



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO
DE PAQUETE TURISTICO EN LA RUTA LENCA CASO DE
LA EMPRESA CACAO TOURISM & EVENTS**

SUSTENTADO POR:

ABRIL MARIA OCHOA SHAUER

KIMBERLY NICOLE ROSSELL FUNEZ

PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE

MASTER EN

ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

TEGUCIGALPA, F.M., HONDURAS, C.A.

OCTUBRE 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

**FACULTAD DE POSTGRADO
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR
MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**VICERRECTORA ACADÉMICA
DESIREE TEJADA CALVO**

**SECRETARIO GENERAL
ROGER MARTINEZ MIRALDA**

**DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO
CLAUDIA MARIA CASTRO VALLE**

**ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO
DE PAQUETE TURISTICO EN LA RUTA LENCA CASO DE
LA EMPRESA CACAO TOURISM & EVENTS**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TITULO DE
MASTER EN
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**ASESORA METODOLÓGICA
MINA CECILIA GARCIA**



FACULTAD DE POSTGRADO

**ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA EL DESARROLLO DE
PAQUETE TURISTICO EN LA RUTA LENCA CASO DE LA EMPRESA
CACAO TOURISM & EVENTS**

NOMBRES DE LAS MAESTRANTES:

ABRIL MARIA OCHOA SCHAUER

KIMBERLY NICOLE ROSSELL FUNEZ

Resumen

La presente tesis tiene como finalidad realizar un estudio de pre factibilidad para la empresa Cacao Tourism & Events para implementar un nuevo paquete turístico a la cartera de destinos de la empresa. Este paquete se desarrolla en los Departamentos de Intibucá, La Esperanza Copán, Copán Ruinas, Lempira, Gracias Lempira. En este caso se aplicaron encuestas con la finalidad recaudar la información necesaria para el desarrollo del estudio de pre factibilidad. A partir de estas encuestas se identificaron diferentes variables como el conocimiento que existe acerca del destino, el interés que existe en el destino, temporadas preferidas de viaje, entre otra información clave que permite a la empresa formular el paquete según las necesidades de los clientes potenciales. También se desarrolló la Gestión del Alcance y Gestión de los Interesados como parte de los cinco dominios de desempeños según el Project Management Institute.

Palabras clave: Desarrollo Local, Operadores de Turismo, Ruta Lenca, Gestión del Alcance y Gestión de los Interesados.



POSTGRADUATE FACULTY

STUDY OF PRE-FEASIBILITY FOR THE DEVELOPMENT OF A TOURIST PACKAGE IN THE ROUTE LENCA CASE OF THE COMPANY CACAO TOURISM & EVENTS

MASTER CLASS MEMBERS NAMES:

ABRIL MARIA OCHOA SCHAUER

KIMBERLY NICOLE ROSSELL FUNEZ

ABSTRACT

The purpose of this thesis is to carry out a pre-feasibility study for the company Cacao Tourism & Events to implement a new tourism package for the company's portfolio of destinations. This package is developed in the departments of Intibucá, La Esperanza Copan, Copan Ruinas, Lempira, Gracias Lempira. In this case, surveys were applied in order to collect the information necessary for the development of the pre-feasibility study. From these surveys different variables were identified such as the knowledge that exists about the destination, the interest that exists in the destination, preferred travel seasons, among other key information that allows the company to formulate the package according to the needs of potential customers. Scope Management and Stakeholders are also developed as part of the five domains of performance according to the Project Management Institute.

Key words: Local Development, Lenca Route, Tour Operators, Scope Management and Stakeholders.

DEDICATORIA

A Dios.

Por darnos la dedicación y perseverancia de permitirnos culminar esta etapa como maestrantes de manera exitosa y siempre encomendándonos en su camino.

A nuestras familias,

Quienes nos han formado como mujeres enfocadas en metas para el cumplimiento de nuestros objetivos y sueños, además nos han brindado su apoyo incondicional en este proceso de estudio.

Catedráticos y UNITEC,

Quienes han compartido su conocimiento y experiencia con nosotras y nos han ayudado en convertirnos en las profesionales que somos hoy.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento a la Doctora Mina Cecilia García, quien además de ejercer su labor de asesora de tesis, brindo su tiempo, dedicación y acompañamiento en todo momento llevándonos de la mano para concluir con éxito el proyecto de tesis

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1. Introducción	1
1.2. Antecedentes del Problema	2
1.3. Definición del Problema.....	4
1.4. Objetivos del Proyecto	6
1.5. Justificación.....	7
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. Análisis de la Situación Actual	8
2.2. Teoría de sustento.....	15
2.3. Marco Legal	26
CAPÍTULO 3. METODOLOGIA	28
3.1 Diagrama Sagital	29
3.2 Diagrama Sagital	30
3.3 Matriz de Operacionalización de Variables	30
3.4. Metodología de la investigación	32
3.5. Alcance de la investigación.....	32
3.6. Diseño de la Investigación	32
3.7. Población.....	34
3.8. Muestra.....	34
3.9. Tiempo de Investigación	36
CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y ANÁLISIS	38
4.1. Resultados	38
4.2. Estudio de Pre factibilidad para la empresa Cacao Tourism & Events.....	49
4.3. Gestión del Alcance	64

4.4. Gestión de los Interesados.....	68
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
5.1. Conclusiones	73
5.2. Recomendaciones.....	74
ANEXOS.....	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Corredor Lenca.....	3
Figura 2 Censo Nacional de Población y Vivienda	5
Figura 3 Estimación de Indicadores de Pobreza y Desigualdad a Nivel Municipal en Honduras	6
Figura 4 Mapa Conceptual.....	14
Figura 5 Viabilidad de la idea.....	19
Figura 6 Diagrama Sagital	30
Figura 7 Encuesta resultado consulta 2.....	39
Figura 8 Encuesta resultado 4	39
Figura 9 Encuesta resultado consulta 6.....	40
Figura 10 Encuesta resultado consulta 8.....	42
Figura 11 Encuesta resultado consulta 9.....	43
Figura 12 Encuesta resultado consulta 10.....	44
Figura 13 Encuesta resultado consulta 11.....	45
Figura 14 Encuesta resultado consulta 12.....	45
Figura 15 Encuesta resultado consulta 13.....	46
Figura 16 Encuesta resultado consulta 14.....	47
Figura 17 Dirección con vista desde Google Maps	54
Figura 18 Organigrama de Empresa	56
Figura 19: Plan de Gestión del Alcance.....	64
Figura 20: Estructura División del Trabajo	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descripción de muestra.....	35
Tabla 2 Cuatro fuerzas del mercado	51
Tabla 3 Balance de Equipos.....	55
Tabla 4 Balance de personal	56
Tabla 5: Detalle de Inversión Inicial.....	58
Tabla 6: Depreciación del Equipo.....	58
Tabla 7: Costos variables	59
Tabla 9: Costos Fijo	59
Tabla 10: Demanda del producto	60
Tabla 11: Flujo del Proyecto.....	63
Tabla 12: Necesidades convertidas en productos	64
Tabla 13: Entregables del proyecto.....	68

CAPÍTULO 1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.Introducción

El siguiente trabajo de investigación busca generar un estudio en el área de turismo, específicamente desarrollar un estudio de pre factibilidad para la empresa Cacao Tourism and Events que desea implementar un proyecto de desarrollo local a través del turismo en tres de los departamentos de Honduras, Copan, Intibucá y Lempira, que forman la Ruta Lenca.

La empresa Cacao Tourism & Events es una agencia de turismo creada con la idea de ofrecer viajes creativos e innovadores para el desarrollo turístico de la riqueza de nuestro país Honduras, así como del resto del mundo, proporcionando un servicio personalizado ágil y eficaz, con el apoyo tecnológico y de profesionales de vasta experiencia en el ámbito del turismo. Además busca generar oportunidades de crecimiento y desarrollo para zonas turísticas poco comerciales como estas que comprenden la Ruta Lenca, específicamente en los Departamentos de Lempira, Intibucá, Copan en Honduras.

El Turismo —en definición de la Organización Mundial del Turismo— comprende «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros».

La Ruta Lenca es a la vez una región que comprende los principales lugares donde habitan comunidades y etnias de gran peso cultural para Honduras. La zona cuenta con mucha historia y han logrado pasar las generaciones y conservar costumbres y tradiciones. “La Ruta Lenca es una iniciativa nacional que pretende promover el turismo en lugares poco visitados, y así ayudar a beneficiarse a la población local de los recursos económicos.” (Nicolini, 2016)

El Objeto de la investigación radica en potencializar una zona de Honduras a través de la ejecución de turismo para el desarrollo local en la Ruta Lenca

1.2. Antecedentes del Problema

El desarrollo económico local de un sector o territorio se puede comprender de varios puntos de vista o enfoques, a lo largo del tiempo se ha dado mucha relevancia al enfoque tradicional en el cual se busca la atracción de recursos financieros, y estos traerán el desarrollo para el sector. Según (Gabriel Aghón, 2001) Desarrollo Económico Local “se puede definir como un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región.”

Como lo menciona el concepto anteriormente citado el desarrollo local se da mediante la potencialización del desarrollo del sector, no hay una receta única a aplicar para el desarrollo ya que de ser así no existen diferencias entre territorios y países y todos contarán con el mismo tipo de desarrollo. El caso no es así por lo que antes de hablar de cómo abordar el desarrollo de un sector hay que conocer sus recursos naturales y humanos, su capital cultural, su economía, entre otros aspectos de importancia para poder determinar cómo elevar el bienestar y desarrollo de una localidad.

Organizaciones internacionales como La Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL y German Technical Cooperation Agency GTZ han realizado estudios y desarrollado publicaciones en las cuales resaltan que hoy en día el desarrollo local es algo integral y no solo dependiente del factor financiero a continuación se presenta otra visión del desarrollo con 4 ámbitos de análisis presentado en el estudio:

El capital natural, cultural y patrimonial, esto es, la valorización cada vez mayor del medio ambiente y los recursos naturales, culturales y patrimoniales; ii) el capital social, es decir, la importancia del fortalecimiento institucional y social así como la revitalización de la sociedad civil y el fomento de la participación de las comunidades locales; iii) el capital humano, mediante la mejora del acceso a la educación, nutrición y salud, así como el fortalecimiento del papel de la mujer en la sociedad y la capacitación de los recursos humanos según las

necesidades de innovación de cada sistema productivo territorial; y iv) las dimensiones microeconómica y territorial del capital económico. (Gabriel Aghón, 2001) P.12

Viendo los ámbitos de análisis se puede inferir que a través del turismo puede potencializarse el desarrollo local de una zona, el involucramiento de una comunidad con sus recursos patrimoniales, naturales y culturales debe de tomarse en cuenta para lograr desarrollar una zona.

Honduras cuenta una diversidad de grupos étnicos como ser los Garífunas, Pech, Maya Chortí, Lencas y Tolupanes. Los Lencas de Honduras son un grupo mesoamericano autóctono establecido en algunas regiones de Honduras. Esta etnia figura dentro de los grupos étnicos más grandes de Honduras. En la Figura 1. A continuación se muestra los departamentos de Honduras que cubren la denominada “Ruta Lenca”

Mapa de Ruta Lenca

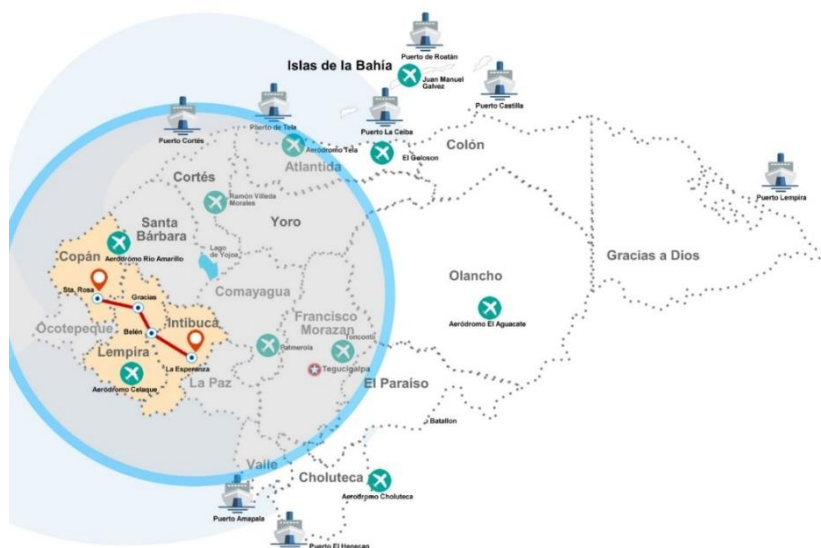


Figura 1 Corredor Lenca

Fuente: www.presidencia.gob.hn

En la zona Occidental de Honduras ha habido organizaciones internacionales interesadas como el Programa Nacional de las Naciones Unidas PNUD con proyectos como “Fomento al Turismo Cultural Sostenible para un Desarrollo Económico Inclusivo en la Ruta Lenca” que han buscado reducir los niveles de pobreza y pobreza extrema de la población lenca de los municipios de Intibucá, Jesús de Otoro, La Esperanza, San Miguelito y Yamaranguila mediante el desarrollo económico inclusivo y sostenible. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo)

1.3. Definición del Problema

Honduras es uno de los países centroamericanos con mayor recurso natural para aprovechar, en especial en entornos de turismo. Históricamente en Honduras los departamentos con menores índices de pobreza han sido Cortes, Islas de la Bahía y Francisco Morazán y turísticamente se ha potencializado y desarrollado las zonas como ser Roatán, La Ceiba, Tela, Trujillo, del Caribe. Por todo ello, ha existido una falta de apoyo en zonas de occidente, el nivel de desarrollo de la población ha sido bajo y las oportunidades de crecimiento han sido escasas. Los departamentos con mayor población indígena Lenca son Lempira e Intibucá y el departamento de Copán cuenta con población Maya-Chortí, como lo muestra la Figura 2. del Instituto Nacional de Estadística posteriormente.

Grupos Indígenas predominantes por Departamento

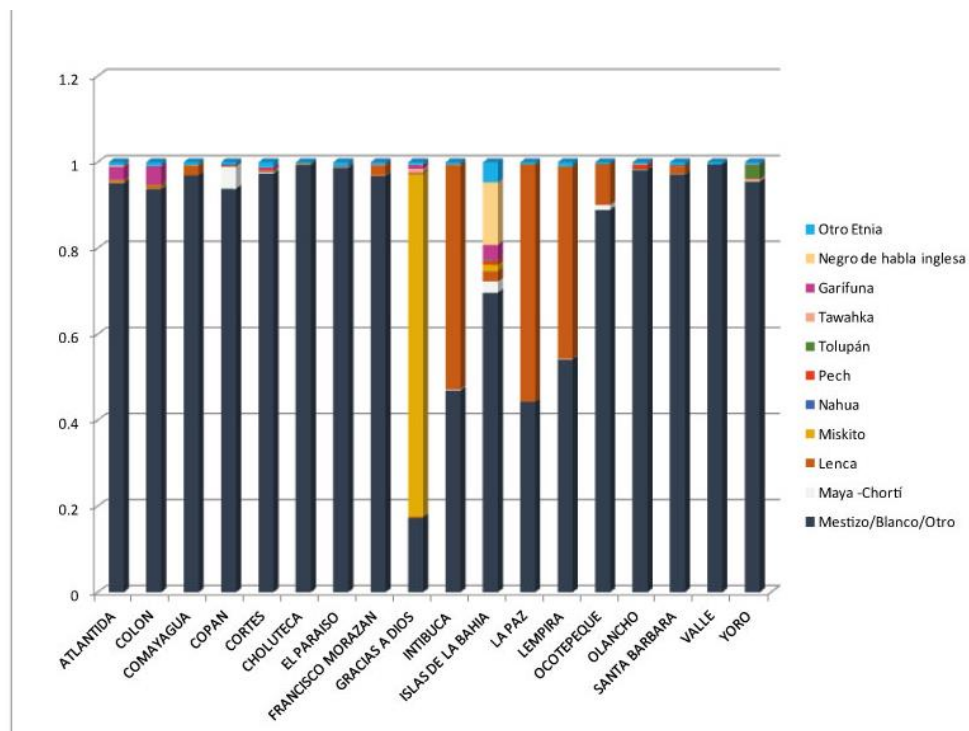


Figura 2 Censo Nacional de Población y Vivienda

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

En la siguiente Figura 3. Que se muestra a continuación también se puede observar que los municipios más pobres de Honduras se encuentran en el Departamento de Lempira e Intibucá según el estudio estadístico de Honduras Indicadores Municipales y Bienestar. La zona Occidental de Honduras es una zona con mucha riqueza cultural, natural, y humana ya que contiene dos etnias, los lenca y los maya Chortí. Es una zona sub valorada de la cual hay que potencializar más su capacidad, utilizando a los pueblos indígenas y su cultura para dar el valor agregado que merece la zona. Como lo menciona Diario Proceso en un artículo “El Pueblo Lenca es uno de los nueve pueblos indígenas de Honduras; 44 de los 52 municipios más pobres del país se ubican en la Ruta Lenca, garantizar la promoción de la cohesión social y el desarrollo económico inclusivo y sostenible a través del ecoturismo sostenible es muy importante” (Proceso Digital, 2016)

Honduras, Los Municipios más pobres y más desiguales

Municipio	Departamento	Proporción de población pobre	Orden	Municipio	Departamento	Coefficiente de Gini	Orden
Los más pobres				Los más desiguales			
San Andrés	Lempira	0.969	1	San Marcos de Colon	Choluteca	0.642	1
San Manuel Colohete	Lempira	0.966	2	San Isidro	Choluteca	0.622	2
Piraera	Lempira	0.966	3	San Antonio de Flores	Choluteca	0.615	3
San Fco de Opalaca	Intubica	0.966	4	Duyure	Choluteca	0.611	4
Santa Cruz	Lempira	0.965	5	San José	Choluteca	0.605	5
La Unión	Lempira	0.964	6	Orocuina	Choluteca	0.602	6
La Iguala	Lempira	0.963	7	Choluteca	Choluteca	0.593	7
Gualcince	Lempira	0.962	8	El Corpus	Choluteca	0.587	8
San Sebastián	Lempira	0.960	9	Santa Ana de Yusguare	Choluteca	0.585	9
Guajiquiro	La Paz	0.959	10	Camasca	Intibuca	0.582	10
Los menos pobres				Los menos desiguales			
San Manuel	Cortes	0.602	289	Mapulaca	Lempira	0.397	289
Roatán	Islas de la Bahía	0.600	290	Belén	Lempira	0.395	290
La Lima	Cortes	0.591	291	Valladolid	Lempira	0.394	291
San Pedro Sula	Cortes	0.571	292	La Iguala	Lempira	0.390	292
Distrito Central	Fco Morazan	0.570	293	San Sebastián	Lempira	0.389	293
Alianza	Valle	0.548	294	Cololaca	Lempira	0.388	294
Villanueva	Cortes	0.543	295	San Andrés	Lempira	0.387	295
Santa Lucía	Fco Morazan	0.508	296	San Manuel Colohete	Lempira	0.382	296
Guanaja	Islas de la Bahía	0.456	297	Santa Cruz	Lempira	0.381	297
Utila	Islas de la Bahía	0.425	298	Dolores	Intibuca	0.379	298
Promedio Nacional		0.707		Promedio Nacional		0.527	

Figura 3 Estimación de Indicadores de Pobreza y Desigualdad a Nivel Municipal en Honduras

Fuente: Estimación de Indicadores de Pobreza y Desigualdad a Nivel Municipal en Honduras, 2003

Planteando la actual problemática de la zona occidental de Honduras con la Ruta Lenca surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Es factible llevar a cabo un proyecto turístico que potencialice el desarrollo local en la Ruta Lenca?

