPACIÓN

La encuesta permite identificar la aceptación y las preferencias del mercado. Sin embargo, debido al alcance de prefactibilidad de la investigación, la demanda financiera no se proyecta únicamente a partir de las respuestas obtenidas, sino mediante las noches-cabaña disponibles y porcentajes graduales de ocupación.

La demanda financiera se modela mediante noches-cabaña disponibles y porcentajes de ocupación. Con cuatro unidades existen 1,460 noches-cabaña anuales; con ocho unidades, 2,920. La ocupación se incrementa gradualmente a medida que se consolida la reputación, se generan reseñas y se fortalecen los canales de venta.

Tabla 23. Demanda anual expresada en noches-cabaña vendidas

Ocupación	4 cabañas/año	8 cabañas/año	4 cabañas/mes	8 cabañas/mes
40 %	584	1,168	48.7	97.3
45 %	657	1,314	54.8	109.5
50 %	730	1,460	60.8	121.7
55 %	803	1,606	66.9	133.8
60 %	876	1,752	73.0	146.0

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La ocupación base se proyecta en 40 % durante el primer año, 45 % en el segundo, 50 % en el tercero, 55 % en el cuarto y 60 % a partir del quinto. Esta trayectoria es un supuesto de penetración gradual, no un resultado directo de la encuesta.

Deberá revisarse trimestralmente con base en reservas, cancelaciones, tarifa promedio, reseñas y participación de cada canal.

Tabla 24. Estacionalidad preliminar y acciones comerciales

Temporada	Meses de referencia	Comportamiento esperado	Acción tarifaria	Ocupación objetivo
Alta	Marzo-abril, julio-agosto y diciembre	Feriados, Semana Santa, vacaciones y celebraciones.	Tarifa base a +10 %; mínima dependencia de descuentos.	70 % estabilizado.
Media	Enero-febrero, junio y noviembre	Viajes de fin de semana y demanda regular.	Tarifa base y paquetes de valor agregado.	60 % estabilizado.
Baja	Mayo, septiembre y octubre	Menor demanda y mayor sensibilidad al clima.	Paquetes, noche adicional y descuentos condicionados hasta 15 %.	43.3 % estabilizado.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Nota: La combinación ponderada de las ocupaciones estabilizadas equivale aproximadamente al 60 % anual. Los meses deben ajustarse con datos reales después del primer año.

6.5.10 PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO

La distribución mensual preliminar se plantea considerando una ocupación anual promedio del 40 %.

Tabla 25. Ocupación mensual preliminar de la primera etapa

Mes	Ocupación objetivo	Noches disponibles	Noches-cabaña vendidas aproximadas
Enero	38 %	124	47
Febrero	35 %	112	39
Marzo	42 %	124	52

Abril	55 %	120	66
Mayo	32 %	124	40
Junio	35 %	120	42
Julio	45 %	124	56
Agosto	38 %	124	47
Septiembre	30 %	120	36
Octubre	30 %	124	37
Noviembre	38 %	120	46
Diciembre	62 %	124	77
Total aproximado	40 % promedio	1,460	585

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Los porcentajes mensuales son preliminares y deberán revisarse según vacaciones, feriados, clima, comportamiento del destino, reservas y cancelaciones.

6.5.11 DEMANDA ANUAL EXPRESADA EN NOCHES-CABAÑA

Ocupación	Cuatro cabañas	Ocho cabañas
40 %	584 noches	1,168 noches
45 %	657 noches	1,314 noches
50 %	730 noches	1,460 noches
55 %	803 noches	1,606 noches
60 %	876 noches	1,752 noches
70 %	1,022 noches	2,044 noches

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La ampliación del proyecto no deberá aprobarse únicamente porque se alcance un 60 % en un mes aislado. La ocupación deberá mantenerse de forma sostenida, preferiblemente durante al menos seis meses, acompañada de flujo operativo positivo y demanda no atendida.

6.5.12 ANÁLISIS COMPETITIVO

La competencia directa estará integrada por hoteles, cabañas, fincas y alojamientos que ofrecen hospedaje de naturaleza en el entorno del Lago de Yojoa.

La competencia indirecta estará conformada por:

- Hoteles urbanos.
- Casas vacacionales.
- Alojamientos en otros destinos naturales.
- Excursiones sin pernoctación.
- Hospedajes tradicionales de menor precio.

Los criterios de comparación serán:

- Tarifa.
- Capacidad.
- Ubicación.
- Privacidad.
- Diseño.
- Servicios.
- Jacuzzi.
- Alimentación.
- Actividades.
- Sostenibilidad.
- Reseñas.
- Canales de reserva.
- Calidad visual de la promoción.

Tabla 26. Posicionamiento competitivo preliminar

Variable	Oferta tradicional observada	Posicionamiento propuesto de YOCO-HA
Tipo de alojamiento	Hoteles, cabañas y fincas	Cabañas ecológicas tipo glamping
Experiencia	Hospedaje y recreación	Privacidad, diseño y naturaleza
Capacidad	Variable	Dos y cuatro huéspedes
Tarifa	Aproximadamente L 2,200 a L 4,440	L 2,800 y L 3,500

Diferenciador	Ubicación, instalaciones o actividades	Jacuzzi privado, baja densidad e identidad integrada
Servicios turísticos	Propios o externos	Alianzas y paquetes opcionales
Comercialización	Redes, teléfono y plataformas	Estrategia digital multicanal
Sostenibilidad	Variable	Sistemas y prácticas visibles y medibles

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El posicionamiento deberá evitar competir únicamente por precio. La ventaja propuesta estará relacionada con la experiencia, privacidad, calidad visual, servicio y relación con el entorno.

6.5.13 ESTIMACIÓN DEL MERCADO POTENCIAL

La investigación utilizó como referencia una población aproximada de 350,000 visitantes anuales al Lago de Yojoa. Sin embargo, no todos estos visitantes requerirán alojamiento, estarán interesados en glamping o tendrán la capacidad y disposición de pagar las tarifas propuestas.

Por ello, no se utilizará el 72.9 % de interés de la encuesta para calcular directamente el número de clientes potenciales.

La capacidad de la primera etapa es limitada. A una ocupación del 40 %, el proyecto necesita vender aproximadamente 584 noches-cabaña en el primer año. A una ocupación del 60 %, necesita vender 876 noches-cabaña.

Incluso si cada reserva correspondiera a una sola estadía, el número requerido representaría una fracción reducida del flujo turístico anual de referencia. No obstante, la viabilidad dependerá de convertir esa fracción en reservas efectivas mediante posicionamiento, canales adecuados, precios aceptados y una experiencia satisfactoria.

La estimación definitiva del mercado deberá realizarse durante la etapa de factibilidad mediante:

- Estadísticas actualizadas de visitantes.
- Tasa real de pernoctación.
- Duración promedio de estadía.
- Procedencia.
- Gasto turístico.

- Ocupación de competidores.
- Reservas por temporada.
- Prueba de preventa.
- Medición de conversión.
- Disposición efectiva de pago.

6.5.14 SÍNTESIS DEL ESTUDIO DE MERCADO APLICADO

El estudio de mercado aplicado establece que YOCO-HA deberá orientarse inicialmente a parejas y adultos de 26 a 45 años, sin excluir familias pequeñas, grupos reducidos y visitantes extranjeros.

La propuesta comercial se basará en privacidad, tranquilidad, naturaleza, diseño y atención personalizada. Las tarifas preliminares serán de L 2,800 para la cabaña sencilla y L 3,500 para la cabaña familiar.

El proyecto iniciará con cuatro unidades y utilizará una combinación de venta directa, redes sociales, plataformas y alianzas. La ocupación inicial del 40 % será considerada un supuesto de prefactibilidad y deberá validarse mediante resultados reales.

La comercialización deberá medirse de forma permanente. Cuando la ocupación, tarifa promedio, satisfacción, flujo de efectivo y demanda no atendida alcancen los valores establecidos, podrá analizarse la ampliación a ocho cabañas.

6.6 ESTUDIO TÉCNICO

La propuesta técnica de YOCO-HA se plantea como un complejo turístico de baja densidad, integrado por cabañas ecológicas independientes, áreas de apoyo y espacios exteriores vinculados con el paisaje natural del Lago de Yojoa.

El diseño busca responder a las preferencias identificadas en el estudio de mercado, principalmente privacidad, tranquilidad, contacto con la naturaleza, comodidad y calidad de las instalaciones. También considera las condiciones propias del entorno, entre ellas humedad, lluvias frecuentes, exposición solar, presencia de insectos, pendientes variables y fragilidad ambiental.

La implantación deberá adaptarse a las características del terreno seleccionado, reduciendo movimientos innecesarios de tierra y evitando la ocupación de áreas de riesgo, zonas de escorrentía natural, cauces, áreas protegidas o sectores con vegetación de alto valor ambiental.

La primera etapa contempla cuatro cabañas: dos sencillas y dos familiares. El diseño general deberá prever desde el inicio la futura ampliación a ocho unidades, dejando capacidad suficiente en redes hidrosanitarias, energía, estacionamientos, circulación y tratamiento de aguas residuales.

La propuesta técnica presentada corresponde a un nivel de prefactibilidad. Los planos, dimensiones, sistemas constructivos y soluciones de infraestructura deberán verificarse posteriormente mediante levantamiento topográfico, estudio geotécnico, evaluación ambiental, diseños estructurales e instalaciones definitivas.

6.6.1 CONCEPTO TÉCNICO DEL PROYECTO

El concepto técnico de YOCO-HA se basa en la integración entre arquitectura, paisaje y experiencia turística.

Las cabañas se proponen como unidades independientes, separadas entre sí para conservar la privacidad visual y acústica. Su orientación deberá aprovechar las mejores vistas del terreno, favorecer la ventilación natural y reducir la exposición solar directa durante las horas de mayor temperatura.

La arquitectura utilizará una imagen cálida y natural mediante madera tratada, acabados de apariencia orgánica, piedra, vidrio y materiales complementarios resistentes a las condiciones de humedad.

Las cubiertas serán inclinadas para facilitar la evacuación del agua lluvia y deberán contar con aleros suficientes para proteger paredes, ventanas, puertas y terrazas.

Cuando las condiciones topográficas o de humedad del terreno lo requieran, las cabañas podrán elevarse parcialmente mediante pilotes, pedestales o plataformas estructurales. Esta solución deberá definirse con base en los resultados del estudio de suelo y el diseño estructural definitivo.

El concepto técnico se orientará por los siguientes principios:

- Implantación de baja densidad.
- Privacidad entre cabañas.
- Adaptación a la topografía.
- Reducción de movimientos de tierra.
- Protección de la vegetación existente.
- Aprovechamiento de vistas naturales.
- Ventilación e iluminación natural.
- Manejo adecuado de aguas lluvias.
- Materiales resistentes a humedad e insectos.
- Facilidad de mantenimiento.
- Accesibilidad y seguridad.
- Posibilidad de ampliación por etapas.

Las áreas de servicio se concentrarán en sectores de acceso sencillo para facilitar abastecimiento, limpieza, mantenimiento y recolección de residuos, procurando que estas actividades no interfieran con la experiencia de los huéspedes.

6.6.2 CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DEL TERRENO

La selección del terreno constituye una de las decisiones más importantes del proyecto, debido a que condicionará la inversión, el diseño, los permisos, la infraestructura, la seguridad y la experiencia turística.

El terreno definitivo deberá evaluarse considerando criterios técnicos, legales, ambientales, paisajísticos y financieros.

6.6.2.1 CRITERIOS TÉCNICOS DE LOCALIZACIÓN

El terreno deberá cumplir, como mínimo, con las siguientes condiciones:

1. Acceso vehicular durante todo el año.
2. Cercanía razonable a una vía principal.
3. Condiciones topográficas que permitan construir sin movimientos excesivos de tierra.
4. Estabilidad preliminar del suelo, sujeta a verificación geotécnica.

5. Posibilidad de abastecimiento de agua potable.
6. Disponibilidad de energía eléctrica o factibilidad para instalar sistemas alternativos.
7. Cobertura de telefonía e internet o posibilidad de mejorar la conectividad.
8. Espacio suficiente para cabañas, estacionamientos, senderos, áreas de servicio y ampliación.
9. Posibilidad de manejar aguas lluvias sin afectar terrenos vecinos.
10. Capacidad para instalar un sistema de tratamiento de aguas residuales.
11. Vistas hacia el lago, montañas, bosque o vegetación.
12. Separación suficiente respecto a fuentes de ruido o contaminación.
13. Bajo nivel de riesgo ante inundaciones, deslizamientos y erosión.
14. Compatibilidad con el uso de suelo.
15. Posibilidad legal y ambiental de obtener permisos.

6.6.2.2 MATRIZ PRELIMINAR DE EVALUACIÓN

Para comparar diferentes opciones de terreno se propone una matriz ponderada.

Tabla 27. Matriz preliminar para la selección del terreno

Criterio	Ponderación	Escala de evaluación
Accesibilidad vehicular	12 %	1 a 5
Condiciones topográficas	12 %	1 a 5
Estabilidad preliminar del suelo	10 %	1 a 5
Disponibilidad de agua	10 %	1 a 5
Disponibilidad de energía	8 %	1 a 5
Posibilidad de saneamiento	10 %	1 a 5
Vistas y calidad paisajística	10 %	1 a 5
Privacidad y tranquilidad	8 %	1 a 5
Compatibilidad legal y ambiental	12 %	1 a 5
Capacidad de ampliación	8 %	1 a 5
Total	100 %	

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Nota: Se recomienda seleccionar únicamente terrenos con una calificación mínima de 75/100 y sin incumplimientos legales o ambientales críticos.

Cada terreno deberá calificarse de uno a cinco, donde:

- 1 representa una condición desfavorable.
- 2 representa una condición deficiente.
- 3 representa una condición aceptable.

- 4 representa una condición favorable.
- 5 representa una condición muy favorable.

El puntaje ponderado permitirá comparar alternativas, pero no sustituirá los estudios especializados ni la revisión legal del inmueble.

6.6.2.3 CONDICIONES EXCLUYENTES

Aunque un terreno obtenga un puntaje general favorable, deberá descartarse cuando presente una o más de las siguientes condiciones:

- Ubicación dentro de una zona de riesgo no mitigable.
- Incompatibilidad de uso de suelo.
- Conflictos de propiedad o falta de documentación.
- Restricciones ambientales que impidan el proyecto.
- Ausencia de acceso legal.
- Imposibilidad de abastecimiento de agua.
- Imposibilidad técnica de tratar aguas residuales.
- Pendientes excesivas que eleven significativamente la inversión.
- Presencia de cauces o zonas de inundación dentro del área de implantación.
- Afectación directa a áreas protegidas o ecosistemas sensibles.
- Costos de urbanización superiores a la capacidad financiera del proyecto.

6.6.3 TAMAÑO DEL PROYECTO Y DESARROLLO POR ETAPAS

El proyecto se desarrollará mediante dos etapas principales. La ejecución gradual permitirá controlar la inversión, observar el comportamiento real de la demanda y ajustar la operación antes de aumentar la capacidad.

6.6.3.1 PRIMERA ETAPA

La primera etapa incluirá:

- Dos cabañas ecológicas sencillas.
- Dos cabañas ecológicas familiares.

- Recepción y administración.
- Área pequeña para preparación o entrega de alimentos.
- Estacionamientos.
- Senderos peatonales.
- Áreas verdes.
- Cuarto de equipos o mantenimiento.
- Área para almacenamiento temporal de residuos.
- Infraestructura hidrosanitaria.
- Infraestructura eléctrica.
- Tratamiento de aguas residuales.
- Señalización.
- Sistemas básicos de seguridad.

La capacidad máxima inicial será de 12 huéspedes.

6.6.3.2 SEGUNDA ETAPA

La segunda etapa incorporará cuatro cabañas adicionales, hasta alcanzar un total de ocho unidades y una capacidad máxima aproximada de 24 huéspedes.

La ampliación deberá considerar:

- Capacidad disponible de agua.
- Capacidad eléctrica.
- Capacidad del sistema de aguas residuales.
- Número de estacionamientos.
- Necesidades de personal.
- Áreas de almacenamiento.
- Mayor producción de residuos.
- Incremento en mantenimiento.
- Posible ampliación de recepción y áreas comunes.

La ampliación se ejecutará únicamente cuando la primera etapa alcance una ocupación sostenida igual o superior al 60 %, presente flujo operativo favorable y exista demanda no atendida.

Tabla 28. Desarrollo propuesto por etapas

Etapa	Unidades	Capacidad máxima	Infraestructura	Condición
Primera etapa	2 sencillas + 2 familiares	12 huéspedes	Recepción, café, estacionamiento, lavandería, bodega, senderos y redes principales.	Apertura y validación.
Segunda etapa	2 sencillas + 2 familiares adicionales	24 huéspedes acumulados	Extensión de senderos, conexiones, paisajismo y refuerzo operativo.	Solo si se cumplen ocupación, flujo y capacidad de servicio.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La ampliación no se autorizará únicamente por alcanzar un mes de alta ocupación. Se requerirá una ocupación promedio mínima cercana al 60 % durante al menos doce meses, flujo operativo positivo, satisfacción igual o superior a 4.5/5, mantenimiento controlado y financiamiento compatible con el flujo proyectado.

Aunque la primera etapa contempla únicamente cuatro cabañas, se recomienda adquirir o arrendar desde el inicio un terreno con capacidad para el desarrollo final de ocho unidades. El plan maestro deberá reservar las áreas destinadas a la ampliación, evitando que la segunda etapa requiera modificar las circulaciones, redes principales, áreas comunes o sistemas de tratamiento instalados inicialmente.

6.6.4 PROGRAMA ARQUITECTÓNICO

El programa se definió a partir de la capacidad inicial, los servicios considerados indispensables, los flujos operativos y el objetivo de mantener áreas comunes compactas. Las superficies de las cabañas se relacionan con la cotización recibida; las áreas comunes se presentan como rangos hasta disponer del terreno y del anteproyecto definitivo.

Tabla 29. Programa arquitectónico preliminar de la primera etapa

Espacio	Cantidad	Función
Cabaña ecológica sencilla	2	Hospedaje para dos personas
Cabaña ecológica familiar	2	Hospedaje para cuatro personas
Recepción y administración	1	Registro, atención y control
Área de apoyo para alimentos	1	Preparación básica, almacenamiento o entrega
Estacionamientos	Según normativa y capacidad	Vehículos de huéspedes y personal
Senderos peatonales	Según implantación	Conectar cabañas y áreas comunes
Área de mantenimiento	1	Herramientas, repuestos y equipos
Almacén de ropa blanca	1	Lencería, amenidades y suministros

Área de residuos	1	Clasificación y almacenamiento temporal
Cuarto eléctrico o técnico	1	Tableros, bombas y equipos
Sistema de saneamiento	1	Tratamiento de aguas residuales
Áreas verdes y descanso	Según terreno	Integración paisajística y recreación pasiva

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La recepción deberá ubicarse cerca del acceso principal para controlar el ingreso y reducir el recorrido de los vehículos dentro del complejo.

Las cabañas deberán localizarse en sectores más privados, separadas de las áreas de servicio, estacionamientos y circulación vehicular.

6.6.4.1 CABAÑA ECOLÓGICA SENCILLA

La cabaña sencilla se diseña para dos huéspedes y funciona como producto principal para parejas. El área cubierta aproximada de 40 m² permite integrar dormitorio, baño privado, almacenamiento y estación de apoyo sin sobredimensionar la construcción. La terraza frontal de 10 a 11 m² incorpora el jacuzzi y mobiliario exterior, convirtiéndose en el principal espacio de relación con el paisaje.

La orientación deberá privilegiar vistas, privacidad y protección solar. Los aleros, mosquiteros, ventilación cruzada y acabados resistentes a humedad responden al clima del Lago de Yojoa. La ubicación de equipos y registros debe permitir mantenimiento sin ingresar innecesariamente al dormitorio.

Tabla 30. Características de la cabaña ecológica sencilla

Aspecto	Descripción
Capacidad	2 huéspedes
Área	40 m ² cubiertos + 10–11 m ² de terraza frontal
Ambientes	Dormitorio, baño privado, estación de café, almacenamiento y terraza con jacuzzi.
Equipamiento	Cama king, mesas laterales, clóset, A/C, WiFi, TV, refrigeradora, cafetera y mobiliario exterior, Jacuzzi privado.
Criterios	Vista natural, privacidad, ventilación, aleros, mosquiteros, seguridad y mantenimiento accesible.

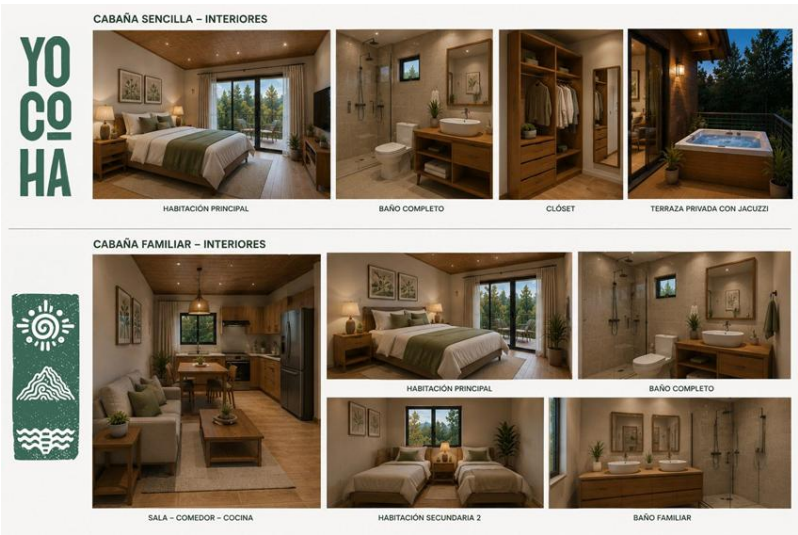
Fuente: Elaboración propia, 2026.

Ilustración 22. Planta arquitectónica de la cabaña ecológica sencilla



Fuente: Elaboración propia, 2026.

Ilustración 23. Referencia de interior de las dos tipologías de cabaña



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.6.4.2 CABAÑA ECOLÓGICA FAMILIAR

La cabaña familiar se plantea para cuatro huéspedes y responde a familias pequeñas o grupos de amigos. La propuesta incorpora dos dormitorios, un baño compartido ubicado de forma

central, sala-comedor-cocineta compacta y terraza frontal de aproximadamente 15 m² con jacuzzi. La organización debe controlar la circulación y permitir privacidad básica entre dormitorios.

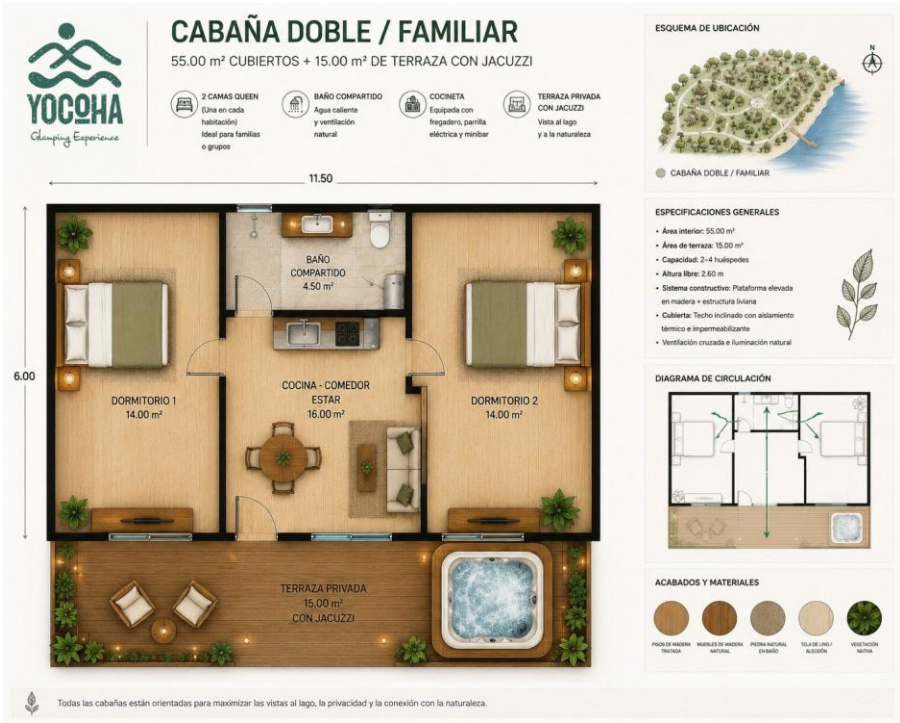
El diseño evita duplicar instalaciones sanitarias, concentra las redes húmedas y mantiene una fachada coherente con la cabaña sencilla. La terraza se dimensiona para cuatro usuarios y deberá verificarse estructuralmente por la carga del jacuzzi y del mobiliario.

Tabla 31. Características de la cabaña ecológica doble o familiar

Aspecto	Descripción
Capacidad	Hasta 4 huéspedes
Área	55 m² cubiertos + aproximadamente 15 m² de terraza frontal
Ambientes	Dos dormitorios, baño compartido central, sala-comedor-cocineta compacta, almacenamiento y terraza.
Equipamiento	Camas queen, clósets, A/C, WiFi, TV, refrigeradora, estufa, microondas, comedor, sala y mobiliario exterior.
Criterios	Privacidad interna, circulación clara, seguridad familiar, protección climática y relación con el paisaje.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Ilustración 24. Planta arquitectónica de la cabaña ecológica doble o familiar



Fuente: Elaboración propia, 2026.

Ilustración 25. Fachadas arquitectónicas de las dos tipologías de cabaña

REFERENCIA DE FACHADA
CABAÑA SENCILLA
TERRAZA FRONTAL ÚNICAMENTE
FACHADA FRONTAL



REFERENCIA DE FACHADA
CABAÑA FAMILIAR
TERRAZA FRONTAL ÚNICAMENTE
FACHADA FRONTAL



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.6.5 DISTRIBUCIÓN GENERAL Y PLAN MAESTRO

El plan maestro deberá organizar el terreno en zonas funcionales y permitir la ampliación futura.

La distribución preliminar incluirá:

6.6.5.1 ZONA DE ACCESO

- Portón o control de ingreso.
- Rótulo principal.
- Recepción.
- Estacionamientos.
- Área de descenso.

6.6.5.2 ZONA DE HOSPEDAJE

- Cabañas sencillas.
- Cabañas familiares.
- Terrazas.
- Jacuzzis.
- Áreas verdes privadas.

6.6.5.3 ZONA DE SERVICIOS

- Mantenimiento.
- Almacenamiento.
- Ropa blanca.
- Residuos.
- Equipos eléctricos.
- Bombas.
- Saneamiento.

6.6.5.4 ZONA PAISAJÍSTICA

- Senderos.
- Vegetación existente.
- Áreas de descanso.
- Miradores, cuando el terreno lo permita.
- Espacios de contemplación.

La circulación vehicular deberá concentrarse cerca del acceso. En el interior del complejo se priorizarán recorridos peatonales.

Los senderos deberán contar con iluminación baja, superficies estables, drenaje y señalización.

Las cabañas deberán orientarse de forma que:

- No exista visión directa entre terrazas.
- Se aprovechen las mejores visuales.
- Se favorezca la ventilación.
- Se reduzca la incidencia solar crítica.
- Se mantenga distancia de áreas técnicas.
- Se conserve la vegetación existente.

Ilustración 26. Esquema conceptual de zonificación



Fuente: Elaboración propia, 2026.

El plan maestro de la primera etapa organiza cuatro unidades y reserva espacio para las conexiones futuras. El diseño definitivo deberá adaptarse a curvas de nivel, árboles relevantes, dirección de escorrentías, vistas y retiros. No se recomienda imponer la geometría preliminar a un terreno que requiera movimientos de tierra excesivos.

