



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**PLAN ESTRATÉGICO PARA FOMENTAR EL TURISMO EN LA
COMUNIDAD DE YUSCARÁN, EL PARAÍSO.**

SUSTENTADO POR:

MIRIAN IVETH DÍAZ CHÁVEZ

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE MÁSTER EN
ADMINISTRACIÓN DE PROYECT.**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZÁN, HONDURAS, C.A.

JULIO, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

VICERRECTORA ACADÉMICA

DESIREE TEJADA CALVO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE

**DESARROLLO TURISTICO EN LA COMUNIDAD DE
YUSCARÁN, EL PARAÍSO.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE MÁSTER
EN
ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

ASESOR

DRA. MINA CECILIA GARCÍA

MIEMBROS DE LA TERNA:

MARIO GALLO

EDWIN ARAQUE

ALEJANDRO MC CARTHY

FACULTAD DE POSTGRADO

DESARROLLO TURÍSTICO EN LA COMUNIDAD DE YUSCARÁN, EL PARAÍSO.

MIRIAN IVETH DÍAZ CHÁVEZ

RESUMEN

El presente estudio, se lleva a cabo con la finalidad de determinar la viabilidad que existe, en poder implementar proyectos que incentiven el desarrollo turístico en el Municipio de Yuscarán, El Paraíso, con el objetivo de ofrecerle a la población en general, una opción diferente para poder realizar turismo, ya sea en compañía de familiares o de amigos; a través de la adecuada Gestión del Alcance del Proyecto y la Integración de cada una de sus partes, en el proceso de adecuación y capacitación del personal que atenderá a los visitantes. La finalidad de esta investigación, es poder mostrarle a la Municipalidad, que el incentivo de la actividad turística, es un punto fundamental, para lograr dinamizar la economía de la zona y poder desarrollarse sustancialmente; por medio de la implementación de estos proyectos, se logra fomentar empleo y esto genera un efecto multiplicador en la economía de las familias de la comunidad. Para poder sustentar esta investigación, se realizó un estudio de mercado, con el objetivo de conocer los gustos y preferencias del mercado meta y de esta manera, ofrecer un servicio de alta calidad y que cumpla con los requerimientos y expectativas de los visitantes del lugar. Este estudio de mercado se validó por medio del instrumento de medición (encuesta), la cual consta de preguntas cerradas y se le aplicó a una muestra óptima de 400 personas en la ciudad de Tegucigalpa, lugar donde está ubicado el segmento meta de la población a la que se pretende atacar.



**POSTGRADUATE FACULTY TOURIST DEVELOPMENT IN THE YUSCARAN
COMMUNITY, EL PARAÍSO.**

MIRIAN IVETH DÍAZ CHÁVEZ

ABSTRACT

The present study, is carried out with the purpose of determining the viability that exists, in being able to implement projects that encourage the tourist development in the Municipality of Yuscarán, El Paraíso, with the objective of offering the population in general, a different option to be able to make tourism, either in the company of relatives or friends; through the adequate Management of the Scope of the Project and the Integration of each one of its parts, in the process of adaptation and training of the personnel that will attend the visitors. The purpose of this research is to show the Municipality that the incentive of tourism activity is a fundamental point, to achieve dynamism in the economy of the area and to develop substantially; Through the implementation of these projects, it is possible to promote employment and this generates a multiplier effect in the economy of the families of the community. In order to support this research, a market study was carried out, with the objective of knowing the tastes and preferences of the target market and, in this way, to offer a high quality service that meets the requirements and expectations of the visitors of the place. This market study was validated by means of the measurement instrument (survey), which consists of closed questions and was applied to an optimal sample of 400 people in the city of Tegucigalpa, where the target segment of the population is located. which is intended to attack.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico principalmente a Dios, quien ha sido la fuente de sabiduría, durante estos dos años de maestría, él ha sido mi sustento y mi más fiel compañero en esta batalla, donde han existido muchas adversidades.

A mi amada madre, quien ha sido mi apoyo incondicional en todo momento, la que, con todo su amor y ternura, ha logrado hacerme sentir mejor aún en los momentos más difíciles de este camino como maestrante; a ella sin duda, le debo todo.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecerle a Dios, por darme la fortaleza, sabiduría, salud y todas las ganas para poder culminar de la mejor manera, este reto en mi vida profesional.

A mi mamá, por todo su apoyo, sus palabras de ánimo y por cada noche que se develó junto a mí, mientras yo estuve trabajando en mis proyectos.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) y a cada uno de los catedráticos que fueron fuente de conocimiento a lo largo de esta maestría; y a quienes les debo un gran respeto, ya que lograron formarme como una Project Manager.

A mi grupo de trabajo, los cuales han sido un gran apoyo y me han brindado su amistad, la cual sé que perdurará aún después de terminar nuestros estudios.