1.4. Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Determinar la pre factibilidad de mercado, técnico y financiera para la implementación de un paquete turístico en la Ruta Lenca.

Objetivos Específicos

1. Determinar la factibilidad de mercado para incursionar con la empresa Cacao Tourism and Events en la Ruta Lenca.
2. Determinar la factibilidad técnica para incursionar con la empresa Cacao Tourism and Events en la Ruta Lenca.
3. Determinar la factibilidad financiera para incursionar con la empresa Cacao Tourism and Events en la Ruta Lenca.
4. Desarrollar la gestión del alcance e interesados para el proyecto de desarrollo local en los departamentos que conforman la Ruta Lenca, Intibucá, Lempira y Copan.

1.5. Justificación

Honduras cuenta con diversos destinos turísticos que no se han potencializado de la mejor manera, en los últimos años ha surgido una iniciativa de turismo denominada “Ruta Lenca” y esta incluye los departamentos con los más bajos niveles de desarrollo económico, mostrando altos índices de pobreza. Sin embargo esta zona también comprende de un vasto capital cultural y natural. Es por ello que la zona necesita desarrollar y generar actividades turísticas para lograr el desarrollo local en la Ruta Lenca “El turismo cultural sostenible, es una actividad transversal que abarca a una compleja gama de actores de diversos sectores sociales y económicos, por lo tanto, para llevarse a cabo con éxito, se requiere de la construcción de alianzas.” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo) El desarrollo local sostenible en la zona occidental se puede llevar a cabo con alianzas estratégicas y apoyo a las etnias de ese sector.

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

2.1. Análisis de la Situación Actual

2.1.1. Definición de turismo

Turismo es un concepto que todos hemos utilizado en algún momento, hoy en día este representa un ámbito de gran importancia a nivel mundial en especial con la globalización que permite que el rubro del turismo pueda abrirse a todo el mundo y no solo a nivel local o regional, En 1942, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. JKrapf, definían el turismo como: “La suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente, ni a una actividad remunerada.” (Hunziker y Krapf, 1942).

Posteriormente se definió el Turismo como: “Desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos.” (Burkart y Medlik, 1981).

Poco después se define como: “El Turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades del turista.” (Mathieson y Wall, 1982).

Finalmente hay que destacar la definición que ha sido adoptada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) en 1994 que recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente, y a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística. Esta es la siguiente: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.” según la OMT en 1994. (Organizacion Mundial del Turismo)

2.1.2 Tipos de Turismo

El turismo está dividido en diversas tipologías como ser el tradicional sol y playa, turismo corporativo, turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo cultural, turismo de salud, turismo de naturaleza entre otros.

2.1.3 Turismo Cultural

Este proyecto está situado dentro de la categoría de turismo cultural, en donde el mayor atractivo es la cultura de los locales, es decir la cultura Lenca, sus viviendas, su comida, sus creencias, sus medios de vida y su producción. El turismo cultural no solo se refiere a sitios o monumentos, si no que se encuentra estrechamente relacionado con el concepto de cultura.

Tradicionalmente la planificación de la actividad turística ha estado más orientada hacia las exigencias de los turistas, planteándose y buscando suplir todas sus necesidades, sin embargo para que este proyecto resulte sostenible se deben considerar los recursos culturales. Para ello hay que contar con el consenso de los residentes permanentes de la región visitada y su nivel de involucramiento debe ser alto.

2.1.3. Desarrollo local

Se puede definir el desarrollo local como el proceso que ayudará a la transformación de la economía de la sociedad local, en busca de mejorar las condiciones de vida de su población, involucrando a los diferentes agentes socioeconómicos locales, tanto públicos y privados, para el aprovechamiento más eficiente y sustentable de los recursos ya existentes, mediante el fomento y desarrollo de capacidades para lograr el emprendimiento empresarial local.

Las iniciativas de desarrollo local surgieron en los países pobres y de desarrollo tardío, con el fin de neutralizar los efectos negativos que la globalización y el ajuste productivo produjeron en el nivel de vida de la población, mediante la creación de empleo y el progreso económico y social. Su objetivo es la formación de los recursos humanos, ya que a través de ellos se incorpora conocimiento en la producción de bienes y servicios y en la gestión de la propia estrategia de desarrollo. Cuando las acciones de formación se insertan en la estrategia de desarrollo, la mejora

de la calidad de los recursos humanos propicia el aumento de la productividad, estimula la competitividad, e incluso afecta al modelo cultural en el que se apoya el proceso de desarrollo. (Barquero, 2009)

Este estudio busca como finalidad generar desarrollo de los locales de la zona Ruta Lenca creando un paquete de turismo que resulte atractivo tanto para los turistas nacionales y extranjeros pero también que cree ese sentido de pertenencia a los locales en el cual ellos tendrían un papel clave y participativo, mostrando su modo de vida, sus tradiciones, sus creencias, su riqueza cultural. Es por tanto, importante que la comunidad local perciba y reciba beneficios de la actividad turística.

2.1.3. Destino turístico

Ha sido tradicionalmente conocido como el lugar hacia donde se desplaza el turista y donde se desarrollan actividades turísticas, o bien como el lugar elegido donde el turista desea conocer, realizar actividades de recreación y de ocio.

Para seleccionar un destino turístico se debe considerar la oferta y la demanda en el mercado de este espacio, es decir lo que el destino ofrece o tiene potencial de ofrecer como ser alojamiento, transporte, alimentación etc., pero también su demanda, como lograr que el turista quiera conocer ese sitio en específico.

Para Bull (1994) es el “país, región o ciudad hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo”. Otros autores (Cooper et al., 1993) definen el destino turístico como la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas.”

2.1.4. Ruta Turística

Se define como ruta turística a la carretera, camino, itinerario o recorrido a realizarse que se destaca por sus atractivos y para el desarrollo del turismo de la zona o destino turístico seleccionado a visitar por el turista.

Suele denominarse como ruta turística, de este modo, a aquella vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc.

2.1.5. La Ruta Lenca

La población Lenca está localizada mayormente en los Departamentos de La Paz, Intibucá, Lempira y Copán también se encuentran en otros departamentos de Honduras como ser Santa Bárbara, Comayagua, Francisco Morazán y en partes del Departamento de Valle.

La mayoría de las comunidades lencas se encuentran ubicadas en las zonas más altas de Honduras, a 1650 metros sobre el nivel del mar, en tierras improductivas, donde el clima es templado durante casi todo el año; la temperatura oscila entre 17 y 20 grados centígrados y se vuelve más frío durante noviembre, diciembre, enero y parte de febrero, cuando hay lugares donde la temperatura baja hasta 5 grados centígrados. En ese tiempo, una espesa neblina cubre las comunidades, desde las dos de la tarde y parte de la mañana. Es imposible dar una cifra exacta sobre el número poblacional propiamente lenca pues, hasta el momento, no se ha realizado un censo específico; no obstante, CAHDEA maneja una cifra aproximada de 80,000 habitantes. En este estudio estimamos la población lenca de Honduras en aproximadamente 100,000 habitantes. Aunque esta cifra sea correcta, el problema es especificar quienes son los lencas entre esta gran población. Se comparte, pues, la definición de que en su mayor parte estos 100,000 son “campesinos de tradición lenca”, por tratarse no tanto de un pueblo con sus propios rasgos, sino de comunidades y aun familias aisladas que conservan y elaboran una tradición. Por lo tanto, nos referiremos a ellos como lencas o campesinos lencas (Rivas, 1993).

Los Lencas representan en la actualidad una población indígena que tiende a desaparecer, producto de la constante ladinización, la pérdida de su lengua y con ello, el desaparecimiento de gran parte de sus rasgos culturales. (CAHDEA, 1988)

Su economía se basa mayoritariamente en la agricultura, la artesanía y la alfarería. La mujer juega papel de suma importancia en la producción ya que muchas trabajan la tierra y la artesanía a la vez, elaborando bufandas, pañuelos, manteles, collares, ponchos y otras obras

multicolores; así como artesanías de barro y pino, bisutería, envasados, junco, tule, madera, repostería y flores.

El cultivo de hortalizas ha venido incrementando de manera importante en la economía lenca, el cual se desarrolla en pequeños lotes alrededor de las viviendas. Las más importantes cultivadas son: zanahoria, remolacha, el frijol, cebolla y ajo. (Lencas: historia, costumbres, vestimenta, y más, 2018)

2.1.6. Operadores Turísticos

En nuestro país encontramos diversas empresas que se dedican al rubro del turismo, ellos trabajan en áreas como la hotelería, restauración, transporte, y también como empresas intermediarias que ofrecen un producto completo con el fin de facilitar la logística para el viajero, estos son los operadores de turismo.

Los operadores en turismo son aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente en calidad de intermediario entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotelería, conjunto de la oferta de alojamiento...). (Organización Mundial del Turismo)

En Honduras operan los siguientes operadores de turismo: (OPTURH, s.f.)

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| 1. At Honduras | 9. I Travel |
| 2. Columbia Express | 10. JM Tours |
| 3. Destinos de Éxito | 11. Maya Temple Tours |
| 4. Forest Reef Tours | 12. Land Tour |
| 5. Garifuna Tours | 13. Travel DIUNSA |
| 6. Coral Reef Tours | 14. MC Tours |
| 7. Greko Tours | 15. Nissi Tours |
| 8. Honduras Traveling | 16. Servitur |

17. TURASER

19. Otras...

18. Travel Today

Cacao Tourism and Events es una empresa que está incursionando como operadora de turismo actualmente se está constituyendo con todos los parámetros legales de una empresa turística y también con los lineamientos de Instituto Hondureño de Turismo para poder operar en Honduras.

2.1.7 Hospedaje / Alojamiento

Alojamiento Según la OMT, éste se divide en hoteleros y extra hoteleros. Los primeros están conformados por:

- Hoteles que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos dependen de la categoría de cada establecimiento que se puede clasificar de 5 a 1 estrellas, según la reglamentación vigente en nuestro país, siendo el de 5 estrellas el que brinda mayores y mejores servicios complementarios.
- Hoteles-apartamento que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes. Van de 5 a 3 estrellas³.
- Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo. En el Perú aún no se cuenta con esta clasificación.
- Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas⁴.

Los extrahoteleros agrupan a:

- Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o caravanas móviles. Cuentan con

instalaciones comunes (sanitarios, lugares para el aseo, el lavado y el tendido de ropa, zonas recreativas).

- Casa de alojamiento por medio de Airbnb, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turística y que contribuyen a ampliar la oferta de un determinado destino.
- Casas rurales, comprende las habitaciones de las comunidades campesinas que han sido adaptadas especialmente para recibir a turistas.
- Apartamentos que han sido adaptados para permanencias largas.

2.1.7. Mapa conceptual

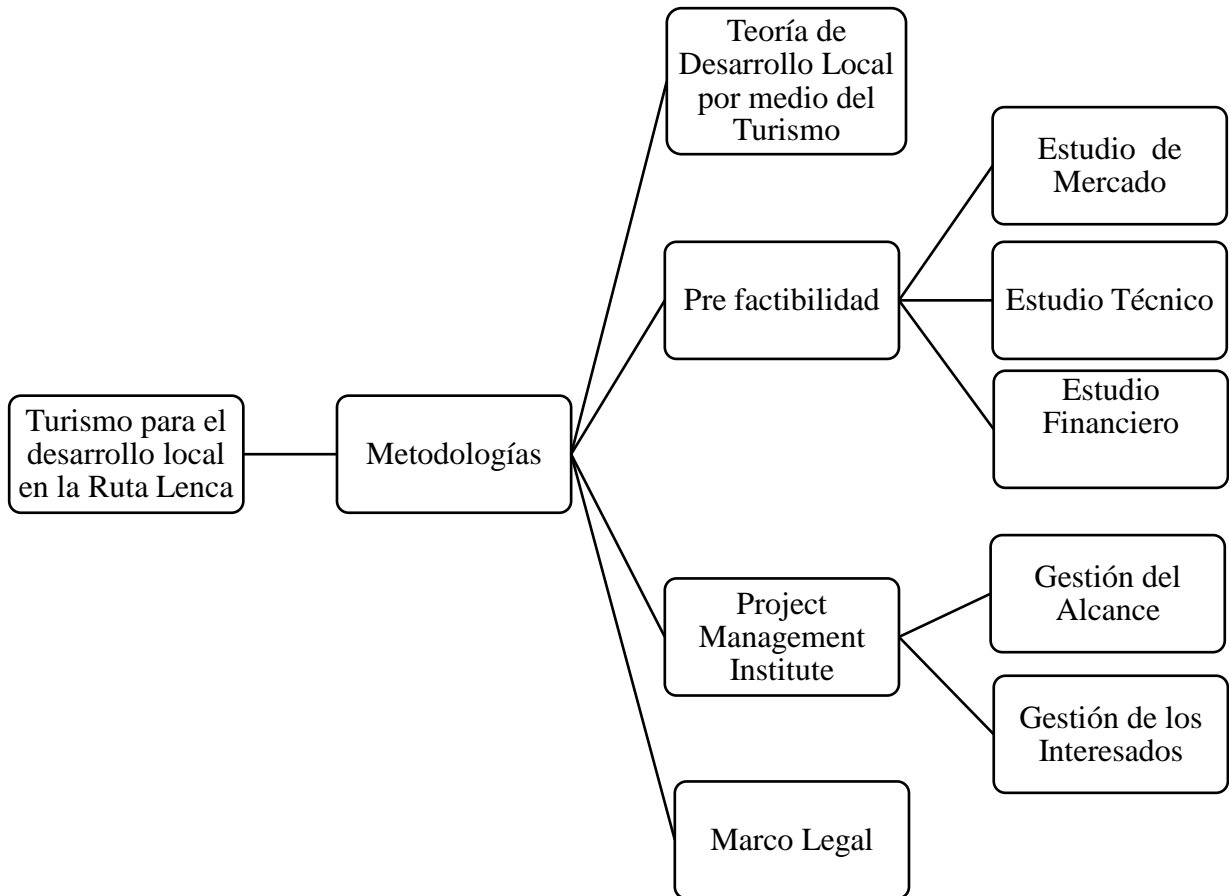


Figura 4 Mapa Conceptual

Fuente: Abril Ochoa y Kimberly Rossell

2.2. Teoría de sustento

Tomando en consideración la problemática planteada en el Capítulo 1 acerca del desarrollo local a través del turismo en la Ruta Lenca se plantea las siguientes metodologías para desarrollar un proyecto turístico en los departamentos de Intibucá, Lempira y Copan a través de la empresa Cacao Tourism & Events.