Ilustración 27. Plan maestro preliminar de la primera etapa: cuatro cabañas



Fuente: Elaboración propia, 2026.

La ampliación a ocho unidades se plantea como crecimiento lineal o por agrupaciones, manteniendo la privacidad y sin sobrecargar el acceso. Antes de ampliar se verificará la capacidad de cisterna, saneamiento, energía, lavandería, café, estacionamiento y personal.

Ilustración 28. Plan maestro preliminar de ampliación: ocho cabañas



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.6.6 MATERIALES Y CRITERIOS CONSTRUCTIVOS

Los materiales deberán seleccionarse de acuerdo con su resistencia, disponibilidad, mantenimiento, comportamiento ante la humedad y compatibilidad con el entorno.

La utilización de madera deberá acompañarse de tratamientos contra humedad, hongos, termitas e insectos. No se recomienda utilizar madera sin protección en contacto directo con el suelo.

Tabla 32. Materiales y criterios constructivos

Componente	Material o solución preliminar	Criterio técnico
Cimentación	Concreto reforzado, pilotes o pedestales según suelo	Adaptación a topografía y humedad
Estructura	Madera estructural tratada, acero o sistema mixto	Resistencia, rapidez y mantenimiento
Paredes	Sistemas livianos, paneles, madera tratada o mampostería localizada	Aislamiento, durabilidad y facilidad de reparación
Cubierta	Lámina termoacústica o sistema equivalente	Evacuación de lluvia y control térmico
Aleros	Proyección suficiente alrededor de la cabaña	Protección frente a lluvia y sol

Componente	Material o solución preliminar	Criterio técnico
Ventanas	Aluminio, PVC o madera tratada con vidrio	Ventilación, iluminación y sellado
Pisos interiores	Porcelanato, vinilo técnico o acabado resistente	Fácil limpieza y resistencia a humedad
Pisos exteriores	Material antideslizante	Seguridad durante lluvia
Terrazas	Madera tratada, deck sintético o material resistente	Durabilidad y bajo mantenimiento
Baños	Revestimientos impermeables	Higiene y control de humedad
Aislamiento	Térmico y acústico en cubierta y paredes	Confort del huésped
Mallas	Cedazo o mosquitero	Control de insectos

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.6.6.1 RESPUESTA A LA HUMEDAD

Para controlar la humedad se deberán considerar:

- Barreras impermeables.
- Ventilación cruzada.
- Separación del suelo.
- Drenajes perimetrales.
- Sellado de juntas.
- Tratamiento de madera.
- Revestimientos resistentes.
- Pendientes adecuadas en baños y terrazas.
- Mantenimiento preventivo.

6.6.6.2 RESPUESTA A LA LLUVIA

Las cubiertas deberán contar con:

- Pendiente suficiente.
- Canaletas.
- Bajantes.
- Descarga controlada.
- Aleros.
- Protección de accesos.
- Drenaje en terrazas.

- Evacuación lejos de cimentaciones.

El agua lluvia no deberá descargarse directamente sobre senderos, terrazas o terrenos vecinos.

6.6.6.3 CONFORT TÉRMICO Y VENTILACIÓN

Para reducir el consumo energético se propone:

- Orientación favorable.
- Ventilación cruzada.
- Aberturas protegidas.
- Aislamiento de cubierta.
- Altura interior adecuada.
- Colores y materiales que reduzcan la ganancia térmica.
- Vegetación para sombra.
- Equipos de aire acondicionado eficientes.

6.6.6.4 PROTECCIÓN CONTRA INSECTOS

Las unidades deberán incorporar:

- Mallas en ventanas.
- Sellado de puertas.
- Control de humedad.
- Eliminación de agua estancada.
- Limpieza frecuente.
- Manejo adecuado de residuos.
- Tratamientos preventivos compatibles con el ambiente.

6.6.7 SISTEMAS SOSTENIBLES

Los sistemas sostenibles deberán ser funcionales, medibles y compatibles con el presupuesto.

No se recomienda incorporar tecnologías únicamente como elemento publicitario. Cada sistema deberá demostrar utilidad, costo de mantenimiento y beneficio ambiental.

Tabla 33. Sistemas sostenibles propuestos

Sistema	Aplicación	Indicador
Iluminación LED	Cabañas y áreas exteriores	Consumo mensual
Equipos eficientes	Aire acondicionado y bombas	Consumo por cabaña
Calentamiento eficiente	Agua caliente	Energía utilizada
Captación de agua lluvia	Riego y limpieza, sujeto a diseño	Volumen recuperado
Grifería ahorradora	Baños y áreas de servicio	Consumo de agua
Separación de residuos	Área operativa y huéspedes	Kilogramos clasificados
Compras locales	Amenidades, alimentos y servicios	Porcentaje de proveedores locales
Ventilación natural	Cabañas	Horas sin climatización mecánica
Vegetación existente	Integración paisajística	Área conservada
Educación ambiental	Información al huésped	Participación y cumplimiento

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La implementación de paneles solares podrá evaluarse durante la etapa de factibilidad, considerando inversión, radiación solar, consumo, mantenimiento y período de recuperación.

6.6.8 INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BÁSICOS

La operación del proyecto dependerá de la disponibilidad y confiabilidad de los servicios básicos.

6.6.8.1 ABASTECIMIENTO DE AGUA

Antes de seleccionar el terreno deberá confirmarse:

- Fuente de abastecimiento.
- Calidad del agua.
- Caudal disponible.
- Continuidad del servicio.
- Permisos requeridos.
- Capacidad de almacenamiento.

La primera etapa deberá contar con una cisterna o tanque de reserva dimensionado según:

- 12 huéspedes.
- Personal.
- Limpieza.

- Lavandería.
- Jacuzzis.
- Riego.
- Consumo de emergencia.

El dimensionamiento definitivo deberá realizarlo un profesional especializado.

El agua destinada al consumo humano deberá cumplir condiciones sanitarias y contar con tratamiento cuando sea necesario.

6.6.8.2 ENERGÍA ELÉCTRICA

El proyecto deberá verificar:

- Cercanía de la red eléctrica.
- Capacidad disponible.
- Costos de extensión.
- Estabilidad del suministro.
- Ubicación de transformadores.
- Necesidad de respaldo.

La demanda incluirá:

- Iluminación.
- Aire acondicionado.
- Agua caliente.
- Bombas.
- Jacuzzis.
- Equipos administrativos.
- Internet.
- Áreas de servicio.

Se recomienda evaluar un sistema de respaldo para iluminación, comunicaciones, bombas y equipos críticos.

6.6.8.3 TRATAMIENTO DE AGUAS RESIDUALES

Las aguas residuales no deberán descargarse directamente al terreno, quebradas, canales o al lago.

El sistema podrá considerar:

- Fosa séptica mejorada.
- Biodigestor.
- Planta compacta.
- Humedal artificial.
- Sistema combinado.

La selección dependerá de:

- Tipo de suelo.
- Nivel freático.
- Pendiente.
- Número de usuarios.
- Normativa ambiental.
- Distancia respecto a cuerpos de agua.
- Capacidad de mantenimiento.

El diseño deberá ser elaborado por un especialista y aprobado por las autoridades correspondientes.

6.6.8.4 MANEJO DE RESIDUOS SÓLIDOS

El proyecto deberá implementar:

- Separación en origen.
- Recipientes identificados.
- Área de almacenamiento temporal.
- Recolección periódica.
- Manejo separado de vidrio, plástico, papel y residuos orgánicos.

- Control de olores y vectores.
- Registro de generación.

Los residuos de mantenimiento, aceites, químicos y equipos eléctricos deberán manejarse de forma diferenciada.

6.6.8.5 INTERNET Y COMUNICACIONES

La disponibilidad de internet fue identificada como un servicio relevante para los participantes.

Antes de seleccionar el terreno se deberá realizar una prueba de cobertura y analizar:

- Proveedores disponibles.
- Velocidad.
- Estabilidad.
- Costos.
- Sistema de respaldo.
- Cobertura entre cabañas.

La instalación deberá considerar equipos exteriores resistentes a humedad y una red separada para administración y huéspedes.

6.6.8.6 ACCESIBILIDAD Y ESTACIONAMIENTOS

El acceso deberá permitir el ingreso de:

- Vehículos particulares.
- Proveedores.
- Ambulancias.
- Bomberos.
- Vehículos de mantenimiento.

El número final de estacionamientos deberá ajustarse a la normativa municipal. Como criterio preliminar se recomienda considerar al menos un espacio por cabaña, espacios para

administración y un espacio accesible. Los senderos deberán ser firmes, iluminados y contar con pendientes seguras.

Cuando la topografía lo permita, al menos una unidad y las principales áreas comunes deberán diseñarse con condiciones de accesibilidad.

6.6.8.7 DRENAJE PLUVIAL

El sistema de drenaje deberá manejar:

- Agua de cubiertas.
- Escorrentía de senderos.
- Agua de estacionamientos.
- Pendientes naturales.
- Descargas de terrazas.

Se deberán evitar:

- Erosión.
- Saturación del suelo.
- Acumulación de agua.
- Descarga hacia cabañas.
- Afectación de propiedades vecinas.

La captación de agua lluvia podrá utilizarse para riego y limpieza, siempre que el diseño y la calidad del agua lo permitan.

Tabla 34. Infraestructura básica y criterio de dimensionamiento

Sistema	Requerimiento	Responsable y criterio
Agua potable	Fuente legal, análisis de calidad, almacenamiento, bombeo, filtración, medidores y reserva.	Ingeniero hidrosanitario; dimensionar para 24 huéspedes, personal y áreas comunes.
Aguas residuales	Sistema aprobado según suelo, nivel freático y normativa.	Consultor ambiental e ingeniero; incluir mantenimiento y disposición de lodos.
Energía	Acometida, tableros, protecciones, puesta a tierra y respaldo de servicios críticos.	Ingeniero eléctrico; considerar A/C, jacuzzis, cocina y bombeo.
Drenaje pluvial	Canaletas, cunetas, disipadores, control de erosión y conservación de cauces.	Ingeniero civil y paisajista.
Internet	Enlace principal y respaldo cuando sea viable; cobertura en cabañas y operación.	Proveedor de telecomunicaciones.

Sistema	Requerimiento	Responsable y criterio
Accesos	Ingreso legal, pendientes seguras, estacionamiento, iluminación y paso de emergencia.	Arquitecto e ingeniero civil.
Seguridad	Extintores, detectores, señalización, rutas, iluminación de emergencia y botiquines.	Cuerpo de Bomberos y responsable SST.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.6.9 PLAN DE GESTIÓN AMBIENTAL

El plan de gestión ambiental establece acciones preliminares para reducir los impactos de la construcción y operación.

6.6.9.1 PROTECCIÓN DEL TERRENO Y VEGETACIÓN

Durante el diseño y construcción se deberá:

- Identificar árboles y vegetación a conservar.
- Limitar el área de intervención.
- Evitar cortes innecesarios.
- Proteger el suelo frente a erosión.
- Controlar materiales y escombros.
- Restaurar áreas intervenidas.
- Utilizar especies vegetales compatibles con el entorno.

6.6.9.2 GESTIÓN DEL AGUA

Se deberá:

- Medir el consumo.
- Detectar fugas.
- Instalar grifería eficiente.
- Definir frecuencias de cambio de ropa blanca.
- Mantener los jacuzzis.
- Reutilizar agua lluvia cuando sea técnicamente posible.
- Evitar descargas contaminantes.

6.6.9.3 EFICIENCIA ENERGÉTICA

Se deberá:

- Utilizar iluminación LED.
- Aprovechar ventilación e iluminación natural.
- Seleccionar equipos eficientes.
- Apagar equipos fuera de uso.
- Monitorear el consumo.
- Evaluar energía renovable.

6.6.9.4 RESIDUOS

Se deberá:

- Separar residuos.
- Reducir plásticos de un solo uso.
- Comprar productos en presentaciones reutilizables.
- Coordinar recolección.
- Capacitar al personal.
- Informar a los huéspedes.

6.6.9.5 COMPRAS RESPONSABLES

Se dará prioridad, cuando sea posible, a:

- Proveedores locales.
- Productos reutilizables.
- Amenidades en dispensadores.
- Materiales durables.
- Productos de limpieza biodegradables.
- Alimentos de la zona.

6.6.9.6 EDUCACIÓN AMBIENTAL DEL HUÉSPED

Cada cabaña deberá incluir información breve sobre:

- Uso responsable del agua.
- Ahorro de energía.
- Separación de residuos.
- Protección de flora y fauna.
- Control de ruido.
- Prohibición de arrojar residuos.
- Uso seguro del jacuzzi.

6.6.9.7 INDICADORES AMBIENTALES

Tabla 35. Indicadores ambientales preliminares

Indicador	Unidad	Frecuencia
Consumo de agua	Litros o m ³ por huésped	Mensual
Consumo de energía	kWh por noche ocupada	Mensual
Residuos generados	kg por huésped	Mensual
Residuos separados	Porcentaje	Mensual
Proveedores locales	Porcentaje	Trimestral
Incidentes ambientales	Número	Mensual
Fugas detectadas	Número	Mensual
Área vegetal conservada	m ² o porcentaje	Anual

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.6.10 VALIDACIONES TÉCNICAS PREVIAS A LA EJECUCIÓN

Antes de iniciar la construcción deberán completarse:

1. Estudio de títulos y situación legal del terreno.
2. Constancia de uso de suelo.
3. Levantamiento topográfico.
4. Estudio geotécnico.
5. Análisis de riesgos naturales.
6. Evaluación ambiental.
7. Diseño arquitectónico definitivo.

8. Diseño estructural.
9. Diseño hidrosanitario.
10. Diseño eléctrico.
11. Diseño del tratamiento de aguas residuales.
12. Diseño de drenaje pluvial.
13. Estudio de disponibilidad de agua.
14. Estudio de capacidad eléctrica.
15. Presupuesto actualizado.
16. Cotizaciones formales y firmadas.
17. Permisos municipales y ambientales.
18. Revisión de prevención de incendios.
19. Plan de seguridad durante la construcción.
20. Cronograma contractual.

6.7 BRANDING E IDENTIDAD VISUAL

El branding de YOCO-HA tiene como finalidad transformar los atributos del proyecto en una identidad visual reconocible, coherente y vinculada con el Lago de Yojoa. Su desarrollo busca comunicar naturaleza, tranquilidad, hospitalidad, calidad, sostenibilidad y confort mediante un sistema gráfico aplicable tanto en medios físicos como digitales.

La identidad visual no se limita al uso del logotipo. También comprende los colores, tipografías, iconografía, señalización, papelería, uniformes, amenidades, plataformas digitales y demás elementos que forman parte de la experiencia del huésped.

La aplicación consistente de estos elementos permitirá que el visitante reconozca la marca desde la primera publicación o consulta, durante la reservación, al llegar al establecimiento, durante su estadía y en la comunicación posterior a su salida.

El lenguaje gráfico deberá mantener un equilibrio entre naturaleza y contemporaneidad. Por esta razón, la identidad evitará una apariencia excesivamente rústica, recargada o genérica y se orientará hacia una imagen limpia, cálida y de calidad.

6.7.1 CONCEPTO DE MARCA

La identidad del proyecto se desarrolla bajo el nombre YOCO-HA, expresión de origen maya vinculada históricamente con el Lago de Yojoa y cuyo significado se interpreta como “agua acumulada sobre la tierra”.

La selección del nombre busca establecer una relación directa entre la propuesta de alojamiento, el destino turístico y los valores naturales y culturales del entorno.

YOCO-HA representa la conexión entre el agua, la tierra, la vegetación, la arquitectura y la experiencia de hospedaje. Su concepto se construye alrededor de la idea de un refugio natural contemporáneo: un espacio diseñado para descansar, reconectarse con el entorno y conocer el Lago de Yojoa desde una experiencia privada y confortable.

- a. La marca busca transmitir:
- b. Tranquilidad.
- c. Naturaleza.
- d. Privacidad.
- e. Descanso.
- f. Hospitalidad.
- g. Confort.
- h. Sostenibilidad.
- i. Identidad territorial.
- j. Calidad.
- k. Cercanía con el entorno.

La propuesta gráfica deberá diferenciar al proyecto de otros establecimientos turísticos mediante una identidad vinculada con el territorio, evitando nombres, símbolos o estilos visuales que puedan aplicarse indistintamente a cualquier destino.

La experiencia de marca se relacionará con la propuesta de valor del complejo: ofrecer cabañas ecológicas independientes, integradas con la naturaleza, con espacios privados, diseño contemporáneo y acceso a experiencias turísticas del Lago de Yojoa.

Ilustración 29. Logotipo principal de YOCO-HA



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.2 PERSONALIDAD DE LA MARCA

La personalidad de YOCO-HA representa la manera en que la marca se comunicará y será percibida por los visitantes.

La marca deberá proyectarse como:

Natural: Relacionada con el agua, la vegetación, el paisaje y los materiales propios del entorno.

Tranquila: Orientada al descanso, la desconexión y la privacidad, evitando mensajes visuales agresivos o excesivamente comerciales.

Contemporánea: Con una imagen limpia, ordenada y actual, capaz de integrarse con la arquitectura y las plataformas digitales.

Hospitalaria: Cercana, amable y clara en la forma de comunicarse con los huéspedes.

Responsable: Comprometida con el uso eficiente de los recursos, la protección ambiental y el apoyo a proveedores locales.

Confiable: Coherente entre lo que comunica y la experiencia que realmente ofrece.

La personalidad deberá reflejarse en los textos, imágenes, colores, atención al cliente, señalización, amenidades y comportamiento del personal.

6.7.3 IDENTIDAD VERBAL Y TONO DE COMUNICACIÓN

La identidad verbal define la forma en que YOCO-HA se expresará en redes sociales, sitio web, mensajes de reservación, señalización y atención directa.

El tono será:

- Cercano, sin perder formalidad.
- Claro.
- Tranquilo.
- Inspirador.
- Respetuoso.
- Informativo.
- Coherente con el turismo de naturaleza.

Los mensajes deberán evitar exageraciones, promesas que no puedan cumplirse y expresiones que presenten al proyecto como completamente aislado o libre de condiciones propias de un entorno natural.

La comunicación deberá informar de manera transparente:

- Servicios incluidos.
- Servicios adicionales.
- Horarios.
- Tarifas.
- Políticas.
- Capacidad de las cabañas.
- Condiciones de acceso.
- Recomendaciones para el viaje.
- Actividades disponibles.
- Medidas de sostenibilidad.
- Normas de convivencia.

Como línea conceptual de comunicación podrá utilizarse:

“Un refugio para reconectarse con la naturaleza.”

Esta frase funciona como una síntesis de posicionamiento y podrá aplicarse en medios promocionales, siempre que no compita visualmente con el logotipo principal.

6.7.3.1 CONSTRUCCIÓN DEL LOGOTIPO

El logotipo constituye el principal elemento identificador de YOCO-HA. Su construcción deberá mantener proporciones, alineaciones y relaciones visuales definidas, con el propósito de garantizar su correcta reproducción en diferentes tamaños y soportes.

El sistema deberá establecer:

- Retícula de construcción.
- Proporción entre símbolo y nombre.
- Área de protección.
- Tamaño mínimo.
- Alineación.
- Relación entre elementos.
- Versiones autorizadas.
- Fondos permitidos.
- Contraste mínimo.

El área de protección deberá permanecer libre de textos, bordes, fotografías u otros elementos que puedan afectar la legibilidad del logotipo.

La reducción del logotipo deberá respetar un tamaño mínimo que permita leer correctamente el nombre YOCO-HA, especialmente en redes sociales, amenidades, papelería y aplicaciones de pequeño formato.

No se permitirá:

- Deformar el logotipo.
- Cambiar sus proporciones.

- Rotarlo.
- Modificar sus colores sin autorización.
- Aplicar sombras o efectos.
- Sustituir la tipografía.
- Cambiar la posición del símbolo.
- Utilizarlo sobre fondos sin contraste.
- Incorporar elementos ajenos a su composición.

Ilustración 30. Construcción gráfica del logotipo



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.4 VERSIONES DEL LOGOTIPO

El sistema deberá contar con diferentes versiones para adaptarse a las necesidades físicas y digitales.

Versión principal

Se utilizará en:

- Rótulo de ingreso.
- Recepción.
- Sitio web.
- Documentos institucionales.
- Material promocional.
- Presentaciones.

- Publicidad principal.

Versión secundaria u horizontal

Se aplicará cuando el espacio disponible tenga una proporción horizontal, como:

- Encabezados.
- Firmas digitales.
- Banners.
- Señalización.
- Vehículos.
- Material impreso.
- Isotipo

Podrá utilizarse sin el nombre completo únicamente cuando la marca ya sea reconocible o el espacio sea reducido, por ejemplo:

- Fotografía de perfil.
- Íconos digitales.
- Amenidades.
- Etiquetas.
- Sellos.
- Bordados.
- Artículos promocionales.

Versión monocromática

Se utilizará cuando el sistema de impresión o el soporte no permita aplicar la paleta completa, como:

- Grabados.
- Sellos.
- Bordados.

- Documentos internos.
- Impresión a una tinta.

Ilustración 31. Versiones del logotipo



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.5 PALETA CROMÁTICA

La paleta cromática se inspira en los elementos naturales asociados con el Lago de Yojoa: agua, vegetación, tierra, madera y tonos neutros. Los colores seleccionados deberán transmitir calma, naturaleza, equilibrio, calidez y calidad.

La paleta podrá organizarse en:

Colores principales

Serán los colores de mayor reconocimiento de la marca y se aplicarán en:

- Logotipo.
- Rótulos.
- Piezas institucionales.
- Sitio web.
- Elementos gráficos principales.

Colores secundarios

Complementarán la identidad y podrán utilizarse en:

- Fondos.
- Señalización.
- Redes sociales.
- Uniformes.
- Papelería.
- Amenidades.

Tonos neutros

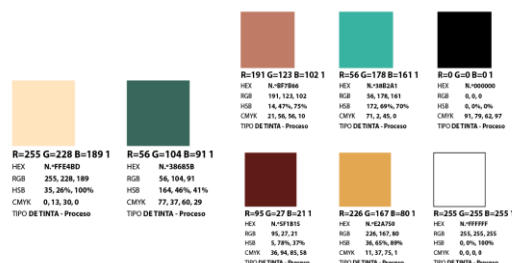
Permitirá equilibrar la composición visual y facilitar la lectura en documentos, medios digitales e interiores.

El manual de marca deberá registrar para cada color:

- Código CMYK para impresión.
- Código RGB para pantallas.
- Código hexadecimal.
- Referencia Pantone, cuando corresponda.
- Porcentaje de uso recomendado.
- Combinaciones autorizadas.

Los colores deberán mantenerse uniformes entre proveedores, impresiones, señalización y plataformas digitales.

Ilustración 32. Paleta cromática



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.6 SISTEMA TIPOGRÁFICO

Las tipografías deberán contribuir a la personalidad contemporánea, natural y accesible de la marca.

El sistema podrá organizarse en dos niveles:

Tipografía principal

Se utilizará en:

- Títulos.
- Encabezados.
- Mensajes destacados.
- Piezas promocionales.
- Señalización principal.

Tipografía secundaria

Se utilizará en:

- Párrafos.
- Políticas.
- Formularios.
- Sitio web.
- Correos.
- Guías.
- Documentos internos.

Las tipografías deberán cumplir con los siguientes criterios:

- Buena legibilidad.
- Compatibilidad con medios impresos y digitales.
- Disponibilidad para uso institucional.
- Variedad de pesos.
- Claridad en tamaños pequeños.
- Compatibilidad con español e inglés.

El manual deberá definir jerarquías para títulos, subtítulos, cuerpos de texto, notas y llamadas de atención.

No deberán utilizarse demasiadas familias tipográficas, debido a que esto puede generar una imagen desordenada y dificultar la aplicación de la marca.

Ilustración 33. Tipografías institucionales de YOCO-HA

BARTHON RIVERSIDE SANS REGULAR
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

NothingWOI-Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.7 ICONOGRAFÍA

La iconografía deberá facilitar la identificación de servicios, espacios, normas y rutas dentro del complejo.

Se podrán desarrollar íconos para:

- Recepción.
- Cabañas.
- Estacionamiento.
- Baños.
- WiFi.
- Jacuzzi.
- Senderos.
- Áreas restringidas.
- Residuos.
- Salida de emergencia.
- Punto de reunión.
- Extintores.
- Accesibilidad.
- Ahorro de agua.
- Ahorro de energía.

- Información turística.

Los íconos deberán mantener:

- Mismo estilo gráfico.
- Grosor uniforme.
- Formas simples.
- Buena legibilidad.
- Correspondencia con la paleta.
- Comprensión rápida.

La iconografía de seguridad deberá respetar los criterios establecidos por las autoridades y no sustituirá la señalización normativa requerida.

6.7.8 APLICACIONES DE LA IDENTIDAD VISUAL

Tabla 36. Aplicaciones previstas de la identidad visual

Aplicación	Uso propuesto
Logotipo principal y secundario	Fachada, recepción, documentos, sitio web, redes sociales y señalización
Paleta cromática	Interiores, piezas digitales, uniformes, amenidades y material impreso
Tipografías	Titulares, textos, señalización, documentos y publicaciones
Iconografía	Servicios, mapas, normas, senderos, sostenibilidad y emergencias
Papelería	Tarjetas, facturas, sobres, formatos internos y material de bienvenida
Uniformes	Camisas, delantales, gafetes y prendas operativas
Amenidades	Jabón, champú, café, agua, batas, toallas y artículos promocionales
Señalización	Ingreso, recepción, cabañas, estacionamiento, rutas y zonas restringidas
Medios digitales	Sitio web, historias, publicaciones, anuncios, confirmaciones y guía del huésped

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.8.1 PAPELERÍA

La papelería podrá incluir:

- Tarjeta de presentación.
- Hoja membretada.
- Sobre.
- Factura.

- Recibo.
- Formato de reservación.
- Formato de inventario.
- Encuesta de satisfacción.
- Tarjeta de bienvenida.
- Mapa del complejo.
- Guía de actividades.

La papelería deberá mantener márgenes, tipografías, colores y posición del logotipo definidos en el manual.

Ilustración 34. Aplicaciones de papelería



Fuente: Elaboración propia, 2026

6.7.8.2 UNIFORMES E IDENTIFICACIÓN

Los uniformes deberán ser cómodos, resistentes y adecuados para un entorno húmedo y cálido.

Podrán incluir:

- Camisas.
- Polos.
- Delantales.
- Gafetes.
- Gorras.

- Chaquetas impermeables.
- Uniformes para mantenimiento.

Los colores y materiales deberán corresponder con la identidad del proyecto y facilitar la identificación del personal.

El logotipo podrá aplicarse mediante bordado, impresión o parche, respetando los tamaños y colores autorizados.

Ilustración 35. Aplicaciones de la marca en uniformes e identificación



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.8.3 AMENIDADES

La marca podrá aplicarse en:

- Jabón.
- Champú.
- Acondicionador.
- Café.
- Botellas o dispensadores de agua.
- Toallas.
- Batas.
- Pantuflas.
- Bolsas reutilizables.
- Material de bienvenida.
- Artículos promocionales.

Se recomienda utilizar dispensadores recargables y empaques reutilizables o reciclables, en coherencia con los criterios ambientales del proyecto.

6.7.8.4 SEÑALIZACIÓN

La señalización deberá integrarse visualmente con la arquitectura, pero mantener suficiente contraste y legibilidad.

Se deberá contemplar:

- Rótulo de ingreso.
- Recepción.
- Identificación de cabañas.
- Estacionamientos.
- Senderos.
- Áreas restringidas.
- Servicios.
- Normas de uso.
- Salidas.
- Emergencias.
- Punto de reunión.
- Separación de residuos.

La señalización deberá utilizar materiales resistentes a humedad, radiación solar y lluvia.