A la distinguida Dra. Cecilia García, por aportar sus conocimientos y toda su experiencia, para poder guiarme en este trabajo de Tesis.

CONTENIDO

1. CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	3
1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA	4
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	4
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.3.4 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	7
2. CAPITULO II. MARCO TEORICO	11
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	11
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO	14
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO – ENTORNO	16
2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	18
2.2.1 TEORÍA DEL DESARROLLO.....	18
2.3 ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN	19
2.4 MARCO LEGAL	20
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	23
3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	26
3.2 MÉTODO.....	28
3.3 ENFOQUE	29
3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.5 DELIMITACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
3.5.1 UBICACIÓN Y ESPACIO GEOGRÁFICO	31

3.5.2	UBICACIÓN TEMPORAL.....	31
3.5.3	LIMITANTES DE ESTUDIO	32
3.6	DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA.....	32
3.6.1	POBLACIÓN.....	32
3.6.2	MUESTRA	33
3.6.3	UNIDAD DE ANÁLISIS	34
3.6.4	UNIDAD DE RESPUESTA.....	34
3.7	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	34
3.7.1	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADO.....	35
3.7.2	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ESTUDIO TÉCNICO.....	36
4.	CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS	38
4.1	DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO.....	38
4.1.1	RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	55
4.2	ESTUDIO DE MERCADO	55
4.2.1	DEMANDA DE MERCADO.....	55
4.2.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	56
4.2.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA	56
4.2.4	COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	57
4.2.5	COLOCACIÓN DE RÓTULO.....	57
4.2.6	ESTRATEGIAS DE MERCADO	57
4.2.7	MERCADO META	59
4.3	ESTUDIO FINANCIERO.....	60
4.4	ESTUDIO TÉCNICO	65
4.4.1	IMPLEMENTACIÓN DE CANOPY:.....	65
4.4.2	DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS	76
4.4.3	PLAN DE CAPACITACIONES	81
4.4.4	CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO	83
4.4.5	ARTICULOS PROMOCIONALES.....	87

4.4.6	ALIANZAS ESTRATÉGICAS	89
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
5.1	CONCLUSIONES	90
5.2	RECOMENDACIONES	91
6	BIBLIOGRAFIA:.....	93
7	ANEXOS.....	95
7.1	ENCUESTA.....	95
7.2	APROBACIÓN DEL DOCUMENTO	97

1. CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Honduras es uno de los países más reconocidos por su riqueza natural; y es que aparte de su ubicación geográfica al ser el corazón de Centroamérica posee un gran potencial turístico para poder ser explotado; es el único país de la región que cuenta con seis tipos de turismo: de arqueología, cultura, sol y playa, buceo, naturaleza y colonial.

Si se explotan los recursos turísticos de la mejor manera, se puede lograr potenciar al máximo los recursos que posee Honduras en cada uno de sus diferentes Departamentos y Municipios emblemáticos; a lo largo de la historia, se puede observar, que a pesar de la gran cantidad de flora, fauna y hermosos paisajes y toda la diversidad que existe, a estos lugares no se les ha logrado dar el enfoque necesario para que el turismo logre un crecimiento notable en toda la región Centroamericana.

Actualmente se desarrollan proyectos enfocados al área turística, para poder inyectar más ingresos a la economía del país, estas estrategias han logrado alcanzar éxito en diferentes Municipios; y es por ello que se ha creado una cultura de fomento al turismo dentro de las diferentes comunidades a lo largo y ancho de la República Hondureña.

Yuscarán, es una linda ciudad colonial ubicada en las laderas de La Reserva Biológica de Montserrat, zona oriental de Honduras y que es la cabecera departamental de El Paraíso. (Hondudiario, 2018)

En este bello rinconcito de Honduras, se puede respirar aire fresco proveniente de su rico entorno natural, pero también se respira tranquilidad, paz, cultura y mucha historia, sus estrechas y limpias calles empedradas lo harán transportarse a la época colonial cuando era un importante emporio minero del país donde abundaba el trabajo y el comercio derivados de la rica actividad económica del lugar. (Hondudiario, 2018)

La ciudad de Yuscarán, conocida también con el nombre de San José de Yuscarán fue fundada en 1730, fecha en que se realizaron los primeros descubrimientos de las minas más ricas del lugar; La Mina Quemazones y Guayabillas. El nombre de Yuscarán proviene de un vocablo indígena mexicano que significa “Lugar de casa de Flores”. Posee una extensión territorial de 348.9 km², su población sobrepasa los 13,000 habitantes y su división política consta de 19 aldeas y 83 caseríos. (XplorHonduras, 2018)