2.2.1. Teoría del desarrollo local por medio del turismo

Muchos países a nivel mundial viven problemáticas de zonas territoriales menos desarrolladas que otras, por diversos factores como ser la calidad de la tierra, recursos naturales, la población, entre otros. Los gobiernos locales buscan potencializar la zona para generar una mejor calidad de vida y esto se logra a través del desarrollo local. El desarrollo local tiene diferentes enfoques para ser alcanzado uno de ellos es el turismo.

“Desde la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos ha surgido una nueva propuesta de desarrollo local fundada en la devolución de competencias ejecutivas a los estamentos locales. Se sostiene que la globalización exige la devolución de capacidades hacia el ámbito local.” (Bosier, 2005) lo que quiere decir es que hoy en día el fenómeno de desarrollo y globalización se ve como algo interrelacionado, que las propias sociedades deben asumir la responsabilidad del cambio, social, económico, y de desarrollo.

Cada territorio debe de desarrollar sus políticas públicas de desarrollo sostenible sin embargo desde la década del 90, en los estudios sobre el desarrollo se comenzó a prestar un mayor interés a los aspectos territoriales y a la geografía es decir como explotar el potencial de cada territorio en particular para poder alcanzar el crecimiento y desarrollo deseado con los recursos que se posee, esto dado por los siguientes aspectos explicados a continuación por el proyecto de investigación de Sistema productivo turístico y desarrollo local por la revista de investigación del turismo de Cuba.

- a) Territorialización de la crisis estructural en muchos países subdesarrollados y la aplicación de los programas de ajuste estructural de corte neoliberal; b) El impacto de la globalización sobre los territorios, que acortan en tiempo y espacio las distancias, transforma los espacios subnacionales en espacios de la economía internacional y determina el referente de la división social del trabajo, por lo que cada territorio está obligado a desarrollar ventajas, de modo que pueda alcanzar una inserción positiva, pues de lo contrario está llamado a languidecer; c) El papel que el medio ambiente juega en proceso de desarrollo (Torres, 2012)

Los aspectos mencionados anteriormente fortalecen la idea de que cada vez es más importante enfocar los esfuerzos en los territorios menos desarrollados, focalizando políticas de desarrollo. En este caso ya que es el tema de investigación, políticas de desarrollo a través del turismo y medio ambiente que generen ventajas a la población logrando alcanzar mejoras en la calidad de vida de la población.

Estudios especialmente de organismos cooperantes como la Organización Mundial del Turismo (OMT), Naciones Unidas, gobiernos locales y universidades se interesan por el tema y han realizado modelos de turismo sostenible en países como Costa Rica, Polonia y México describen conceptos como turismo rural comunitario, turismo cultural sostenible y turismo alternativo. Cabe resaltar que siempre existen diferencias geográficas, demográficas y culturales sin embargo estos modelos pueden ser adaptables y aplicables a las diferentes zonas geográficas con un previo análisis socio cultural de la zona.

Uno de los conceptos a desarrollar fue generado por una Universidad Mexicana y Costarricense en una investigación de Turismo Sustentable y Desarrollo Rural en Polonia, Costa Rica y México, el concepto de turismo rural comunitario es descrito a continuación:

Promueve la sostenibilidad a través de la puesta en valor de la protección de los recursos naturales. A nivel Territorial, el turismo rural comunitario posee la potencialidad de vincular esfuerzos conjuntos con diferentes actores locales, tales como los gobiernos locales, organizaciones civiles, instituciones públicas y privadas, para promover el desarrollo local sostenible. (Mónica Velarde Valdez, 2014)

El Gobierno de Honduras bajo el Instituto Hondureño de Turismo tiene planteada la Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible donde pretende para el año 2021 fortalecerse dentro de la actividad turística a nivel regional. Este plan plantea objetivos de índole económica sin embargo también se plantea objetivos de índole social y cultural siendo estos los siguientes:

- Generar puestos de trabajo, en especial, mano de obra local.
- Integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades.
- Preservación y puesta en valor del patrimonio cultural, como elemento diferenciador de la oferta turística de Honduras. (Instituto Hondureño de Turismo, 2018)

Considerando que ya es una política de estado a través de la Secretaria de Turismo generar opciones y proyectos para potenciar desarrollo sostenible facilita la idea de proyecto en la Ruta Lenca ya que según el plan esta zona esta priorizada para ser desarrollada como un destino de turismo local y regional (de países Centroamericanos)

Este esfuerzo de turismo rural ya ha querido ser potencializado en la zona de Intibucá con organizaciones como Naciones Unidas que han generado programas como el “Fomento a la cultura y el turismo para el desarrollo local en la Ruta Lenca” este programa fue ejecutado el año 2015 y 2016 con el objetivo general de “Fomento al Turismo Cultural Sostenible para un Desarrollo Económico Inclusivo en la Ruta Lenca. Contribuir a la relación de los niveles de pobreza de la población Lenca... mediante la promoción de la cohesión social y desarrollo económico inclusivo y sostenible” (Agencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP), 2014)

Conociendo los esfuerzos generados en la zona por la cooperación internacional en la que se ha desarrollado acciones con el grupo lenca en temas de preservación de la cultura orientada al desarrollo de iniciativas de turismo, mejorar las condiciones de emprendimiento de la población, fortalecimiento de grupos de mujeres y jóvenes lenca. Se ha generado condiciones favorables para potencializar aún más la zona y darle mayor sostenibilidad al

crecimiento al grupo indígena a través de alianza con un operadora de turismo, en este caso la empresa Cacao Tourism & Events que pueda aplicar la metodología tomando como aliado estratégico a las organizaciones lenca que han sido capacitadas y están trabajando para el desarrollo de su zona.

La Ruta Lenca cuenta con todos los atractivos naturales y culturales para promover el desarrollo local a través de los mismos, tomando como aliados estratégicos a una de las etnias más antiguas: los lencas. Se pretende a través de este modelo de desarrollo de turismo atraer a la población con turismo alternativo y entiéndase el mismo como “el turismo no masivo que, además, da importancia especial a la conservación de los valores medioambientales, sociales y culturales, es decir, los considerados característicos del desarrollo sustentable.” (Nieves, 2014)

2.2.2. Estudio de Pre factibilidad o Evaluación del Proyecto

Para comenzar a definir lo que es un estudio de pre factibilidad se plantea lo que es el término proyecto, ya que un estudio de pre factibilidad se lleva a cabo para una idea de negocio o proyecto de una empresa o individuo. Para este caso el proyecto es para incursionar en la Ruta Lenca con la empresa Cacao Tourism & Events. Un proyecto según el Project Management Institute (PMI) es un esfuerzo temporal que se lleva a cabo para crear un producto, servicio o resultado único. La naturaleza temporal de los proyectos indica un principio y un final definidos. El final se alcanza cuando se logran los objetivos del proyecto o cuando se termina el proyecto. (Project Management Institute, 2008) , es decir que para este proyecto buscamos determinar si es factible o no la inversión y puesta en marcha, identificar el mercado a quien estará dirigido, la estrategia de comercialización y proponer actividades creativas y alternativas para nuestro destino.

Bajo la implementación de un estudio de pre factibilidad se realiza la preparación y evaluación de un proyecto. Con esta metodología se pretende recolectar una serie de información relevante en diferentes áreas que permita decidir entre ejecutar o no el proyecto

de inversión. Según la finalidad de este estudio el mismo evaluara la rentabilidad del proyecto enfocando como objeto de inversión la ampliación de una idea de negocio de la empresa turística Cacao Tourism & Events para ampliar sus paquetes turísticos a la Ruta Lenca permitiendo generar rentabilidad a la empresa y desarrollo local en la zona.

El libro de Nassir Sapag explica dos enfoques de evaluación de proyecto el privado y social. Según Sapag “La evaluación social de proyectos compara los beneficios y costos que una determinada inversión pueda tener para la comunidad de un país en su conjunto. No siempre un proyecto que es rentable para un particular también es rentable para la comunidad, y viceversa.” (Chain, 2008) Un proyecto privado busca generar rentabilidad para el individuo o empresa. En este caso particular del proyecto turístico en la Ruta Lenca se pretende llevar a cabo las dos evaluaciones. A pesar de ser un proyecto privado con la Empresa Cacao Tourism & Events buscando que genere rentabilidad simultáneamente el componente social del proyecto es muy importante y por ende pretende dejar un bienestar en las comunidades donde se piensa llevar el proyecto turístico, generando como se ha mencionado anteriormente desarrollo local.

Establecer la viabilidad de la idea

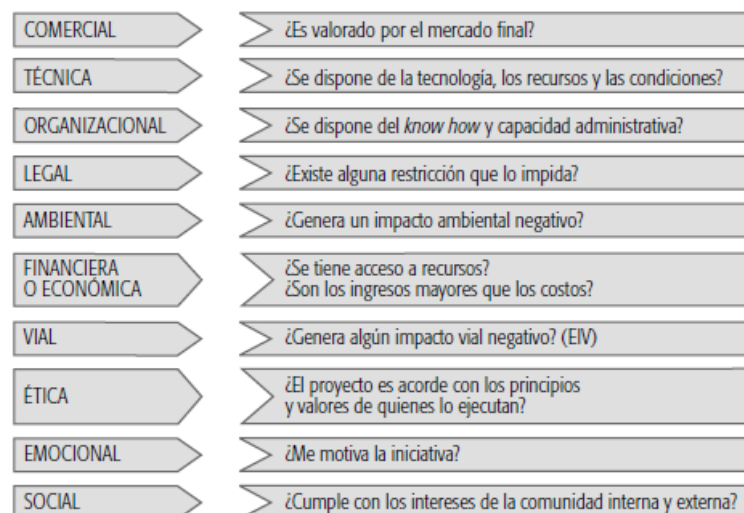


Figura 5 Viabilidad de la idea

Fuente: Libro Preparación y Evaluación de Proyectos Nassir Sapag 2008

La Figura 4 muestra todos los componentes del estudio de pre factibilidad. En este caso se llevará a cabo cuatro de ellos, de los cuales tres de ellos son considerados internos, el estudio técnico, el estudio de mercado y el estudio financiero. El estudio social es externo ya que por su naturaleza los resultados no dependen de nosotros sino que ya están dados por el entorno que se desempeñan. A continuación se desarrollara cada uno de los estudios que se llevara a cabo en el proyecto.

2.2.2.1. Estudio de mercado

El mercado es uno de los factores más importantes a evaluar ya que ese grupo representa el potencial consumidor del producto o servicio. En esta parte del estudio se decide a que población o nicho de mercado será enfocado y con ello levantar estudios a través de diferentes metodologías como grupos focales o encuestas para determinar factores de preferencia y precio del servicio. También se evalúa la competencia, proveedores y otros aspectos necesarios del mercado para finalmente poder tener una noción de la demanda que tendrá el servicio. A través de este estudio se identificarán el interés, las atracciones que desean conocer los turistas, su capacidad de inversión, condiciones de viaje, entre otros.

Según Nassir Sapag en su libro “El estudio de la viabilidad comercial indicará si el mercado es o no sensible al bien producido o al servicio ofrecido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso, permitiendo así determinar la postergación o el rechazo de un proyecto.” (Chain, 2008, pág. 19)

Es por ello que representa un factor crítico ya que sin mercado no hay producto y servicio. Metodológicamente, los aspectos que deben estudiarse según el libro de Preparación y Evaluación de Proyectos son cuatro:

- El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.
- La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas.

- La comercialización del producto o servicio generado por el proyecto.
 - Los proveedores y la disponibilidad y el precio de los insumos, actuales y proyectados.
- (Chain, 2008, pág. 27)

Este estudio además de definir la demanda y precios ayuda también a definir la estrategia comercial, la comercialización del servicio, el análisis del consumidor, el análisis de la competencia entre otros que darán un mejor panorama para tomar decisiones en cuanto como proyectaremos el bien o servicio cuando ya esté en el mercado.

2.2.2.2. Estudio Técnico

El estudio técnico indica todo la mano de obra, local, maquinaria o equipo que se necesitara para llevar a cabo el proyecto. Todos los aspectos que se describen en el estudio técnico ayudan a alimentar el estudio financiero, ya que a raíz de ellos se logra levantar la mayoría de inversión que el proyecto necesita. El estudio técnico varía dependiendo del proyecto ya que cada proyecto es único y tendrá requerimientos diferentes, hay proyectos que por su naturaleza son más técnico que otros y por ende el estudio se vuelve extenso y constara de varias variables. A continuación se presenta el término de estudio técnico y su funcionalidad en los proyectos según el libro de Nassir Sapag Preparación y Evaluación de Proyectos:

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados con cada una de las alternativas de producción. (Chain, 2008, pág. 114 y 145)

Para el particular caso del proyecto el estudio técnico girará en torno a las alternativas tecnológicas ya que la naturaleza del proyecto no necesita una gran capacidad de planta o instalaciones, de equipo o mobiliario. Hoy en día todo eso se va reduciendo y está tomando

mayor peso todo el factor tecnológico y de redes cuál será la alternativa tecnológica que le reporte el mayor beneficio al proyecto.

1.2.2.3. Estudio Financiero

El estudio financiero es alimentado tan por el estudio de mercado como por el estudio técnico en él se evaluará finalmente si el proyecto genera o no rentabilidad, si es factible para invertir. Estos estudios anteriores y financiero brindan la información clave para definir la cuantía de las inversiones de un proyecto que posteriormente será reflejado en el flujo de caja de proyecto. Posterior a él se evalúan los indicadores financieros que determinan la verdadera rentabilidad del proyecto con sustento matemático. Todo esto se describe a continuación.

Uno de los aspectos a considerar de suma importancia primero es la modalidad de financiamiento En este aspecto se indica la modalidad de la inversión, el capital propio y el crédito solicitado. Si existe un crédito solicitado se debe revisar cual será la fuente de financiamiento al que se le solicitara el crédito y las condiciones ósea la tasa de interés, periodo de amortización.

Otro elemento importante es el flujo de caja donde Se realiza un análisis descriptivo del flujo de caja durante la vida del proyecto, el flujo de caja es un informe financiero que presenta el detalle de los ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa, en un período determinado. Según el libro de Preparación y Evaluación de Proyectos El flujo de caja de cualquier proyecto se compone de cuatro elementos básicos: “a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos y egresos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto.” (Chain, 2008, pág. 292)

Los criterios o Índices de evaluación del proyecto definen conceptualmente los índices financieros para realizar un análisis de los resultados de los indicadores del proyecto. Se describirá conceptualmente cual es el objetivo de aplicar los índices financieros.

El objetivo de descontar los flujos de caja futuros proyectados es, entonces, determinar si la inversión en estudio rinde mayores beneficios que los usos de alternativa de la misma suma de dinero requerida por el proyecto. Los principales métodos que utilizan el concepto de flujo de caja descontado son el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR). Menos importante es el de razón beneficio–costo descontada. (Chain, 2008, pág. 317)

2.2.3. Project Management Institute (PMI)

A lo largo de la historia se han aplicado proyectos, la diferencia es que hoy en día se han conceptualizado los términos y por tanto existe una demanda metodológica para ser aplicados. Existe una creciente necesidad por perfeccionar los procesos, por remediar errores que se han cometido en el pasado y plasmarlo en un proceso estándar de aplicabilidad a cualquier tipo de proyecto. La metodología del Project Management Institute (PMI) busca la aplicación de proyectos de manera eficiente y propone una metodología para la aplicación del mismo.

La Guía del PMBOK® identifica ese subconjunto de fundamentos de la dirección de proyectos generalmente reconocido como buenas prácticas. “Generalmente reconocido” significa que los conocimientos y prácticas descritos se aplican a la mayoría de los proyectos, la mayor parte del tiempo, y que existe consenso sobre su valor y utilidad. “Buenas prácticas” significa que se está de acuerdo, en general, en que la aplicación de estas habilidades, herramientas y técnicas puede aumentar las posibilidades de éxito de una amplia variedad de proyectos. (Project Management Institute, 2008, pág. 4)

La dirección de proyectos según el concepto del PMI es “la aplicación de conocimientos, habilidades, herramientas y técnicas a las actividades del proyecto para cumplir con los requisitos del mismo.” (Project Management Institute, 2008) Se logra mediante la aplicación e integración adecuadas de los 42 procesos de la dirección de proyectos, agrupados lógicamente, que conforman los 5 grupos de procesos. A través de esta metodología permitirá que el proyecto a lo largo de los cinco procesos de inicio, planificación, ejecución, seguimiento y cierre se involucre en dos áreas de conocimiento

especifica guía del PMBOK brinda. La gestión del alcance y la gestión de los interesados para inicial al plantear el proyecto de Turismo para el desarrollo local en la Ruta Lenca.

2.2.3.1. Gestión del Alcance

En el proyecto de Turismo para el desarrollo local en la Ruta Lenca se aplica la gestión del alcance para plantear todo lo que el proyecto requiere para cumplir sus objetivos. A través de esta gestión se planea describir a detalle el proyecto, esto ayuda a tener mayor claridad de todo el alcance y lo que conlleva el mismo. A continuación se encuentra el concepto del PMI y los procesos internos de la gestión del alcance que se aplicaran.

La Gestión del Alcance del Proyecto incluye los procesos necesarios para garantizar que el proyecto incluya todo (y únicamente todo) el trabajo requerido para completarlo con éxito. El objetivo principal de la Gestión del Alcance del Proyecto es definir y controlar qué se incluye y qué no se incluye en el proyecto.