6.7.8.5 APLICACIONES DIGITALES

Las aplicaciones digitales incluirán:

- Sitio web.
- Redes sociales.
- Confirmaciones de reserva.
- Firma de correo.
- Guía digital.

- Formularios.
- Plantillas promocionales.
- Historias destacadas.
- Anuncios.
- Catálogo de servicios.
- Mapa digital.
- Encuesta posterior a la estadía.

Ilustración 36. Aplicaciones para redes sociales



Fuente: Elaboración propia, 2026.

Las piezas digitales mostradas son ejemplos de aplicación de la identidad. El calendario de contenidos, la pauta y los objetivos comerciales se desarrollan en el plan de promoción del estudio de mercado, evitando duplicar funciones entre branding y marketing.

6.7.9 ESTRATEGIA DIGITAL

La estrategia digital tendrá como propósito generar reconocimiento, confianza y reservaciones antes y después de la apertura.

La comunicación deberá mostrar de forma realista:

- Concepto del proyecto.
- Avances de construcción.

- Cabañas.
- Interiores.
- Entorno natural.
- Jacuzzis.
- Prácticas sostenibles.
- Gastronomía local.
- Actividades cercanas.
- Experiencias de los huéspedes.
- Testimonios.
- Políticas de reservación.

La estrategia se desarrollará en tres etapas.

6.7.9.1 ETAPA PREVIA A LA APERTURA

Durante esta etapa se deberá:

- Presentar el nombre y concepto.
- Mostrar el desarrollo del proyecto.
- Compartir avances de obra.
- Publicar detalles de diseño.
- Dar a conocer el destino.
- Captar personas interesadas.
- Crear una base de contactos.
- Realizar campañas de expectativa.
- Iniciar preventa cuando sea posible.

6.7.9.2 ETAPA DE LANZAMIENTO

Durante la apertura se deberá:

- Publicar fotografías profesionales.
- Presentar las dos tipologías.

- Mostrar tarifas y servicios.
- Comunicar las políticas.
- Implementar promociones controladas.
- Invitar a creadores de contenido seleccionados.
- Solicitar las primeras reseñas.
- Medir la conversión de las campañas.

6.7.9.3 ETAPA DE OPERACIÓN

Durante la operación se deberá:

- Publicar contenido de huéspedes con autorización.
- Mostrar actividades y aliados.
- Compartir recomendaciones del destino.
- Promover temporadas y paquetes.
- Responder consultas.
- Gestionar reseñas.
- Mantener actualizada la información.
- Analizar métricas mensuales.
- Promover la recompra y recomendación.

6.7.9.4 SITIO WEB Y SISTEMA DE RESERVAS

El sitio web deberá funcionar como el principal canal de información y venta directa.

Como mínimo deberá incluir:

- Presentación de YOCO-HA.
- Fotografías.
- Descripción de las cabañas.
- Capacidad.
- Tarifas.
- Disponibilidad.

- Reservación.
- Pago.
- Ubicación.
- Actividades.
- Preguntas frecuentes.
- Políticas.
- Contacto.
- Información de sostenibilidad.

El sistema deberá permitir:

- Consultar disponibilidad.
- Seleccionar fechas.
- Escoger la tipología.
- Confirmar el número de huéspedes.
- Realizar el pago.
- Recibir confirmación.
- Consultar las políticas.
- Cancelar o reprogramar según condiciones.

La información deberá visualizarse adecuadamente en teléfonos móviles, debido a que una parte importante de las consultas y reservas podrá generarse desde estos dispositivos.

6.7.10 REDES SOCIALES

Las redes sociales principales serán Instagram, Facebook y, según el comportamiento del mercado, TikTok.

Los contenidos podrán organizarse en:

- Cabañas e instalaciones.
- Naturaleza.
- Experiencias.

- Actividades.
- Gastronomía.
- Sostenibilidad.
- Promociones.
- Testimonios.
- Información práctica.
- Cultura e historia del destino.

La frecuencia de publicación deberá ser realista y sostenible. Es preferible mantener contenido constante y de calidad que publicar de manera excesiva y desorganizada.

Las respuestas a consultas deberán realizarse en el menor tiempo posible y seguir un mismo protocolo de atención.

6.7.11 LINEAMIENTOS PARA EL USO DE IMÁGENES

Las fotografías y videos deberán mantener una línea visual uniforme.

Se recomienda:

- Utilizar iluminación natural.
- Mostrar la escala real.
- Evitar filtros excesivos.
- Incluir personas solo con autorización.
- Presentar espacios limpios y ordenados.
- Mostrar el paisaje sin modificarlo de manera engañosa.
- Mantener coherencia cromática.
- Priorizar imágenes de experiencia.
- Utilizar formatos adecuados para cada plataforma.

No se deberán publicar imágenes que muestren servicios, vistas o equipamientos que no formen parte de la experiencia real.

6.7.12 MANUAL DE MARCA

Toda la identidad deberá consolidarse en un manual de marca.

El manual incluirá:

- Concepto.
- Personalidad.
- Logotipo.
- Retícula.
- Área de protección.
- Tamaños mínimos.
- Versiones.
- Usos incorrectos.
- Colores.
- Tipografías.
- Iconografía.
- Fotografía.
- Papelería.
- Uniformes.
- Señalización.
- Amenidades.
- Redes sociales.
- Aplicaciones digitales.

Este documento permitirá mantener consistencia cuando participen diferentes proveedores, diseñadores, impresores, administradores y encargados de comunicación.

El manual deberá actualizarse cuando se incorporen nuevas aplicaciones, procurando no modificar los elementos esenciales de reconocimiento de la marca.

6.7.13 INDICADORES DE BRANDING Y COMUNICACIÓN

Para evaluar el desempeño de la identidad y la comunicación se utilizarán los siguientes indicadores:

Tabla 37. Indicadores de branding y comunicación

Indicador	Forma de medición	Frecuencia
Alcance de publicaciones	Número de usuarios alcanzados	Mensual
Interacción	Reacciones, comentarios, guardados y compartidos	Mensual
Consultas generadas	Mensajes, formularios y llamadas	Mensual
Conversión digital	Reservas divididas entre consultas	Mensual
Tráfico al sitio web	Número de visitas	Mensual
Reservas directas	Porcentaje del total	Mensual
Reconocimiento de marca	Pregunta incluida en encuesta	Semestral
Uso correcto de identidad	Revisión de aplicaciones	Trimestral
Calificación de comunicación	Encuesta de satisfacción	Mensual
Reseñas obtenidas	Número y puntuación promedio	Mensual

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.7.14 SÍNTESIS DEL BRANDING E IDENTIDAD VISUAL

La identidad de YOCO-HA se construye a partir de la relación entre agua, tierra, naturaleza, descanso y hospitalidad.

El sistema visual deberá comunicar una experiencia contemporánea, cálida y vinculada con el Lago de Yojoa mediante el uso consistente del logotipo, los colores, las tipografías, la iconografía y las aplicaciones físicas y digitales.

La marca estará presente durante todo el recorrido del huésped, desde la primera publicación hasta la comunicación posterior a la estadía. Para asegurar su aplicación correcta, deberá elaborarse un manual que defina los usos permitidos, restricciones y criterios de reproducción.

La estrategia digital deberá contribuir al reconocimiento, generación de confianza, captación de consultas y conversión de reservas, mostrando de manera realista las instalaciones, el entorno, los servicios y las prácticas sostenibles de YOCO-HA.

6.8 PLAN LEGAL, AMBIENTAL Y OPERATIVO

La implementación de YOCO-HA requerirá el cumplimiento coordinado de disposiciones legales, ambientales, municipales, turísticas, sanitarias y de seguridad. Estos requerimientos deberán verificarse de acuerdo con la ubicación definitiva del terreno, la capacidad instalada, los servicios ofrecidos y las características ambientales del sitio.

La presente propuesta establece una ruta preliminar para orientar la etapa de factibilidad y ejecución. Sin embargo, la documentación, los costos, los plazos y las instituciones participantes deberán confirmarse antes de iniciar cualquier trámite, debido a que pueden variar según la municipalidad, la categoría ambiental y las condiciones particulares del proyecto.

Desde el punto de vista operativo, el complejo deberá contar con una estructura organizacional sencilla, procedimientos definidos, responsabilidades claras y protocolos para reservaciones, recepción, limpieza, mantenimiento, seguridad, atención de emergencias y manejo de quejas.

6.8.1 REQUERIMIENTOS Y RESPONSABLES

Tabla 38. Requerimientos, responsables y entregables

Requerimiento	Institución o responsable	Finalidad
Revisión legal del inmueble	Abogado y Registro de la Propiedad	Confirmar titularidad, gravámenes, límites y situación registral
Constancia de uso de suelo	Municipalidad correspondiente	Verificar que el terreno admite uso turístico y alojamiento
Compatibilidad ambiental	Autoridad ambiental competente	Determinar restricciones y categoría aplicable
Licencia o autorización ambiental	MiAmbiente o SERNA, según corresponda	Evaluar impactos y establecer medidas ambientales
Levantamiento topográfico	Profesional competente	Definir límites, niveles, pendientes y áreas de implantación
Estudio geotécnico	Profesional o empresa especializada	Determinar capacidad del suelo y criterios de cimentación
Permiso de construcción	Municipalidad correspondiente	Autorizar la ejecución de las obras
Aprobación de planos	Municipalidad y entidades competentes	Verificar cumplimiento técnico y normativo
Constancia de seguridad contra incendios	Institución competente	Comprobar medidas de prevención y respuesta

Requerimiento	Institución o responsable	Finalidad
Registro Nacional Turístico	Instituto Hondureño de Turismo	Registrar el establecimiento como prestador turístico
Clasificación del alojamiento	Instituto Hondureño de Turismo	Determinar la categoría aplicable
Licencia municipal de operación	Municipalidad correspondiente	Autorizar el funcionamiento del negocio
Permiso sanitario	Autoridad sanitaria competente	Autorizar servicios sujetos a control sanitario
Registro tributario	Administración tributaria	Formalizar las obligaciones fiscales
Permisos laborales	Instituciones correspondientes	Cumplir obligaciones con el personal

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La responsabilidad general del proceso recaerá en el propietario o representante legal del proyecto. Sin embargo, cada trámite deberá ser acompañado por el profesional correspondiente, como abogado, arquitecto, ingeniero, especialista ambiental, contador o técnico en seguridad.

6.8.2 SECUENCIA DE TRÁMITES

La secuencia evita invertir en diseños o construcciones incompatibles con el terreno. Primero se verifica el predio y el uso de suelo; luego se desarrollan estudios y diseños; posteriormente se gestionan licencias y se contrata la obra; finalmente se obtienen inspecciones y permisos de operación. Algunos procesos pueden avanzar en paralelo, pero ninguna obra irreversible debe comenzar sin contar con la ruta ambiental y municipal confirmada.

6.8.2.1 REVISIÓN LEGAL Y REGISTRAL DEL TERRENO

Antes de comprar, arrendar o comprometer el inmueble, se deberá verificar:

- Propietario registral.
- Gravámenes.
- Hipotecas.
- Embargos.
- Servidumbres.
- Límites y medidas.
- Acceso legal.
- Conflictos de posesión.
- Restricciones inscritas.
- Compatibilidad del contrato con la inversión propuesta.

La revisión deberá realizarse mediante un profesional del derecho y acompañarse de la documentación registral correspondiente.

6.8.2.2 VALIDACIÓN DE USO DE SUELO

La municipalidad deberá confirmar que el terreno puede destinarse a alojamiento turístico.

La constancia deberá revisarse antes de desarrollar el diseño definitivo, debido a que puede establecer:

- Uso permitido.
- Densidad.
- Retiros.
- Alturas.
- Estacionamientos.
- Ocupación máxima.
- Restricciones constructivas.
- Protección de cauces.
- Condiciones de acceso.
- Requisitos especiales.

Cuando el terreno se ubique en una zona de amortiguamiento, área protegida o sector regulado por un plan de manejo, será necesario confirmar la compatibilidad del proyecto con dichas disposiciones.

6.8.2.3 GESTIÓN AMBIENTAL

La autoridad ambiental deberá determinar la categoría del proyecto y el tipo de instrumento requerido.

La evaluación deberá considerar:

- Ubicación.
- Área de intervención.

- Número de cabañas.
- Movimiento de tierra.
- Consumo de agua.
- Generación de aguas residuales.
- Residuos sólidos.
- Vegetación.
- Cercanía a cuerpos de agua.
- Riesgos ambientales.
- Infraestructura complementaria.

Según el resultado, podrá requerirse licencia, autorización, medidas de control, estudios adicionales o seguimiento ambiental.

No deberán iniciarse trabajos de tala, excavación, relleno, cimentación o construcción antes de obtener las autorizaciones correspondientes.

6.8.2.4 PERMISO DE CONSTRUCCIÓN

Para gestionar el permiso municipal se deberán presentar los documentos requeridos por la municipalidad, que podrán incluir:

- Documento de propiedad o autorización del propietario.
- Constancia de uso de suelo.
- Solvencias.
- Planos arquitectónicos.
- Planos estructurales.
- Planos eléctricos.
- Planos hidrosanitarios.
- Diseño de drenajes.
- Diseño de saneamiento.
- Presupuesto.
- Memorias técnicas.
- Responsables profesionales.

- Autorización ambiental.
- Plan de seguridad.

Los requisitos definitivos se confirmarán según la jurisdicción.

6.8.2.5 PREVENCIÓN DE INCENDIOS Y SEGURIDAD

El proyecto deberá someterse a revisión por la autoridad competente en prevención de incendios.

La evaluación comprenderá:

- Accesos para vehículos de emergencia.
- Extintores.
- Señalización.
- Iluminación de emergencia.
- Rutas de evacuación.
- Punto de reunión.
- Instalaciones eléctricas.
- Equipos de gas, si se utilizan.
- Cocina o área de alimentos.
- Cuartos técnicos.
- Capacidad de respuesta del personal.

La constancia o inspección deberá obtenerse antes de la apertura y renovarse según corresponda.

6.8.2.6 REGISTRO ANTE EL INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO

Antes de iniciar operaciones se deberá gestionar el registro del establecimiento ante el Instituto Hondureño de Turismo.

La institución determinará:

- Categoría del alojamiento.
- Documentación requerida.
- Condiciones mínimas.
- Servicios exigidos.
- Inspecciones.
- Obligaciones de actualización.

La denominación comercial “glamping” no sustituye la clasificación oficial. La categoría aplicable deberá ser confirmada por la institución.

6.8.2.7 PERMISOS SANITARIOS

Cuando YOCO-HA prepare, manipule o venda alimentos y bebidas, deberá cumplir con los requisitos sanitarios aplicables.

Esto podrá incluir:

- Permiso sanitario.
- Condiciones de cocina.
- Almacenamiento.
- Refrigeración.
- Manejo de agua potable.
- Control de plagas.
- Higiene del personal.
- Manejo de residuos.
- Capacitación.

Cuando los alimentos sean proporcionados por terceros, deberá verificarse que el proveedor cuente con sus autorizaciones correspondientes.

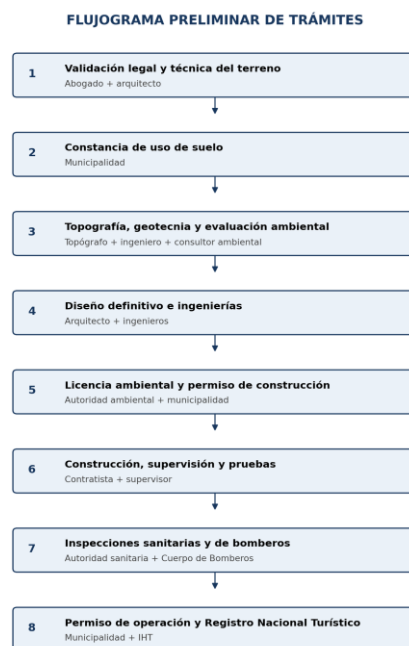
6.8.2.8 LICENCIA DE OPERACIÓN Y OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Antes de la apertura se deberá obtener la licencia municipal de operación y formalizar las obligaciones tributarias.

La administración deberá llevar control de:

- Facturación.
- Impuestos.
- Tasas municipales.
- Renovaciones.
- Contratos.
- Nómina.
- Seguridad social.
- Proveedores.
- Pólizas.
- Registros contables.

Ilustración 37. Flujograma preliminar de trámites y responsables



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.8.3 MATRIZ DE SEGUIMIENTO DE TRÁMITES

Tabla 39. Matriz preliminar de control legal

Trámite	Responsable	Momento	Evidencia requerida
Revisión registral	Abogado	Antes de adquirir el terreno	Informe legal
Uso de suelo	Arquitecto o representante	Antes del diseño final	Constancia municipal
Evaluación ambiental	Especialista ambiental	Antes de construir	Resolución o licencia
Estudios técnicos	Profesionales especializados	Etapas de factibilidad	Informes firmados
Permiso de construcción	Arquitecto y propietario	Antes de ejecutar obras	Permiso aprobado
Prevención de incendios	Profesional responsable	Antes de apertura	Constancia o inspección
Registro turístico	Administración	Antes de operar	Registro emitido
Permiso sanitario	Administración	Antes de ofrecer alimentos	Autorización correspondiente
Licencia de operación	Representante legal	Antes de apertura	Licencia municipal
Renovaciones	Administración	Durante la operación	Expediente actualizado

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La administración deberá mantener un expediente físico y digital con fechas de emisión, vencimiento, responsable, costo y estado de cada trámite.

6.8.4 GESTIÓN AMBIENTAL DURANTE LA CONSTRUCCIÓN

La etapa constructiva deberá ejecutarse bajo medidas destinadas a reducir impactos sobre el suelo, agua, vegetación y comunidades cercanas.

Las principales acciones serán:

- Delimitar el área de intervención.
- Identificar árboles a conservar.
- Evitar excavaciones fuera del área autorizada.
- Controlar el movimiento de tierra.
- Proteger taludes.
- Evitar la descarga de sedimentos.
- Almacenar materiales en áreas definidas.

- Retirar escombros.
- Controlar polvo y ruido.
- Evitar derrames de combustibles.
- Instalar servicios sanitarios temporales.
- Prohibir la quema de residuos.
- Restaurar áreas afectadas.
- Supervisar el cumplimiento de las medidas ambientales.

El contratista deberá designar un responsable de seguridad y ambiente durante la construcción.

6.8.5 GESTIÓN AMBIENTAL DURANTE LA OPERACIÓN

Durante la operación se aplicarán medidas permanentes para controlar el consumo de recursos y la generación de residuos.

La administración deberá llevar registros de:

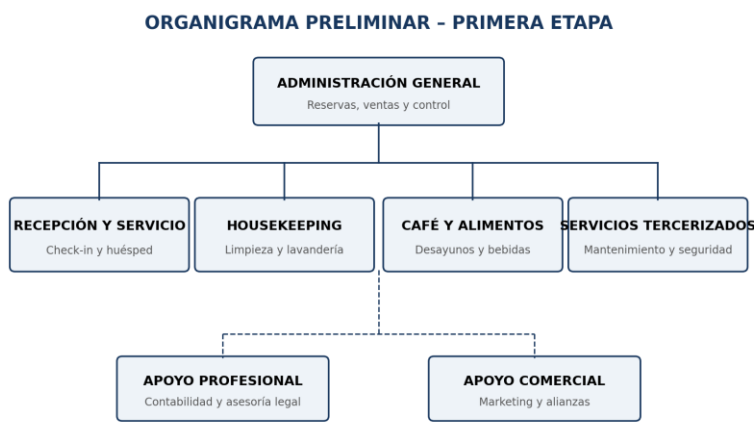
- Consumo de agua.
- Consumo de energía.
- Generación de residuos.
- Limpieza del sistema de saneamiento.
- Mantenimiento de jacuzzis.
- Uso de productos químicos.
- Incidentes ambientales.
- Quejas relacionadas con ruido.
- Proveedores locales.
- Fugas y reparaciones.

Las prácticas ambientales deberán comunicarse al personal y a los huéspedes mediante capacitación, señalización y material informativo.

6.8.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura inicial será compacta. La administración concentrará reservas, ventas, caja, proveedores e indicadores; recepción coordinará la atención; housekeeping garantizará limpieza y ropa blanca; y el café operará con un menú reducido. Mantenimiento, jardinería, seguridad, contabilidad y asesoría legal podrán contratarse como servicios externos con alcance, frecuencia y tiempos de respuesta definidos. Tercerizar no significa excluir el costo, sino convertir parte de la estructura fija en contratos controlables.

Ilustración 38. Organigrama preliminar de la primera etapa



Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.8.7 MANUAL PRELIMINAR DE PUESTOS

Los salarios son supuestos de prefactibilidad y deberán validarse con la normativa laboral y el mercado vigente antes de contratar. El presupuesto anual de sueldos y cargas de la primera etapa se mantiene en L 720,000, por lo que la combinación definitiva de puestos, jornadas y tercerización deberá ajustarse a ese límite o actualizar el modelo financiero.

Tabla 40. Manual preliminar de puestos, funciones y remuneración

Puesto	Requisitos	Funciones principales	Rango mensual	Modalidad
Administrador/a y reservas	Formación en administración, turismo o afín; experiencia en servicio y herramientas digitales.	Ventas, caja, proveedores, reservas, indicadores, personal y reportes.	L 15,000–18,000	Tiempo completo.
Recepción y servicio	Bachiller o técnico; servicio al cliente, inglés deseable y manejo de WhatsApp/OTAs.	Check-in/out, orientación, cobros, coordinación de actividades y solicitudes.	L 10,000–12,000	Tiempo completo.
Housekeeping	Experiencia en limpieza hotelera, orden y manejo de ropa blanca.	Limpieza, lavandería, amenidades, inventario y reporte de daños.	L 8,500–10,000 c/u	1 fijo + apoyo según ocupación.

Café y alimentos	Experiencia en manipulación de alimentos y control sanitario.	Desayunos, bebidas, preparación sencilla, inventarios y limpieza.	L 9,000–11,000	Jornada según servicio.
Mantenimiento/jardinería	Conocimientos de reparaciones, agua, electricidad básica y paisajismo.	Preventivo, correctivo, jardines, senderos y registros.	L 5,000–7,000 por servicio mensual	Tercerizado.
Seguridad	Empresa o personal acreditado según análisis de riesgo.	Control de acceso, rondas, respuesta y reporte de incidentes.	L 4,000–6,000 por servicio mensual	Tercerizado o compartido.
Contabilidad	Profesional colegiado o firma.	Impuestos, planillas, estados, controles y conciliaciones.	L 3,000–4,500 mensuales	Tercerizado.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Nota: Los rangos no sustituyen la verificación legal ni las cotizaciones de servicios profesionales.

6.8.7.1 PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS BÁSICOS

Tabla 41. Procedimientos operativos mínimos

Proceso	Pasos esenciales	Responsable	Control
Reserva y pago	Registrar datos, confirmar tarifa y política, recibir anticipo, emitir confirmación y actualizar inventario.	Administrador/recepción	Formato digital y comprobante.
Check-in y check-out	Verificar identidad, explicar normas, entregar inventario, revisar unidad y cerrar cuenta.	Recepción	Lista de verificación.
Limpieza y lavandería	Aplicar secuencia por áreas, control de químicos, cambio de ropa y reporte de daños.	Housekeeping	Checklist por cabaña.
Alimentos y bebidas	Controlar temperaturas, limpieza, proveedores, fechas, alérgenos y residuos.	Café/administración	Bitácora sanitaria.
Mantenimiento	Programa preventivo para A/C, jacuzzis, bombas, madera, electricidad y saneamiento.	Proveedor + administración	Orden de trabajo y bitácora.
Emergencias	Activar contactos, evacuar, atender primeros auxilios y documentar el incidente.	Todo el equipo	Plan y registro de incidentes.
Quejas y reputación	Escuchar, resolver, compensar según política y registrar causa/acción.	Recepción/administración	Registro de caso y seguimiento.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.8.8 EXPERIENCIA DEL HUÉSPED

6.8.8.1 CONSULTA

El cliente solicitará información por redes sociales, página web, teléfono, WhatsApp o plataforma.

La respuesta deberá incluir:

- Disponibilidad.

- Tarifa.
- Capacidad.
- Servicios incluidos.
- Servicios adicionales.
- Política de pago.
- Política de cancelación.
- Ubicación general.
- Condiciones de acceso.

6.8.8.2 RESERVACIÓN

La reserva se confirmará una vez recibido el anticipo o pago establecido.

El huésped recibirá:

- Confirmación.
- Fechas.
- Tipología seleccionada.
- Número de huéspedes.
- Saldo pendiente.
- Políticas.
- Horarios.
- Recomendaciones.
- Contacto de emergencia.

6.8.8.3 PREPARACIÓN PREVIA

Antes del ingreso se deberá:

- Verificar limpieza.
- Revisar inventario.
- Confirmar funcionamiento del jacuzzi.
- Revisar agua caliente.

- Probar iluminación y equipos.
- Colocar amenidades.
- Confirmar datos del huésped.
- Preparar mensajes de bienvenida.

6.8.8.4 LLEGADA Y REGISTRO

Durante el ingreso se deberá:

- Verificar la reserva.
- Confirmar identidad.
- Completar el registro.
- Explicar normas.
- Entregar llave o código.
- Mostrar rutas y servicios.
- Explicar el uso del jacuzzi.
- Proporcionar contactos.

6.8.8.5 ESTADÍA

Durante la estadía se mantendrá disponibilidad para:

- Atención de dudas.
- Reporte de fallas.
- Coordinación de actividades.
- Entrega de servicios adicionales.
- Manejo de emergencias.
- Control de ruido y convivencia.

6.8.8.6 SALIDA

En la salida se deberá:

- Confirmar entrega de la cabaña.

- Revisar inventario.
- Registrar daños, cuando existan.
- Recibir saldo pendiente.
- Agradecer la visita.
- Informar sobre objetos olvidados.

6.8.8.7 SEGUIMIENTO POSTERIOR

Dentro de las 24 horas siguientes se podrá enviar:

- Mensaje de agradecimiento.
- Encuesta de satisfacción.
- Solicitud de reseña.
- Código de descuento futuro.
- Información sobre referidos.

6.8.9 POLÍTICAS DE RESERVACIÓN Y HOSPEDAJE

6.8.9.1 RESERVACIÓN Y ANTICIPO

La reserva se confirmará mediante un anticipo definido por la administración. El saldo deberá pagarse antes del ingreso o en la fecha indicada.

6.8.9.2 CANCELACIÓN Y REPROGRAMACIÓN

Las condiciones deberán establecer:

- Plazo para cancelar.
- Porcentaje reembolsable.
- Reprogramación.
- Inasistencia.
- Fuerza mayor.
- Eventos climáticos.
- Cancelación por parte del establecimiento.

6.8.9.3 HORARIOS

Se establecerán horarios de ingreso y salida. Las llegadas anticipadas o salidas tardías dependerán de disponibilidad y podrán tener costo adicional.

6.8.9.4 CAPACIDAD MÁXIMA

No se permitirá superar la capacidad autorizada de cada cabaña.

- Sencilla: dos huéspedes.
- Familiar: cuatro huéspedes.

6.8.9.5 VISITANTES EXTERNOS

Los visitantes externos deberán registrarse y cumplir las condiciones establecidas. La administración podrá limitar su ingreso por seguridad y capacidad.

6.8.9.6 MENORES DE EDAD

Los menores deberán estar acompañados por una persona adulta responsable.

6.8.9.7 MASCOTAS

La aceptación de mascotas deberá definirse según diseño, limpieza, seguridad y convivencia. Cuando se permitan, deberán establecerse condiciones, áreas autorizadas y cargos.

6.8.9.8 RUIDO Y CONVIVENCIA

Se establecerá un horario de silencio. No se permitirán fiestas ni actividades que afecten a otros huéspedes, vecinos o fauna.