La ciudad de Yuscarán se localiza aproximadamente a 65 kilómetros de Tegucigalpa, Capital de Honduras, el recorrido dura poco más de una hora por calle pavimentada. Por estar situada muy cerca de la Frontera con la República de Nicaragua, las autoridades y comerciantes de Yuscarán mantienen estrechas relaciones comerciales con los habitantes de la ciudad nicaragüense de Ocotal. La principal actividad económica de los habitantes de Yuscarán es la agricultura, siendo el café, la caña de azúcar, las hortalizas, maíz y frijoles sus principales cultivos. También se dedican a la ganadería exportando ganado vacuno y al turismo. Debido a su topografía, la ciudad de Yuscarán presenta un trazado irregular en sus calles, sin embargo, posee un diseño arquitectónico español tradicional, como ser la iglesia y la municipalidad frente al parque central. (XplorHonduras, 2018)

Por su gran belleza y riqueza histórica, Yuscarán fue declarada Monumento Nacional de Honduras, bajo Decreto Legislativo No. 156 el 14 de marzo de 1979. En el casco urbano de Yuscarán se encuentran ubicadas más de 200 casas y edificios antiguos que datan de la época colonial, también posee las bocas de minas y las antiguas instalaciones mineras que, aunque están abandonadas nos recuerdan el pasado glorioso de la zona y la rica actividad minera que una vez se desarrolló en ellas. En Yuscarán está ubicada la Destilería “El Buen Gusto” mejor conocida como Fabrica de Aguardiente Yuscarán, uno de las bebidas alcohólicas más famosas de Honduras y reconocida también internacionalmente. El “guaro” Yuscarán, como se le llama popularmente al aguardiente, es una bebida embriagante famosa en el país desde 1939. La Fábrica de aguardiente Yuscarán o Destilería “El Buen Gusto” está ubicada en el centro histórico de la ciudad de Yuscarán y durante muchos años ha generado empleos para muchos yuscaranenses. (XplorHonduras, 2018)

Es por esta razón que se pretende desarrollar este proyecto, con la finalidad de que se pueda fomentar el turismo en este Municipio y de esta manera, que la economía de la zona alcance el crecimiento que no se ha podido lograr hasta el día de hoy.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Honduras es un país rico en cultura y en calidad humana y uno de sus pueblos más queridos y pintorescos que se encuentra a tan solo dos horas al sur oriente de nuestro país es Yuscarán, cuyo potencial turístico está siendo explorado por expertos.

Para ello en el mes de junio del 2011 se constituyó la Mesa de Turismo de la Región 12-Centro, que comprende 19 municipios ubicados en los Departamentos de Francisco Morazán y El Paraíso, como un espacio de diálogo a través del cual se busca generar consenso entre el Gobierno Central, los Gobiernos Municipales, la Sociedad Civil, la Cooperación Internacional, la Academia

y todos los actores claves, con el fin de identificar problemas comunes en materia de Turismo Integral y Sostenible. (Fides, 2012)

La Mesa eligió como experiencia piloto el Municipio de Yuscarán, Cabecera Departamental de El Paraíso, para hacer el levantamiento de la Línea Base de su Inventario Turístico. Con ello, se buscaba desarrollar las potencialidades existentes en los municipios, las que pueden ser aprovechadas para generar divisas, empleo directo e indirecto, a través de la promoción del turismo nacional e internacional. (Fides, 2012)

1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA

El problema de investigación se define a continuación, a través de un enunciado, su formulación, preguntas y objetivos de la investigación:

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Yuscarán, el tema de turismo no tiene un enfoque como el que realmente debería de mantener, puesto que esta no solo es una ciudad común, sino que representa la cabecera departamental del Paraíso; hay ciudades como Danlí o Morocelí, que tienen más popularidad que Yuscarán, es por ello, que se debe de llevar a cabo un proyecto que vuelva competitiva la ciudad en el rubro del turismo, ya que a pesar de que esta posee una gran cantidad de riqueza natural, no muchas personas conocen acerca de esto.

Lo anterior muestra, que la ciudad cuenta con todo el potencial para poder explotar el sector turismo de una manera eficiente y poder obtener los recursos para agilizar la economía del lugar, la cual ha estado estancada durante mucho tiempo y no ha permitido ver avances notables en la zona turística.

La problemática identificada acerca de la falta de apoyo para poder desarrollar el Municipio de Yuscarán como una zona completamente turística, genera algunas consecuencias las cuales son fundamentales para poder desarrollar este proyecto; y es que, al no existir fuertes campañas de publicidad con un enfoque al turismo para promocionar este lugar, pues, en definitiva, no se logrará atraer a turistas nacionales e internacionales para que puedan visitar el lugar.