Descripción general de los procesos de la Gestión del Alcance del Proyecto:

- 5.1 Recopilar Requisitos—Es el proceso que consiste en definir y documentar las necesidades de los interesados a fin de cumplir con los objetivos del proyecto.
- 5.2 Definir el Alcance—Es el proceso que consiste en desarrollar una descripción detallada del proyecto y del producto.
- 5.3 Crear la EDT—Es el proceso que consiste en subdividir los entregables y el trabajo del proyecto en componentes más pequeños y más fáciles de manejar.
- 5.4 Verificar el Alcance—Es el proceso que consiste en formalizar la aceptación de los entregables del proyecto que se han completado.
- 5.5 Controlar el Alcance—Es el proceso que consiste en monitorear el estado del alcance del proyecto y del producto, y en gestionar cambios a la línea base del alcance.

2.2.3.2. Gestión de interesados

Esta gestión es de las más nuevas incorporadas a las áreas del conocimiento del PMI, esta gestión es de gran interés ya que en ella se analiza quienes se verán afectados positiva o negativamente de mi proyecto, quienes tienen mayor nivel de influencia, decisión o solo participación del mismo. Los proyectos no son de personas individuales siempre hay

interesados en los mismos por lo cual es indispensable lograr identificarlos para poder realizar una mejor gestión con los mismos. De esa manera se logra potencializar la participación de los interesados en el proyecto.

Los actores interesados del proyecto o stakeholders son personas y organizaciones como clientes, patrocinadores, la organización ejecutante y el público que está activamente involucrado en el proyecto. También aquellos cuyos intereses pueden ser afectados, positiva o negativamente por la ejecución o la terminación del proyecto. Por otro lado, los que pueden ejercer influencias sobre el proyecto y sus entregables. (Gbegnedji, s.f.)

Procesos de la Gestión de los Interesados del Proyecto: Identificar a los Interesados. Identificar a todas las personas u organizaciones impactadas por el Proyecto. Y documentar información relevante relativa a sus intereses, participación e impacto en el éxito del mismo. Deben ser clasificados según su interés, influencia y participación en el Proyecto.

Planificar la Gestión de los Interesados. Desarrollar estrategias de gestión adecuadas para hacer participar de manera efectiva a los Interesados. Durante todo el ciclo de vida del Proyecto. Basándose en el análisis de sus necesidades, intereses e impacto potencial en el éxito del Proyecto. Gestionar la Participación de los Interesados. Comunicarse y trabajar en conjunto con los Interesados. Para satisfacer sus necesidades y abordar los problemas a medida que se presentan. Controlar la Participación de los Interesados. Observar de manera global a los Interesados en el Proyecto. Además de las estrategias de gestión, las relaciones y el plan de participación de los interesados. Durante este proceso se lleva a cabo un monitoreo de los impactos en los interesados en el proyecto y viceversa. Por otra parte, se mejora o corrige la estrategia de gestión de los interesados en el proyecto. (Gbegnedji, s.f.)

Gestionar a los interesados del proyecto de turismo en la Ruta Lenca siguiendo cada uno de los procesos del PMI establece una manera amplia de ver el contexto de actores que participaran en el proyecto siendo este uno de los aspectos de mayor interés para la ejecución ya que se necesita un conjunto de alianzas y actores clave para poder ser ejecutado y poder plasmar con la empresa Cacao Tourism & Events una ruta de turismo alternativo en la zona.

2.3. Marco Legal

Para la apertura y operación de una empresa de turismo en Honduras se toma en consideración las siguientes reglamentaciones.

- a) Obtención de la escritura pública
- b) Inscripción en el registro mercantil
- c) Solicitud del Registro Tributario Nacional
- d) Registro en la Cámara de Comercio
- e) Permiso de Operación
- f) Autorización de libros contables
- g) Permiso para instalar rótulos
- h) Secretaría de Recursos Naturales: Licencia Ambiental
- i) Licencia Sanitaria
- j) Registro Nacional de Turismo
- k) Inscripción en la Cámara Nacional de Turismo

Ley de Inversiones

La Ley de Inversiones obedece a la política de reducir al mínimo la intervención del Gobierno en las actividades económicas del país.

Estimula la inversión privada nacional y extranjera, para promover la manufactura y las exportaciones, la transferencia de tecnología, y la creación de empleos. Toda empresa privada recibe el mismo trato sin distinciones entre capital hondureño o extranjero

Ley de Incentivos al Turismo

Estos incentivos son otorgados exclusivamente a proyectos nuevos y contemplan la exoneración permanente del pago del impuesto sobre la Renta a partir del inicio de operaciones. Igualmente, exonera el pago de impuestos y demás tributos que causen las importaciones.

Ley Ambiental y Ficha de Registro Ambiental

Según los artículos 5, 78 y 79 de la Ley General del Ambiente (Decreto Legislativo No. 104-93) y el Artículo 33 del Reglamento del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental (SINEIA) todo proyecto que lo requiera deberá obtener su respectiva Constancia de Registro Ambiental, Autorización Ambiental o Licencia Ambiental, según su categoría, previo a iniciar construcción y operación. Con el agregado en el artículo 78 se establece que los proyectos, obras o actividades serán categorizados según su tamaño y rubro, por lo que serán sometidos a un trato diferente de acuerdo a su categoría. Ley del Instituto Hondureño del Turismo (IHT, s.f.)

Para el desarrollo del proyecto de turismo en la Ruta Lenca se lleva a cabo el uso de tres metodologías, que han sido desarrolladas a lo largo del capítulo. Esto permite definir si el proyecto es factible o no, y poder así continuar con la ejecución del mismo.

CAPÍTULO 3. METODOLOGIA

En este capítulo se exponen las herramientas necesarias para desarrollar la investigación según La metodología de investigación científica, de investigación – acción socio-crítica y con un enfoque mixto con la finalidad de lograr los objetivos de la tesis.

Metodología de investigación, es una serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado teóricamente valido. (www.significados.com, s/f)

Investigación enfoque mixto, surge de la combinación de ambos enfoques cualitativo y cuantitativo, ambos enfoques utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos. Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas. Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento. Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o análisis. Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas o incluso para generar otras. (Grinnell, 1997)

Investigación acción, Elliott en 1993 lo define como un estudio de una situación social con el fin de mejorar la calidad de la acción dentro de la misma. La entiende como una reflexión sobre las acciones humanas y las situaciones sociales vividas, es decir que las acciones van encaminadas a modificar la situación actual una vez que se logre la comprensión más profunda de los problemas. (Latorre, 2003)

La finalidad de este proyecto es crear oportunidades de desarrollo en la Ruta Lenca y por lo tanto se realizó un levantamiento de la situación actual en la zona. Esto con el fin de crear mayores oportunidades tanto para la empresa Cacao Tourism and Events y la población Lenca.

3.1 Diagrama Sagital

Los diagramas sagitales son gráficos para representar relaciones y consiste en curvas cerradas que relacionan los elementos de la variable dependiente y las variables independientes mediante flechas.

Variable Dependiente: evaluar a través de un estudio de pre factibilidad los factores que determinan un proyecto de desarrollo local a través del turismo en la Ruta Lenca. Variables Independientes, la variable que condiciona el logro del objetivo general, como alcanzar este objetivo general, esta son:

Las Variables Independientes identificadas son las siguientes: el interés en el destino turístico, ya que debe existir un interés en conocer la Ruta Lenca, identificación de las atracciones y oferta turística que ofrecen los departamentos que componen la Ruta Lenca, una de las variables más importantes y que no podemos obviar son las condiciones de seguridad y condiciones de accesibilidad en las carreteras, además de la capacidad de inversión y el tiempo de las personas que realizaran estos tours.

A continuación se presenta un diagrama sagital de la investigación que define las variables independientes y la dependiente que son la base para llegar a conclusiones sobre el tema de investigación.

3.2 Diagrama Sagital

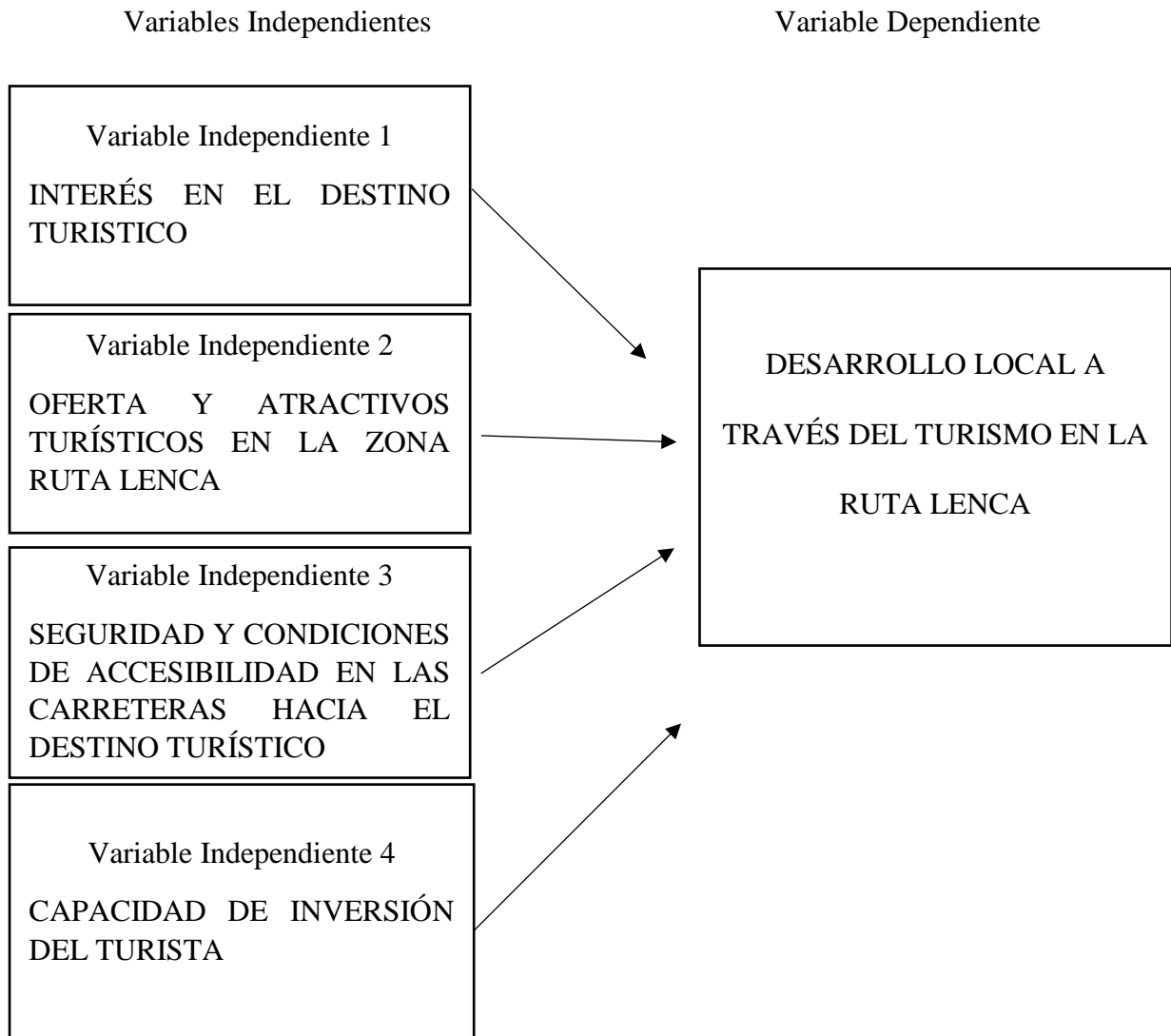


Figura 6 Diagrama Sagital

Fuente: Abril Ochoa y Kimberly Rossell

3.3 Matriz de Operacionalización de Variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Tema	Metodología	Objetivo General	Pregunta de Investigación	Variable Independiente X	Nivel de medición de la variable independiente	Variable dependiente	Nivel de Medición de la variable dependiente	Objetivos específicos	Preguntas de Investigación	Técnica de obtención de la información
TURISMO PARA EL DESARROLLO LOCAL EN LA RUTA LENCA CASO DE LA EMPRESA CACAO TOURISM & EVENTS	Enfoque mixto	Evaluar a través de un estudio de pre factibilidad los factores que determinan un proyecto de desarrollo local a través del turismo en la Ruta Lenca.	¿Es factible llevar a cabo un proyecto turístico que potencie el desarrollo local en la Ruta Lenca?	Interés en el destino turístico	Nominal	Desarrollo local a través del turismo en la Ruta Lenca	Nominal	Valorar los aspectos del mercado, técnicos y financieros para incursionar con la empresa Cacao Tourism & Events en la Ruta Lenca	Relación	Estudio de Pre-factibilidad
				Oferta y atractivo turísticos en la zona Ruta Lenca	Ordinal			Desarrollar la gestión del alcance y de los interesados para el proyecto	Relación	Metodología del PMI
				Seguridad en el destino turístico	Nominal			Formular una propuesta de turismo alternativo de la Ruta Lenca	Relación	Entrevistas con pobladores
				Capacidad de inversión del turista	Intervalo					

3.4. Metodología de la investigación

Según (Sampieri, 2014) los enfoques de la investigación pueden ser cualitativos, cuantitativos o mixtos. Según el proyecto que se está realizando es necesario un enfoque mixto, que combine el factor cuantitativo para la investigación ya que es necesario medir cuantitativamente los datos de la investigación sin embargo también se necesita un enfoque cualitativo que se centre en el factor social que lleva la investigación. Al combinar los enfoques se logra abarcar aún más la investigación. Para llevarlo a cabo se utilizara herramientas como encuestas, entrevistas, entre otras.

3.5. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación en curso es de tipo exploratoria, por lo tanto no se llevó a cabo el planteamiento de una o varias hipótesis. Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problemas de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Como es el caso de desarrollar un proyecto Turístico en la Ruta Lenca se busca dar valor a los estudios exploratorios, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, investigar nuevos problemas, identificar variables, establecer prioridades para investigaciones futuras.

3.6. Diseño de la Investigación

Sampieri, (2014) Menciona el concepto de Diseño de Investigación como la herramienta para responder a las preguntas de investigación, someter la hipótesis a prueba y cumplir con los objetivos planteados. El termino Diseño se refiere a la estrategia a utilizar

para obtener información con el fin de responder / resolver al planteamiento del problema. El proyecto TURISMO PARA DESARROLLO LOCAL EN LA RUTA LENCA busca cumplir con los objetivos planteados inicialmente, ya que por la naturaleza del mismo no cuenta con hipótesis.

El proyecto en curso lleva a cabo una investigación no experimental ya que según lo expuesto por Sampieri en su libro de Metodología de la Investigación, este tipo de investigación se lleva a cabo en un momento único en el tiempo en el cual se recolectan datos para describir variables y analizar su incidencia.

Considerando que el proyecto cumple con las características:

- Análisis de diversas variables en un momento dado
- Análisis de contexto o fenómeno en el tiempo como en este caso, situación del turismo alternativo en la ruta Lenca en Honduras
- Determinar cuál es la relación entre las variables en un momento dado

Se determina utilizar una investigación no experimental de tipo transversal exploratorio Sampieri lo describe como “comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico” (Sampieri, 2014, pág. 155) Se elige este diseño investigativo dada la naturaleza del proyecto que implica conocer variables y encontrar las relaciones entre ellas ara poder incursionar en un proyecto, planteado al inicio del documento.

3.7. Población

Para tener la claridad de la investigación se define la población a la cual se dirige el proyecto y por ende la investigación. Según Sampieri “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones.” (Sampieri, 2014). Para la investigación se toma la siguiente población:

Población de Tegucigalpa, económicamente activa, entre 24 y 35 años de edad, solteros además de ser clientes que frecuentan operadoras turísticas en Tegucigalpa, que manifiestan interés en adquirir un paquete de turismo nacional en empresas turísticas que están ubicadas estratégicamente en zonas corporativas como ser: Travel Diunsa ubicada en Paseo Los Próceres, Five Star Honduras Tours ubicada en el Hotel Marriott, Arrecife Tours, ubicados en Lomas del Boulevard, Voi de Viaje ubicado en Centro Comercial Plaza Criolla Boulevard Morazán, Isel Travel ubicado en Torre Metrópolis Boulevard Suyapa.

3.8. Muestra

Al definir una población meta para la investigación se debe seleccionar una muestra representativa de la población para poder realizar la investigación.

“La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectan datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.” (Sampieri, 2014, pág. 173) Según Sampieri antes de seleccionar la muestra se define la unidad de muestreo para el proceso cuantitativo de la investigación la unidad de muestreo son las personas / individuos.

La investigación lleva a cabo una muestra no probabilística que se define como “Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación.” (Sampieri, 2014, pág. 176)

Se lleva a cabo un muestreo por conveniencia, los sujetos o personas son seleccionados dada la conveniencia, accesibilidad y proximidad del investigador. Es por ello que a través del análisis de expertos en temas de turismo se decide que se seleccionaran 5 puntos estratégicos de ventas de paquetes turísticos o tour operadoras, antes descritas en la sección de población. Travel Diunsa, Five Star Honduras Tours, Arrecife Tours, Voi de Viaje, Isel Travel,

Estas se seleccionaron por ser las operadoras turísticas más cotizadas por los clientes, las más posicionadas en el mercado y las que tienen una ubicación estratégica, en zonas de alta afluencia de oficinas o comerciales.