6.8.9.9 USO DEL JACUZZI

El huésped deberá cumplir instrucciones de seguridad, higiene y capacidad. Los menores deberán utilizarlo bajo supervisión.

6.8.9.10 DAÑOS

El responsable de la reserva deberá cubrir los daños atribuibles al uso inadecuado de instalaciones, mobiliario o equipos.

6.8.9.11 PROHIBICIONES

Se prohibirá:

- Fumar dentro de las cabañas.
- Portar armas sin autorización legal.
- Introducir sustancias ilícitas.
- Realizar fogatas en áreas no autorizadas.
- Manipular equipos técnicos.
- Alimentar fauna silvestre.
- Extraer plantas.
- Arrojar residuos.
- Exceder la capacidad.
- Generar ruido excesivo.

6.8.10 PROCEDIMIENTO DE LIMPIEZA

La limpieza se desarrollará mediante listas de verificación.

Después de cada salida se deberá:

1. Ventilar la cabaña.
2. Retirar residuos.
3. Verificar objetos olvidados.
4. Retirar ropa blanca.
5. Limpiar dormitorio y mobiliario.
6. Desinfectar baño.
7. Limpiar terraza.
8. Realizar mantenimiento del jacuzzi.

9. Reponer amenidades.
10. Revisar equipos.
11. Registrar daños.
12. Liberar la unidad para inspección.

No se asignará una cabaña a un nuevo huésped hasta que haya sido revisada.

6.8.11 PLAN DE MANTENIMIENTO

6.8.11.1 MANTENIMIENTO PREVENTIVO

Incluirá revisiones periódicas de:

- Cubiertas.
- Canaletas.
- Bajantes.
- Sellos.
- Madera.
- Pintura.
- Instalaciones eléctricas.
- Tuberías.
- Bombas.
- Aire acondicionado.
- Jacuzzis.
- Extintores.
- Iluminación de emergencia.
- Senderos.
- Barandales.
- Drenajes.
- Sistema de saneamiento.

6.8.11.2 MANTENIMIENTO CORRECTIVO

Las fallas se clasificarán como:

- Críticas.
- Urgentes.
- Ordinarias.

Las fallas críticas que comprometan seguridad, agua, electricidad, saneamiento o funcionamiento de la cabaña deberán atenderse de inmediato y podrán requerir cerrar temporalmente la unidad.

6.8.12 PLAN DE SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El proyecto deberá contar con protocolos para:

- Incendio.
- Emergencia médica.
- Caídas.
- Accidentes en jacuzzi.
- Tormentas.
- Inundaciones.
- Deslizamientos.
- Fallas eléctricas.
- Falta de agua.
- Sismos.
- Contacto con fauna.
- Robos.
- Personas extraviadas.
- Evacuación.

Los recursos mínimos incluirán:

- Botiquines.

- Extintores.
- Detectores, cuando corresponda.
- Señalización.
- Iluminación de emergencia.
- Lista de contactos.
- Punto de reunión.
- Linternas.
- Equipos de comunicación.
- Capacitación.
- Simulacros.

La administración deberá mantener visibles los números de emergencia y la ruta hacia los centros de atención cercanos.

6.8.13 MANEJO DE QUEJAS E INCIDENTES

Toda queja o incidente deberá registrarse.

El procedimiento será:

1. Escuchar al huésped.
2. Registrar la situación.
3. Evaluar su gravedad.
4. Aplicar una solución inmediata cuando sea posible.
5. Informar al administrador.
6. Documentar evidencias.
7. Dar seguimiento.
8. Definir una acción correctiva.
9. Cerrar el caso.

Las compensaciones deberán ser autorizadas según criterios previamente definidos.

6.8.14 PLAN DE COMPRAS Y PROVEEDORES

La administración deberá mantener proveedores para:

- Limpieza.
- Amenidades.
- Ropa blanca.
- Alimentos.
- Bebidas.
- Mantenimiento.
- Jardinería.
- Equipos.
- Reparaciones.
- Transporte.
- Actividades turísticas.
- Seguridad.

Los proveedores se evaluarán según:

- Precio.
- Calidad.
- Tiempo de entrega.
- Formalidad.
- Disponibilidad.
- Garantía.
- Cumplimiento sanitario.
- Responsabilidad ambiental.
- Procedencia local.

Se recomienda contar con al menos dos opciones para productos y servicios críticos.

6.8.15 ALIANZAS OPERATIVAS

Las alianzas con Los Naranjos, PANACAM, Pulhapanzak, Finca Santa Martha, restaurantes, cafeterías y operadores turísticos deberán formalizarse mediante acuerdos.

Los acuerdos establecerán:

- Servicio ofrecido.
- Precio.
- Comisión.
- Reservación.
- Cancelación.
- Responsabilidad.
- Seguridad.
- Horarios.
- Facturación.
- Atención de reclamos.

YOCO-HA no deberá comercializar actividades de terceros sin verificar condiciones mínimas de seguridad y cumplimiento.

6.9 MEDIDAS DE CONTROL

Las medidas de control permiten comparar la operación con el presupuesto y actuar antes de que una desviación se convierta en pérdida. Cada indicador debe contar con fórmula, frecuencia, herramienta, rango aceptable y acción correctiva. La administración elaborará un tablero mensual y presentará una revisión trimestral a los inversionistas.

6.9.1 INDICADORES DE SEGUIMIENTO

Tabla 42. Indicadores, límites y acciones correctivas

Indicador	Fórmula	Frecuencia	Herramienta	Límite	Acción
Ocupación	Noches vendidas / noches disponibles	Mensual	Motor de reservas	Meta anual según año; alerta si queda 5 puntos debajo durante 3 meses.	Ajustar canales, paquetes y calendario.
Tarifa promedio (ADR)	Ingresos de hospedaje / noches vendidas	Mensual	Sistema de reservas	No menor a 90 % de la tarifa objetivo.	Revisar descuentos y mezcla de canales.

RevPAR	Ingresos de hospedaje / noches disponibles	Mensual	Hoja financiera	Crecimiento acorde con presupuesto.	Ajustar simultáneamente tarifa y ocupación.
Reservas directas	Reservas directas / total	Mensual	Web/WhatsApp/OTAs	Mínimo 40 % al cierre del año 2.	Mejorar web, seguimiento y beneficios directos.
Satisfacción	Promedio de encuestas y reseñas	Mensual	Encuesta digital	Meta $\geq 4.5/5$; alerta < 4.2 .	Plan de servicio y corrección de causas.
Tiempo de respuesta	Minutos entre consulta y primera respuesta	Semanal	WhatsApp/CRM	≤ 15 min en horario; máximo 60 min.	Reasignar turnos y automatizaciones.
Costo variable	Costo variable / ingresos	Mensual	Contabilidad	Meta 25 %; alerta > 28 %.	Revisar compras, comisiones y consumos.
Consumo de energía	kWh / noche ocupada	Mensual	Medidores/facturas	Límite definido tras 3 meses base.	Detectar equipos ineficientes o uso anormal.
Consumo de agua	Litros / huésped-noche	Mensual	Medidor	Límite definido tras línea base.	Revisar fugas y protocolos.
Mantenimiento pendiente	Órdenes vencidas / total	Semanal	Bitácora	< 10 % vencidas.	Priorizar, contratar apoyo y cerrar causas.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.9.2 GESTIÓN DE RIESGOS

Tabla 43. Riesgos principales y medidas de respuesta

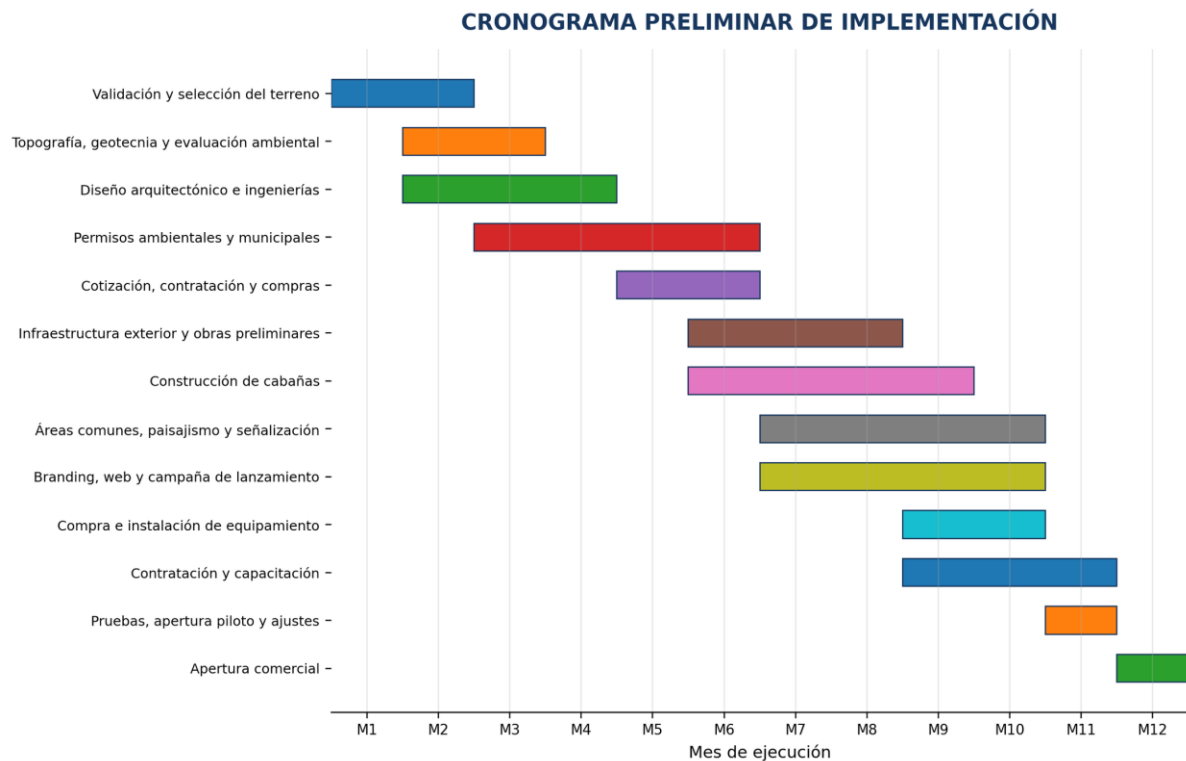
Riesgo	Impacto	Probabilidad	Prevención	Respuesta
Terreno no apto o permisos rechazados	Alto	Media	Debida diligencia, consulta previa y condición suspensiva en contrato.	No comprar ni construir.
Suelo, inundación o drenaje desfavorable	Alto	Media	Topografía, geotecnia, análisis hidrológico y ajuste de cimentación.	Rediseñar o descartar predio.
Sobrecostos de construcción	Alto	Alta	Tres cotizaciones comparables, alcance cerrado, supervisión, retenciones y contingencia.	Reducir alcance o renegociar antes de ejecutar.
Ocupación menor a la prevista	Alto	Media	Apertura por etapas, control mensual, marketing y alianzas.	Postergar ampliación y ajustar costos.
Dependencia de descuentos	Medio	Media	Precios dinámicos, paquetes de valor y control de ADR.	Suspender campañas no rentables.
Fallas de agua, energía o saneamiento	Alto	Media	Redundancia, mantenimiento y repuestos críticos.	Activar plan de contingencia y limitar ocupación.
Incidente de seguridad o salud	Alto	Baja-media	Protocolos, capacitación, seguros, señalización e inspecciones.	Atender, documentar y corregir causa.
Daño ambiental o reputacional	Alto	Baja-media	Manejo de residuos/aguas, control de proveedores y respuesta pública.	Detener actividad causante y ejecutar remediación.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

6.10 CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN

El cronograma referencial cubre doce meses desde la validación del terreno hasta la apertura comercial. Las actividades técnicas y legales se superponen cuando es posible, pero la construcción no debe comenzar antes de contar con las autorizaciones aplicables. La ruta crítica incluye validación del predio, estudios, diseño definitivo, permisos, contratación, infraestructura, construcción y pruebas.

Ilustración 39. Gráfica de Gantt para la implementación de la primera etapa



Fuente: Elaboración propia, 2026.

Tabla 44. Responsables y duración de las fases del cronograma

Fase	Duración	Responsable principal
Validación del terreno	M1–M2	Dirección, abogado y arquitecto
Estudios y diseños	M2–M4	Consultores, arquitecto e ingenieros
Permisos	M3–M6	Gestor legal y ambiental
Contratación y compras	M5–M6	Dirección y administración
Construcción e infraestructura	M6–M10	Contratista y supervisor
Branding y comercialización	M7–M10	Diseño y marketing
Equipamiento y contratación	M9–M11	Administración
Apertura piloto y ajustes	M11	Equipo operativo
Apertura comercial	M12	Dirección

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Nota: El cronograma se actualizará al confirmar el terreno, la ruta de permisos y el plazo contractual de obra.

6.11 PRESUPUESTO E IMPACTO DEL PRESUPUESTO

El presupuesto integra construcción, áreas comunes, redes exteriores, mobiliario, estudios, branding, preapertura, capital de trabajo y contingencia. Los valores combinan tres cotizaciones de construcción, cotizaciones comerciales de equipos y mobiliario, precios referenciales y supuestos claramente identificados. Las evidencias utilizadas se presentan en los Anexos 12 al 15, 23, 24, 25 y 26 al 28.

6.11.1 COMPARACIÓN DE COTIZACIONES DE CONSTRUCCIÓN

Para estimar el costo de construcción de las cuatro cabañas se compararon tres cotizaciones con un alcance general equivalente. Creativas Arquitectónicas presentó un precio de L 13,000.00 por m² y un monto total de L 3,120,000.00; Grupo Cortés cotizó L 13,500.00 por m², para un total de L 3,240,000.00; y Grupo MQ presentó un valor de L 14,500.00 por m², equivalente a una inversión de L 3,480,000.00.

Las tres propuestas consideran, de manera general, el suministro de materiales, mano de obra, transporte hasta el sitio, montaje, cimentación, instalaciones eléctricas e hidrosanitarias internas, acabados y limpieza final. Debido a que Creativas Arquitectónicas presentó el menor precio dentro de las alternativas comparadas, su cotización fue seleccionada como base para elaborar el presupuesto preliminar y las proyecciones financieras del proyecto.

Tabla 45. Matriz comparativa de cotizaciones de construcción

Proveedor	Precio por m ²	Total cuatro cabañas	Alcance general	Observación
Creativas Arquitectónicas	L 13,000.00	L 3,120,000.00	Materiales, mano de obra, instalaciones internas, transporte, montaje, cimentación, acabados y limpieza	Menor precio; seleccionada como base. Ver Anexo 26
Grupo Cortés	L 13,500.00	L 3,240,000.00	Materiales, mano de obra, instalaciones internas, transporte, montaje, cimentación, acabados y limpieza	Segunda alternativa por precio. Ver Anexo 27
Grupo MQ	L 14,500.00	L 3,480,000.00	Materiales, mano de obra, instalaciones internas, transporte, montaje, cimentación, acabados y limpieza	Mayor precio entre las tres propuestas. Ver Anexo 28

Fuente: Elaboración propia con base en las cotizaciones de Creativas Arquitectónicas, Grupo Cortés y Grupo MQ, 2026.

Nota: La comparación se realizó considerando un área total de 240 m² y un alcance general equivalente. La selección de Creativas Arquitectónicas se utiliza únicamente como referencia para el presupuesto de prefactibilidad. Antes de contratar deberán verificarse por escrito los impuestos aplicables, especificaciones definitivas, plazo de ejecución, forma de pago, garantía, exclusiones y vigencia de cada propuesta. Ver Anexo 27.

Tabla 46. Criterios propuestos para la contratación definitiva

Criterio	Ponderación	Verificación
Precio total	35 %	Costo incluido, impuestos, transporte y ajustes.
Alcance y especificaciones	25 %	Correspondencia con planos, materiales e instalaciones.

Experiencia y referencias	15 %	Proyectos similares, equipo y calidad comprobable.
Plazo y capacidad	10 %	Cronograma realista, disponibilidad y recursos.
Garantía y condiciones	10 %	Garantías, retenciones, hitos de pago y penalidades.
Seguridad y formalidad	5 %	Documentación, seguros y cumplimiento laboral.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Para efectos del estudio de prefactibilidad, la cotización de Creativas Arquitectónicas se adoptó únicamente como referencia presupuestaria por presentar el menor precio dentro del alcance general comparado. La contratación definitiva deberá realizarse posteriormente mediante la aplicación de los criterios de la Tabla 40, una vez que los proveedores presenten información completa sobre materiales, experiencia, plazo, garantías, condiciones de pago, formalidad y capacidad de ejecución.

6.11.2 PRESUPUESTO DE MOBILIARIO Y EQUIPAMIENTO

El presupuesto de mobiliario se calculó para dos cabañas sencillas y dos familiares. Los productos repetidos entre proveedores se utilizaron como alternativas y no se sumaron entre sí. Los respaldos de Jetstereo, Comercializadora Mar Azul, La Colchonería, CAL Altara, Diunsa y La Curacao se presentan en los Anexos 12 al 15, 23 y 24. Los jacuzzis, carpintería y cortinas permanecen como supuestos pendientes de cotización formal. Ver anexo 14.

Tabla 47. Presupuesto de mobiliario y equipamiento de la primera etapa

Categoría	Componentes	Monto
Tecnología y electrodomésticos	WiFi, TV, refrigeradoras, estufas, microondas, A/C, centro de lavado, cafeteras, licuadoras, sandwicheras y cámaras.	L 305,676.01
Dormitorios y cortinas	Camas, colchones, bases, clósets, mesas de noche, muebles para equipaje y blackouts.	L 314,572.00
Salas, comedores y terrazas	Comedores, sofás, muebles compactos, lounge exterior, racks, sillas y asador.	L 242,525.00
Cocina y menaje	Vajillas, cubiertos, vasos, ollas y utensilios.	L 50,588.00
Ropa de cama y baño	Edredones, sábanas, almohadas, toallas, protectores y alfombras.	L 56,119.20
Seguridad y amenidades	Extintores, detectores, botiquines, accesorios y amenidades iniciales.	L 45,000.00
Jacuzzis	Cuatro unidades a L 150,000; pendiente de cotización formal.	L 600,000.00

TOTAL		L 1,614,480.21
-------	--	----------------

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El total no incluye nuevamente instalaciones eléctricas e hidrosanitarias internas, transporte ni montaje de la construcción, porque esos conceptos aparecen en la cotización base. Las conexiones especiales de los jacuzzis deberán confirmarse por escrito, pues la cotización excluye instalaciones especiales no descritas.

6.11.3 INVERSIÓN ESTIMADA DE LA PRIMERA ETAPA

Tabla 48. Inversión estimada para la primera etapa de cuatro cabañas

Concepto	Base	Monto
Construcción de cuatro cabañas	Cotización seleccionada: Creativas Arquitectónicas	L 3,120,000.00
Recepción, café/comedor, cocina, baño, lavandería y bodega	Estimación de prefactibilidad: 122.50 m ² × L 13,000/m ² , tomando como referencia el costo unitario de la cotización seleccionada.	L 1,592,500.00
Deck, mirador o área social	40 m ² × L 8,000/m ²	L 320,000.00
Mobiliario y equipamiento	Cotizaciones y supuestos	L 1,614,480.21
Equipamiento de recepción, café y cocina común	Supuesto pendiente de cotización	L 250,000.00
Infraestructura exterior de servicios	Supuesto pendiente de cotización	L 800,000.00
Paisajismo, senderos, señalización e iluminación	Supuesto preliminar	L 300,000.00
Planos, estudios, permisos y honorarios	Supuesto preliminar	L 250,000.00
Branding, web y lanzamiento	Supuesto preliminar	L 120,000.00
Preapertura y capacitación	Supuesto preliminar	L 100,000.00
Capital de trabajo inicial	Provisión para tres meses	L 350,000.00
Contingencia	8 % de obras, infraestructura y equipamiento	L 639,758.42
INVERSIÓN PRIMERA ETAPA		L 9,456,738.63

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Nota: No incluye compra o arrendamiento del terreno ni costos financieros. Los supuestos deben sustituirse por cotizaciones antes de decidir. La inversión estimada no incluye la compra ni el arrendamiento del terreno, debido a que su ubicación, superficie, modalidad de adquisición y valor dependerán de la decisión del inversionista y de las condiciones del inmueble seleccionado. Para el desarrollo completo del complejo se recomienda considerar una superficie referencial de entre 3,000 m² y 5,000 m².

El valor de las áreas comunes constituye una estimación preliminar obtenida mediante la aplicación del costo unitario de referencia de la construcción de las cabañas. Esta partida deberá sustituirse por un presupuesto específico cuando se desarrollen los planos definitivos de recepción, café, cocina, lavandería, bodega y baño público.

La construcción de cabañas y áreas comunes representa la mayor concentración de la inversión. La contingencia del 8 % cubre variaciones de alcance, precios o condiciones de obra, pero no debe utilizarse para incluir componentes omitidos deliberadamente. Si el terreno requiere obras mayores, el presupuesto y la decisión financiera deben recalcularse.

6.11.4 INVERSIÓN INCREMENTAL DE LA SEGUNDA ETAPA

Tabla 49. Inversión incremental estimada para la segunda etapa

Concepto	Base	Monto
Construcción de cuatro cabañas adicionales	Extrapolación de la cotización inicial	L 3,120,000.00
Mobiliario y equipamiento de nuevas unidades	Sin repetir equipos compartidos	L 1,576,385.20
Extensión de redes exteriores	Conexiones de agua, energía y saneamiento	L 250,000.00
Senderos, paisajismo e iluminación	Áreas de las nuevas unidades	L 200,000.00
Actualización de planos, permisos y supervisión	Supuesto preliminar	L 150,000.00
Promoción de la ampliación	Campaña de relanzamiento	L 50,000.00
Capital de trabajo adicional	Incremento de capacidad	L 150,000.00
Contingencia	8 % de obras y equipamiento incremental	L 411,710.82
INVERSIÓN SEGUNDA ETAPA		L 5,908,096.02

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La segunda etapa no repite recepción, café, lavandería ni redes principales, salvo refuerzos necesarios. El valor de construcción es una extrapolación y deberá sustituirse por cotización formal cuando se decida ampliar. La inversión solo se ejecutará después de validar los umbrales comerciales, operativos y financieros definidos.

6.11.5 INVERSIÓN ACUMULADA DEL PROYECTO

Tabla 50. Resumen de inversión por etapas

Etapa	Alcance	Monto
Primera etapa	Construcción y puesta en marcha de cuatro cabañas	L 9,456,738.63
Segunda etapa	Incorporación de cuatro cabañas adicionales	L 5,908,096.02
TOTAL ACUMULADO	Complejo final de ocho cabañas	L 15,364,834.65

Fuente: Elaboración propia, 2026.

La inversión acumulada no representa el desembolso inicial obligatorio. La lógica propuesta es invertir L 9.46 millones en la primera fase, medir resultados y decidir posteriormente

si conviene comprometer L 5.91 millones adicionales. Esta separación protege liquidez y permite aprender antes de ampliar.

6.11.6 SUPUESTOS DEL MODELO FINANCIERO

El modelo se expresa en lempiras constantes de 2026, lo que significa que tarifas y costos se mantienen en poder adquisitivo del año base y no incorporan inflación nominal. Este enfoque permite comparar flujos reales con una tasa real de evaluación. Antes de solicitar financiamiento deberá elaborarse además un escenario nominal con inflación, tasas, comisiones y calendario de deuda.

Tabla 51. Supuestos financieros y fundamento

Concepto	4 cabañas	8 cabañas	Fundamento
Cabañas sencillas	2	4	Programa arquitectónico por etapas.
Cabañas familiares	2	4	Programa arquitectónico por etapas.
Tarifa sencilla	L 2,800	L 2,800	Encuesta y benchmark de competencia.
Tarifa familiar	L 3,500	L 3,500	Límite de mayor aceptación y mayor capacidad.
Tarifa promedio ponderada	L 3,150	L 3,150	Promedio de dos tipologías en igual cantidad.
Ingresos complementarios	18 %	18 %	Equivale a L 567 por noche promedio entre alimentos, bebidas, paquetes y comisiones.
Costos variables	25 %	25 %	Promedio de comisiones, limpieza, lavandería, amenidades, alimentos y pagos.
Gastos fijos anuales	L 1,200,000	L 1,800,000	Personal, servicios, mantenimiento, marketing, licencias y seguridad.
Impuesto utilizado	25 %	25 %	Supuesto de evaluación; deberá confirmarse fiscalmente.
Horizonte	10 años	10 años	Período de análisis de activos y operación.
Tasa mínima	15 %	15 %	Rendimiento requerido para comparar escenarios.
Depreciación	Línea recta, 10 años	Línea recta, 10 años	Activos depreciables; excluye capital de trabajo y gastos no capitalizables.
Valor residual	20 % de activos fijos	20 % de activos fijos	Recuperado en el año 10.

Capital de trabajo	Recuperación año 10	Recuperación año 10	Provisión operativa inicial.
Inversión	L 9,456,738.63	L 15,364,834.65	Presupuesto por etapas.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El ingreso complementario del 18 % equivale a un promedio de L 567 por noche vendida sobre la tarifa ponderada de L 3,150. Puede provenir de desayunos, bebidas, margen o comisión de actividades y paquetes. El costo variable del 25 % se utiliza como promedio: comisiones y pagos 8 %, limpieza y lavandería 6 %, alimentos y bebidas 5 %, amenidades y consumos variables 4 % y otros costos 2 %. Estos porcentajes deberán sustituirse por datos reales después de operar.

6.11.7 PROYECCIÓN DE INGRESOS Y COSTOS OPERATIVOS

Los ingresos de hospedaje se calcularon multiplicando unidades, 365 días, ocupación y tarifa promedio. Los ingresos complementarios equivalen al 18 % del hospedaje. La estacionalidad presentada en el estudio de mercado produce los promedios anuales utilizados en los flujos.

Tabla 52. Proyección de ingresos para cuatro cabañas

Ocupación	Hospedaje	Complementarios	Total
35 %	L 1,609,650	L 289,737	L 1,899,387
40 %	L 1,839,600	L 331,128	L 2,170,728
45 %	L 2,069,550	L 372,519	L 2,442,069
50 %	L 2,299,500	L 413,910	L 2,713,410
55 %	L 2,529,450	L 455,301	L 2,984,751
60 %	L 2,759,400	L 496,692	L 3,256,092
70 %	L 3,219,300	L 579,474	L 3,798,774

Fuente: Elaboración propia, 2026.

A 40 % de ocupación, la primera etapa genera L 2.17 millones anuales; a 60 %, L 3.26 millones. La diferencia muestra que pequeños cambios en ocupación tienen impacto relevante debido a que gran parte de los gastos fijos se mantienen. Por ello, la gestión comercial debe enfocarse en noches vendidas rentables y no solamente en descuentos.

Tabla 53. Proyección de ingresos para ocho cabañas

Ocupación	Hospedaje	Complementarios	Total
35 %	L 3,219,300	L 579,474	L 3,798,774
40 %	L 3,679,200	L 662,256	L 4,341,456
45 %	L 4,139,100	L 745,038	L 4,884,138
50 %	L 4,599,000	L 827,820	L 5,426,820
55 %	L 5,058,900	L 910,602	L 5,969,502
60 %	L 5,518,800	L 993,384	L 6,512,184
70 %	L 6,438,600	L 1,158,948	L 7,597,548

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Con ocho unidades, los ingresos se duplican mientras los gastos fijos aumentan en menor proporción. Esta economía de escala explica el mejor desempeño del escenario ampliado, aunque también exige mayor inversión y un volumen de demanda suficiente.