Ante lo mencionado anteriormente en la relación a la complejidad de mantener activo el rubro del turismo en la zona, se pretende que a través de este tipo de propuesta proyecto se logre un aumento significativo en la afluencia de personas que visiten la comunidad y de esta manera, lograr cada uno de los objetivos propuestos.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el motivo por el cual no se llevan a cabo proyectos que incentiven el desarrollo turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

A continuación, se presentan las preguntas que de investigación a través de las cuales se espera dar respuesta al estudio

1. ¿Cuál es el Mercado Meta al que se dirigirá el Plan Estratégico de Mercado?
2. ¿Cuáles son las leyes que regulan el funcionamiento e implementación de un Plan Estratégico de Mercado, orientado al Turismo?

3. ¿Cuáles son los atractivos turísticos con los que cuenta la comunidad de Yuscarán, El Paraíso?
4. ¿Qué elementos relacionados con infraestructura, localización y procesos existen en la comunidad de Yuscarán el Paraíso, para poder atender la demanda de visitantes?
5. ¿Cuáles son las funciones y procedimientos que realizará el personal encargado de la logística dentro del Plan Estratégico de Mercado, orientado al Turismo?
6. ¿Qué beneficios económicos se obtendrán, con la implementación del Plan Estratégico de Mercado, en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso?

1.3.4 OBJETIVO GENERAL

Implementar un Plan Estratégico de Mercado, que permita conocer e incrementar el potencial turístico con el que cuenta Yuscarán, El Paraíso y de esta manera poder contribuir positivamente al desarrollo comunidad.

1.3.5 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Describir el Mercado Meta que hará uso de los servicios turísticos que se ofrecen en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso.
- Identificar las leyes o/y reglamentos que regulen el funcionamiento de un plan estratégico de mercado, enfocado en el área turística.
- Identificar los atractivos turísticos mostrados por otros municipios turísticos y mediante el benchmarking para evaluar la competitividad.

- Indicar los aspectos más relevantes acerca de la infraestructura, localización, implementos y procesos necesarios para el desarrollo turístico en Yuscarán.
- Establecer las funciones y procedimientos que realizará el personal encargado de la logística y bajo las cuales se administrará el plan estratégico.
- Realizar un estudio que permita obtener información confiable acerca de los aspectos económico-financieros de implementar un Plan Estratégico de Mercado orientado al turismo, en la zona de Yuscarán, El Paraíso.

1.4 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, se puede observar, como ha aumentado considerablemente el rubro del turismo en Honduras; es una de las opciones más accesibles para poder activar la economía de las zonas rurales, generando empleo e incentivando a la población, a realizar actividades ligadas al turismo interno.

Santa Lucia, Valle de Ángeles, Zamorano, etc. son lugares que se encuentran a una distancia próxima de la Ciudad Capital; y que han logrado sus propósitos en materia de turismo, puesto que los capitalinos, al querer salir a distraerse fuera de la ciudad, generalmente toman como referencia de visita, alguno de estos tres lugares.

Es por eso, que estas zonas, están logrando dinamizar sus economías y han generado empleos sustancialmente, ya que han sabido explotar eficientemente sus recursos naturales, generando una maravillosa opción, de turismo rural.

Yuscarán por su parte, es una zona con una extensa variedad de recursos naturales, los cuales son altamente atractivos, para que puedan ser explotados turísticamente; realmente, este Municipio tiene las mismas condiciones que Santa Lucia, Valle de Ángeles u Ojojona, así que no existen carencias de recursos, para que esta comunidad pueda desarrollarse y ofrecer una nueva opción de turismo, a la población en general.

Aplicabilidad

La presente investigación pretende mejorar la situación que existe en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso, con respecto al tema de Turismo, la carencia de un equipo de proyectos organizado que gestione actividades enfocadas a generar visitas por parte de los turistas, es algo que ha venido afectando a la comunidad, puesto que últimamente a nivel nacional se desarrollan campañas para motivar a la población para que hagan turismo interno y que esto pueda generar desarrollo económico, social y cultural en los municipios.

Conveniencia

La conveniencia del proyecto, es directamente para la comunidad, esta iniciativa beneficiaría a la actividad comercial y generaría un desarrollo económico notable, con la cantidad de visitantes que lleguen a hacer turismo, agilizando la economía del Municipio y activando la actividad turística.

Relevancia

Es importante llevar a cabo la investigación de mercado, debido a es un proyecto de desarrollo turístico; y de esta esta manera, poder determinar la aceptación que podría tener esta iniciativa y así mismo implementar este tipo de proyectos en la comunidad de Yuscarán.

Además, es importante considerar que dentro de las comunidades se llevan a cabo varios tipos de eventos, como los culturales, permiten afianzar la identidad nacional de los ciudadanos de un país y realizar el intercambio cultural. Los eventos de carácter científico o educativo, como las convenciones, congresos y ferias, donde se propicia la investigación, la divulgación de conocimientos científicos y la generación de destinos a visitar no solo por placer, sino para fomentar la formación profesional en las comunidades. En general todos los eventos promueven la creatividad e innovación, lo que también fortalece una sociedad.