Se aplicaron un total de 100 encuestas, que se distribuirán según la tabla a continuación:

Población	Ubicación	Muestra
Travel Diunsa	Paseo Los Próceres	20
Five Star Honduras Tours	Hotel Marriott	20
Arrecife Tours	Lomas del Boulevard	20
Voi de Viaje	Centro Comercial Plaza Criolla Boulevard Morazán	20
Isel Travel	Torre Metrópolis Boulevard Suyapa.	20

Tabla 1 Descripción de muestra

3.9. Tiempo de Investigación

La investigación se llevó a cabo en un periodo de 3 meses en los cuales se aplicaron los instrumentos de investigación seleccionados

3.9.1. Instrumento de Investigación

Como instrumentos de investigación se utilizaron las herramientas de encuesta y juicio de expertos, al momento de aplicar la encuesta se indago con el encuestado desde los aspectos más generales como ser el conocimiento acerca del turismo en el país hasta llegar a detalles más específicos en los cuales se identificaron las preferencias del encuestado, para las preguntas de la encuesta se utilizaron niveles de medición nominal, ordinal y de intervalo. La encuesta estaba directamente relacionada con las variables independientes del proyecto para determinar así los objetivos de la investigación. Como instrumento, el juicio de expertos consistió en asesoría de catedráticos de la carrera de Hostelería y Turismo de la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán y con asesores de ventas de las operadoras de turismo mejor posicionadas en el rubro, ambos asesores cuentan con una gran experiencia en temas de turismo en general y en formulación de paquetes turísticos a nivel nacional.

3.9.2 Técnica de aplicación,

Las encuestas se aplicaron en un lapso de una semana, se entregaron las encuestas a cada una de los agentes de ventas en las operadoras de turismo seleccionadas para aplicar la encuesta a clientes interesados en adquirir un paquete a nivel nacional, se les explico la dinámica de la encuesta y también se tuvo la oportunidad de encuestar directamente a clientes que visitaban estas agencias.

De acuerdo a los resultados que arrojó este estudio y la aplicación de herramientas mencionadas anteriormente se determinó la factibilidad para que la empresa Cacao Tourism

& Events realice el proyecto de desarrollo social a través del turismo en la zona conocida como la Ruta Lenca.

CAPÍTULO 4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se procederá a realizar el desglose de la información relevante obtenida de la encuesta aplicada y resultados obtenidos en relación a los objetivos de nuestro tema de estudio de pre factibilidad para el proyecto de Turismo para el desarrollo local en la Ruta Lenca.

La metodología a utilizar es la siguiente:

1. Realizar una breve explicación y por qué de la relevancia de cada una de las consultas con respecto a la investigación de este tesis.
2. Representar en gráficos los resultados obtenidos para cada consulta en específico, logrando una interpretación visual de los resultados.
3. Comentar cada gráfica posterior a los resultados, referente a los datos obtenidos.

4.1. Resultados

4.1.1 Resultado a la consulta No. 2 de encuesta

Esta primera consulta nos permitió conocer qué interés tiene la población meta en realizar un tour en la zona denominada Ruta Lenca. Esta consulta es de gran importancia ya que esta nos ayuda a determinar la factibilidad de desarrollar el proyecto en este destino, conectándose directamente con nuestra variable dependiente.

El 85% de la población encuestada está interesada en realizar un tour en la Ruta Lenca, lo que implica que existe un mercado potencial al cual se puede ofrecer este paquete turístico ya que es atractivo para los potenciales clientes. Véase la figura 6 para referencia.

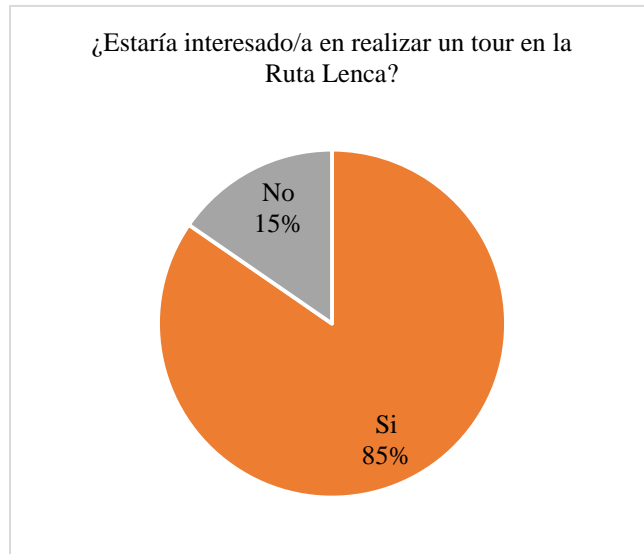


Figura 7 Encuesta resultado consulta 2

4.1.2. Resultado a consulta No. 4

La segunda consulta determina cómo los encuestados conocen y se familiarizan con las otras empresas operadoras de turismo. Permite conocer a profundidad el conocimiento que los encuestados tienen del mercado del turismo.

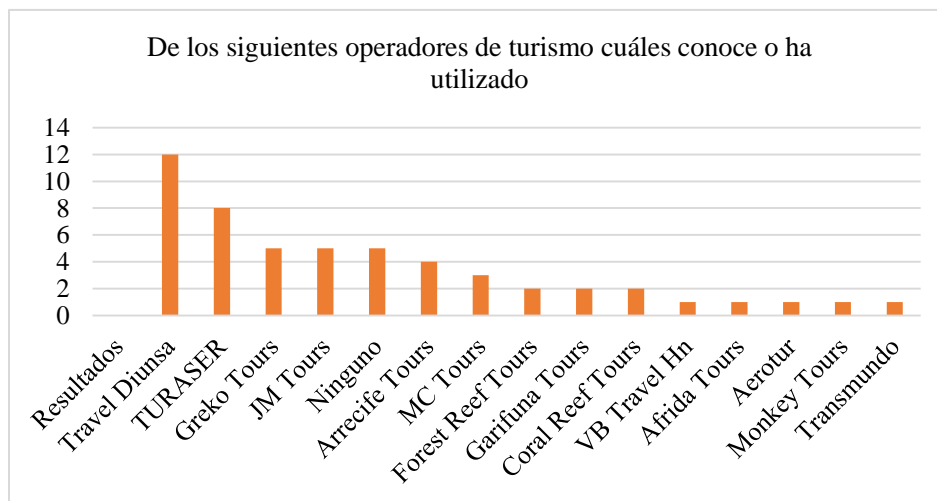


Figura 8 Encuesta resultado 4

La población encuestada tiene un amplio conocimiento acerca de las operadoras turísticas que existen en el mercado lo cual indica que en el mercado hay una gran competencia. A continuación se presenta la gráfica que contiene los resultados de conocimiento de otros operadores turísticos.

4.1.3 Resultado de consulta No. 5

La consulta 5 indagó acerca de los factores que influyen para que el encuestado decida realizar un viaje. Este consulta nos permitió tomar en consideración que factores son más importantes al momento que la empresa formule el paquete turístico para el cliente.

Los resultados muestran que los factores de mayor influencia según la pregunta cinco de la encuesta son el costo con un valor de 61% según la encuesta es lo que más influye para realizar el viaje, el segundo factor que más influye es el tiempo de vacaciones siendo este el 40%, y el tercer factor que más influye la seguridad del destino turístico con 46%,

4.1.4. Resultado de consulta No.6

La consulta seis indagó acerca de si los encuestados están dispuestos a realizar el tour con otro grupo de turistas. Esto facilitó a la empresa la toma de decisiones al momento de formular el paquete.

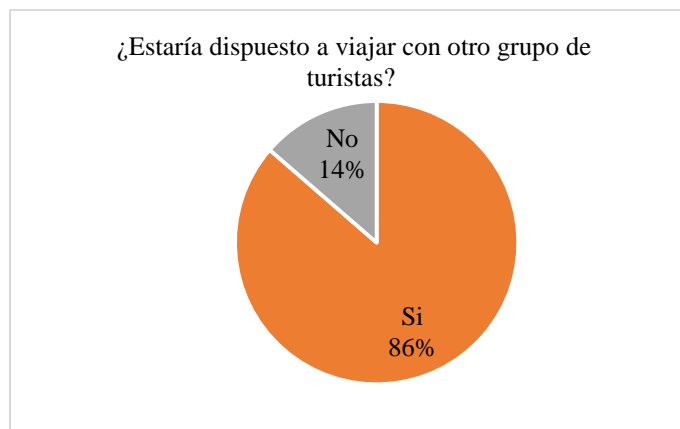


Figura 9 Encuesta resultado consulta 6

La población encuestada mostró estar anuente a realizar un viaje con otro grupo de turistas siendo este el 86% de la población encuestada. Este resultado indica algo positivo para la investigación ya que los paquetes pueden ser conformados por varios turistas indistintamente si son conocidos, lo que brinda mayor flexibilidad para la formulación de los paquetes.

4.1.5. Resultado de consulta No. 7

La consulta 7 indagó acerca del tipo de turismo que el encuestado prefiere realizar, esto permite conocer la preferencia de la mayoría y así poder elegir las actividades que se desarrollaran en cada uno de los destinos.

Los resultados muestran que los encuestados están muy interesadas en turismo de aventura con un 41% como primera opción, turismo cultural y culturas vivas fueron de las más seleccionadas como segunda opción con un porcentaje de 30% y 23% respectivamente. Como tercera opción más solicitada es turismo gastronómico siendo este el 50%. Se tomarán en cuenta estos factores para formular la propuesta al destino turístico, estos resultados muestran lo que la empresa Cacao Tourism & Events quiere lograr con el paquete turístico que es brindar un tour diferente que brinde experiencias nuevas al turista.

4.1.6. Resultado de consulta No. 8

La consulta ocho indaga acerca del tipo de hospedaje que prefiere la población encuestada, esta información ayudó a la empresa a establecer con qué tipo de hospedajes debe hacer convenios para incluir en el tour.

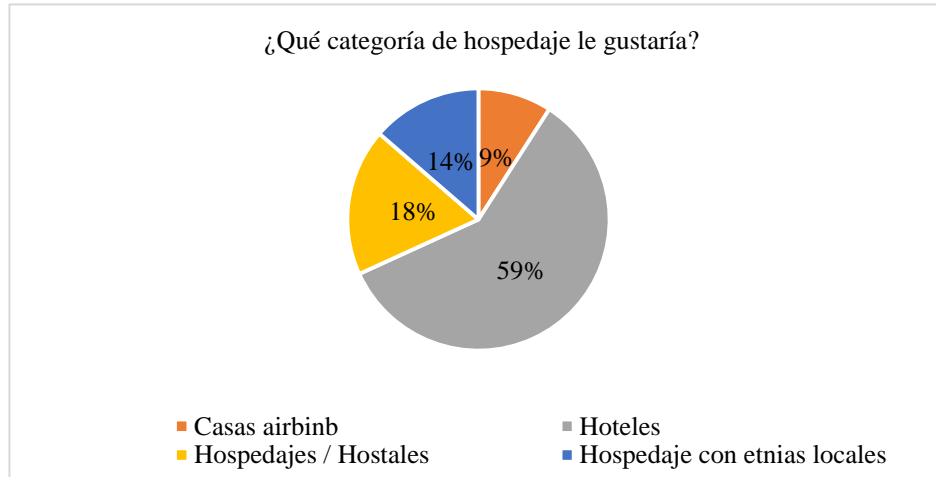


Figura 10 Encuesta resultado consulta 8

Los resultados como muestra la gráfica indican acerca de las preferencias de hospedaje y el 59% de los encuestados prefieren hospedarse en hoteles y seguido por el 18% hospedarse en hostales. Lo que indica que los convenios para el tour deben hacerse con los hoteles de los tres destinos ya que esa es la preferencia de los posibles consumidores.

4.1.7. Resultado de consulta No. 9

La consulta nueve indagó acerca de la época en la que la población encuestada prefiere realizar un viaje, esto ayudó a identificar las temporadas en que la empresa puede colocar promociones y cuál es la temporada alta para armar los paquetes de turismo a la Ruta Lenca.

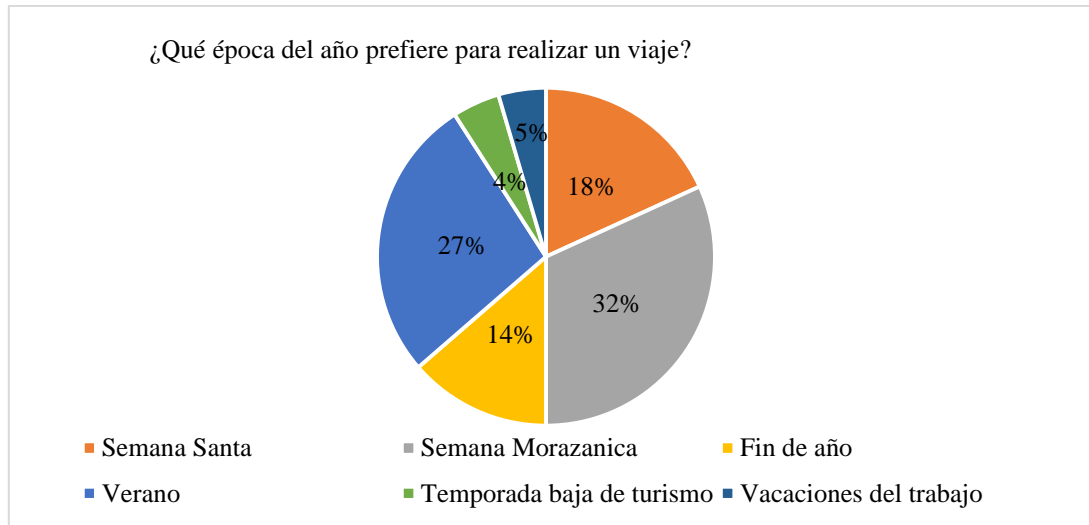


Figura 11 Encuesta resultado consulta 9

Los resultados muestran que el 32% de la población encuestada prefiere realizar un viaje en el periodo de Octubre llamado “Semana Morazánica” seguido por el 27% de la población que gusta de los viajes en la temporada de verano. Estos resultados muestran las preferencias de los potenciales clientes del tipo de viaje y comodidades que prefieren en él.

4.1.8. Resultado de consulta No. 10

La consulta diez indaga acerca de la cantidad que está dispuesta a pagar el encuestado por el paquete turístico. Estos resultados ayudaron a determinar el precio que debe tener el paquete según las preferencias y la capacidad adquisitiva de la población.

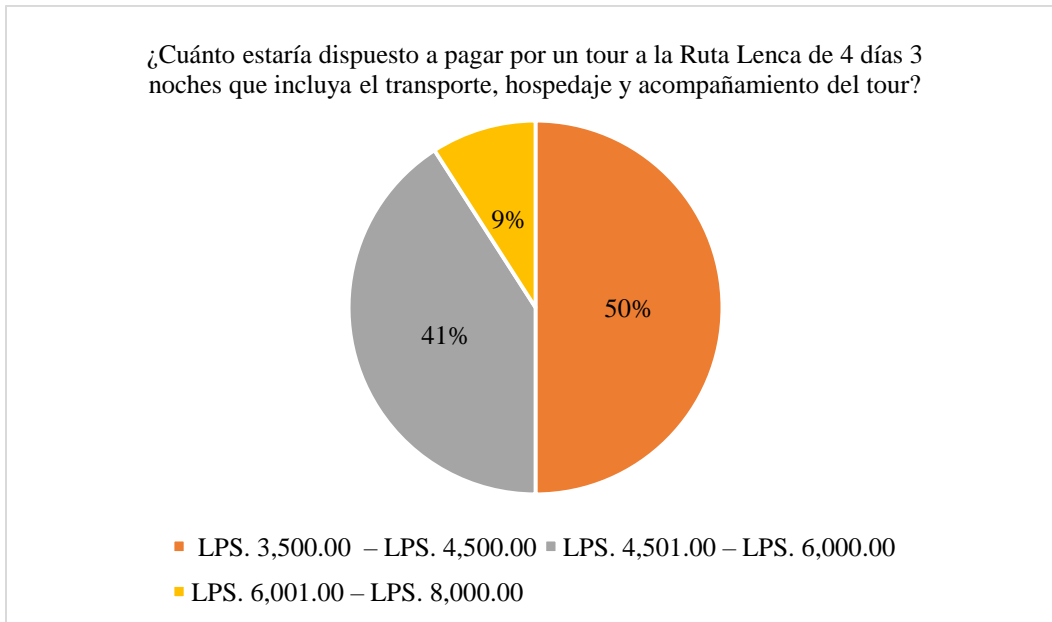


Figura 12 Encuesta resultado consulta 10

Los resultados determinan que el 50% de los encuestados están dispuestos a pagar entre 3-500 Lps a 4,500 Lps para realizar un tour a la conocida Ruta Lenca, y que el 41% está dispuesto a pagar un rango mayor de entre 4,501.00 Lps-6,000Lps, cifras que ayudaron a determinar el costo promedio del tour que se propondrá para la empresa Cacao Tourism & Events.