Tabla 54. Gastos fijos anuales estimados

Concepto	4 cabañas	8 cabañas
Sueldos y cargas	L 720,000	L 1,080,000
Servicios e internet	L 120,000	L 180,000
Mantenimiento y jardinería	L 96,000	L 150,000
Marketing, sistemas y reservas	L 84,000	L 120,000
Contabilidad, seguros y licencias	L 72,000	L 90,000
Seguridad e imprevistos	L 108,000	L 180,000
TOTAL	L 1,200,000	L 1,800,000

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Los gastos fijos de ocho cabañas aumentan 50 %, mientras la capacidad se duplica. Esta relación favorece el escenario ampliado, pero solamente si la ocupación y la tarifa se sostienen. El control mensual debe evitar que la ampliación provoque un incremento de personal o servicios superior al presupuestado.

6.11.8 FLUJOS DE EFECTIVO

Tabla 55. Flujo de efectivo proyectado para cuatro cabañas

Año	Ocupación	Ingresos	EBITDA	Flujo neto
1	40 %	L 2,170,728	L 428,046	L 428,046
2	45 %	L 2,442,069	L 631,552	L 631,552
3	50 %	L 2,713,410	L 835,058	L 804,028
4	55 %	L 2,984,751	L 1,038,563	L 956,657
5	60 %	L 3,256,092	L 1,242,069	L 1,109,287
6	60 %	L 3,256,092	L 1,242,069	L 1,109,287
7	60 %	L 3,256,092	L 1,242,069	L 1,109,287
8	60 %	L 3,256,092	L 1,242,069	L 1,109,287
9	60 %	L 3,256,092	L 1,242,069	L 1,109,287
10	60 %	L 3,256,092	L 1,242,069	L 3,236,634

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El flujo mejora durante los primeros cinco años por la ocupación gradual. El año 10 incluye valor residual y recuperación del capital de trabajo. Aun con ese ingreso terminal, el escenario base de cuatro unidades no produce la rentabilidad mínima requerida.

Tabla 56. Flujo de efectivo proyectado para ocho cabañas

Año	Ocupación	Ingresos	EBITDA	Flujo neto
1	40 %	L 4,341,456	L 1,456,092	L 1,383,966
2	45 %	L 4,884,138	L 1,863,104	L 1,689,224

3	50 %	L 5,426,820	L 2,270,115	L 1,994,483
4	55 %	L 5,969,502	L 2,677,127	L 2,299,742
5	60 %	L 6,512,184	L 3,084,138	L 2,605,000
6	60 %	L 6,512,184	L 3,084,138	L 2,605,000
7	60 %	L 6,512,184	L 3,084,138	L 2,605,000
8	60 %	L 6,512,184	L 3,084,138	L 2,605,000
9	60 %	L 6,512,184	L 3,084,138	L 2,605,000
10	60 %	L 6,512,184	L 3,084,138	L 6,023,967

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El escenario de ocho unidades genera mayor flujo por la distribución de costos comunes. No obstante, el desempeño depende de lograr la ocupación proyectada; ampliar sin demanda comprobada podría aumentar deuda y riesgo sin producir el beneficio esperado.

6.11.9 INDICADORES FINANCIEROS

Tabla 57. Indicadores financieros de los escenarios base

Indicador	4 cabañas	8 cabañas
Inversión inicial	L 9,456,738.63	L 15,364,834.65
VAN al 15 %	–L 4,605,236	–L 3,776,010
TIR	3.1 %	9.3 %
Recuperación simple	9.3 años, con valor residual	7.1 años
Resultado base	No alcanza rentabilidad requerida	Mejor desempeño, todavía insuficiente

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Los VAN negativos indican que, descontando los flujos al 15 %, ninguno de los escenarios base recupera el costo de oportunidad del capital. La TIR de ocho cabañas supera la de cuatro, pero permanece por debajo del rendimiento requerido. Por tanto, la decisión no debe presentarse como viable de manera definitiva; requiere optimizar inversión, tarifa, ocupación e ingresos complementarios.

6.11.10 PUNTOS DE EQUILIBRIO

Tabla 58. Punto de equilibrio operativo

Concepto	4 cabañas	8 cabañas
Gastos fijos anuales	L 1,200,000	L 1,800,000
Margen de contribución	75 %	75 %
Ingreso requerido	L 1,600,000	L 2,400,000
Ocupación operativa	29.5 %	22.1 %
Noches por cabaña/mes	Aprox. 9	Aprox. 7

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El punto de equilibrio operativo cubre gastos ordinarios, pero no recupera inversión, deuda ni rentabilidad. Que el proyecto supere 29.5 % o 22.1 % de ocupación no significa que sea

financieramente atractivo; únicamente significa que deja de generar pérdida operativa antes de financiamiento.

Tabla 59. Punto de equilibrio financiero

Concepto	4 cabañas	8 cabañas
Inversión total	L 9,456,738.63	L 15,364,834.65
Financiamiento 60 %	L 5,674,043.18	L 9,218,900.79
Capital propio 40 %	L 3,782,695.45	L 6,145,933.86
Pago anual estimado	L 1,087,791	L 1,767,388
Rendimiento esperado del capital	L 567,404	L 921,890
Ingreso anual requerido	L 3,806,927	L 5,985,704
Ocupación financiera	70.2 %	55.1 %
Noches por cabaña/mes	21.3	16.8

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Nota: Se utilizó 60 % de financiamiento, 14 % anual, 10 años y rendimiento del 15 % sobre capital propio.

El escenario de cuatro cabañas necesitaría aproximadamente 70.2 % de ocupación para cubrir operación, deuda y rendimiento esperado, por encima del 60 % estabilizado del caso base. El escenario de ocho unidades reduce el requerimiento a 55.1 %, lo que explica su mejor capacidad financiera, aunque implica mayor exposición inicial.

6.11.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD Y DECISIÓN

Tabla 60. Sensibilidad de los escenarios financieros

Escenario	Tarifa/ocupación estabilizada	VAN 15 %	TIR	Recuperación
4 cabañas – conservador	L 2,800 / 45 %	–L 7,234,007	–6.0 %	No recupera
4 cabañas – base	L 3,150 / 60 %	–L 4,605,236	3.1 %	9.3 años con residual
4 cabañas – optimista	L 3,500 / 70 %	–L 1,934,590	10.2 %	6.8 años
8 cabañas – conservador	L 2,800 / 45 %	–L 8,359,419	0.9 %	9.8 años con residual
8 cabañas – base	L 3,150 / 60 %	–L 3,776,010	9.3 %	7.1 años
8 cabañas – optimista	L 3,500 / 70 %	L 1,412,271	17.0 %	5.1 años

Fuente: Elaboración propia, 2026.

El único escenario que supera la tasa mínima del 15 % es el optimista de ocho cabañas. Por ello, la recomendación es preparar el terreno y las redes para ocho unidades, ejecutar inicialmente cuatro y autorizar la ampliación solo después de demostrar una ocupación sostenida cercana al 60 %, tarifa efectiva compatible con el plan, flujo operativo positivo, satisfacción alta y capacidad de

financiamiento. Si las cotizaciones reales elevan la inversión, deberán recalcularse todos los indicadores antes de continuar.

6.11.12 IMPACTO CUANTITATIVO Y CUALITATIVO DEL PRESUPUESTO

El impacto cuantitativo esperado comprende ingresos anuales de L 3.26 millones para cuatro cabañas y L 6.51 millones para ocho cabañas cuando la ocupación se estabiliza en 60 %. Sin embargo, el escenario base no alcanza el rendimiento requerido; por tanto, el presupuesto debe administrarse como límite de inversión y no como autorización automática de gasto.

El impacto cualitativo incluye diversificación de la oferta turística, generación de empleos directos e indirectos, fortalecimiento de proveedores locales, creación de una marca vinculada al destino y promoción de prácticas de bajo impacto. Estos beneficios no sustituyen la evaluación financiera, pero aportan valor al proyecto y pueden mejorar su posicionamiento si se gestionan con indicadores verificables.

La memoria de cálculo del modelo financiero se presenta en el Anexo 25. Las tres cotizaciones de construcción utilizadas para la comparación se incorporan en los Anexos 26, 27 y 28. La cotización de Creativas Arquitectónicas se adoptó como referencia por presentar el menor precio dentro del alcance general comparado. Los montos, especificaciones y condiciones comerciales deberán actualizarse y validarse antes de tomar la decisión final de inversión.

6.11.13 CONCLUSIÓN DE LA PREFACTIBILIDAD

Con base en los resultados obtenidos en los estudios de mercado, técnico, legal, operativo y financiero, se concluye que la implementación de un complejo de cabañas ecológicas tipo glamping en el Lago de Yojoa es prefactible de manera condicionada. La investigación identificó una aceptación favorable del mercado potencial, interés por experiencias de alojamiento diferenciadas y preferencia por servicios vinculados con la privacidad, el contacto con la naturaleza, la comodidad y la sostenibilidad. Asimismo, desde la perspectiva técnica, la propuesta puede desarrollarse mediante un sistema constructivo adaptable al entorno y una ejecución por etapas, siempre que se seleccione un terreno que cumpla con las condiciones de accesibilidad, superficie, servicios básicos, uso de suelo, estabilidad, drenaje y restricciones ambientales.

No obstante, la evaluación financiera demuestra que el proyecto no alcanza la rentabilidad mínima requerida bajo los escenarios base. La alternativa de cuatro cabañas presenta un VAN de -L 4,605,236 y una TIR de 3.1 %, mientras que el escenario de ocho unidades obtiene un VAN de -L 3,776,010 y una TIR de 9.3 %. El único escenario que alcanza resultados favorables corresponde a la alternativa optimista de ocho cabañas, con una tarifa promedio de L 3,500, una ocupación estabilizada del 70 %, un VAN positivo de L 1,412,271 y una TIR de 17.0 %.

En consecuencia, la prefactibilidad del proyecto no representa una autorización inmediata para invertir, sino evidencia que existen condiciones suficientes para continuar hacia una etapa de factibilidad más detallada. Se recomienda desarrollar el proyecto con una visión final de ocho cabañas, pero mediante una implementación progresiva que inicie con cuatro unidades para validar la demanda, la tarifa efectiva, los costos operativos y la capacidad de gestión. La ampliación deberá ejecutarse únicamente cuando la primera etapa alcance una ocupación sostenida, genere flujos operativos positivos y demuestre capacidad para cubrir sus obligaciones financieras.

Antes de tomar la decisión definitiva de inversión será necesario seleccionar y validar el terreno, realizar el levantamiento topográfico y el estudio de suelo, confirmar el uso de suelo y las restricciones ambientales, obtener los permisos correspondientes, completar los diseños de ingeniería y actualizar las cotizaciones de construcción, infraestructura, mobiliario y equipamiento. También deberá verificarse que la superficie del terreno permita desarrollar el complejo completo, recomendándose un área referencial de entre 3,000 m² y 5,000 m².

Por lo tanto, el estudio determina que el proyecto es prefactible desde las perspectivas de mercado y técnica, pero presenta una prefactibilidad financiera condicionada al cumplimiento de los niveles de ocupación y tarifa establecidos en el escenario optimista, al control de la inversión y a la validación de los requerimientos técnicos, legales y ambientales. Bajo estas condiciones, el proyecto puede avanzar hacia una etapa de factibilidad definitiva, en la cual se confirme si resulta conveniente realizar la inversión.

6.12 CONCORDANCIA DE LOS SEGMENTOS DE LA TESIS CON LA PROPUESTA

La concordancia demuestra que los entregables del capítulo VI responden al problema, los objetivos, las metodologías, los resultados y las conclusiones. La propuesta no incorpora

componentes independientes de la investigación, sino que convierte la evidencia recopilada en acciones y criterios de decisión.

Tabla 61. Concordancia entre la investigación y la propuesta

Componente	Objetivo del capítulo I	Sustento capítulo II	Metodología capítulo III	Resultado/conclusión	Entregable capítulo VI
Mercado	Determinar la factibilidad de mercado.	Estudio de mercado y turismo sostenible.	Cuestionario, observación y revisión de oferta.	Aceptación preliminar, preferencia por cabañas, tarifa hasta L 3,500 y canales digitales.	Plan de mercado, producto, precio, canales, promoción, demanda y estacionalidad.
Técnico/legal	Identificar requerimientos técnicos, logísticos y normativos.	Estudio técnico, diseño sostenible y marco legal.	Observación, revisión documental y análisis comparativo.	Viabilidad técnica condicionada al terreno, servicios, diseños y permisos.	Estudio técnico, planos preliminares, matriz de terreno, ruta legal, organigrama y manual de puestos.
Financiero	Analizar inversión, costos, ingresos y rentabilidad.	Evaluación de proyectos y estudio financiero.	Cotizaciones, supuestos y modelación de escenarios.	Escenarios base no alcanzan 15 %; ocho unidades mejoran por escala.	Presupuesto por etapas, flujos, VAN, TIR, equilibrio, sensibilidad y regla de ampliación.
Implementación	Convertir resultados en una propuesta aplicable.	Gestión por etapas y control.	Síntesis de resultados y recomendaciones.	Se requiere validar antes de ejecutar y medir operación real.	Cronograma, indicadores, riesgos, responsables y criterios para continuar, ajustar o detener.

Fuente: Elaboración propia, 2026

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, M. Á. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. Trillas.
- Alcaldía Municipal de Comayagua. (2024). Plan de arbitrios 2024 corregido. Municipalidad de Comayagua.
- Alcaldía Municipal de Santa Cruz de Yojoa. (2024). Plan de arbitrios municipal 2024. Municipalidad de Santa Cruz de Yojoa.
- Alcaldía Municipal de Taulabé. (2025). Plan de arbitrios municipal 2025. Municipalidad de Taulabé.
- AMUPROLAGO. (2021a). Diagnóstico ambiental y turístico de la cuenca del Lago de Yojoa. Asociación de Municipios del Lago de Yojoa y su Área de Influencia.
- AMUPROLAGO. (2021b). Plan de Manejo del Área Protegida Cuenca del Lago de Yojoa 2016–2027. Asociación de Municipios para la Protección del Lago de Yojoa.
- Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de proyectos (7.^a ed.). McGraw-Hill Education.
- Boullón, R. C. (2006). Planificación del espacio turístico (4.^a ed.). Trillas.
- Bouzis, S., & Kapiki, S. T. (2025). Sustainable glamping in Greece: Evaluating viability and proposing a strategic business plan. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.16318808>
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in glamping. *Tourism Management Perspectives*, 23, 77–83.
- Castillo Montoya, M. P., García Idárraga, E., Arenas Aponte, A. Z., & Pérez Pertuz, J. J. (2025). Estudio de factibilidad en la creación de glamping para fomentar el turismo de naturaleza en el municipio de Sopó, Cundinamarca. <https://doi.org/10.18050/entrepreneur.v4i1a4>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (s. f.). Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). <https://www.cepal.org/es/areas-trabajo/planificacion-desarrollo/acerca-ilpes>
- Congreso Nacional de Honduras. (1993). Ley del Instituto Hondureño de Turismo (Decreto No. 103-93). Tribunal Superior de Cuentas.
- Congreso Nacional de Honduras. (1993). Ley General del Ambiente (Decreto No. 104-93). Diario Oficial La Gaceta.
- Congreso Nacional de Honduras. (2017). Ley de Fomento al Turismo (Decreto No. 68-2017). Diario Oficial La Gaceta.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education.

Craig, C. A. (2025). Glamping and sustainable tourism development: A review of emerging hospitality trends. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*.

Cvelić-Bonifačić, J., Milohnić, I., & Cerović, Z. (2017). Glamping – Creative accommodation in camping resorts: Insights and opportunities.

Dauletkhanova, Y. R., Aktymbaeva, A., & Sapiyeva, A. (2024). Development of ecotourism based on “glamping”: The case of Katon-Karagay National Park. *KazEU Khabarshysy*, (4), 53–72. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2024-4-53-72>

Ejderyan, O. (2016). *Glamping: Un nuevo concepto de turismo rural*.

Fernandes, S., Ferreira, D., Alves, T., & Sousa, B. (2021). Glamping and the development of sustainable tourism: A Portuguese case study. En *Marketing and Smart Technologies* (pp. 167–178). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-59820-4_14

Green, K. (2023). Impactos de las estructuras de alojamiento turístico tipo glamping desde la perspectiva del ordenamiento territorial [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://doi.org/10.11144/javeriana.10554.64076>

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principios de administración financiera* (12.^a ed.). Pearson Educación.

Hall, C. M. (2008). *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships* (2nd ed.). Pearson Education.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill Education.

Honduras Tips. (2018, 22 de noviembre). Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos. Honduras Tips. <https://www.hondurastips.hn/2018/11/22/parque-eco-arqueologico-los-naranjos/>

Honey, M. (2008). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* (2nd ed.). Island Press.

Inskip, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.

Instituto Hondureño de Antropología e Historia. (s. f.). Parque Los Naranjos. IHAH. <https://ihah.hn/parque-los-naranjos/>

Instituto Hondureño de Turismo. (2022). *Requisitos para solicitud de calificación de la Ley de Fomento al Turismo*. Instituto Hondureño de Turismo.

Instituto Hondureño de Turismo. (2023). Fichas de trámites 2023: Calificación de proyectos bajo la Ley de Fomento al Turismo. Instituto Hondureño de Turismo.

Instituto Hondureño de Turismo. (2023). Informe de desarrollo turístico sostenible 2022–2023. <https://iht.hn>

Instituto Hondureño de Turismo. (2025, 4 de noviembre). Registro Nacional Turístico ahora es 100% en línea: Modernización del IHT avanza. Instituto Hondureño de Turismo.

Instituto Hondureño de Turismo (IHT). (s. f.). Reglamento de establecimientos de hospedaje turístico. Gobierno de Honduras.

Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES). (2006). Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. CEPAL. <https://www.cepal.org/>

Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism (6th ed.). Pearson.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.

Kumar, A., & Ahmed, W. (2023). Glamour camping: A bibliometric study and future research direction. Journal of Operations and Strategic Planning. <https://doi.org/10.1177/2516600X231178378>

Malhotra, N. K. (2019). Investigación de mercados (5.^a ed.). Pearson.

Mathieson, A., & Wall, G. (1982). Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. Longman.

McDaniel, C., & Gates, R. (2016). Investigación de mercados (10.^a ed.). Cengage Learning.

Mendoza, J., & Alvarado, C. (2019). Emprendimientos rurales de glamping y su impacto en comunidades locales. Revista Peruana de Desarrollo Local, 7(1).

Milohnić, I., Bonifačić, J., & Cerović, Z. (2019). Estudios sobre transición del camping convencional hacia el glamping y tendencias de demanda turística sostenible.

Morales, M. (2020). Diseño de un plan de negocios para una zona glamping.

Navarro, R., Morales, L., & Ramírez, J. (2020). Viabilidad financiera y diseño de negocio de glampings en México. Revista Mexicana de Economía Regional, 28(2).

Organización Mundial del Turismo. (2005). Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. OMT.

- Organización Mundial del Turismo. (2019). Global Report on Adventure Tourism. OMT.
- Organización Mundial del Turismo. (2022). Informe sobre turismo sostenible 2022. <https://www.unwto.org/es/turismo-sostenible>
- Ortegón, E., Pacheco, J. F., & Roura, H. (2005). Metodología general de identificación, preparación y evaluación de proyectos de inversión pública. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES) / Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). <https://hdl.handle.net/11362/5608>
- PANACAM Lodge. (s. f.). Activities. PANACAM Lodge. <https://www.panacamlodge.com/activities.php>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The Experience Economy. Harvard Business School Press.
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., & Alt, M. A. (2024). Glamping as an emerging sustainable tourism accommodation model in post-pandemic tourism. *Sustainability*, 16(4).
- Ramadona, S., Kufepaksi, M., & Hendrawaty, E. (2025). A feasibility study of the glamping resort project: A case study of Batu Putu Glamping Resort, PT Ferial. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15591398>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2019). Fundamentals of Corporate Finance (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Ruiz, A., & García, M. (2021). El glamping como alternativa emergente de turismo sostenible. *Turismo y Sociedad*, 28, 88–105.
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma, J. M. (2014). Preparación y evaluación de proyectos (6.ª ed.). McGraw-Hill.
- Schmitt, B. (2011). Experience Marketing: Concepts, Frameworks and Consumer Insights. Foundations and Trends in Marketing.
- Secretaría de Energía, Recursos Naturales, Ambiente y Minas. (2015). Acuerdo Ministerial No. 016-2015: Tabla de Categorización Ambiental de la República de Honduras. Diario Oficial La Gaceta.
- Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente. (2021). Acuerdo Ministerial No. 705-2021: Tabla de Categorización Ambiental. Tribunal Superior de Cuentas.
- Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente. (2025). Requisitos de constancia de no requerir licencia ambiental. SERNA.

Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente. (s. f.). Dirección General de Evaluación y Control Ambiental: Licencias ambientales y requisitos. SERNA.

Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente. (s. f.). Preguntas frecuentes sobre licenciamiento ambiental. SERNA.

Secretaría de Turismo de México (SECTUR). (2004). Guía metodológica para proyectos y desarrollos turísticos. SECTUR.

Sistema Nacional de Información Territorial de Honduras (SINIT). (s. f.). Módulos municipales departamentales. https://sinit.hn/modulos_municipales_deptos/

Solís, M. C. (2015). Glamping: ¿Una nueva modalidad turística o solamente un alojamiento?

Tribunal Superior de Cuentas. (s. f.). Ley del Plan de Arbitrios. Tribunal Superior de Cuentas.

Uherek P., F., & Jerez, J. L. (2021). Modelo de domo glamping autosostenible e inteligente para el fomento del ecoturismo en Chinácota, Norte de Santander. <https://doi.org/10.33133/csi-7-2021-53>

USAID. (2020). Diagnóstico territorial y turístico del Lago de Yojoa. Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.

Wearing, S., & Neil, J. (2009). Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities? (2nd ed.). Butterworth-Heinemann.

Weaver, D. (2001). The Encyclopedia of Ecotourism. CABI Publishing.

Zhafarini, G., Saefullah, K., & Winoto, Y. (2025). Tren glamping dalam berbagai perspektif sebagai aktivitas pariwisata berbasis alam: Sebuah kajian literatur. TOBA Journal of Tourism Hospitality and Destination, 4(3). <https://doi.org/10.55123/toba.v4i3.6125>

GLOSARIO

Alojamiento alternativo: Modalidad de hospedaje diferente al hotel tradicional, caracterizada por ofrecer experiencias particulares relacionadas con el entorno, el diseño, la cultura o la naturaleza.

Análisis de sensibilidad: Evaluación que permite determinar cómo cambian los resultados financieros de un proyecto cuando se modifican variables como la tarifa, la ocupación, los ingresos, los costos o la inversión inicial.

Capacidad instalada: Cantidad máxima de huéspedes o unidades de alojamiento que un establecimiento puede atender con la infraestructura y los recursos disponibles.

Capital de trabajo: Recursos financieros necesarios para cubrir los gastos operativos del proyecto durante sus primeros meses de funcionamiento.

Demanda potencial: Conjunto de personas que podrían adquirir un producto o servicio debido a que presentan interés, necesidad y capacidad de compra.

Ecoturismo: Modalidad turística desarrollada en espacios naturales que procura conservar el ambiente, generar beneficios para las comunidades locales y promover el aprendizaje del visitante.

Estudio de factibilidad: Análisis detallado que permite determinar si un proyecto puede ejecutarse de manera técnica, legal, operativa, comercial y financiera.

Estudio de mercado: Evaluación de las características de la demanda, la oferta, la competencia, los precios y las preferencias de los consumidores relacionados con un producto o servicio.

Estudio de prefactibilidad: Análisis preliminar que permite identificar las condiciones generales, oportunidades, limitaciones y posibles resultados de un proyecto antes de desarrollar estudios definitivos.

Glamping: Término formado por la unión de las palabras inglesas glamorous y camping. Se refiere a una modalidad de alojamiento turístico que combina la experiencia de acampar y el contacto con la naturaleza con servicios de comodidad, diseño, privacidad y equipamiento similares a los de un hospedaje convencional.

Infraestructura turística: Conjunto de instalaciones, servicios, redes, accesos y equipamientos necesarios para facilitar la operación de un destino o establecimiento turístico.

Microlocalización: Selección del terreno o punto específico donde se desarrollará un proyecto, considerando accesibilidad, servicios, topografía, normativa, riesgos, costos y condiciones ambientales.

Ocupación: Porcentaje de unidades de alojamiento utilizadas durante un período determinado en relación con la cantidad total de unidades disponibles.

Plan maestro: Representación general de la distribución de las edificaciones, circulaciones, áreas verdes, estacionamientos, servicios y espacios de crecimiento futuro dentro de un terreno.

Punto de equilibrio: Nivel de ingresos, ventas u ocupación requerido para cubrir los costos fijos y variables del proyecto sin generar pérdidas ni utilidades.

Rentabilidad: Capacidad de una inversión o negocio para generar beneficios económicos en relación con los recursos utilizados.

Tasa Interna de Retorno: Indicador financiero que representa la tasa de rendimiento generada por los flujos de efectivo proyectados de una inversión.

Turismo de naturaleza: Actividad turística que se desarrolla principalmente en espacios naturales y que puede incluir observación de paisajes, senderismo, aviturismo, actividades recreativas y contacto con ecosistemas.

Turismo experiencial: Modalidad turística orientada a ofrecer vivencias memorables, personalizadas y participativas, vinculadas con el destino, la cultura, la naturaleza o las actividades realizadas.

Turismo sostenible: Modelo turístico que busca equilibrar los beneficios económicos, sociales y ambientales, procurando reducir los impactos negativos y conservar los recursos para las futuras generaciones.

Valor Actual Neto: Indicador financiero que calcula la diferencia entre el valor presente de los flujos de efectivo futuros y la inversión inicial de un proyecto.

YOCO-HA: Expresión de origen maya asociada históricamente con el Lago de Yojoa y cuyo significado se interpreta como “agua acumulada sobre la tierra”. En la propuesta, YOCO-HA se adopta como nombre comercial del complejo de cabañas ecológicas tipo glamping por su relación cultural, histórica y geográfica con el destino.

ANEXOS

ANEXO 1. INSTRUMENTO DE ENCUESTA APLICADO

Se presenta el cuestionario aplicado a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa. Participaron personas mayores de 18 años, nacionales o extranjeras, que habían visitado o proyectaban visitar el destino durante los siguientes 24 meses y que manifestaron interés en el turismo de naturaleza o en modalidades de alojamiento alternativo. La selección de los participantes se realizó mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple, cuyo tamaño mínimo fue calculado utilizando la fórmula para poblaciones finitas.

GLAMPING EN LAGO DE YOJOA

Proyecto de Tesis recolectar información para evaluar la prefactibilidad de implementar glampings como alojamiento turístico en el Lago de Yojoa, Honduras.
Glamping, es una forma de hospedarse en la naturaleza con más comodidad y lujo que un hospedaje tradicional.

* Obligatoria

1. Nombre Completo *

2. ¿Cuál es su rango de edad? *

- ☐ 18 - 25 años
- ☐ 26 - 35 años
- ☐ 36 - 45 años
- ☐ 46 - 55 años
- ☐ Mas de 55 años

3. ¿Cuál es su procedencia? *

- ☐ Hondureño
- ☐ Extranjero

4. Ingreso mensual aproximado *

- ☐ Menos de L 15,000
- ☐ L 15,001 - 30,000
- ☐ L 30,001 - 50,000
- ☐ Más de L 50,000

5. ¿Con qué frecuencia realiza viajes turísticos dentro de Honduras? *

- ☐ 1 vez al año
- ☐ 2 - 3 veces al año
- ☐ 4 o mas veces al año
- ☐ No viajo con frecuencia

6. ¿Estaría interesado en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Tal vez

7. ¿Qué aspecto considera más importante en un glamping? *

Contacto con la naturaleza
Privacidad y tranquilidad
Diseño innovador del alojamiento
Comodidad y lujo
Actividades recreativas

8. ¿Qué tipo de alojamiento preferiría dentro de un glamping? *

Domo geodésico

Cabaña ecológica

Tiny house

Tienda de lujo

9. ¿Qué servicios considera indispensables en un glamping? *

Aire acondicionado

Baño privado

WiFi

Restaurante/café

Tours y actividades recreativas

Página 3 de 8 del cuestionario aplicado.