Viabilidad

La actividad turística en Honduras, ha estado presentado muchos cambios en los últimos años, ya que se ha desarrollado de una manera sumamente positiva, lo interesante de esto, es que el turismo interno, tiene un crecimiento bastante notable, lo que indica que es muy probable que, si se logra vender la idea de la actividad turística dentro de la comunidad de Yuscarán, esto genere muchas visitas y el proyecto pueda cumplir con sus objetivos.

Beneficios del servicio brindado y población beneficiada

Debido a que la propuesta de proyecto, presenta una solución al problema de desarrollo turístico que existe en la comunidad de Yuscarán, donde no hay proyectos orientados a incentivar a la población en general a que visite este pintoresco pueblo, es necesario tomar cartas en el asunto y crear la idea en la población de que este lugar es un paraíso lleno de naturaleza para poder disfrutar, esto no solamente beneficiaría a la comunidad de Yuscarán, sino a la población nacional quienes podrán pasar un excelente momento de diversión visitando este municipio.

Utilidad metodológica

Para conocer la demanda de la población con respecto a la actividad turística, es necesario realizar una investigación de mercados en la comunidad de Yuscarán, con el fin de enfocar el proyecto, obtener información valiosa que permita diseñar una estrategia de mercado que le facilite competir con una diferenciación, para poder analizar la viabilidad del proyecto. Para desarrollar esta investigación mixta realizaremos tres estudios: el técnico, de mercado y financiero, con el fin de inferir sobre la viabilidad de esta propuesta de proyecto.

Valor teórico

La importancia de esta investigación radica en aplicar todos los conocimientos adquiridos en la maestría de Administración de Proyectos, así como los obtenidos en pregrado, con la finalidad de activar la economía de un Municipio importante dentro del departamento de El Paraíso, a través de la propuesta de implementación de proyectos que incentiven al desarrollo turístico y que permitan obviamente otorgar beneficios económicos a la población.

2. CAPITULO II. MARCO TEORICO

El desarrollo de la perspectiva teórica es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto (marco teórico) que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación. (Yedigis & Weinbach, 2005)

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para los años 2007 y 2008, identificados como el mejor periodo para la industria de turismo, el patrón de crecimiento de turistas en Honduras fue de 12.7% y 8.2% respectivamente, superado en la región únicamente por Panamá. Durante estos años de acuerdo al barómetro de la OMT, Honduras se encontraba en el ranking de los 20 países con mayor crecimiento en el mundo.

Para el año 2009 esta tasa decreció en un 3.8%, en la actualidad la economía turística se ha recuperado en número de visitas a las cifras 2007 y 2008, sin embargo, en términos de crecimiento de visitantes e ingresos por divisas, la industria aún no recupera la tasa de crecimiento anterior, presentando para el periodo 2011-2012 un +2.7%. Considerando que Honduras cuenta con la mayor cantidad de atractivos turísticos de alto valor de la región (buceo, naturaleza, arqueología y culturas vivas) se puede decir que el país cuenta el potencial de crecimiento para igual la tasa de crecimiento turístico promedio mundial del 4% e incluso en condiciones favorables alcanzar las tasas 2007-2008. (CANATURH, 2013)

Esta conclusión, sobre el potencial de la industria turística en Honduras se encuentra validada en el estudio “Unlocking Central America’s Export Potential, Vol. 2 Unlocking Potential at the Sector Level: Value Chain Analyses” realizado en octubre del 2010 por el Banco Mundial,

quienes basándose en un proceso de selección de sectores con alto potencial de crecimiento en Centroamérica seleccionaron para Honduras las cadenas de valor de Turismo y Acuicultura considerando factores como: la relevancia de sus exportaciones, la concentración de pequeñas y medianas empresas dentro de la industria y su potencial de vinculación con otras industrias y con sus proveedores. (USAID, 2012)

El sector turismo por su papel destaca en importancia entre las cadenas productivas por ser uno de los principales generadores de divisas del país, integrar un 95% de MIPYMES turísticas y por su vinculación con la gran mayoría de sectores productivos que funcionan como proveedores de materias primas o de servicios periféricos al turista, además de generar en Honduras la mayor cantidad de empleos directos e indirectos. (CANATURH, 2013)