4.1.9. Resultado de consulta No. 11

La consulta once indagó acerca de la edad de los encuestados y determina el rango de edad más interesado en adquirir un paquete de turismo y así poder dirigir campaña de promoción y redes sociales y otros canales de comunicación.

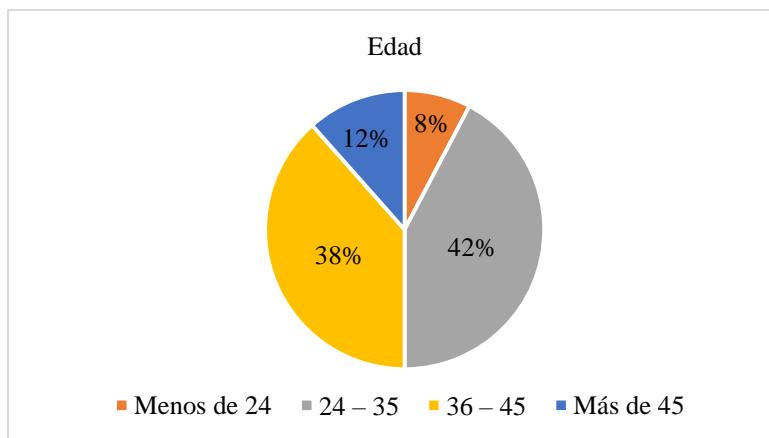


Figura 13 Encuesta resultado consulta 11

Los resultados indican que el 42% de los encuestados tiene una edad promedio de entre 24 y 35 años y el 38% de estos encuestados tienen una edad de 36-45 años. Es una población joven – adulta en su mayoría.

4.1.10. Resultado de consulta No. 12

La consulta doce indagó acerca del estado civil de la población encuestada. Esto permite a la empresa a través de los resultados poder enfocar a que público estará mayormente dirigido.

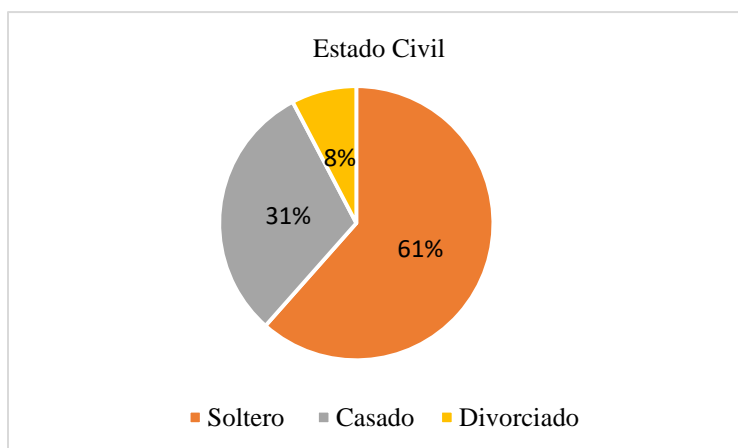


Figura 14 Encuesta resultado consulta 12

Los resultados indican que 61% de las personas encuestadas es de solteros. Realizando el cruce de variables con las personas que están interesadas el 56.25% de las personas que mostraron estar interesadas en el paquete turístico son solteros lo que indica a la empresa que la población soltera es la que está un poco más interesada en comprar un paquete turístico de esta clase., seguido por el 31% que son personas casadas.

4.1.11. Resultado de consulta No. 13

La consulta número trece indaga acerca del género de la persona esto para conocer si según el género existe alguna inclinación diferente de preferencias al momento de tomar el paquete turístico.

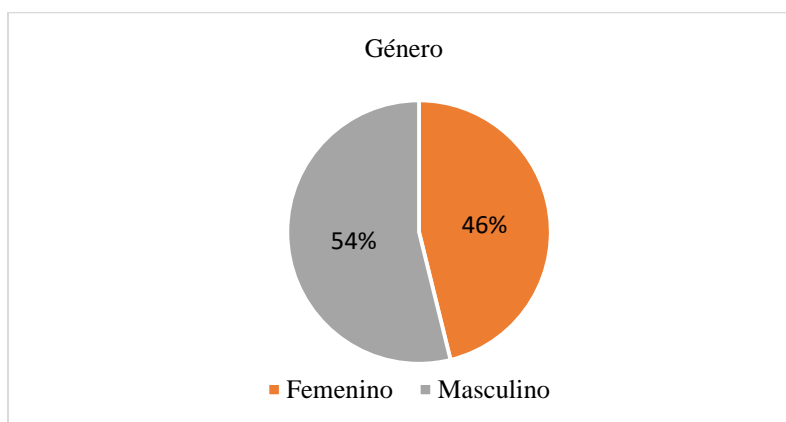


Figura 15 Encuesta resultado consulta 13

Los resultados indican que de la población encuestada el 54% son de género masculino mientras que el 46% son de género femenino es bastante parejo el resultado lo cual no indica que el servicio que brindara la empresa debe dirigido solo a hombres o solo mujeres.

4.1.12. Resultado de consulta No. 14

La consulta 14 indagó acerca del ingreso mensual de la población encuestada, esto permite analizar aproximadamente cuanto está el ingreso en el mercado y poder fijar un

precio que sea acorde a los ingresos mensuales de la población para que el paquete turístico sea accesible a los posibles clientes.

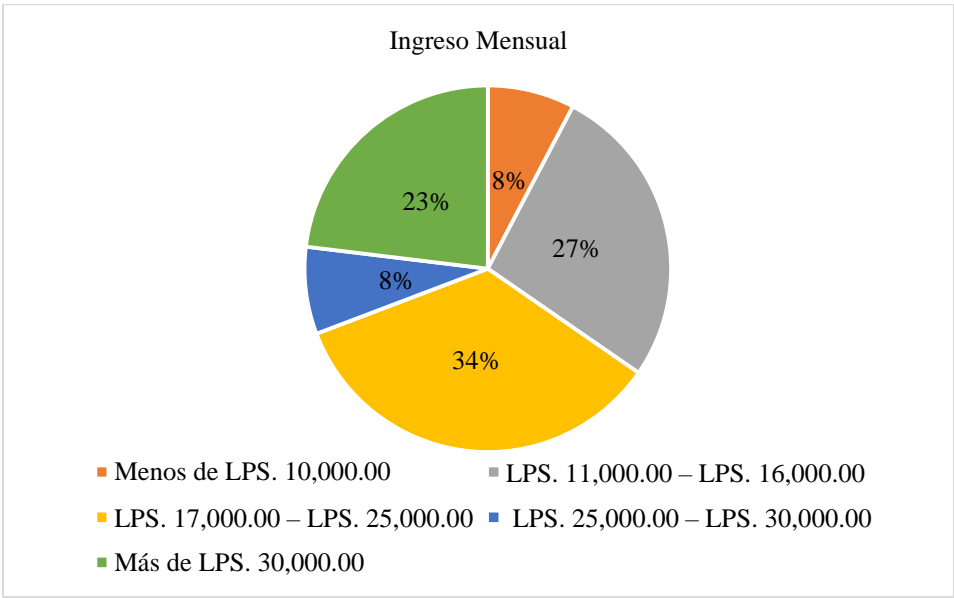


Figura 16 Encuesta resultado consulta 14

De acuerdo a los resultados de las encuestas aplicadas se determina que el 34% de las personas promedio tienen un ingreso de entre LPS. 17,000 a LPS. 25,000 y que el 27% y realizando el cruce de variables todas están 100% interesadas en adquirir el paquete turístico, seguido por las personas que tienen un ingreso de entre LPS. 11,000.00 a LPS. 16,000.00, donde el 71% está dispuesto a adquirir el paquete turístico. Se debe considerar que aunque los rangos de ingresos son relativamente bajos en relación al costo de vida de los hondureños, las personas necesitan tener oportunidades de recreación u ocio, por lo tanto se concluye que las propuestas deben ser económicamente factibles, ofrecer financiamiento o facilidades de pago y que se debe dirigir mayormente a personas solteras.

4.1.13. Relación de variables de investigación.

Para concluir con los resultados se hace la relación de la variable dependiente de la investigación con las respectivas variables independientes que se colocaron en la herramienta de recolección de investigación, en este caso la encuesta.

Las variables independientes que condicionan el logro del objetivo general son: El interés en el destino turístico, que según los resultados existe una respuesta positiva ya que existe interés de la población encuestada en conocer la Ruta Lenca por lo que la variable dependiente no se ve afectada. Identificación de las atracciones y oferta turística que ofrecen los departamentos que componen la Ruta Lenca en esta variable fueron identificadas las actividades que existen en los departamentos y a través de los resultados de la encuesta surgen específicamente que actividades condicionan el interés de conocer la Ruta Lenca en la población encuestada.

Otra de las variables son las condiciones de seguridad y condiciones de accesibilidad en las carreteras, según los resultados de la encuesta la seguridad del destino turístico en una de los factores que condicionan la decisión de realizar un viaje por lo que es un factor muy importante a tomar en consideración para que afectar la variable dependiente. De igual forma otra de las variables independientes es la capacidad de inversión y según los encuestados el ingreso es medio igual la capacidad de inversión no es alta por lo que hay que buscar un equilibrio de precios al momento de formular el paquete al destino Turístico en la Ruta Lenca.

4.2. Estudio de Pre factibilidad para la empresa Cacao Tourism & Events

Se presentan los análisis de los estudios de mercado, técnico y financiero para determinar si es viable y factible la creación de un paquete turístico para la zona conocida como la Ruta Lenca para incluir este destino dentro de su cartera de oferta turística para la empresa Cacao Tourism & Events.

Este estudio con el objetivo de ofrecer un instrumento de análisis, planificación y ejecución para facilitar la toma de decisiones de la empresa Cacao Tourism & Events, además se busca determinar lo siguiente factibilidad del mercado para incursionar con un nuevo paquete turístico de la empresa a través del análisis del mercado potencial. Factibilidad técnica del proyecto por medio del estudio técnico y rentabilidad por medio de relación beneficios-costos, VAN y TIR del proyecto con ayuda del estudio financiero.

Honduras es un país con un gran potencial turístico, a lo largo de todo su territorio, por lo cual la empresa Cacao Tourism & Events está interesada en potencializar esos destinos turísticos poco conocidos o explorados creando paquetes personalizados, accesibles y que se adapten a las necesidades del cliente.

La Ruta Lenca es un circuito por pueblos y localidades que aún conservan las tradiciones de las indígenas lencas y una significativa arquitectura colonial. Se estructura en torno al eje turístico entre las Ruinas Mayas de Copan, Santa Rosa de Copan y Gracias como otros a destacar. Ha sido galardonada como el mejor Producto de Turismo Activo en la edición 2005 de Feria Internacional de Turismo FITUR en Madrid” (Arqueotur, s.f.)

Es por ello que el siguiente estudio de mercado pretende indagar acerca del interés que existe en el potencial mercado turístico nacional o extranjero para conocer la Ruta Lenca a través de un paquete turístico diferente y personalizado.

4.2.1. Estudio de Mercado

4.2.1.1. Factores Demográficos

La población de Tegucigalpa es de 1.2 millones y la población económicamente activa es un 34%, habiendo así un amplio mercado en el cual se puede incursionar, considerando que hay un gran crecimiento de población y por ende se espera que haya un crecimiento en el comercio.

4.2.1.2. Factores Culturales

La cultura hondureña es rica en historia, etnias y tradiciones sin embargo es algo que se va perdiendo conforme pasa el tiempo ya que no se ha dado tanta inversión por dar a conocer parte de la historia y tradiciones de los pueblos Hondureños. Muchas de las nuevas generaciones no conocen acerca de la cultura o conocen los lugares turísticos con una historia por lo que se va desvaneciendo el capital cultural.

Según una entrevista realizada al ministro de la Secretaria de Cultura Artes y Deportes SCAD menciona que “la cultura es como la huella digital de una nación, podrá tener similitudes con otras, pero siempre tiene algo único que distingue a la gente que pertenece a cada país... la cultura engloba además de las artes y letras, los modos de vida, los modos de vida, entre otras” (El Heraldo, 2014)

4.2.1.3. Factores Participantes en el Mercado

A continuación se definen los factores del mercado que interactúan para el desarrollo del proyecto. En el mercado de los proveedores se consideran tres aspectos fundamentales el precio, disponibilidad y calidad de los insumos. El estudio de mercado competidor tiene la finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares y así ayudar a definir la estrategia comercial.

Proveedores	Competidores
<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de Transporte • Hoteles / Hospedajes • Restaurantes • Aerolínea • Renta de Vehículo 	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias operadoras de Turismo que trabajan la misma zona
Distribuidores	Consumidores
<ul style="list-style-type: none"> • Operadoras Turísticas Mayoristas que requieren de servicios específicos de algún destino turístico en particular. Como ser: Arrecife Tours Travel Diunsa Voi de Viaje • Página web, redes sociales, material publicitario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistas locales y extranjeros que se avocan a compañías operadoras de turismo que tienen interés de viajar. • Operadoras Turísticas

Tabla 2 Cuatro fuerzas del mercado

4.2.1.4. Análisis de Competencias

Analizar bien la competencia es un paso necesario para cualquier empresa que desea incursionar en un nuevo mercado. Existen dos tipos de competencia, la directa y la indirecta:

La competencia directa es la que ofrece los mismos productos o servicios en el mismo mercado, en este caso serían las empresas operadoras de turismo que se han identificado según la encuesta aplicada, como ser:

- Aerotour
- TURASER
- Greko Tours
- JM Tours

En este mismo rubro de actividades de recreación u ocio, está la competencia indirecta, que vende productos o servicios alternativos. Estos pueden ser:

- | | |
|--------------|----------------------|
| • Cine | • Deportes |
| • Teatro | • Bares |
| • Conciertos | • Televisión en casa |

- Gimnasio
- Museos
- Campo de futbolito

4.2.1.5. Estrategia Comercial

Los resultados obtenidos a través de la encuesta (ver anexo 1) son favorecedores, la idea incursionar con un paquete de turismo en la Ruta Lenca es aceptada por la población.

Según los resultados se da el siguiente enfoque; ya que los potenciales consumidores están dispuestos a viajar con otro grupo de turistas, Cacao Tourism and Events debe crear paquetes turísticos de un mínimo de 10 personas, esto debido a que se determina este número como el mínimo aceptable para que el paquete resulte factible en todo el año sin embargo con mayor enfoque en las siguientes épocas donde las personas prefieren viajar, Semana Morazánica y Verano (Junio a Agosto)

El paquete turístico será de 4 días, 3 noches a los destinos, Gracias Lempira, La Esperanza y Copan Ruinas donde se propondrán las siguientes actividades según la preferencia de los potenciales consumidores en las encuestas:

- Turismo de Aventura
- Turismo Cultural
- Culturas Vivas

Se debe considerar la formación de alianzas con 3 hoteles locales de cada zona a la que se pretende visitar ya que el paquete incluye el hospedaje, transporte y un guía por cada lugar que se visita.

El paquete tiene un precio de venta de LPS. 5,500.00 y se desglosa de la siguiente manera:

La Esperanza

- Tour en el pueblo con guía
- Viaje a aldea lenca con almuerzo incluido
- Cena Libre

Gracias Lempira

- Escalada de Celaque (primera etapa) o Canopy en La Campa (media mañana)
- Almuerzo libre
- Tour por el pueblo
- Agua termales en la noche

Copán Ruinas

- Parque arqueológico por la mañana (con guía turístico especializado)
- Almuerzo en Sesesmil + conocer aldeas cercanas
- Salida al pueblo
- Tour por museos locales

4.2.2. Estudio técnico del proyecto

El estudio técnico se caracteriza por facilitar a determinar la factibilidad técnica de la generación de un servicio, estableciendo su ubicación, formas, equipos, instalaciones, personal técnico y organización.

4.2.2.1. Análisis de Localización

La localización del proyecto es uno de los factores con una influencia mayor sobre el éxito o fracaso de la ejecución del mismo. Inicialmente se trabajará desde oficina en casa para ahorrar costos operativos del proyecto, considerando también que la manera de llegar a los clientes será mediante redes sociales

Una vez que la empresa tome fuerza en el mercado se considerará mover las oficinas a la zona de Paseo Los Próceres ya que está cerca de zonas de oficina y también colindante a hoteles.