10. ¿Qué tan importante es para usted que el glamping incluya energías renovables o domos inteligentes? *

- ☐ Muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Poco importante
- ☐ Nada importante

11. ¿Qué rango de precios considera razonable pagar por noche en un glamping que incluya servicios básicos? *

- ☐ Menos de LPS 2,500
- ☐ LPS 2,500 - 3,500
- ☐ LPS 3,501 - 4,500
- ☐ Más de LPS 4,500

Página 4 de 8 del cuestionario aplicado.

12. ¿Qué factor le haría considerar justo el precio? *

Calidad de instalaciones
Servicios incluidos
Vista y entorno natural
Privacidad y exclusividad
Actividades recreativas

13. ¿Está de acuerdo en que el precio incluya alimentación y tours básicos en un glamping? *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

Página 5 de 8 del cuestionario aplicado.

14. ¿Qué aspecto relacionado con la ubicación valoraría más? *

Vista al lago/naturaleza

Fácil acceso vehicular

Cercanía a atractivos turísticos

Privacidad y tranquilidad

Seguridad del área

15. ¿Qué zona del Lago de Yojoa considera más atractiva para hospedarse? *

☐ Peña Blanca

☐ Las Vegas

☐ San Jose de Comayagua

☐ Otras

Página 6 de 8 del cuestionario aplicado.

16. ¿Qué tipo de canal de comunicación influiría más en su decisión de reservar un glamping? *

Redes sociales

Recomendación de amigos/familia

Página web con reserva

Airbnb/Booking/Expedia

Ferias o email marketing

Influencers

17. ¿Qué tipo de promoción llamaría más su atención? *

Descuentos

Paquetes románticos

Tours incluidos

Promociones familiares

Experiencias ecológicas

Página 7 de 8 del cuestionario aplicado.

18. ¿Qué aspecto considera que hace falta actualmente en los hospedajes turísticos? *

- ☐ Mayor contacto con la naturaleza
- ☐ Mas privacidad
- ☐ Experiencias diferentes
- ☐ Hospedajes innovadores
- ☐ Mejor relacion calidad-precio

19. ¿En qué lugar se ha hospedado anteriormente cerca del Lago de Yojoa? *

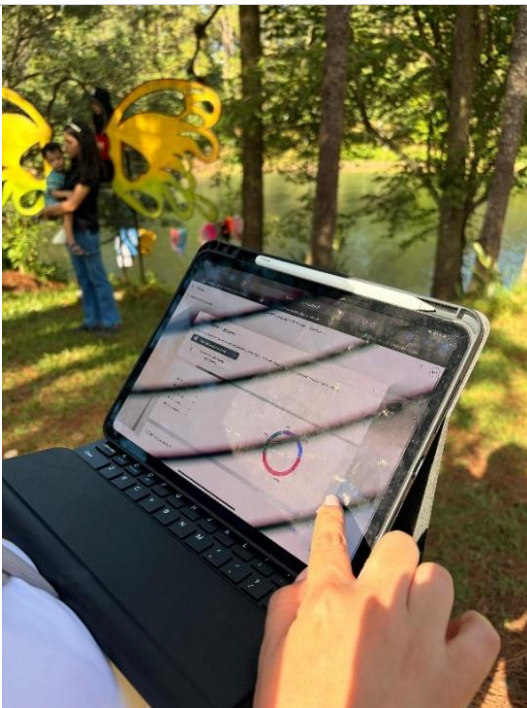
- ☐ Hotel Honduyate
- ☐ Hotel Lagolandia
- ☐ La Naturaleza Resort
- ☐ Airbnb
- ☐ Cabañas Privadas
- ☐ Nunca me he hospedado en la zona
- ☐ Otras

Página 8 de 8 del cuestionario aplicado.

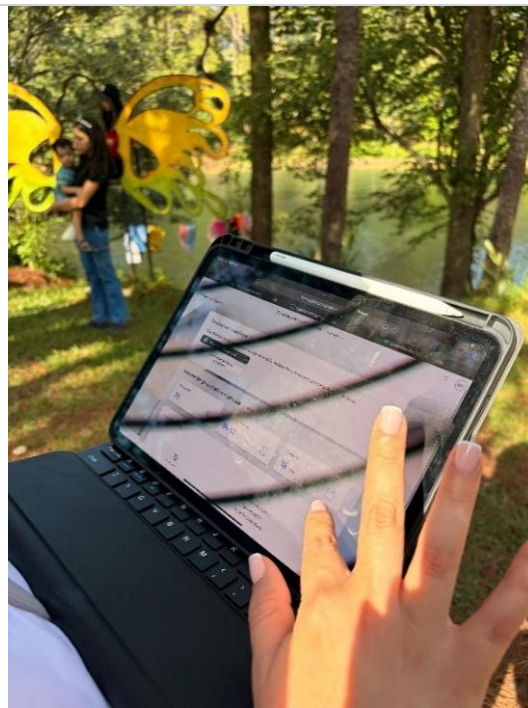
Fuente: Elaboración propia, 2026.

ANEXO 2. APLICACIÓN DE ENCUESTAS DURANTE LA VISITA DE CAMPO

Evidencia fotográfica de la aplicación presencial del cuestionario mediante dispositivo electrónico durante la visita de campo realizada en el entorno del Lago de Yojoa.



Aplicación del cuestionario mediante tableta electrónica.



Registro de respuestas durante la visita de campo.

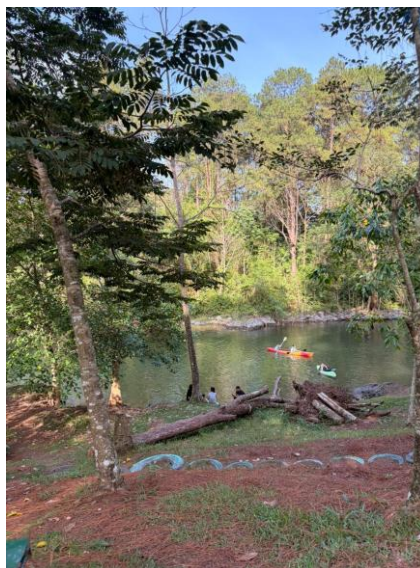
Fuente: Fotografías tomadas por las autoras durante la visita de campo al Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 3. PARQUE ECO-ARQUEOLÓGICO LOS NARANJOS

Registro fotográfico del entorno natural, senderos, cuerpos de agua y áreas recreativas observadas durante la visita al Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos.



Área natural y senderos del parque.



Vista de la laguna y actividades recreativas.



Zona de descanso próxima al agua.



Vegetación y recorrido peatonal.

Fuente: Fotografías tomadas por las autoras durante la visita al Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos, Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 4. COMPLEJO TURÍSTICO LAGOLANDIA

Evidencia fotográfica del paisaje, áreas verdes y circulación interna del Complejo Turístico Lagolandia.



Sendero y acceso interno del complejo.



Áreas verdes y entorno paisajístico.

Fuente: Fotografías tomadas por las autoras durante la visita al Complejo Turístico Lagolandia, Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 5. FRANK COFFEE

Registro fotográfico del establecimiento Frank Coffee, identificado como parte de la oferta complementaria de cafeterías en el entorno turístico analizado.



Fachada y acceso principal de Frank Coffee.

Fuente: Fotografía tomada por las autoras durante la visita de campo, Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 6. FINCA LAS GLORIAS

Vista panorámica registrada durante la visita a Finca Las Glorias, que evidencia la relación entre la oferta turística y el paisaje natural del Lago de Yojoa.



Vista panorámica desde Finca Las Glorias.

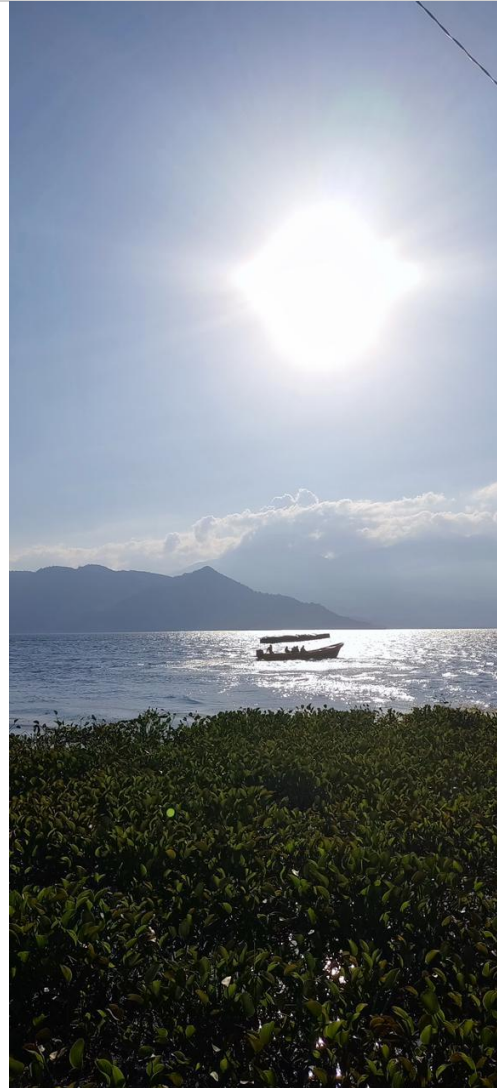
Fuente: Fotografía tomada por las autoras durante la visita a Finca Las Glorias, Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 7. LAGO DE YOJOA

Registro fotográfico de las condiciones paisajísticas y visuales del Lago de Yojoa, consideradas dentro del análisis técnico y de mercado del proyecto.



Vista del lago y borde natural.



Paisaje lacustre y entorno montañoso.

Fuente: Fotografías tomadas por las autoras durante la visita al Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 8. FINCA LAS GARZAS

Registro del entorno paisajístico observado en Finca Las Garzas, establecimiento incluido dentro de la revisión de la oferta turística y gastronómica de la zona.



Vista del cuerpo de agua y áreas verdes de Finca Las Garzas.

Fuente: Fotografía tomada por las autoras durante la visita a Finca Las Garzas, Lago de Yojoa, 2026.

ANEXO 9. D&D BREWING

Registro fotográfico de senderos, vegetación y señalización observados en D&D Brewing, establecimiento vinculado con la oferta turística del destino.



Fuente: Fotografías tomadas por las autoras durante la visita a D&D Brewing, Lago de Yojoa, 2026.

Documento de respaldo utilizado para estimar los costos asociados con el desarrollo de manuales y aplicaciones de identidad visual.



Nº. **001113**

RTN

[illegible]

Tiempo de entrega:
Cotización valida por 10 días

IMPORTE GRAVADO 15% L.	L19,200.00
I.S.V. 15% L.	L2,880.00
TOTAL A PAGAR L.	L22,080.00

Col. El Roble, segunda avenida. Pasaje 4 #1736, Tel. 2569.9920 / Cel. 3188.1633
ventas@dpipublicidad.com
 www.dpipublicidad.com [/dpipublicidadhn](https://facebook.com/dpipublicidadhn) [@dpipublicidadhn](https://twitter.com/dpipublicidadhn)

Fuente: DPI Publicidad y Mercadeo, 2026.

ANEXO 11. COTIZACIÓN DE MATERIALES IMPRESOS, SEÑALÉTICA Y ROTULACIÓN

Cotización utilizada como referencia para estimar los costos de materiales impresos, señalización y elementos de rotulación requeridos por el proyecto.



INVERSIONES DEL TROPICO S.R.L RTN 05019995113624

Barrio Guamilito, 11 Avenida, 6 Calle, Edificio Park Plaza, Local 5. San Pedro Sula, Honduras.

Tel. 2516-1499

CAI: 6833A7-FE7579-7F46AA-64AFF4-8E6489-E1

COTIZACION

CLIENTE: Genesis Merlo

ATENCION

FECHA: 17-06-2026

Cant.	Opcion	U/M	Descripcion	Desc.	ISV	Precio U.	Total Lps.
15			Vinil sobre PVC 3mm, 8.5x12.5 Pulg			37.00	555.00
4			Vinil sobre PVC 3mm, 9.5x12.5 Pulg			41.00	164.00
3			Vinil alto tráfico, 12x12 Pulg			45.00	135.00
							-
							-
							-
							-
						Sub Total	854.00
						ISV	128.10
						Envio	
						Otros	
						Total Lps.	982.10

Notas. No incluye instalacion

Condiciones de Venta:

Contado

Cotizacion Valida por :

15 dias

Nuestros Servicios.

Diseño Grafico, Banners, Microperforado, Stickers, Rotulacion de Vehiculos
Estampado/Serigrafia, Articulos Promocionales, Papeleria en General.

Cotización de materiales impresos y rotulación.

Fuente: Print Factor, 2026.

ANEXO 12. COTIZACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS

Cotización comercial utilizada para respaldar los precios de referencia de equipos tecnológicos y electrodomésticos contemplados en el presupuesto de inversión.



TIENDA JS ALTARA SAN PEDRO SULA
Centro Comercial Altara

COTIZACION
No. 10029535

JETSTEREO S.A. DE C.V.
R.T.N.: 05019999400238
Bulevar los Pájaros, Avenida La Paz Col. Pinar del Yucá local #208, Teguapetén, Francisco Marín
Email: representantia@jetstereo.com

Fecha: 20/06/2026 6:44 p.m. Cotización válida hasta el: 27/06/2026

Cliente:	1000770518 - CLAUDIA MICHELLE QUEZADA SAYBE	ID/RTN:	0501-1996-01776
Email:		Telefono:	96454645
Atendido Por:	JOSE FIDEL ESCOBAR RODRIGUEZ		

CONTADO

Producto	Descripción	Ubicacion	Cantidad	Unitario	SubTotal	Descuento	ISV	Total
02534001-501/K	STANDARD KIT AC DUAL BAND WIFI SYSTEM V4		1	8,346.96	8,346.96	0.00	1,252.05	9,599.01
HIS-5008QV	TELEVISOR 50" QLED4K/HISENSE		1	8,560.87	8,560.87	2,086.98	1,121.09	8,595.00
FMDY25S3MXX	MICROONDAS FRIGIDAIRE 0.9 PIES/ SILVER		1	3,473.01	3,473.01	889.57	390.66	2,995.00
FRTS12KJHTS	REFRIGERADORA TM FRIGIDAIRE 1/2 PIES		1	14,778.26	14,778.26	2,956.52	1,773.27	13,595.01
FLCE7522AW	CENTRO DE LAVADO FRIGIDAIRE 21KG		1	30,430.43	30,430.43	889.57	4,434.13	33,994.99
TOTALES:					L. 66,590.43	L. 6,782.62	L. 5,971.20	L. 68,779.01

OBSERVACIONES

1. Restricciones aplican y pueden variar según el caso.

2. Nuestros productos cuentan con garantía, estos varían de acuerdo al equipo a comprar.

3. Si el pago es con cheque, depósito o transferencia, la entrega del producto se hará hasta que los fondos sean confirmados.

Esta cotización es únicamente para consulta y no representa ninguna obligación para la empresa.
Por cheque devuelto se cobrara la comisión bancaria, más Lps. 300.00 o \$25.00 por gastos administrativos, según la moneda del instrumento de pago.

 Jetstereo
  @jetstereo
  @jetstereo
  Jetstereo Honduras
  servicioalcliente@jetstereo.com
  2276-0010/2530-11484

Ver: 20220816 - P033

ORIGINAL: CLIENTE

Página 1 de 1

Cotización de equipos y electrodomésticos.

Fuente: Jetstereo, 2026.

ANEXO 13. COTIZACIÓN DE MOBILIARIO PARA CABAÑAS

Cotización empleada para respaldar los precios de referencia de juegos de comedor, salas y mobiliario exterior incluidos en el presupuesto preliminar.

PROPUESTA DE COTIZACION

COMERCIALIZADORA MAR AZUL S.A

05019017925283

CARRETERA HACIA ARMENTA, C.C. ALTARA, FRACCION

CLIENTE Nº. 502792

Tel: (504)2580329 Fax:

CLAUDIA MICHELLE QUEZADA
CLAUDIA MICHELLE QUEZADA
0501199601776

FECHA	SERIE	NÚMERO
20/6/2026	EDDS	25

CÓDIGO	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO	DTO %	IMPORTE
3064484	1	MESA DE COMEDOR AMARA	6,078.26		6,078.26
3026464	4	SILLA COMEDOR AMARA GRIS	1,734.78		6,939.12
3066849	1	STEINE LOUNGE SET 3 PIEZAS	8,173.04		8,173.04
3066850	1	GIVE LOUNGE SET 4 PIEZAS	30,434.78		30,434.78
3064582	1	SOFA ESQUINA CELEST BEIGE	35,565.22		35,565.22

Nota:

- Este documento no garantiza separar al cliente la mercancía en tienda.
- Los precios que se muestran en este documento son vigentes por siete (7) días, a partir de la fecha de emisión de la cotización.

SUB - TOTAL:	87,190.42
DESCUENTO:	0.00
IMPUESTOS:	13,078.56
TOTAL L:	100,268.98

Cotización de mobiliario para las unidades de alojamiento.

Fuente: Comercializadora Mar Azul S.A., 2026.

ANEXO 14. COTIZACIÓN DE CAMAS Y BASES

Cotizaciones utilizadas para respaldar los precios referenciales de colchones y bases en tamaños king y queen para el equipamiento de las cabañas.



La Colchonería.

Fecha: **20/06/2026**

Tienda: **Tienda La Colchoneria Town Center**

Vendedor: **Wilfredo Landa Reyes**

9392-7398

DETALLE DE COTIZACIÓN					
Número: #2963					
RTN: 05011996017760					
Nombre: Michelle Saybe					

#	Producto	Cantidad	Precio U.	Descuento	Total
1	20105 - COLCHON COMFORT LIFE CLOUD REST KING	1	L73,091.50	L36,545.75	L36,545.75
2	20136 - BASES COMFORT LIFE DOBLE EURO LITE KING	1	L8,997.50	L3,599.00	L5,398.50

Subtotal: L36,473.26

Descuento: L40,144.75

Impuesto: L5,470.99

Total: L41,944.25

La Colchonería
Ama tu vida
RTN. 05019024117860

Cama Cloud Rest Queen = 35,095.00

Cotización de colchón y base king.

La Colchonería.

Fecha: 20/06/2026

Tienda: **Tienda La Colchonería Town Center**

Vendedor: **Wilfredo Landa Reyes**

9392-7398

DETALLE DE COTIZACIÓN

Número: #2964

RTN: 05011996017760

Nombre: **Michelle Saybe**

#	Producto	Cantidad	Precio U.	Descuento	Total
1	20313 - COLCHON SEALY SERENITY KING	1	L44,838.00	L20,177.10	L24,660.90
2	20314 - BASES SEALY SERENITY KING	1	L14,946.00	L6,725.70	L8,220.30

La Colchonería
Ama tu vida
RTN. 05019024117860

Subtotal: L28,592.35
Descuento: L26,902.80
Impuesto: L4,288.85
Total: L32,881.20

Cama Sealy Serenity Queen = 22,202.40

Cotización de colchón y base alternativa.

Fuente: La Colchonería, 2026.

ANEXO 15. COTIZACIÓN DE MOBILIARIO Y ELECTRODOMÉSTICOS

Documento comercial utilizado como referencia complementaria para comparar precios de electrodomésticos, aires acondicionados, mobiliario y ropa de cama.

Vendedor : 1915304 JONATHAN ALEJANDRO ROMERO GONZALEZ		Tienda : CAL ALTARA SPS	
C O T I Z A C I O N		37072920	
Nombre : SAYBE, MICHELLE		Fecha Cotización : 20/06/2026	
Contribuyente : NORMAL		Fecha Actual : 20/06/2026	
Orden de Compra :			

UPE	MARCA	E - DESCRIPCION	UND	VALOR CONTADO	DESCUENTO	IMPUESTO	TOTAL
46770730007	MAR	S - N CENTRO DE LAVADO MARE ELE	1	26,094.35	0.00	3,912.46	29,997.00
46822500005	MARE	S - N NO FROST 160FT STAINLESS	1	13,910.43	0.00	2,086.56	15,996.99
46143140000	MARE	S - N COCINA DISCO SELLADO 4 01	1	10,432.17	0.00	1,564.83	11,997.00
46867760003	WASTERTECH	S - N MINISPLIT 18000 BTU INNER	1	13,340.82	0.00	1,956.13	14,997.00
46867760006	WASTERTECH	S - N MINISPLIT 12000 BTU INNER	1	8,693.04	0.00	1,303.96	9,997.00
470507200010	COMMODITY WEB	S - N JGO CORREDOR 4 SILLAS PV C	1	9,380.00	0.00	1,407.00	10,787.00
462811900014	ENCINA	S - N SECCIONAL BEIGE	1	25,127.83	0.00	3,769.17	28,897.00
46366100013	U E	S - N RECONDAS 0.9 CUFT COLOR	1	2,256.26	0.00	338.74	2,595.00
496498000002	CAPRI	S - N TWIN FULL NEGRO CARACOTE	1	5,214.78	0.00	782.22	5,997.00
457881900018	REGINA	S - N COLCHON COMFORT PLUS-MATR	1	4,171.30	0.00	625.70	4,797.00
457882000011	REGINA	S - N COLCHON COMFORT IMPERIAL	1	2,849.57	0.00	427.44	3,277.01
468264400014	SAMSUNG	S - N 65P SMART TV 4K UHD	1	12,171.30	0.00	1,825.70	13,997.00
422480700006	REGINA	S - N SET DE CAMA MATRIMONIAL	1	5,997.38	0.00	899.61	6,897.00
					0.00	20,899.71	160,235.00

Precios incluyen ISV	Precios en Lempiras	Precio valido por 7 días
Precios y Planes de Ventas sujetos a Cambios		A precio Normal

Plan de Ventas	: LC CONTADO
Periodo	: DIARIO
Tasa de Financiamiento	: 0%
Prima de	: 0.00
No. de Cuota(s)	: 0

Cotización complementaria de mobiliario y electrodomésticos.

Fuente: CAL Altara SPS, 2026.

ANEXO 16. MENÚ DEL COMPLEJO TURÍSTICO LAGOLANDIA

Material documental utilizado para identificar la variedad de alimentos y bebidas, así como los precios referenciales ofrecidos por el establecimiento durante 2026.





CERVEZAS

NACIONALES

SALVAVIDAL. 50
BARENA.....L. 50

INTERNACIONALES

CORONA L. 70
COORS LIGHT.....L. 70
ULTRA.....L. 70
MILLER.....L. 75

TEQUILA

SENCILLO

JOSE CUERVO..... L. 75
PATRÓN..... L. 160
EL SANTO.....L. 50
CORRALEJO.....L. 75

RON

SENCILLO

FLOR DE CAÑA 4
AÑOS..... L. 60
FLOR DE CAÑA 7
AÑOS..... L. 65
RON PLATA
AÑEJADO.....L. 30

WISKY

SENCILLO

CHIVAS..... L. 125
BUCHANAN'S..... L. 160

VODKA

SENCILLO (PLAIN)..... L. 60
CRANBERRY..... L. 100
JUGO DE PIÑA.....L. 70
JUGO DE NARANJA.....L. 70

ENTRADAS

PARA PICAR

MOZARELLA STICK..... L. 160
TOSTONES RELLENOS.....L. 150
CHORIPAPAS.....L. 180
ALITAS (BBQ, BUFALO O CRISP).....L. 230
PAPAS TRADICIONAL.....L. 70

VINOS

HATO MAYOR.....L. 350
BLANCO, TINTO Y DE
NARANJA




@COMPLEJOTURISTICOLAGOLANDIA
COMPLEJO TURISTICO LAGOLANDIA

PRECIOS YA INCLUYEN ISV.


Reservaciones al 9445-1532


KM 163 Aldea Monte Verde, carretera CA5.

COMPLEJO TURÍSTICO
LAGOLANDIA



ENTRADAS

Fundido de frijoles y chorizo.....	L.150
Fundido de frijoles y quesillo.....	L.130
Tostones rellenos.....	L.150

CEVICHE

Ceviche de camarón.....	L.340
Ceviche mixto.....	L.380
Ceviche de caracol.....	L.325
Ceviche de pescado.....	L.310

ESPECIALIDADES LAGOLANDIA

Cola de langosta (empanizada, a la plancha, al ajillo, a la diablo).....	L.650
--	-------

MAR Y TIERRA

Bistec (a la plancha o encebollado).....	L.360
Filete de pescado (empanizado, a la plancha, al ajillo, a la diablo).....	L.300
Pollo (empanizado o a la plancha).....	L.250
Camarón(empanizados, al ajillo o a la diablo).....	L.350
Filete de Pescado a la Cleopatra.....	L.400

Acompañado con rice & beans, ensalada, tajadas de guineo verde y salsas.

PESCADO FRITO

Pescado pequeño....	L.230
Pescado mediano....	L.250
Pescado grande.....	L.300

Acompañado con rice & beans, ensalada, tajadas de guineo verde, repollo y cebolla.

SOPAS

Sopa marinera.....	L.480
Sopa de caracol.....	L.400
Sopa de camarón.....	L.400
Sopa de jaiba.....	L.300
Sopa de pescado.....	L.290
Sopa marinera con cola de langosta.....	L.518

MENÚ INFANTIL

Dedos de pescado.....	L.200
-----------------------	-------

Complejo Turístico Lagolandia

@complejoturisticoLagolandia

PRECIOS YA INCLUYEN ISV.

Reservaciones al 9445-1532

KM 163 Aldea Monte Verde, carretera CA5.

Página 3 del menú de Lagolandia.

COMPLEJO TURÍSTICO LAGOLANDIA

DESAYUNOS

8:00am a 10:00am

Americano.....L.180

Incluye: Panqueques, huevos, bacon, jalea o miel o mantequilla, jugo o café.

Ranchero.....L.140

Incluye: 2 Huevos, frijoles fritos, queso, mantequilla, tortilla, jugo o café.

Panqueques.....L.140

Incluye: 3 panqueques, miel o mantequilla o jalea, jugo o café.

Omelette de Vegetales.....L.160

Incluye: Espinaca, chile, cebolla, acompañado de fruta, jalea, tostadas, jugo o café.



Omelette de jamón y

queso.....L.160

Incluye: Jamón de pollo, queso mozzarella, tostadas, jalea, fruta, jugo o café.

Tortilla con quesillo.....L.120

Incluye: 1 orden de tortillas con frijoles, 1 orden de tortillas con huevo, queso, jugo o café.

PATACONES

Camarón..... L 330
(tomate, lechuga, mozzarella y papas)

PolloL.200

HAMBURGUESAS

Crujiente L 280
(pechuga de pollo, queso cheddar, lechuga, ensalada coleslaw y papas)

Jugosa..... L 280
(Carne de res, bacon, queso cheddar, lechuga, tomate, y papas)

Jugosa Doble carne L 320

CENAS

5:00 pm a 8:00 pm

Cena sencilla.....L.130
Incluye: frijoles fritos, queso, mantequilla, jamón de pollo y tajada de plátano maduro.

Cena Típica.....L.160
Incluye: Carne (res, pollo, cerdo o chorizo) huevo al gusto, frijoles fritos, queso, mantequilla, tajadas de plátano maduro.)