Su fundación se registra a finales del Siglo XVI. En el siglo pasado vive un tiempo de mucho esplendor debido a la explotación en grande de sus ricos yacimientos de oro y plata. La arquitectura de Yuscarán vestigios español, casas coloniales con techo de teja y calles estrechas empedradas. Sus habitantes conservan sus costumbres y no quieren desarrollar su ciudad como otras, para no perder su identidad. Se sienten orgullosos de que en el país no exista otra igual con su originalidad. Su gente es amable y apacible, y disfruta su vida viviendo en Yuscarán en donde el tiempo se detiene. (Eco-Honduras, 2015)

Fue en el pasado fue un emporio minero (Siglos XVIII y XIX); su situación topográfica se debe Al trazo irregular de sus calles y la riqueza de su paisaje urbano. El municipio de Yuscarán es de vocación forestal, pero la mayor parte de su población, se dedica principalmente a la agricultura, los principales cultivos son: el maíz, fríjol, café y hortalizas; estos cultivos se desarrollan con bajo nivel tecnológico, exceptuando el uso abundante de agroquímicos. El Clima

del municipio de Yuscarán, es variable, pero cabe resaltar que por la ubicación geográfica las temperaturas son bajas normalmente, el municipio está al pie del Cerro Montserrat y esto hace que sea normalmente frío, generalmente llueve y por la noche las temperaturas son bajas. (Eco-Honduras, 2015)

Infraestructura colonial entre: La iglesia, casas estilo colonial, restos de montículos y vestigios que datan de El municipio de Yuscarán, El Paraíso posee diversidad cultural, observando la época de la llegada de los españoles (entre ellos tenemos: minas, hornos, pilas, etc.); También se puede conocer la forma de vida, costumbres y tradiciones de los habitantes por lo que se puede interactuar con ellos en ferias patronales, al mismo tiempo saborear la comida típica del municipio. En la cabecera municipal se cuenta con un templo católico de la época colonial (Siglo XVI) en el que se conserva un retablo de madera de cedro. Celebran la feria patronal en el mes de diciembre, Aunque la iglesia data de tiempos precolombinos no persisten costumbres de aquellas épocas. La mayoría de los moradores profesan la religión católica, últimamente se iniciaron varias iglesias evangélicas y unos cuantos grupos de los Testigos de Jehová, quienes han familiarizado a los habitantes en el estudio de la Biblia, lo que ha producido que muchas familias eleven sus normas morales. (Eco-Honduras, 2015)

Cerro Monserrat, es uno de los lugares más importantes de la ciudad y uno de los principales atractivos, sin olvidar sus hermosas casas de estilo colonial. La Reserva Biológica de Yuscarán se encuentra a 65 kms de Tegucigalpa. Esta Reserva está compuesta por los cerros Sentado El Volcán (de 1,980 metros) y Montserrat (de 1,783 metros de altura). Posee un área de 1.5 Km²s de zona núcleo que está por arriba de los 1,800 m y 20.9 Km²S de zona de amortiguamiento. Actualmente el bosque se encuentra casi totalmente destruido por actividades

agrícolas, por lo que se requiere de su protección. Esta Reserva es muy importante ya que al menos 15 comunidades dependen del agua potable que les abastece esta montaña. (Honduras C. d., 2018)

¿Cómo llegar a Yuscarán? Para llegar a Yuscarán lo puede realizar de forma terrestre desde Tegucigalpa, sobre la carretera pavimentada que conduce desde la capital hasta la frontera con Nicaragua, esta carretera es la misma que cruza la famosa universidad El Zamorano o Escuela Agrícola El Zamorano. Yuscarán está a 68 kilómetros de la capital, debe tomar un desvío de la calle principal y entrar por una vía pavimentada secundaria, esta es la carretera 93. La carretera está totalmente pavimentada, existe un servicio de buses desde y hacia Tegucigalpa. (IHT, 2016)

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACRO-ENTORNO

2.1.1.1 TURISMO A NIVEL MUNDIAL

Las últimas décadas han registrado una secuencia comparable de crecimiento sólido ininterrumpido del sector turismo desde los años sesenta. 2016 ha sido el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido tras la crisis económica y financiera mundial de 2009. Durante el año pasado, las llegadas de turistas internacionales superaron en 300 millones la cifra récord alcanzada en 2008, antes de la crisis. Los ingresos por turismo internacional han crecido a un ritmo similar en este periodo (los correspondientes al año completo se publicarán en mayo).