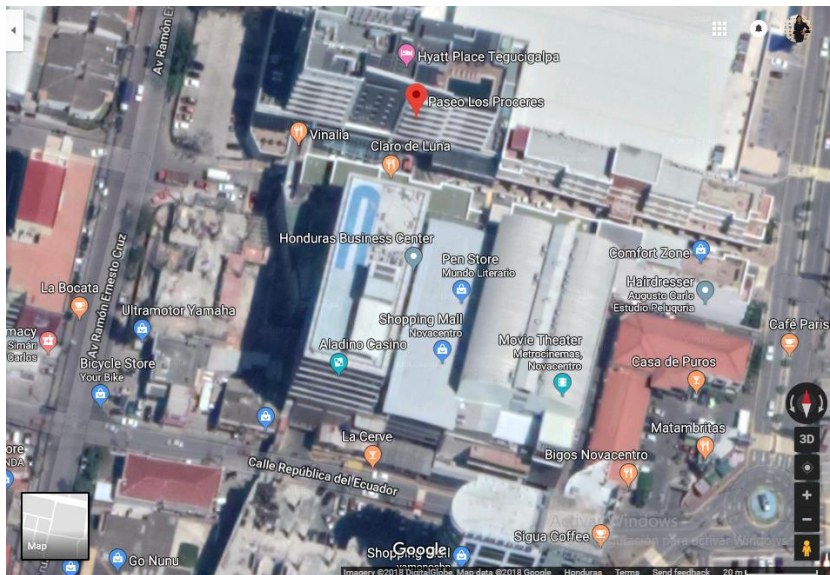


Figura 17 Dirección con vista desde Google Maps

4.2.2.2. Balance de Equipos

Incluye todos los activos físicos necesarios para asegurar el correcto funcionamiento del proyecto. A partir del análisis técnico de cada uno de estos elementos, se procede a realizar el presupuesto general de la obra, definiendo un costo unitario y total para cada actividad, según cotizaciones.

A continuación se presentan los resúmenes de cada una de las partes: se considera solamente 1 nueva computadora y muy importante el diseño de las redes sociales de la empresa ya que al no contar con un espacio físico donde el cliente pueda llegar esta es la estrategia que la empresa adoptó para promocionar sus paquetes turísticos

BALANCE DE EQUIPOS					
NO.	ITEM	CANTIDAD	COSTO	COSTO TOTAL	Observación
1. OFICINA					
1.02	Laptops	1.00	L.12,000.00	L. 12,000.00	Una para el gerente y otra para el ejecutivo de ventas
1.03	Diseño de página web y redes sociales	1.00	L. 50,000.00	L. 50,000.00	Para promocionar paquetes turísticos
TOTAL EQUIPAMIENTO OFICINA				L.62,000.00	

Tabla 3 Balance de Equipos

El balance de personal consta de seis columnas que explican el cargo, la cantidad de puestos en cada cargo, la remuneración mensual unitaria de cada puesto y la remuneración mensual total del personal que se requiere para la operatividad funcional de la agencia de turismo.

BALANCE DE PERSONAL					
NO.	ITEM	UNIDAD	COSTO	NO. DE PUESTOS	COSTO TOTAL
1.01	Gerente	MES	L.20,000.00	1	L. 20,000.00
1.02	Contador General	MES	L. 8,000.00	1	L. 8,000.00
1.03	Ejecutivos de ventas 1	MES	L. 8,000.00	1	L. 8,000.00
1.04	Limpieza	MES	L. 5,000.00	1	L. 5,000.00
TOTAL BALANCE PERSONAL				L. 41,000.00	

Tabla 4 Balance de personal

4.2.2.3. Análisis Organizacional

Aquí se localiza la organización para el manejo del proyecto en mención, para llevar a cabo una adecuada administración de la agencia tour operadora Cacao Tourism & Events, es necesario contar con un organigrama, a continuación se propone la siguiente estructura organizacional: en la cual se incluye un ejecutivo de ventas para la mejor ejecución en venta de paquetes turísticos de la empresa.

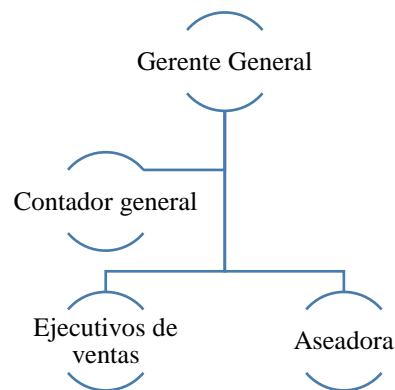


Figura 18 Organigrama de Empresa

4.2.3. Estudio Financiero

Para el presente estudio financiero se consideran los siguientes supuestos:

- La empresa Cacao Tourism & Events ofrece en su cartera de destinos turísticos cinco destinos diferentes, el destino de este estudio es Ruta Lenca, por lo cual los costos fijos se dividen entre cinco.
- El crecimiento de la demanda fue calculada en base al crecimiento poblacional de 1.7% según fuente Banco Mundial.
- El precio de venta del paquete se calculó en base a la inflación interanual hasta Agosto 2018, según Banco Central de Honduras 4.35%.
- Para calcular el capital de trabajo se consideró seis meses de costo fijo y seis de costo variable.
- La depreciación fue calculada mediante el método de depreciación de línea recta.
- En los gastos de ventas se considera el 4% impuesto sobre turismo según la ley del Instituto Hondureño de Turismo IHT.
- Se consideró el Impuesto Sobre la Renta ISR 15% sobre la utilidad antes de impuesto.
- Se consultó con otras operadoras de turismo la frecuencia con la que se venden tours nacionales, según ese dato se determinó una demanda mensual de aproximadamente 2 paquetes de 10 personas cada uno.

Detalle de Inversión Inicial durante operación	
Descripción	Valor
Laptop	L 12,000.00
Diseño de página web y redes sociales	L 50,000.00
TOTAL	L 62,000.00

Tabla 5: Detalle de Inversión Inicial

NO.							DEPRE CIACIO N AÑO 1	DEPRE CIACIO N AÑO 2	DEPRE CIACIO N AÑO 3	DEPRE CIACIO N AÑO 4	DEPRE CIACIO N AÑO 5
	Item	Cantidad	Precio	Total	Vida Útil	Depreciación					
1.00	Laptops	1.00	L 12,000.00	L 12,000.00	5.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00
Depreciación por año							L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00

Tabla 6: Depreciación del Equipo

COSTOS VARIABLES			
INSUMOS	Precio Global		Costo fijo solo de paquete Ruta Lenca
Servicio de mensajería / cobros	L	100.00	L 20.00
Papelería	L	300.00	L 60.00
Suministros limpieza	L	150.00	L 30.00
Costo de venta por paquete (incluye 4% impuesto de turismo)	L	3,930.00	L 4,087.20
TOTAL	L	4,480.00	L 4,197.20

Tabla 7: Costos variables

COSTOS FIJOS					
Gasto	Unidades	Meses	Precio Actual	Costo/Año Global	Costo fijo de paquete Ruta Lenca
Internet	Mensual	12	L 1,500.00	L. 18,000.00	L. 3,600.00
Sueldos	Mensual	12	L 41,000.00	L. 492,000.00	L. 98,400.00
Pasivo laboral	Anual	1	L 82,000.00	L. 82,000.00	L. 16,400.00
IHHS	Mensual	12	L 2,185.00	L. 26,220.00	L. 5,244.00
Costo Fijo Total Anual				L 618,220.00	L. 123,644.00

Tabla 8: Costos Fijo

Mes	Numero de paquetes de 10 personas	Cantidad en personas
Enero	1	10
Febrero	1	10
Marzo	2	20
Abril	3	30
Mayo	2	20
Junio	3	30
Julio	3	30
Agosto	3	30
Septiembre	2	20
Octubre	3	30
Noviembre	2	20
Diciembre	1	10
TOTAL	26	260

Tabla 9: Demanda del producto

FLUJO DEL PROYECTO											
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Numero de paquetes		260.0	264.4	268.9	273.5	278.1	282.9	287.7	292.6	297.5	302.6
Precio		L 5,000.00	L 5,217.50	L 5,444.46	L 5,681.30	L 5,928.43	L 6,186.32	L 6,455.42	L 6,736.23	L 7,029.26	L 7,335.03
Total Ingresos por Ventas		L 1300,000.00	L 1379,611.35	L 1464,098.06	L 1553,758.69	L 1648,910.10	L 1749,888.53	L 1857,050.83	L 1970,775.69	L 2091,465.01	L 2219,545.28

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos											
Ingreso por Ventas		L 1300,000.00	L 1379,611.35	L 1464,098.06	L 1553,758.69	L 1648,910.10	L 1749,888.53	L 1857,050.83	L 1970,775.69	L 2091,465.01	L 2219,545.28
Total Ingresos		L 1300,000.00	L 1379,611.35	L 1464,098.06	L 1553,758.69	L 1648,910.10	L 1749,888.53	L 1857,050.83	L 1970,775.69	L 2091,465.01	L 2219,545.28
Egresos											
Costos Variables		L 1091,272.00	L 1109,823.62	L 1128,690.63	L 1147,878.37	L 1167,392.30	L 1187,237.97	L 1207,421.01	L 1227,947.17	L 1248,822.27	L 1270,052.25
Costos Fijos		L 123,644.00	L 129,022.51	L 134,634.99	L 140,491.62	L 146,603.00	L 152,980.23	L 159,634.87	L 166,578.99	L 173,825.17	L 181,386.57
Total de Egresos		L 1214,916.00	L 1238,846.14	L 1263,325.62	L 1288,369.98	L 1313,995.30	L 1340,218.20	L 1367,055.88	L 1394,526.16	L 1422,647.45	L 1451,438.82
Utilidad Bruta		L 85,084.00	L 140,765.21	L 200,772.44	L 265,388.71	L 334,914.80	L 409,670.33	L 489,994.94	L 576,249.53	L 668,817.56	L 768,106.46

Depreciacion Laptops		L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L -	L -	L -	L -	L -
Total Depreciacion		L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L -	L -	L -	L -	L -
Utilidad antes de Imp.		L 82,684.00	L 138,365.21	L 198,372.44	L 262,988.71	L 332,514.80	L 409,670.33	L 489,994.94	L 576,249.53	L 668,817.56	L 768,106.46
Impuesto Sobre Renta (15%)		L 12,402.60	L 20,754.78	L 29,755.87	L 39,448.31	L 49,877.22	L 61,450.55	L 73,499.24	L 86,437.43	L 100,322.63	L 115,215.97
Utilidad Neta		L 70,281.40	L 117,610.43	L 168,616.57	L 223,540.40	L 282,637.58	L 348,219.78	L 416,495.70	L 489,812.10	L 568,494.93	L 652,890.49
Ajustes de Flujo de Efectivo											
Inversión Inicial	-L 62,000.00										
Capital de Trabajo Operativo	-L 607,458.00	-L 11,965.07	-L 12,239.74	-L 12,522.18	-L 12,812.66	-L 13,111.45	-L 13,418.84	-L 13,735.14	-L 14,060.64	-L 14,395.69	L 725,719.41
Depreciaciones		L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L 2,400.00	L -	L -	L -	L -	L -
Flujo Neto de Efectivo	-L 669,458.00	L 60,716.33	L 107,770.69	L 158,494.39	L 213,127.75	L 271,926.13	L 334,800.94	L 402,760.56	L 475,751.46	L 554,099.24	L 1378,609.90

Tabla 10: Flujo del Proyecto

TIR	30.17%
VPN	L. 849,543
VAN	L. 180,085

La Tasa interna de retorno TIR indica la rentabilidad del proyecto, para ser aceptada esta debe ser positiva. Da conocer el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá el proyecto. En el caso de la evaluación realizada la Tasa interna de retorno TIR es positiva 30.17% a tasa de rendimiento interno que obtendremos será superior a la tasa mínima de rentabilidad que exige la inversión, que en este caso es de 25%.

El Valor Presente Neto (VPN) se calculó para evaluar la inversión del proyecto a largo plazo que maximice la inversión de L. 115,000.00 que está realizando la empresa para implementar el nuevo paquete operativo de turismo en su cartera de negocios. Al ser este positivo con un valor de L. 849,543.00 significa que el proyecto debe aceptarse ya que se tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto.

El valor actual neto (VAN) determina la viabilidad del proyecto. Mide los flujos de los ingresos y egresos, descontando la inversión inicial, al terminar debe ser positiva para que el proyecto sea viable. En el caso del estudio financiero realizado por la empresa Si tras medir los flujos de los futuros ingresos y egresos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable ya que el VAN indica un valor de L180,085.00, siendo este aceptado

4.3. Gestión del Alcance

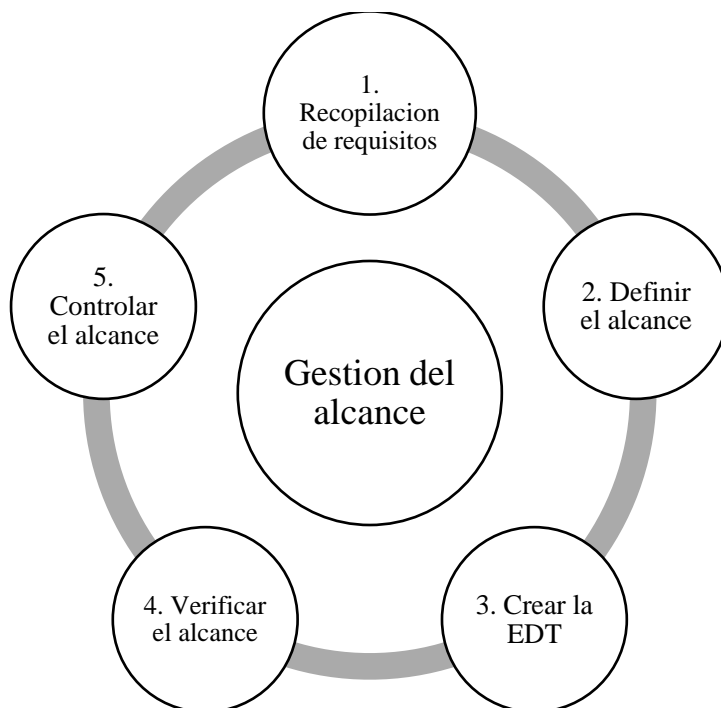


Figura 19: Plan de Gestión del Alcance

4.3.1. Objetivo

Comercializar un paquete de Turismo alternativo con un componente de desarrollo local en la Ruta Lenca comprendida por los municipios de Copan, La Esperanza y Gracias Lempira

Necesidades	Productos
Necesidad de recreación	Paquete de turismo alternativo
Bajo desarrollo en la zona occidental del País.	Alianzas con socios estratégicos de la zona Ruta Lenca para apoyo a las etnias del sector
Diversificación de destino turístico	Paquete turístico que incluye turismo de aventura, cultural y de culturas vivas

Tabla 11: Necesidades convertidas en productos

4.3.4. Justificación del proyecto

En la actualidad las operadoras turísticas ofrecen una oferta de paquetes mayoritariamente en la zona norte del país lo cual limita otros atractivos turísticos que tiene Honduras dejando a un lado parte muy importante de la cultura del país como ser la Ruta Lenca. El problema identificado es la falta de oferta de paquetes alternativos por lo cual a través de este proyecto se propone. La zona occidental de Honduras es una zona con mucha riqueza cultural, natural y humana ya que contiene dos etnias los Lencas y los Maya Chortí, es una zona subvalorada y con mucho potencial de desarrollo.

4.3.5. Definición del Alcance

El paquete turístico de la Ruta Lenca será de 4 días, 3 noches a los destinos, Gracias Lempira, La Esperanza y Copán Ruinas donde se combinara un estilo de turismo de aventura, cultural y de culturas vivas.

El paquete turístico esta formulado para desplazar a un mínimo diez personas, e incluye los servicios de transporte, hospedaje, guía turístico en cada destino, entrada a los sitios turísticos de cada municipio y alimentación en días seleccionados del paquete. El paquete tendrá un costo de LPS. 5,500.00 y se desglosa de la siguiente manera:

Día uno: La Esperanza

Salida de la ciudad de Tegucigalpa hacia municipio de La Esperanza con las siguientes actividades.

- Tour por el centro histórico de La Esperanza con guía local.
- Viaje a aldea lenca El Cacao para visita de las microempresas de la industria textil, organizado por familias lencas q donde se observara la elaboración de

los tejidos y adquirir el producto local a precios accesibles. Se incluye almuerzo típico Lenca con familia de la zona.