Parrillada personalL.360
Incluye: Carne (res, pollo, chorizo) tostones, frijoles fritos, queso, encurtido y tortillas)

Parrillada para 2 personas.....L.600
Incluye: Carne (res, pollo, chorizo) tostones, frijoles fritos, queso, encurtido y tortillas)

MENÚ INFANTIL

Nacho fiesta..... L 160
(chili con carne, queso cheddar, chismol, jalapeño)

Nacho simplón L 100
(queso cheddar y jalapeño)

Pizza personal..... L 160
(Jamón o pepperoni)

Dedos de pollo..... L 180

Nuggets L 150

Alitas L 220

PANINIS

Chipotle (Pechuga de pollo, lechuga, cebolla, queso cheddar y papas)

Derretido (Pechuga de pollo, queso cheddar, mozzarella, lechuga y tomate)
L. 260

CERVEZAS

NacionalesL.50

InternacionalesL.75

Miller DraftL.80

BEBIDAS

Coca cola (canada dry, tropical).L.45

Pepsi (Lipton, mirinda)L.45

Bebidas Naturales.....L.45

Agua Azul(750ML).....L.25

Complejo Turístico Lagolandia
@complejoturisticoLagolandia



PRECIOS YA INCLUYEN ISV.



+504 9445-1532

+504 9438-2436



Reservaciones al 9445-1532



KM 163 Aldea Monte Verde, carretera CA5.

Página 4 del menú de Lagolandia.

Fuente: Complejo Turístico Lagolandia, 2026.

ANEXO 17. MENÚ DE FINCA LAS GARZAS

Material de referencia utilizado para identificar la oferta gastronómica y los precios observados en Finca Las Garzas.



ENTRADAS

ANAFRES
Deliciosa combinación de quesillo, frijoles refritos y chorizo, acompañada con chips de tortilla. **L260.00**

FUNDIDO DE QUESO Y CHORIZO
Nuestro delicioso queso derretido con chorizo, es perfecto para untar en nuestros crujientes chips de tortilla. **L270.00**

PLATO DE CHORIZO
Cuatro jugosos chorizos acompañados de frijoles fritos, encurtido de cebolla, chimichurri y tortillas recién hechas. **L300.00**

CUAJADA CON TORTILLAS
Cuajada fresca acompañada de encurtido de cebolla, frijoles y aguacate, servida con tortillas recién hechas. **L200.00**
*Sujeto a disponibilidad *

GUACAMOLE CON CHIPS
Nuestro cremoso y sabroso guacamole recién hecho está acompañado con chips de tortilla. **L180.00**

NACHOS FINCA LAS GARZAS
Disfruta de una generosa porción de crujientes chips de tortilla acompañados de jugosa carne de res y chorizo. Además, lo servimos con chismol, guacamole, queso rallado, mantequilla y nuestra deliciosa salsa roja. **L400.00.**

PLATOS FUERTES

PESCADO FRITO
Crujiente pescado frito acompañado de tajadas de guineo verde, ensalada de repollo y encurtido rojo. Se sirve con arroz y frijoles. **L320 - L380 - L420**

FILETE DE PESCADO EMPANIZADO
Nuestro filete de pescado empanizado lo acompañamos de una deliciosa ensalada de repollo, arroz con frijoles, tajadas de guineo verde y encurtido rojo. **L310.00**

FILETE DE PESCADO A LA PLANCHA
Nuestro filete de pescado a la plancha lo acompañamos de una deliciosa ensalada de repollo, arroz con frijoles, tajadas de guineo y encurtido rojo. **L310.00**

TACOS DE PESCADO
Disfruta de 3 deliciosos tacos de pescado empanizado acompañados de ensalada de repollo, encurtido de cebolla roja y guacamole con salsa chipotle mayo. **L310.00**

TACOS DE CAMARÓN
Saborea 3 exquisitos tacos de camarón empanizado acompañados de ensalada de repollo, encurtido de cebolla roja y guacamole con salsa chipotle mayo. **L360.00**

HAMBURGUESA DE RES
Nuestra jugosa hamburguesa 100% de res, es servida en pan de papa, tomate, lechuga, bacon, queso americano, pepinillos nuestra salsa de la casa y acompañada de papas fritas. **L310.00**

SANDWICH DE POLLO
Disfruta de nuestro sándwich de pollo, acompañado de tomate, lechuga, bacon, pepinillos y nuestra deliciosa salsa. Se sirve con papas fritas. Puedes elegirlo a la plancha o frito. **L300.00**

SANDWICH DE PESCADO
Nuestro delicioso sándwich de pescado empanizado, está acompañado de nuestra ensalada de coleslaw, pepinillos y bañada con nuestra salsa chipotle mayo. Incluye papas fritas. Esta combinación hace uno de nuestros platos favoritos. **L310.00**

FILETE DE RES A LA PARRILLA
Disfruta de una delicioso y suave filete de res personal, cocinado a la parrillada, acompañado de chorizo, verduras asadas, chimichurri y tortillas recién hechas. **L480.00.**

PLATO TÍPICO
Filete de res acompañado de chorizo, frijoles fritos, cuajada, aguacate y chismol, chimichurri y tortillas recién hechas. **L510.00**

FLAUTAS LAS GARZAS
Deléitate con 2 crujientes flautas acompañadas de ensalada de repollo, encurtido de cebolla roja y guacamole en salsa roja. Elige entre 100% de res o 100% pollo. **L260.00**

CAMARONES JUMBO EMPANIZADOS
Nuestros deliciosos camarones empanizados los acompañamos de ensalada de cole, papas fritas y nuestra salsa de la casa. **L460.00**

PRECIOS INCLUYE IMPUESTOS SOBRE VENTAS

BEBIDAS FRIAS

JUGOS NATURALES	L60.00
LIMONADAS	L80.00
FROZEN NATURALES	L100.00
FROZEN LIMONADA	L120.00
TE FRIO	L60.00
GASEOSAS EN LATA	L65.00
GASEOSAS	L60.00
AGUA	L45.00
FRAPPUCCINOS	L110.00

CAFE'S Y TE

CAFE NEGRO	L50.00
CAFE LATTE	L60.00
CAPPUCCINO	L70.00
TE CALIENTE	L50.00
CAFE MOCCA	L80.00
CHAI	L95.00
MATCHA	L80.00

CERVEZA Y VINOS

CERVEZAS NACIONALES	L60.00
CERVEZAS INTERNACIONALES	L75.00
MICHELADAS MIX	L50.00
VINO BLANCO BOTELLA	L700.00
VINO BLANCO COPA	L120.00
VINO TINTO BOTELLA	L700.00
VINO TINTO COPA	L120.00
SANGRIA COPA	L160.00
SANGRIA JARRA	L660.00

LICORES Y COCTELES

RON SENCILLO	L80.00
TEQUILLA SENCILLO	L80.00
WHISKY SENCILLO	L120.00
VODKA SENCILLO	L90.00
PIÑA COLADA	L160.00
STRAWBERRY DAIQUIRI	L160.00
MARGARITA	L160.00

EXTRAS

ORDEN DE PAPAS FRITAS	L70.00
ORDEN DE TAJADAS	L60.00
ORDEN DE AGUACATE	L30.00
TOCINO	L35.00
TORTILLAS (3)	L10.00
CHORIZO (2)	L100.00

CEVICHES



CEVICHE PERUANO DE PESCADO

Nuestro delicioso ceviche peruano, es preparado con pescado fresco y marinado en limón, acompañado de camote, ají amarillo, para complementar su frescura. L330.00.

Solo de Camarón L370.00.

Mixto con camarón L380.00.

CEVICHE DE PESCADO EN SALSA ROJA

Sumérgete en los sabores auténticos de nuestro ceviche de pescado en salsa roja. Preparado con pescado fresco marinado en limón, tomate, cebolla roja, jalapeño y aguacate, todo mezclado en una deliciosa salsa roja. L310.00.

Solo de Camarón L360.00.

Mixto con camarón L380.00.

CEVICHE DE PESCADO MANGO Y JALAPEÑO

Déjate sorprender por nuestro ceviche especial de la casa, acompañado de mango, jalapeños. Una combinación única que te cautivará con sus sabores refrescantes y picantes. L310.00

Solo de Camarón L370.00.

Mixto con camarón L380.00.

COCTEL DE CAMARÓN

Disfruta de nuestro delicioso cóctel de camarón en salsa rosada, una mezcla exquisita que te deleitará con cada bocado. L380.00

Todos nuestros ceviches se sirven con galletas sodas.

MENU PARA NIÑOS

NUGGETS DE POLLO

Saborea 6 Nuggets de pollo, acompañados de crujientes papas fritas y salsa ketchup. Una deliciosa y divertida opción para los más pequeños. L290.00

NACHOS CON QUESO

Disfruta de nuestros deliciosos nachos cubiertos de abundante y cremoso queso cheddar con guacamole y nuestro delicioso chismol. la mejor elección para los más pequeños. L 230.00

STRIPS DE PESCADO

Disfruta de 6 tiras de pescado empanizado acompañadas de papas fritas y salsa de la casa. Una elección perfecta para los pequeños amantes del pescado. L280.00

PRECIOS INCLUYE IMPUESTOS SOBRE VENTAS

Página 2 del menú de Finca Las Garzas.

Fuente: Finca Las Garzas, 2026.

ANEXO 18. MENÚ DE THE CANAL RESTAURANT

Material documental utilizado para comparar la oferta de alimentos, bebidas y precios de The Canal Restaurant con otros establecimientos analizados.

Hamburguesas

Pollo **L 185.00**
Pechuga de pollo empanizada o a la plancha, vegetales, queso cheddar y aderezos de la casa.

Clásica res **L 200.00**
Jugosa carne de res, queso cheddar, tocino, vegetales frescos, pepinillos, cebolla caramelizada y aderezos de la casa.

Doble carne **L 280.00**
Doble jugosa carne de res, queso cheddar, tocino, vegetales frescos, pepinillos, cebolla caramelizada y aderezos de la casa.

Wing Bacon **L 265.00**
Torta de res, queso cheddar, tocino, cebolla caramelizada, vegetales, coronada con 2 alitas fritas bañadas en BBQ o Bufalo.

Nachos

Nachos de pollo **L 150.00**
Nachos de birria **L 220.00**



Menú infantil



Puki fingers **L. 145.00**
3 deditos de pollo, hechos con 100% pechuga de pollo. Incluye papas fritas.

Nando burger **L. 155.00**
Deliciosa tortita de res con queso cheddar, lechuga y aderezos de la casa. Incluye papas fritas.

Deditos de pescado **L. 165.00**
3 deditos de filete de pescado, sazonado y empanizado. Incluye papas fritas.

Menú

desayunos

Platos

típicos

L. 110.00

Frijoles, huevo al gusto, tajadas de platano maduro, aguacate, mantequilla y 2 tortillas.

- Extra de res. **L. 75.00**
- Extra de jamón **L. 25.00**
- Extra de pollo frito **L. 55.00**
- pierna
- Extra de pollo frito **L. 65.00**
- pechuga

Tortillas

con quesillo

L. 70.00

Dos tortillas con quesillo acompañadas con frijoles y chismol.

Mega

burritas

3 tortillas hechas a mano, frijoles, re-fritos, huevo en torta, platano maduro y queso.

Sencilla	L. 55.00
Res desmechado	L. 85.00
Pollo desmenuzado	L. 75.00
Pollo frito	L. 85.00
Jamón	L. 65.00
Aguacate	L. 55.00
Extremeño	L. 55.00
Burrita filete de pollo a la plancha	L. 75.00
Burrita de filete de res	L. 80.00
Burrita con chicharrón de carne	L. 75.00



Alitas

incluyen papas

6 Uni.	L. 180.00
12 Uni.	L. 320.00
18 Uni.	L. 395.00
Boneless (8 uni)	L. 195.00

Elige tu salsa favorita

Fundido

supremo

Sencillo	L. 130.00
Con chorizo	L. 160.00
Con res	L. 195.00

Deditos

de pollo

5 deditos de pollo crujientes con papas fritas y salsa honey mustard.

L. 180.00

Taco

flauta

2 grandes tacos flautas de pollo sazonado, repollo, chismol, aderezos, y aguacate.

L. 140.00

Pollo *chuco*

Deliciosa pieza de pollo marinada y frita, con tajadas de guineo verde, repollo, chismol, encurtido rojo y nuestro caldo especial.

Pechuga y ala **L. 170.00**
L. 185.00
con papas

Pierna y cadera **L. 150.00**
L. 165.00
con papas

Parrilladas

Sabroso mix de carnes que incluye, lomo de res, chuleta, pollo y chorizo parrillero, servido con tajadas de guineo verde, frijoles fritos, queso crema, chismol y encurtido.

Tu y yo (2 personas) **L. 435.00**
Peña blanca (3 Personas) **L. 635.00**
Los naranjos (4 Personas) **L. 825.00**
Pulhapanzak (6 Personas) **L. 1,350.00**
Don Manny (8 Personas) **L. 1,800.00**
La regidora (10 Personas) **L. 2,300.00**
Parrilladas (15 personas) **L. 3,270.00**
Parrilladas (20 personas) **L. 4,400.00**
Parrilladas (30 personas) **L. 6,340.00**

Asados

Nuestros asados son servidos con frijoles fritos, tajadas de guineo verde, queso crema, chismol, encurtido y chimichurri.

Pollo **L. 180.00**
Lomito de res **L. 220.00**
Chuleta **L. 180.00**
Costilla **L. 195.00**



Menu *almuerzos*

Servidos con arroz con vegetales, tajadas de guineo verde, frijoles fritos, queso, 2 tortillas y encurtido.

Con res a la plancha **L. 180.00**

Con chuleta **L. 170.00**

Pollo a la plancha **L. 170.00**

Con pollo frito **L. 160.00**

Con costilla de cerdo **L. 180.00**

Mariscos

Pescado del lago **L. 200.00**

Servido con tajadas de guineo verde, casamiento y encurtido.

Sopa marinera full **L. 395.00**

Langosta, camarones, caracol, jalba y pescado frito en una base de coco natural, servido con arroz y 1 tostón.

Camarones Jumbo **L. 295.00**

Elige entre empanizado y/o al ajillo, servido con tostones, casamiento en coco y ensalada verde.

Sopa de caracol **L. 280.00**

Suave caracol en base coco natural, servido con arroz blanco y 1 tostón.



Especiales

Costilla + Camarones	L. 360.00
Pollo + Camarones	L. 320.00
Res + Camarones	L. 375.00
Res + Costilla	L. 390.00

Agregale un chirizo picosito por **L 40**

Tacos de Birria

Tierna carne de res cocida a fuego lento, con los autenticos chiles mexicanos, especias aromáticas, armado con queso mosarella.

Personal (4 uni.)	L. 220.00
Pa compartir (10 uni.)	L. 495.00
Caja taquera (15 uni.)	L. 725.00

Gringas

Tortilla de harina con quesillo especial, con carne de tu elección, servido con salsa verde, chismol y aguacate, 1 Gringa jumbo.

De res	L. 160.00
Al pastor	L. 150.00
De pollo	L. 140.00
Mixto	L. 235.00
Quesabirria	L. 200.00

Sopas



- *Gallina india
- *Frijoles con costilla
- *Costilla de res
- *Mondongo

Pregunta por la disponibilidad según temporada.

Tacos mexicanos

Res	L. 170.00
Al pastor	L. 160.00
De pollo	L. 155.00
De camarón	L. 205.00
Mixto	L. 295.00

Tortilla recién hecha, con carne de tu elección, servido con salsa verde, chismol y cilantro.

Taquizas

Sabroso banquete al estilo Mexicano, perfecta para compartir con amigos.

Fiestera	Con Todo	La Regidora
20 Tacos de Res 20 Tacos al Pastor 20 Tacos de Pollo 10 Gringas Mixtas 1 Guacamole Salsa verde, roja y chismol.	6 Tacos de Birria 6 Tacos al Pastor 6 Tacos de Pollo Caldos de Birria, salsa verde, roja y chismol.	20 Tacos de Res 10 Tacos al Pastor 10 Tacos de Pollo 6 Gringas Mixtas Salsa verde, roja y chismol.

L. 2,100.00

L. 550.00

L. 1,180.00

Aleros

10 Tacos de Res
10 Tacos al Pastor
10 Tacos de Pollo
4 Gringas Mixtas
Salsa verde, roja y chismol.

L. 880.00

El Patrón

10 Tacos de Birria
10 Tacos al Pastor
10 Tacos de Pollo
5 Gringas Mixtas
Salsa verde, roja y chismol.

L. 1,180.00

Bebidas

Naturales	L. 35.00
Gaseosas	L. 28.00
Agua	L. 32.00
Cerveza Nacional	L. 40.00
Cerveza importada	L. 60.00
Café negro	L. 25.00
Cappuchino	L. 45.00
Chocolate caliente	L. 45.00

Página 4 del menú de The Canal Restaurant.

Fuente: The Canal Restaurant, 2026.

Capturas utilizadas para identificar las tarifas y características generales de las habitaciones ofrecidas por Hotel La Naturaleza durante el período de consulta.

Fuente: Hotel La Naturaleza, consulta realizada en 2026.

ANEXO 20. TABLAS DE FRECUENCIA Y PRIORIZACIÓN DE RESULTADOS DEL CUESTIONARIO

Las siguientes tablas presentan la distribución de frecuencias y porcentajes de las preguntas de respuesta categórica del cuestionario. La base analizada estuvo integrada por 70 respuestas válidas. Para las preguntas de ordenamiento se presenta el orden general de prioridad identificado en los resultados, debido a que su interpretación corresponde a una jerarquización y no a una selección única.

Tabla A20.1. Rango de edad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	15	21.4 %
26 a 35 años	33	47.1 %
36 a 45 años	16	22.9 %
46 a 55 años	6	8.6 %
Más de 55 años	0	0.0 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.2. Procedencia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Honduras	67	95.7 %
Otro país	3	4.3 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.3. Ingreso mensual aproximado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de L 15,000	8	11.4 %
L 15,001 a L 30,000	27	38.6 %
L 30,001 a L 50,000	16	22.9 %
Más de L 50,000	19	27.1 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.4. Frecuencia de viajes turísticos dentro de Honduras

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Una vez al año	12	17.1 %
De dos a tres veces al año	31	44.3 %
Cuatro o más veces al año	21	30.0 %
Casi nunca	6	8.6 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.5. Interés en hospedarse en un glamping

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	51	72.9 %
Tal vez	17	24.3 %
No	2	2.9 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.6. Importancia de incorporar soluciones sostenibles

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Muy importante	27	38.6 %
Importante	32	45.7 %
Poco importante	9	12.9 %
Nada importante	2	2.9 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.7. Rango de precio considerado razonable por noche

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Menos de L 2,500	31	44.3 %
Entre L 2,500 y L 3,500	35	50.0 %
Entre L 3,501 y L 4,500	2	2.9 %
Más de L 4,500	2	2.9 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.8. Aceptación de incluir alimentación y tours en el precio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	16	22.9 %
De acuerdo	22	31.4 %
Neutral	23	32.9 %
En desacuerdo	3	4.3 %
Totalmente en desacuerdo	6	8.6 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.9. Zona considerada más atractiva para hospedarse

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Peña Blanca	56	80.0 %
Las Vegas	7	10.0 %
San José de Comayagua	5	7.1 %
Otras zonas	2	2.9 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.10. Necesidades percibidas en la oferta de hospedaje

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Experiencias diferentes	23	32.9 %
Hospedajes más innovadores	16	22.9 %
Mejor relación calidad-precio	15	21.4 %
Mayor contacto con la naturaleza	14	20.0 %
Mayor privacidad	2	2.9 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.11. Experiencia previa de hospedaje en la zona

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Nunca se ha hospedado en la zona	20	28.6 %
Cabañas privadas	18	25.7 %
Airbnb	17	24.3 %
Lagolandia	6	8.6 %
Otros establecimientos	6	8.6 %
Hotel La Naturaleza	2	2.9 %
Honduyate	1	1.4 %
Total	70	100.0 %

Fuente: Elaboración propia con base en la encuesta aplicada a 70 visitantes actuales y potenciales del Lago de Yojoa, mayo de 2026.

Tabla A20.12. Resumen de las preguntas de priorización

Pregunta	Orden de prioridad identificado	Observación
Aspectos valorados en un glamping	1) Privacidad y tranquilidad; 2) contacto con la naturaleza; 3) comodidad y lujo; 4) diseño innovador; 5) actividades recreativas.	Pregunta de ordenamiento.
Tipo de alojamiento preferido	1) Cabaña ecológica; 2) domo geodésico; 3) tiny house; 4) tienda de lujo.	Pregunta de ordenamiento.
Servicios indispensables	1) Baño privado; 2) aire acondicionado; 3) WiFi; 4) restaurante o cafetería; 5) tours o actividades.	Pregunta de ordenamiento.
Factores que justifican el precio	1) Calidad de las instalaciones; 2) servicios incluidos; 3) vista y entorno natural; 4) privacidad y exclusividad; 5) actividades recreativas.	Pregunta de ordenamiento.
Aspectos valorados en la ubicación	1) Vista al lago o naturaleza; 2) fácil acceso vehicular; 3) privacidad y tranquilidad; 4) seguridad del área; 5) cercanía a atractivos.	Pregunta de ordenamiento.
Canales de comunicación	1) Redes sociales; 2) recomendaciones; 3) página web; 4) plataformas de reserva; 5) influencers; 6) ferias; 7) correo electrónico.	Pregunta de ordenamiento.
Promociones más atractivas	1) Descuentos; 2) promociones familiares; 3) paquetes con tours; 4) paquetes románticos; 5) experiencias ecológicas.	Pregunta de ordenamiento.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados del cuestionario, mayo de 2026.

ANEXO 21. GUÍA DE OBSERVACIÓN DE CAMPO Y SÍNTESIS DE REGISTROS

La guía de observación se utilizó durante la visita de campo realizada el 30 de mayo de 2026 en diferentes sectores turísticos del Lago de Yojoa. Su propósito fue registrar de manera organizada la accesibilidad, la oferta de hospedaje y alimentación, las actividades recreativas, las tarifas, la infraestructura, las condiciones ambientales y las necesidades identificadas.

Tabla A21.1. Instrumento de observación de campo

Aspecto	Criterios de observación	Registro sugerido
Identificación	Fecha, sector, establecimiento o atractivo, tipo de lugar.	Nombre del sitio y ubicación general.
Accesibilidad	Estado del acceso, señalización, estacionamiento y facilidad de ingreso.	Buena, regular o limitada; observaciones.
Oferta de hospedaje	Tipo de habitaciones o cabañas, capacidad, amenidades y tarifas.	Servicios incluidos y precio referencial.
Oferta de alimentación	Tipos de platos, rango de precios, horarios y concepto del establecimiento.	Menú, precios y productos destacados.
Actividades recreativas	Actividades acuáticas, senderismo, cultura, arqueología o recorridos productivos.	Tipo, duración, capacidad y tarifa.
Infraestructura y servicios	Agua, energía, internet, baños, iluminación, drenaje y seguridad.	Condiciones observadas y limitaciones.
Condiciones ambientales	Paisaje, vegetación, ruido, limpieza, residuos y sensibilidad ecológica.	Fortalezas y riesgos ambientales.
Evidencia	Fotografías, menús, tarifas, publicaciones o material promocional.	Número de fotografía o anexo relacionado.
Necesidades identificadas	Limitaciones de la oferta existente y oportunidades de mejora.	Descripción breve de la oportunidad.

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Tabla A21.2. Síntesis de los registros obtenidos

Sitio o categoría	Tipo de fuente	Hallazgo principal	Dato o tarifa referencial
Complejo Turístico Lagolandia	Observación y material promocional	Oferta integrada de hospedaje, restaurante, bar y recreación.	Pescado frito L 230–300; desayunos L 120–180.
Finca Las Garzas	Observación y menú	Oferta gastronómica especializada en pescados, mariscos y carnes.	Pescado frito L 320–420; filete de res L 480.
The Canal	Observación y menú	Oferta amplia con precios accesibles para familias y grupos.	Desayuno típico L 110; pescado del lago L 200.
Café El Dorao	Observación directa	Cafetería vinculada con producción y distribución de café local.	Producto local y experiencia de consumo.
Frank Coffee	Observación directa	Cafetería orientada al descanso, bebidas y alimentos ligeros.	Oferta complementaria al recorrido turístico.
Oferta de hospedaje	Revisión documental y plataformas	Hoteles, cabañas, lodges y alquileres vacacionales con distintos niveles de servicio.	Habitaciones dobles aprox. L 2,200–2,729; cabañas familiares hasta L 4,320.
Catamarán	Observación y consulta	Actividad acuática para parejas y grupos.	L 700 para dos personas; grupos L 100 por persona, máximo aproximado de 14.
Kayak	Observación y consulta	Actividad individual o en pareja vinculada al lago.	L 100 por hora por persona.
Moto acuática	Observación y consulta	Actividad recreativa de mayor costo.	Aproximadamente L 2,000 por hora.
Parque Eco-Arqueológico Los Naranjos	Observación directa	Integra arqueología, museo, senderos y naturaleza.	Entrada aproximada de L 65 por persona.

PANACAM	Revisión complementaria	Senderismo, observación de aves, bosque y educación ambiental.	Tarifas sujetas a la actividad seleccionada.
Cataratas de Pulhapanzak	Revisión complementaria	Naturaleza, aventura, alimentación y hospedaje.	Habitaciones panorámicas aprox. L 4,065–4,440.
Finca Santa Martha	Revisión complementaria	Hotel ecológico y recorridos productivos relacionados con cacao.	Experiencia educativa y productiva.
Necesidades identificadas	Síntesis de campo	Mayor innovación en hospedaje, integración de experiencias, señalización y articulación de servicios.	Oportunidad para paquetes y alojamiento diferenciado.

Fuente: Elaboración propia con base en la visita de campo del 30 de mayo de 2026 y la revisión documental complementaria.

ANEXO 22. PRECIOS REFERENCIALES CONSULTADOS EN DIUNSA

Los siguientes precios fueron recopilados mediante capturas del catálogo digital de Diunsa durante junio de 2026. Los valores corresponden a precios promocionales o de liquidación y pueden variar según disponibilidad, vigencia de la oferta y condiciones comerciales. Para el presupuesto se seleccionaron únicamente los artículos necesarios, evitando sumar productos alternativos que generen duplicidad.

Tabla A23.1. Resumen de precios referenciales de Diunsa

Producto	Cantidad	Precio unitario	Total	Tratamiento en el presupuesto
Vajilla Corelle, 12 piezas	4	L 2,290.00	L 9,160.00	Incluida
Juego de cubiertos, 24 piezas	4	L 349.00	L 1,396.00	Incluido
Juego de vasos, 16 piezas	4	L 714.00	L 2,856.00	Incluido
Juego de ollas, 12 piezas	4	L 7,794.00	L 31,176.00	Incluido
Juego de edredón Queen, 8 piezas	8	L 1,794.00	L 14,352.00	Incluido
Juego de edredón King, 8 piezas	4	L 1,914.00	L 7,656.00	Incluido
Juego de almohadas, 2 piezas	12	L 179.00	L 2,148.00	Incluido
Toalla de mano	24	L 137.40	L 3,297.60	Incluida
Toalla playera	24	L 569.40	L 13,665.60	Referencia; confirmar uso como toalla de baño
Silla de playa plegable	4	L 1,490.00	L 5,960.00	Incluida
Rack para televisor	4	L 2,490.00	L 9,960.00	Incluido
Recámara Queen	—	L 11,490.00	—	Alternativa no sumada para evitar duplicar camas
Asador a carbón	1	L 8,490.00	L 8,490.00	Incluido como equipo común

Fuente: Capturas del catálogo digital de Diunsa, junio de 2026.

El total referencial de los artículos seleccionados en esta consulta asciende a L 110,126.20. La recámara Queen se mantiene únicamente como alternativa de comparación y no se suma, debido a que el presupuesto ya incorpora colchones y bases mediante otras cotizaciones.