«En los últimos años, nuestro sector ha mostrado una fuerza y una resistencia extraordinarias pese a los innumerables retos a los que se ha enfrentado, en particular los relativos a la seguridad. Los viajes internacionales siguen incrementándose y consolidándose y contribuyen a la creación de empleo y el bienestar de las comunidades en todo el mundo», afirmó el Secretario General de la OMT, Taleb Rifai. (ONU, 2016)

Por regiones, la de Asia y el Pacífico (+8 %) ha liderado el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en 2016, impulsado por una fuerte demanda tanto de los mercados emisores intrarregionales como interregionales. África (+8%) ha experimentado un repunte muy significativo tras dos años menos prósperos. En las Américas (+4 %) se ha mantenido el impulso positivo alcanzado con anterioridad. Europa (+2 %) ha arrojado resultados desiguales, con incrementos de dos dígitos en algunos destinos y caídas en otros. La demanda en Oriente Medio (-4 %) ha registrado incrementos en algunos destinos y desplomes en otros, por lo que también ha resultado irregular. (OMT, 2017)

El secretario general de la OMT, recordando que Naciones Unidas ha declarado 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, sostiene que «debemos trabajar juntos para aprovechar al máximo la contribución del turismo al crecimiento económico, la inclusión social, la conservación del medio ambiente y el patrimonio cultural y el entendimiento mutuo, sobre todo ahora que vivimos tiempos en los que el respeto y la tolerancia escasean».

Los expertos se muestran optimistas con respecto a 2017. (OMT, 2017)

La última encuesta del Grupo de Expertos de la OMT muestra una firme confianza en 2017, puesto que una amplia mayoría del alrededor de 300 encuestados (63 %) dicen esperar resultados «mejores» o «mucho mejores» que en 2016. La puntuación que el Grupo de Expertos ha asignado a 2017 es prácticamente la misma que obtuvo 2016, así que se espera que el crecimiento se mantenga a un ritmo similar. (OMT, 2017)

Basándose en las tendencias actuales, en las previsiones del Grupo de Expertos de la OMT y en las perspectivas económicas globales, la Organización estima que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo aumenten entre un 3 % y un 4 % en 2017. En Europa se prevé un crecimiento de entre el 2 % y el 3 %; tanto en Asia y el Pacífico como en África, de entre el

5 % y el 6 %; en las Américas de entre el 4 % y el 5 % y en Oriente Medio de entre el 2 % y el 5 %, debido a la mayor inestabilidad de la región. (OMT, 2017)

2.1.1.2 TURISMO EN AMÉRICA LATINA

Ciertos países latinoamericanos están sobresaliendo de la misma forma en que lo han hecho los países europeos o como es el caso de Estados Unidos de América. Las Américas (+3%) recibieron 207 millones de llegadas de turistas internacionales en 2017, habiendo disfrutado de resultados positivos casi todos los destinos. Sudamérica (+7%) encabezó el crecimiento, seguida de Centroamérica y el Caribe (ambas +4%), habiendo mostrado esta última claros signos de recuperación después de los huracanes Irma y María. En Norteamérica (+2%), los buenos resultados de México y Canadá contrastan con el descenso en los Estados Unidos, el mayor destino de la región. (OMT, 2017)

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICRO – ENTORNO

La primera década del dos mil representó para el país un crecimiento en el desarrollo del turismo, específicamente entre los años 2000-2008, llegando a un promedio de crecimiento de 8.4%, marcando el 2008 como el año de mayor crecimiento Turístico en Honduras. Lastimosamente, este crecimiento se vio afectado durante el 2009, debido a factores como ser la crisis económica mundial, la incertidumbre en torno a la gripe AH1N1 y por los acontecimientos políticos del país durante el segundo semestre de ese año. Resultado de lo anterior, el segmento de turistas presentó un decrecimiento de 3%. No obstante, esta cifra presenta un crecimiento del 85% con respecto al total de turistas recibidos durante el año 2000, lo que evidencia que el sector ha registrado un crecimiento constante. (Tips, 2017)

Las autoridades Competentes en Materia de Turismo en Honduras son la Secretaria de Estado en los Despachos de Turismo /Instituto Hondureño de Turismo; Zona Libre Turística Islas de la Bahía Zolitur y Cámara Nacional de Turismo de Honduras (Sector Privado). (Tips, 2017)

Es a partir de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible 2006 -2021, que se desprende el Plan de Turismo priorizando acciones dirigidas a la promoción efectiva de los productos hondureños en los mercados internacionales, la consolidación de los principales destinos turísticos a través de proyectos de infraestructura y equipamiento turístico, el desarrollo de nuevos productos atractivos con alto valor agregado en regiones con potencial turístico, y el diseño de nuevas y diversificadas alternativas de negocios turísticos, acordes con las tendencias y demandas de un mercado mundial altamente competitivo, entre otros. (Tips, 2017)

En ese sentido, la orientación estratégica se dirige a convertir la Costa del Caribe en el principal motor del turismo en Honduras, a través del desarrollo de Centros Integralmente Planificados (CIP) con la necesaria infraestructura y oferta de alojamiento a lo largo del Caribe Hondureño. Dichos CIP servirán como "centros de distribución" hacia los demás destinos del país. El Plan prevé el desarrollar al menos un municipio para cada una de las regiones con potencial turístico, con el objetivo de que esos polos de desarrollo se conviertan en imanes de la inversión y el detonante del desarrollo turístico a nivel regional. (Tips, 2017)