- Cena Libre (no incluida en el paquete)

Día dos: Gracias Lempira

- Canopy en La Campa (media mañana)
- Almuerzo libre (no lo incluye el paquete)
- Tour por el pueblo que incluye el casco histórico, Fuerte San Cristobal, Casa Galeano y Envasado y Dulces Lorendiana.
- Cena (Recomendación El Kandil Pizza y Café)
- Agua termales Presidente en la noche

Día 3: Copan Ruinas

- Visita al Macaw Mountain
- Almuerzo incluido en Aldea Sesesmil.
- Salida al pueblo Casco histórico (Recomendación The Tea and Chocolate Place)
- Noche libre

Día 4: Copán Ruinas

- Parque arqueológico por la mañana (con guía turístico especializado)
- Salida regreso a Tegucigalpa

4.3.6. Supuestos del proyecto

- Se mantienen los acuerdos de precio con los proveedores del paquete turístico
- Las etnias locales están anuentes con el proyecto
- Existe apoyo de las municipalidades
- Las carreteras de acceso están en buen estado para realizar el viaje
- Existe seguridad en el destino turístico
- No habrá accidente en el viaje

4.3.7. Restricciones

- El paquete se realizará solo con un mínimo de 10 personas
- No incluye seguro médico contra accidente
- No todos los tiempos de comida están incluidos en el paquete
- Una vez cancelado no hay devolución del paquete turístico

4.3.8. Estructura de Desglose de Trabajo EDT

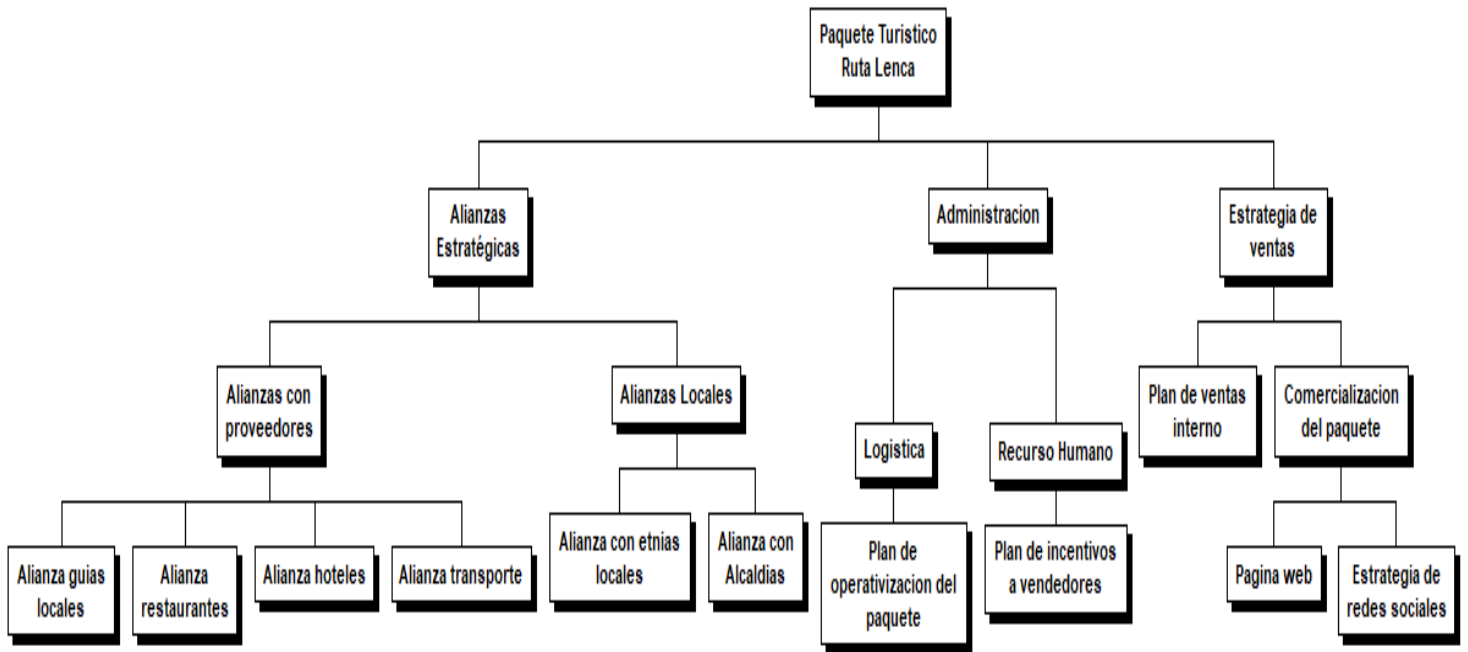


Figura 20: Estructura División del Trabajo

4.3.9. Entregables

Entregable	Descripción del entregable
Alianza con proveedores	En este entregable se definirán todos los acuerdos o contratos que se realizaron con los proveedores para el omento de operativizar el paquete turístico.
Alianza con líderes locales	En este entregable se materializa las alianzas con las etnias de cada uno de los municipios donde se ejecutara el tour.
Plan de operativización del paquete	Se especifica toda la logística necesaria a tomar para armar el paquete de viaje.
Plan de incentivos	En este entregable se especificaran las comisiones que se establecerán según las metas de venta.
Estrategia en redes sociales	Se definirá mediante que estrategia se comercializara el paquete en las redes sociales.

Tabla 12: Entregables del proyecto

4.4. Gestión de los Interesados

La gestión de los interesados es uno de los cinco dominios de desempeño según el Project Management Institute (PMI) 2013 dentro de la gestión de proyectos.

Para obtener éxito en un proyecto se debe identificar claramente a los interesados, se identifican los interesados con las siguientes preguntas: ¿Quién es el interesado? ¿Cuál es su aporte al proyecto? ¿Es un aporte positivo o negativo? ¿Cuál es su estilo y comportamiento? ¿Se involucra o no se involucra? ¿Cuáles han sido sus experiencias previas? ¿Cuáles son sus expectativas actuales para con el proyecto?

Para este proyecto de tesis se han identificado los siguientes interesados:

- Habitantes y pobladores de la zona Ruta Lenca de los departamentos de Copán, Intibucá, Gracias
- Hoteles y restaurantes de la zona Ruta Lenca
- Municipalidad de Copán
- Municipalidad de La Esperanza
- Municipalidad de Gracias
- El Gobierno de Honduras (Instituto Hondureño de Turismo)
- Operadores de turismo
- Posibles inversionistas
- Cacao Tourism & Events
- Comunidad hondureña en general
- Extranjeros que visitan el país por motivo de vacaciones
- Dueños de instalaciones, prestadores de servicios de entretenimiento como ser bares, restaurantes, discotecas

- Personas que laboran para la empresa Cacao Tourism & Events

Según su aporte al programa estos se clasifican en:

Interesados positivos o negativos

Positivos: Persona y/o grupos que están a favor del éxito y avance del proyecto

- Gobierno de Honduras (Instituto Hondureño de Turismo)
- Habitantes y vecinos de la zona
- Empresa Cacao Tourism & Events
- Personas que laboran en la empresa Cacao Tourism & Events
- Comunidad hondureña en general
- Dueños de las instalaciones, prestadores de servicios de entretenimiento como ser bares, restaurantes, discotecas que puedan ser aliados de la empresa

Negativos: Persona y/o grupos que están en contra del programa y no desean que prosiga.

- Otras agencias de turismo, puede ser positivo y negativo, debido a que estas podrían ver la realización de esta ruta como una competencia directa para ellos.
- Pobladores de la zona (posiblemente no en su mayoría) que muestren resistencia hacia el recibimiento de personas ajenas a sus comunidades.
- Otros centros recreativos & de ocio que no sean beneficiados como parte del proyecto de turismo.

Interesados internos o externos:

Internos: Miembros del equipo de proyectos o quienes provean la financiación del mismo.

- Dirección Cacao Tourism & Events
- Personas que laboran para la empresa Cacao Tourism & Events
- Gobierno de Honduras (Instituto Hondureño de Turismo)
- Municipalidades de los departamentos en mención

Externos: Las personas afectadas por el proyecto de alguna manera significativa.

- Pobladores de la zona
- Comunidad hondureña en general
- Dueños de centros recreativos & de ocio
- Habitantes y vecinos de la zona

Por influencia e interés

Influencia:

- El Gobierno de Honduras (Instituto Hondureño de Turismo)
- Municipalidades
- Personas que laboran en el proyecto
- Habitantes y vecinos de la zona
- Dueños de bares, billares, gimnasios, discos, restaurantes

Interés:

- El Gobierno de Honduras (Instituto Hondureño de Turismo)
- Pobladores de la zona

Análisis y presentación:

Se identificaron un total de trece interesados para el proyecto dentro de los cuales se agruparon según su enfoque, interés, influencia, y posición. Dentro de este grupo identificado se encuentran algunos interesados que apoyaran el proyecto quienes tendrán una influencia positiva, así como otros que serán detractores u opositores del mismo quienes tendrán una influencia negativa en él, estos últimos ubicados en la categoría de interesados negativos se verán afectados directa o indirectamente por la ejecución de las diferentes actividades planificadas como por ejemplo: empresarios del rubro del turismo con los que no se realice convenio para el paquete, que genere baja en los ingresos percibidos.

En cambio los interesados positivos ven con buenos ojos el desarrollo del proyecto y como este beneficiaría a las comunidades receptoras, además de promover el turismo interno, también traería consigo un beneficio económico a la empresa Cacao Tourism & Events

Además de la clasificación anterior también se pueden identificar interesados externos quienes ven el proyecto desde afuera y podrían llamarse beneficiarios por disfrutar o participar de las actividades y los interesados internos considerados como los entes o personas quienes promueven el desarrollo del proyecto, generan los entregables o asignan recursos económicos y de recurso humano para la realización del proyecto.

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- a) A través del desarrollo del estudio de pre factibilidad en aspectos de mercado técnicos y financieros se concluye que el proyecto de Turismo para el Desarrollo Local en la Ruta Lenca para la empresa Cacao Tourism & Events es factible. Siendo este rentable económicamente dando como resultado una TIR de 30.17%, VAN de L. 180,085.00.00, y VPN de L. 849,543.00 743.
- b) El estudio de mercado permitió definir la demanda, establecimiento de precio, definir la estrategia comercial, análisis del consumidor y la competencia. Todos estos elementos esenciales para facilitar la toma de decisiones para la empresa Cacao Tourism & Events.
- c) Por medio del desarrollo de la gestión del alcance e interesados se delinea el camino que la Empresa Cacao Tourism & Events debe tomar para la implementación exitosa del proyecto.
- d) El proyecto en mención está alineado con la Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible del Instituto Hondureño de Turismo 2018 que busca: Generar puestos de trabajo en especial mano de obra local, integrar a las comunidades y etnias locales en el desarrollo de las actividades, y preservación y puesta en valor del patrimonio cultural como elemento diferenciador de la oferta turística en Honduras.

5.2. Recomendaciones

- a) Se recomienda a la empresa Cacao Tourism & Events implementar el destino turístico de la Ruta Lenca en la cartera de destinos de la empresa dado que según la investigación realizada es aceptada en el mercado, el número de competencia es bajo y es económicamente factible.
- b) Se recomienda socializar el proyecto con cada una de las tres municipalidades para generar un mayor apoyo e interés de la población local haciendo hincapié en el desarrollo local que generan los nuevos proyectos.
- c) Se recomienda integrar a participantes clave como ser:
 - El Instituto Hondureño de Turismo (IHT)
 - Empresas privadas en este caso Cacao Tourism and Events,
 - la población local en la Ruta Lenca para generar proyectos de turismo incluyente que genere beneficios a todos los involucrados.

Bibliografía

- Agencia de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP). (2014). *Fomento a la cultura y el turismo para el desarrollo local en la ruta lenca*. Tegucigalpa.
- Arqueotur. (s.f.). Obtenido de <http://www.arqueotur.org/rutas/ruta-lenca-circuito-colosuca.html>
- Barquero, A. V. (2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Sistema de Información Científica*.
- Bosier, S. (2005). Hay espacio para el Desarrollo Local en la Globalización. *Revista de la CEPAL*, 55.
- CAHDEA. (1988). *"Pueblos Étnicos de Honduras. Resumen informativo de los pueblos étnicos de Honduras"*. Tegucigalpa.
- Chain, N. S. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Cuarta Edición ed.). Bogotá: Mc Graw Hill.
- El Herald. (7 de Abril de 2014). La Cultura es para todos y para el Desarrollo de Honduras. Tegucigalpa, Honduras.
- Gabriel Aghón, F. A. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: Análisis comparativo*. CEPAL/GTZ., Santiago de Chile. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2691/4/S2001704_es.pdf
- Gbegnedji, G. (s.f.). www.gladysgbegnedji.com. Obtenido de <https://www.gladysgbegnedji.com/gestion-de-los-interesados-del-proyecto/>
- Grinnell. (1997). www.eumed.net. Obtenido de www.eumed.net

IHT. (s.f.). *Instituto Hondureño de Turismo*. Obtenido de <http://www.iht.hn/invierta-en-honduras/legislacion-turistica/>

Institute, P. M. (2017). *PMBOK® Guide – Sixth Edition* (2017). .

Instituto Hondureño de Turismo. (2015). *Boletín de Estadísticas de Turismo 2011 - 2015*. Obtenido de <http://www.iht.hn/wp-content/uploads/2017/08/boletin-estadisticas-turismo2011-2015.pdf>

Instituto Hondureño de Turismo. (2018). *Instituto Hondureño de Turismo*. Obtenido de <http://www.iht.hn/wp-content/uploads/2015/10/CatalagodeProyectosIHT2015.pdf>

Lencas: historia, costumbres, vestimenta, y más. (s.f.). Obtenido de <http://hablemosdeculturas.com/lencas/>

Lencas: historia, costumbres, vestimenta, y más. (2018). Obtenido de *Lencas: historia, costumbres, vestimenta, y más*: <http://hablemosdeculturas.com/lencas>

Mónica Velarde Valdez, S. G. (2014). *Turismo sustentable y desarrollo rural estudios en Polonia, Costa Rica y Mexico*. Guadalajara: Editorial Universitaria Jose Bonifacio Andrada.

Nicolini, R. (4 de Mayo de 2016). *www.evaneos.es*. Obtenido de <https://www.evaneos.es/honduras/viajes/explorar/11075-1-ruta-lenca/>

Nieves, M. V. (2014). *Turismo sustentable y desarrollo rural estudios en Polonia, Costa Rica y Mexico*. uadalajara: Editorial Universitaria Jose Bonifacio Andrada.

OPTURH. (s.f.). *OPTURH*. Obtenido de OPTURH: <http://opturh.com/?q=directorio-operadores>

Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Introduccion al Turismo, Operadores Turisticos.*

Organizacion Mundial del Turismo. (s.f.). *Introduccion al Turismo: Concepto y Definiciones.*

Por la Ruta Lenca, al encuentro del auténtico Honduras. (s.f.). Obtenido de <https://www.evaneos.es/honduras/viajes/explorar/11075-1-ruta-lenca/>

Proceso Digital. (16 de Febrero de 2016). Líderes comunitarios lencas elaboran propuestas de proyectos para impulsar el desarrollo de sus comunidades. *Proceso Digital.*

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (s.f.). Obtenido de Programa Conjunto “Fomento al Turismo Cultural Sostenible para un Desarrollo Económico Inclusivo en la Ruta Lenca” Objetivo del proyecto

Project Management Institute. (2008). *Guia de los fundamentos para la direccion de proyectos.* Pennsylvania: Project Management Institute Inc.

Rivas, R. D. (1993). *Pueblos Indigenas y Garifuna de Honduras: (una caracterizacion).* Editorial Guyamuras.

Sampieri. (2014). *Metodologias de la Investigación* (6ta Edición ed.). Mexico: McGraw Hill Education.

Torres, A. G. (2012). *TURyDES.* Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mtfr.html>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta



Somos estudiantes de la Maestría en Administración de Proyectos de UNITEC. Nos encontramos en la etapa final del proyecto de tesis, en la cual se está proponiendo un proyecto de turismo para el desarrollo local en la Ruta Lenca, por lo que solicitamos su apoyo completando la siguiente encuesta.

1. ¿Ha visitado la Ruta Lenca? (Departamentos de La Esperanza, Lempira y Copan)
 Si
 No

2. ¿Estaría interesado/a en realizar un tour en la Ruta Lenca? (Si su respuesta es no, pasar a datos demográficos)
 Si
 No

3. ¿Que otro destino turístico en Honduras estaría interesado/a en conocer?

4. De los siguientes operadores de turismo cuáles conoce o ha utilizado. Si es otro especifique cual.
 Forest Reef Tours
 Garifuna Tours
 Coral Reef Tours
 Greko Tours
 JM Tours
 Travel DIUNSA
 MC Tours
 TURASER

Otro (menciónelo) _____

5. ¿Qué factores influyen para que usted determine realizar un viaje? (Ordénelos 1 al 5 siendo 1 el de mayor importancia y 5 menor importancia)

- Seguridad de las carreteras
- Seguridad del destino turístico
- Duración del tour
- Costo del destino turístico
- Tiempo de vacaciones

6. ¿Estaría dispuesto a viajar con otro grupo de turistas?

- Si
- No

7. De las actividades expuestas, ordénelas según su preferencia (Siendo 1 su mayor preferencia y 6 su menor preferencia)

- ___ Turismo de Aventura (Escalada, caminatas, senderismo)
- ___ Turismo Gastronómico (visita a mercados gastronómicos)
- ___ Culturas Vivas (Conocer etnias de la zona)
- ___ Turismo Cultural (Museos, parques, iglesias)
- ___ Aguas termales
- ___ Campings

8. ¿Qué categoría de hospedaje le gustaría?

- Casas *airbnb*
- Hoteles
- Hospedajes / Hostales
- Hospedaje con etnias locales

9. ¿Qué época del año prefiere para realizar un viaje?

- Semana Santa
- Semana Morazánica

- Fin de año
- Verano
- Otro (menciónelo) _____

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour a la Ruta Lenca de 4 días 3 noches que incluya el transporte, hospedaje y acompañamiento del tour?

- LPS. 3,500.00 – LPS. 4,500.00
- LPS. 4,501.00 – LPS. 6,000.00
- LPS. 6,001.00 – LPS. 8,000.00

Datos Demográficos

Edad

- Menos de 24
- 24 – 35
- 36 – 45
- Más de 45

Nacionalidad

- Hondureño
- Extranjero

Estado Civil

- Soltero
- Casado
- Divorciado

Género

- Femenino
- Masculino

Ingreso mensual

- Menos de LPS. 10,000.00
- LPS. 11,000.00 – LPS. 16,000.00
- LPS. 17,000.00 – LPS. 25,000.00
- LPS. 25,000.00 – LPS. 30,000.00
- Más de LPS. 30,000.00