CORELLE
VAJILLA CORELLE 12PCS WHITE
L. 2,290.00

Vajilla Corelle 12 piezas — L 2,290.00



PEXIM
JGO D/CUBIERTOS D/ACERO
INOX. 24PCS NICE
L. 349.00 ~~L. 1,190.00~~

Juego de cubiertos 24 piezas — L 349.00



CRISA
JGO. D/VASOS D/VIDRIO
CAVANA 16PCS
L. 714.00 ~~L. 1,190.00~~

Juego de vasos 16 piezas — L 714.00



CUISINART
JGO D/OLLAS ACE. INOX. SAPPHIRE
12PCS
L. 7,794.00 ~~L. 12,990.00~~

 Agregar al Carrito

Juego de ollas 12 piezas — L 7,794.00

Evidencia visual A23.1. Capturas de precios referenciales de Diunsa, junio de 2026.

- 40% descuento



CHD HOME
JUEGO D/EDREDON CMFT QUEEN
8PCS WHITE

L. 1,794.00 ~~L. 2,990.00~~

 Agregar al Carrito

Juego de edredón Queen, 8 piezas — L 1,794.00

- 40% descuento



CHD HOME
JUEGO D/EDREDON CMFT KING
8PCS GREY

L. 1,914.00 ~~L. 3,190.00~~

 Agregar al Carrito

Juego de edredón King, 8 piezas — L 1,914.00

- 40% descuento



HOGARTEX
JGO D/ALMOHADAS SUEÑO 2PC
45X60CM

L. 179.00 ~~L. 299.00~~

 Agregar al Carrito

Juego de almohadas, 2 piezas — L 179.00

- 40% descuento



HILASAL
TOALLA P/MANO STUDIO BLANCO

L. 137.40 ~~L. 229.00~~

 Agregar al Carrito

Toalla de mano — L 137.40

Evidencia visual A23.2. Capturas de precios referenciales de Diunsa, junio de 2026.

- 40% descuento



HILASAL
TOALLA PLAYERA PRESTIGE
BLANCA

L. 569.40 ~~L. 949.00~~

Agregar al Carrito

Toalla playera — L 569.40

- 59% descuento



HOME FURNITURE
SILLA DE PLAYA PLEGABLE

L. 1,490.00 ~~L. 3,590.00~~

Agregar al Carrito

Silla de playa plegable — L 1,490.00

- 62% descuento



MADETEC
RACK PARA TV FRIZZ CALACATA

L. 2,490.00 ~~L. 6,589.99~~

Agregar al Carrito

Rack para televisor — L 2,490.00

- 32% descuento



HOME FURNITURE
RECAMARA QUEEN CHAMPAGNE

L. 11,490.00 ~~L. 16,990.00~~

Recámara Queen — L 11,490.00 (alternativa)

- 23% descuento



CHAR-BROIL
ASADOR A CARBON C-LINE
CHARCOAL GRILL 8

L. 8,490.00 ~~L. 10,990.00~~

Agregar al Carrito

Asador a carbón — L 8,490.00

Evidencia visual A23.3. Capturas de precios referenciales de Diunsa, junio de 2026.

ANEXO 23. PRECIOS REFERENCIALES OBSERVADOS EN LA CURACAO

Los precios se obtuvieron mediante observación directa en tienda durante junio de 2026. Las fotografías se emplean como respaldo referencial para pequeños electrodomésticos y ropa de cama. Los productos deben cotizarse nuevamente antes de la compra, ya que las promociones pueden vencer o cambiar.

Tabla A24.1. Resumen de precios observados en La Curacao

Producto	Cantidad	Precio unitario	Total referencial	Tratamiento
Sandwichera Hamilton Beach	4	L 697.00	L 2,788.00	Seleccionada
Licuada Hamilton Beach	4	L 795.00	L 3,180.00	Seleccionada
Cafetera Black+Decker, 12 tazas	4	L 799.00	L 3,196.00	Seleccionada
Juego de edredón Full/Queen, 8 piezas	8	L 997.00	L 7,976.00	Alternativa; no sumar junto con Diunsa
Sistema de cámaras	—	Pendiente	Pendiente	Incorporar cuando se obtenga evidencia legible

Fuente: Fotografías tomadas en La Curacao, junio de 2026.

El total de los pequeños electrodomésticos seleccionados asciende a L 9,164.00. El juego de edredón se presenta como alternativa y no debe sumarse simultáneamente con el producto equivalente de Diunsa. El mobiliario exterior Give Lounge Set se encuentra respaldado por la cotización de Comercializadora Mar Azul incluida en el Anexo 13 de la tesis.



Sandwichera — L 697.00 / Licuadora — L 795.00



Juego de edredón Full/Queen, 8 piezas — L 997.00



Cafetera Black+Decker, 12 tazas — L 799.00

Evidencia visual A24.1. Precios referenciales observados en La Curacao, junio de 2026.

ANEXO 24. MEMORIA DE CÁLCULO DEL ESTUDIO FINANCIERO

La presente memoria resume las fórmulas, supuestos y operaciones utilizadas para calcular los ingresos, costos, flujos de efectivo, valor actual neto, tasa interna de retorno y recuperación de la inversión para los escenarios de cuatro y ocho cabañas. Los cálculos se expresan en lempiras constantes de 2026.

Tabla A25.1. Supuestos principales

Concepto	Cuatro cabañas	Ocho cabañas
Inversión inicial	L 9,456,738.63	L 15,364,834.65
Tarifa promedio ponderada	L 3,150	L 3,150
Ingresos complementarios	18 % del hospedaje	18 % del hospedaje
Costos variables	25 % de ingresos	25 % de ingresos
Gastos fijos anuales	L 1,200,000	L 1,800,000
Impuesto sobre la renta	25 %	25 %
Tasa de descuento	15 %	15 %
Horizonte	10 años	10 años
Capital de trabajo recuperable	L 350,000	L 500,000
Base depreciable	L 8,886,738.63	L 14,594,834.65
Valor residual, 20 %	L 1,777,347.73	L 2,918,966.93
Depreciación anual, línea recta	L 710,939.09	L 1,167,586.77

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Fórmulas utilizadas

Indicador	Fórmula o procedimiento
Tarifa promedio ponderada	$[(2 \times L 2,800) + (2 \times L 3,500)] \div 4 = L 3,150.$
Ingresos de hospedaje	Número de cabañas $\times$ 365 días $\times$ ocupación $\times$ tarifa promedio.
Ingresos complementarios	Ingresos de hospedaje $\times$ 18 %.
Ingresos totales	Ingresos de hospedaje + ingresos complementarios.
Costos variables	Ingresos totales $\times$ 25 %.
EBITDA	Ingresos totales – costos variables – gastos fijos.
Resultado gravable	Máximo entre [EBITDA – depreciación] y cero.
Impuesto	Resultado gravable $\times$ 25 %.
Flujo operativo	EBITDA – impuesto.
Flujo del año 10	Flujo operativo + valor residual + recuperación del capital de trabajo.
VAN	$-Inversión\ inicial + \Sigma [Flujo\ del\ año\ t \div (1 + 15\ \%)^t].$
TIR	Tasa que hace que el VAN sea igual a cero.

Tabla A25.2. Cálculo del VAN y recuperación simple: cuatro cabañas

Año	Flujo neto	Factor de descuento 15 %	Valor presente	Flujo simple acumulado
1	L 428,046.00	0.8696	L 372,213.91	L -9,028,692.63
2	L 631,552.00	0.7561	L 477,544.05	L -8,397,140.63
3	L 804,028.00	0.6575	L 528,661.46	L -7,593,112.63
4	L 956,657.00	0.5718	L 546,971.74	L -6,636,455.63
5	L 1,109,287.00	0.4972	L 551,511.69	L -5,527,168.63
6	L 1,109,287.00	0.4323	L 479,575.38	L -4,417,881.63
7	L 1,109,287.00	0.3759	L 417,022.07	L -3,308,594.63
8	L 1,109,287.00	0.3269	L 362,627.89	L -2,199,307.63
9	L 1,109,287.00	0.2843	L 315,328.60	L -1,090,020.63
10	L 3,236,634.00	0.2472	L 800,046.42	L 2,146,613.37
Resultado	Inversión: L 9,456,738.63		VAN: L -4,605,235.41	Saldo final: L 2,146,613.37

Tabla A25.3. Cálculo del VAN y recuperación simple: ocho cabañas

Año	Flujo neto	Factor de descuento 15 %	Valor presente	Flujo simple acumulado
1	L 1,383,966.00	0.8696	L 1,203,448.70	L -13,980,868.65
2	L 1,689,224.00	0.7561	L 1,277,296.03	L -12,291,644.65
3	L 1,994,483.00	0.6575	L 1,311,404.95	L -10,297,161.65
4	L 2,299,742.00	0.5718	L 1,314,884.95	L -7,997,419.65
5	L 2,605,000.00	0.4972	L 1,295,145.40	L -5,392,419.65
6	L 2,605,000.00	0.4323	L 1,126,213.39	L -2,787,419.65
7	L 2,605,000.00	0.3759	L 979,315.99	L -182,419.65
8	L 2,605,000.00	0.3269	L 851,579.12	L 2,422,580.35
9	L 2,605,000.00	0.2843	L 740,503.58	L 5,027,580.35
10	L 6,023,967.00	0.2472	L 1,489,032.51	L 11,051,547.35
Resultado	Inversión: L 15,364,834.65		VAN: L -3,776,010.04	Saldo final: L 11,051,547.35

Tabla A25.4. Resumen de indicadores financieros

Indicador	Cuatro cabañas	Ocho cabañas
VAN al 15 %	-L 4,605,235.41	-L 3,776,010.04
TIR	3.1 %	9.3 %
Recuperación simple	9.3 años, incluyendo valor residual	7.1 años
Punto de equilibrio operativo	29.5 %	22.1 %
Punto de equilibrio financiero	70.2 %	55.1 %
Conclusión del escenario base	No alcanza la rentabilidad requerida	Mejor desempeño, pero insuficiente

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Tabla A25.5. Análisis de sensibilidad

Escenario	Tarifa y ocupación estabilizada	VAN al 15 %	TIR	Recuperación simple
Cuatro cabañas – conservador	L 2,800 y 45 %	-L 7,234,007	-6.0 %	No recupera
Cuatro cabañas – base	L 3,150 y 60 %	-L 4,605,236	3.1 %	9.3 años, con valor residual
Cuatro cabañas – optimista	L 3,500 y 70 %	-L 1,934,590	10.2 %	6.8 años
Ocho cabañas – conservador	L 2,800 y 45 %	-L 8,359,419	0.9 %	9.8 años, con valor residual
Ocho cabañas – base	L 3,150 y 60 %	-L 3,776,010	9.3 %	7.1 años
Ocho cabañas – optimista	L 3,500 y 70 %	L 1,412,271	17.0 %	5.1 años

Fuente: Elaboración propia, 2026.

Interpretación: bajo los supuestos base, ninguno de los dos tamaños alcanza la tasa mínima de rendimiento del 15 %. El escenario optimista de ocho cabañas es el único que presenta VAN positivo y TIR superior a la tasa requerida. Por esta razón, la ejecución debe plantearse por etapas y condicionarse al comportamiento real de la ocupación, la tarifa efectiva, los ingresos complementarios y los costos de inversión.

ANEXO 25. COTIZACIÓN REFERENCIAL DE CONSTRUCCIÓN DE CREATIVAS ARQUITECTÓNICAS

La siguiente evidencia corresponde a la cotización de Creativas Arquitectónicas, cuyo valor total asciende a L 3,120,000.00, equivalente a L 13,000.00 por m². Al comparar las tres propuestas disponibles bajo un alcance general equivalente, esta cotización presentó el menor precio y fue seleccionada como base para estimar la construcción de las cuatro cabañas iniciales. Su vigencia, alcance técnico, impuestos y condiciones comerciales deberán confirmarse antes de contratar.

COTIZACIÓN DE CONSTRUCCIÓN

Cabañas de Madera

Cliente:

Michelle Saybe

Proyecto:

Construcción de Cabañas de Madera

Ubicación:

Lago de Yojoa

Fecha:

23 de junio de 2026

CREATIVAS

ARQUITECTÓNICAS

Estimada Michelle:

A continuación presentamos nuestra propuesta económica para la construcción de las cabañas de madera ubicadas en Lago de Yojoa. Esta propuesta contempla el suministro de materiales, mano de obra, traslado, montaje y acabados conforme a las especificaciones descritas.

DETALLE DE PROPUESTA

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Cabaña de madera 40 m² (1 habitación + terraza de 10 m²) 1 dormitorio - Baño privado - Terraza - Instalaciones eléctricas e hidrosanitarias - Ventanas PVC - Madera de pino cepillada, curada y pintada - Cimentación incluida	m²	100	L 13,000.00	L 1,300,000.00
2	Cabaña de madera 55 m² (2 habitaciones + terraza de 15 m²) 2 dormitorios - Baño privado - Terraza - Instalaciones eléctricas e hidrosanitarias - Ventanas PVC - Madera de pino cepillada, curada y pintada - Cimentación incluida	m²	140	L 13,000.00	L 1,820,000.00
SUBTOTAL					L 3,120,000.00

ALCANCE DEL PROYECTO

Suministro de materiales

Mano de obra calificada

Transporte hasta el sitio

Montaje

Cimentación

Acabados

Limpieza final

NO INCLUYE

Trámites municipales

Permisos

Estudios de suelo

Instalaciones especiales no descritas

Mobiliario

INVERSIÓN TOTAL

L 3,120,000.00

SON: TRES MILLONES CIENTO VEINTE MIL LEMPIRAS EXACTOS.

CONDICIONES COMERCIALES

TIEMPO DE EJECUCIÓN

30 días calendario.

FORMA DE PAGO

60% anticipo

40% contra entrega

GARANTÍA

3 meses sobre mano de obra.

VALIDEZ DE LA OFERTA

15 días calendario.

Agradecemos la oportunidad de presentar esta propuesta.

En Creativas Arquitectónicas nos comprometemos a ejecutar cada proyecto con altos estándares de calidad, responsabilidad y cumplimiento.

Arq. Andrea Caballero

Colegio de Arquitectos de Honduras

Creativas Arquitectónicas

Cliente Michelle Saybe

3207-9021

San Pedro Sula, Honduras

info@creativasarquitectonicas.hn

Fuente: Creativas Arquitectónicas, 23 de junio de 2026.

Nota: El documento deberá ser validado, firmado y actualizado por el proveedor antes de utilizarse para una contratación definitiva.

254

ANEXO 26. COTIZACIÓN REFERENCIAL DE CONSTRUCCIÓN DE GRUPO CORTÉS

La siguiente evidencia corresponde a la cotización de Grupo Cortés para la construcción de las cuatro cabañas iniciales. La propuesta establece un precio de L 13,500 por m² y un monto total de L 3,240,000. Dentro de la comparación realizada, representa la segunda alternativa de menor costo y mantiene el alcance general utilizado para contrastar las propuestas.



GRUPO CORTÉS
CORPORACIÓN SIN LÍMITES

COTIZACIÓN
DOCUMENTO
GC-230626-02

FECHA
23 JUN 2026

UBICACIÓN
LAGO DE YOJOA

CLIENTE
MICHELLE
SAYBE

PROYECTO
CUATRO CABAÑAS
DE MADERA

PROPUESTA ECONÓMICA

Construcción de cabañas para proyecto de glamping

Estimado Cliente:

Grupo Cortés presenta esta propuesta referencial para la construcción de cuatro cabañas de madera. El alcance considera materiales, mano de obra, transporte hasta el sitio, montaje, cimentación, instalaciones eléctricas e hidrosanitarias internas, acabados y limpieza final.

COMPOSICIÓN DEL PROYECTO

TIPO A	TIPO B
2 cabañas sencillas	2 cabañas familiares
40 m² cubiertos + terraza de 10 m² por unidad	55 m² cubiertos + terraza de 15 m² por unidad
Área cotizada	Área cotizada
100 m²	140 m²
L 13,500.00 / m²	L 13,500.00 / m²
SUBTOTAL	SUBTOTAL
L 1,350,000.00	L 1,890,000.00

ESPECIFICACIONES PRINCIPALES

ESTRUCTURA	CERRAMIENTOS	INSTALACIONES
Madera de pino cepillada, curada y pintada	Ventanas de PVC y acabados descritos	Eléctricas e hidrosanitarias internas
HABITACIONES	BAÑOS	CIMENTACIÓN
1 dormitorio en Tipo A · 2 dormitorios en Tipo B	Privado en Tipo A · compartido en Tipo B	Incluida dentro del alcance constructivo

INVERSIÓN TOTAL

L 3,240,000.00

TRES MILLONES
DOSCIENTOS CUARENTA MIL
LEMPIRAS EXACTOS

Fuente: Grupo Cortés, 23 de junio de 2026.
Nota: El documento deberá ser validado, firmado y actualizado por el proveedor antes de utilizarse para una contratación definitiva.

ANEXO 27. COTIZACIÓN REFERENCIAL DE CONSTRUCCIÓN DE GRUPO MQ

La siguiente evidencia corresponde a la cotización de Grupo MQ para la construcción de las cuatro cabañas iniciales. La propuesta establece un precio de L 14,500 por m² y un monto total de L 3,480,000. Este valor constituye la alternativa de mayor costo entre las tres propuestas comparadas, bajo un alcance general equivalente.



GRUPO MQ

CONSTRUCCIÓN • ARQUITECTURA • PROYECTOS

COTIZACIÓN REFERENCIAL

No. COT-MQ-230626

Fecha: 23 de junio de 2026

COTIZACIÓN DE CONSTRUCCIÓN

Cabañas de madera para proyecto de glamping



Cliente:	Michelle Saybe
Proyecto:	Construcción de cuatro cabañas de madera
Ubicación:	Lago de Yojoa, Honduras
Fecha:	23 de junio de 2026

Estimada Michelle:

Por medio de la presente, Grupo MQ somete a consideración la propuesta económica referencial para la construcción de cuatro cabañas de madera en el Lago de Yojoa. La propuesta contempla materiales, mano de obra, transporte hasta el sitio, montaje, cimentación, instalaciones eléctricas e hidrosanitarias internas, acabados y limpieza final, conforme a las especificaciones descritas.

DETALLE DE LA PROPUESTA

ÍTEM	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
1	Dos cabañas de madera de 40 m ² de área cubierta cada una, con una habitación y terraza de 10 m ² por unidad. Incluye: dormitorio, baño privado, terraza, ventanas PVC, madera de pino cepillada, curada y pintada, cimentación e instalaciones internas.	m ²	100 m ² L 14,500.00/m ²	L 1,450,000.00
2	Dos cabañas de madera de 55 m ² de área cubierta cada una, con dos habitaciones y terraza de 15 m ² por unidad. Incluye: dos dormitorios, baño compartido, terraza, ventanas PVC, madera de pino cepillada, curada y pintada, cimentación e instalaciones internas.	m ²	140 m ² L 14,500.00/m ²	L 2,030,000.00
SUBTOTAL				L 3,480,000.00
INVERSIÓN TOTAL		SON: TRES MILLONES CUATROCIENTOS OCHENTA MIL LEMPIRAS EXACTOS.		
L 3,480,000.00				

Fuente: Grupo MQ, 23 de junio de 2026.

Nota: El documento deberá ser validado, firmado y actualizado por el proveedor antes de utilizarse para una contratación definitiva.

ANEXO 28. VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS - MÉTODO CVC DE HERNÁNDEZ-NIETO (2002)

Formato de Validación de Contenido por Juicio de Expertos Método CVC de Hernández-Nieto (2002)

Datos del experto

Nombre: Valery A. Ochoa Perdomo

Grado académico: Postgrado

Especialidad: MAP. Máster en Administración de Proyectos

Institución: Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC

Instrucciones

Valore cada ítem en una escala de 1 a 5 según los criterios indicados. Agregue observaciones cuando considere necesario.

Escala | 1=Inaceptable 2=Deficiente 3=Regular 4=Bueno 5=Excelente

Ficha técnica del instrumento

Título del Proyecto de Investigación: *Evaluación de Prefactibilidad para la Implementación de Glampings como Alojamiento Turístico en el Lago de Yojoa, Honduras.*

Objetivo del Instrumento: Recolectar información cuantitativa y cualitativa para evaluar la demanda, perfil del consumidor, preferencias de servicio, disposición a pagar y factores de localización para el desarrollo de un proyecto de *glamping* en el Lago de Yojoa.

Población / Muestra Piloto de Referencia: 70 respuestas recolectadas (Tiempo promedio de respuesta esperada: 10 min).

Número de Ítems del Instrumento: 19 ítems.

Panel de Expertos Evaluadores: 3 expertos especialistas en Metodología de la Investigación, Gestión Turística/Hospitalidad y Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.

Comentarios generales

Al obtener un Coeficiente de Validez de Contenido Total de $CVC_T = 0.9349$, se demuestra empírica y metodológicamente que el instrumento posee una Validez de Contenido Excelente. Todos y cada uno de los 19 ítems superan holgadamente el Umbral Crítico Mínimo Aceptable ($CVC \geq 0.80$).

Recomendaciones.

Estructura Formativa y Ajuste de Instrucciones: Se sugiere indicar explícitamente en el encabezado del cuestionario el carácter voluntario y anónimo de la participación, asegurando el tratamiento confidencial de los datos socioeconómicos (Ítem 4).

Clarificación en Preguntas de Selección Múltiple y Ránking: En los ítems 7, 9, 12, 14, 16 y 17, añadir una breve instrucción aclaratoria que diferencie si la respuesta es de elección múltiple libre, selección única o si requiere ordenamiento por nivel de importancia.

Calibración de la Dimensión Sostenibilidad: Para el ítem 10, si en fases posteriores se busca cuantificar el valor económico asignado específicamente a la tecnología vs. la ecología, se puede subdividir en dos reactivos independientes (uno para ecotecnologías y otro para automatización/domótica).

Firma del experto:  Fecha: junio, 2026

Ítem	Enunciado del Instrumento	Dimensión Metodológica	Experto 1				Experto 2				Experto 3			
			Cla	Coh	Per	Red	Cla	Coh	Per	Red	Cla	Coh	Per	Red
1	Nombre Completo	Datos de Control	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
2	¿Cuál es su rango de edad?	Perfil Demográfico	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
3	¿Cuál es su procedencia?	Perfil Demográfico	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	Ingreso mensual aproximado	Perfil Socioeconómico	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	¿Con qué frecuencia realiza viajes turísticos dentro de Honduras?	Hábitos de Viaje	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
6	¿Estaría interesado en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa?	Interés y Demanda	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	¿Qué aspecto considera más importante en un glamping?	Preferencias de Atributo	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
8	¿Qué tipo de alojamiento preferiría dentro de un glamping?	Preferencia de Tipología	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	¿Qué servicios considera indispensables en un glamping?	Servicios Requeridos	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
10	¿Qué tan importante es para usted que el glamping incluya energías renovables o domos inteligentes?	Innovación y Sostenibilidad	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4
11	¿Qué rango de precios considera razonable pagar por noche en un glamping que incluya servicios básicos?	Disposición a Pagar / Tarifa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	¿Qué factor le haría considerar justo el precio?	Percepción de Valor	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4

13	¿Está de acuerdo en que el precio incluya alimentación y tours básicos en un glamping?	Estructura de Oferta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	¿Qué aspecto relacionado con la ubicación valoraría más?	Factores de Localización	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	¿Qué zona del Lago de Yojoa considera más atractiva para hospedarse?	Preferencia Geográfica	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
16	¿Qué tipo de canal de comunicación influiría más en su decisión de reservar un glamping?	Canales de Comunicación	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	¿Qué tipo de promoción llamaría más su atención?	Estrategia Comercial	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
18	¿Qué aspecto considera que hace falta actualmente en los hospedajes turísticos?	Brecha de Mercado	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
19	¿En qué lugar se ha hospedado anteriormente cerca del Lago de Yojoa?	Competencia y Antecedentes	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
	PROMEDIO GLOBAL DEL INSTRUMENTO	CVC TOTAL												

Ítem	Enunciado del Instrumento	Dimensión Metodológica	Media Promedio (Mx)				Coeficiente CVC por Criterio (CVC_c)				CVC ítem (CVC_i)	Dictamen de Validez
			Cla	Coh	Per	Red	Cla	Coh	Per	Red		
1	Nombre Completo	Datos de Control	5.00	5.00	4.33	5.00	0.9630	0.9630	0.8296	0.9630	0.9296	Excelente
2	¿Cuál es su rango de edad?	Perfil Demográfico	4.67	5.00	5.00	4.67	0.8963	0.9630	0.9630	0.8963	0.9296	Excelente
3	¿Cuál es su procedencia?	Perfil Demográfico	4.67	4.67	5.00	5.00	0.8963	0.8963	0.9630	0.9630	0.9296	Excelente
4	Ingreso mensual aproximado	Perfil Socioeconómico	5.00	5.00	5.00	4.67	0.9630	0.9630	0.9630	0.8963	0.9463	Excelente
5	¿Con qué frecuencia realiza viajes turísticos dentro de Honduras?	Hábitos de Viaje	4.67	4.67	5.00	4.67	0.8963	0.8963	0.9630	0.8963	0.9130	Excelente
6	¿Estaría interesado en hospedarse en un glamping en el Lago de Yojoa?	Interés y Demanda	5.00	5.00	5.00	5.00	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	Excelente
7	¿Qué aspecto considera más importante en un glamping?	Preferencias de Atributo	4.67	5.00	5.00	4.67	0.8963	0.9630	0.9630	0.8963	0.9296	Excelente
8	¿Qué tipo de alojamiento preferiría dentro de un glamping?	Preferencia de Tipología	5.00	5.00	5.00	5.00	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	Excelente
9	¿Qué servicios considera indispensables en un glamping?	Servicios Requeridos	4.67	5.00	5.00	4.67	0.8963	0.9630	0.9630	0.8963	0.9296	Excelente
10	¿Qué tan importante es para usted que el glamping incluya energías renovables o domos inteligentes?	Innovación y Sostenibilidad	4.67	4.67	4.67	4.33	0.8963	0.8963	0.8963	0.8296	0.8796	Excelente
11	¿Qué rango de precios considera razonable pagar por noche en un glamping que incluya servicios básicos?	Disposición a Pagar / Tarifa	5.00	5.00	5.00	5.00	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	Excelente
12	¿Qué factor le haría considerar justo el precio?	Percepción de Valor	4.33	4.67	5.00	4.33	0.8296	0.8963	0.9630	0.8296	0.8796	Excelente

13	¿Está de acuerdo en que el precio incluya alimentación y tours básicos en un glamping?	Estructura de Oferta	5.00	5.00	5.00	5.00	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	Excelente
14	¿Qué aspecto relacionado con la ubicación valoraría más?	Factores de Localización	5.00	5.00	5.00	5.00	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	Excelente
15	¿Qué zona del Lago de Yojoa considera más atractiva para hospedarse?	Preferencia Geográfica	4.67	5.00	5.00	4.67	0.8963	0.9630	0.9630	0.8963	0.9296	Excelente
16	¿Qué tipo de canal de comunicación influiría más en su decisión de reservar un glamping?	Canales de Comunicación	5.00	5.00	5.00	5.00	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	0.9630	Excelente
17	¿Qué tipo de promoción llamaría más su atención?	Estrategia Comercial	4.67	5.00	5.00	4.67	0.8963	0.9630	0.9630	0.8963	0.9296	Excelente
18	¿Qué aspecto considera que hace falta actualmente en los hospedajes turísticos?	Brecha de Mercado	4.67	4.67	5.00	4.67	0.8963	0.8963	0.9630	0.8963	0.9130	Excelente
19	¿En qué lugar se ha hospedado anteriormente cerca del Lago de Yojoa?	Competencia y Antecedentes	5.00	5.00	4.67	5.00	0.9630	0.9630	0.8963	0.9630	0.9463	Excelente
	PROMEDIO GLOBAL DEL INSTRUMENTO	CVC TOTAL	4.807	4.912	4.930	4.789	0.924	0.945	0.949	0.921	0.9349	VALIDEZ EXCELENTE