Para algunos de estos polos se declaran Regiones Especiales de Desarrollo turístico y Zonas Libres para el Turismo con el fin de establecer modelos de desarrollo turísticos. Se pretende que algunos de estos polos de desarrollo, se conviertan en los detonantes regionales (en consonancia con lo previsto en la regionalización del Plan de Nación/Visión de País) del desarrollo turístico en Honduras. El Plan de Inversiones en el sector turismo para el período 2010-2014 ascendió a

US\$553, 551,420 dólares constando de proyectos a desarrollarse bajo el esquema de asociación público-privado y proyectos de carácter privado que buscan oportunidades de coinversión. (Tips, 2017)

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

Es de suma importancia considerar algunas teorías que le brinden sustento a la aplicabilidad de un proyecto.

2.2.1 TEORÍA DEL DESARROLLO

El turismo tiene que contribuir a que el desarrollo de las zonas turísticas sea sostenible desde el punto de vista social, ambiental y económico, y para ello, es necesario el respeto de los turistas con el fin de preservar el legado cultural y natural de cada zona", ha expresado Carvao. Ha añadido que la creciente conciencia ambiental y los estilos de vida de la sociedad actual también han contribuido a que el turismo sea uno de los sectores que mejor resisten la crisis económica mundial. (Ecodes, 2011)

Diversos teóricos coinciden en señalar que el desarrollo es imposible sin un adecuado crecimiento económico. ¿Pero, que es el desarrollo? Según José (Arocena, 2002), el concepto de "desarrollo", surge al término de la Segunda Guerra Mundial, como resultado de la recomposición del orden mundial, en el que se sentaron las bases de una nueva división internacional del trabajo. Una vez terminado el conflicto bélico, las naciones que intervinieron quedaron divididas en dos mundos; uno occidental o capitalista y el otro oriental o socialista, los cuales se volcaron a la reconstrucción de una sociedad maltrecha por la Guerra. El resto de países quedó inmerso en el denominado tercer mundo, también llamados países en vías de desarrollo; de tal suerte que éstos debían seguir una línea evolutiva cuya meta sería lograr su conversión a

sociedades industrializadas. A partir de entonces, la noción de desarrollo ha ido cambiando y ha sido explicada desde diferentes enfoques teóricos. (Orozco & Núñez, 2013)

Pues para alcanzar un desarrollo más equilibrado, el turismo sostenible debe ser “un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad y mantener la calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen. (OMT, 2017)

2.3 ETAPAS DE LA PLANIFICACIÓN

Según Ayova (2004) estas son las etapas del proceso de planificación:

Etapa de Previsión: En esta primera etapa se detalla los posibles riesgos que se puedan presentar, se hace uso de datos históricos de diferentes eventos y los problemas que se presentaron para de esta manera crear un plan que contrarreste la amenaza.

Etapa de Planeación: en esta etapa se definen lo que se va hacer, magnitud, características, fechas, según requerimientos del cliente a detalle en conjunto con el presupuesto presentado.

Etapa de Organización: En esta etapa los roles y responsabilidades en cada una de las tareas en la realización del proyecto.

Etapa de Integración: Es la primera etapa que se asemeja a la realidad, ya que se comienza a contratar personal, compra de materiales y otros recursos necesarios para el proyecto.

Etapa de Dirección y Control: Esta puede llegar a ser la etapa más importante porque es aquí donde se debe ejecutar una adecuada supervisión y monitoreo de las etapas del cronograma del proyecto, previniendo posibles desviaciones.

Etapa de Cierre: En esta última etapa se hace una comparación y evaluación de los logros, midiendo los resultados, los cuales deben estar de acuerdo a las exigencias del cliente.

2.4 MARCO LEGAL

1. Servicios de la Industria Turística: Desarrollo de Usos Mixtos de Vocación Turística, Grandes Hoteles, Hoteles, Pequeños Hoteles, Condo-hoteles, Alojamientos en Tiempo Compartido (Time-share), ¡Propiedad Fracciona! Servicios Complementarios Vinculados a la Actividad Turística y/o Complejos Turísticos.

2. Infraestructura Conexa Habilitadora de Turismo: Centros de Convenciones, Recintos Portuarios de Crucero (Negocios Internos/DAI), Terminales Terrestres Interurbanas, Terminales Marítimas de Ferry, Oferta Recreacionai Conexa al Turismo (Campo de Golf, Marinas, Acuarios, Parques Temáticos, Canopy Tours, Centros de Buceo) y otras ofertas de naturaleza recreacional turística calificadas como tal por el (IHT).

3. Inversiones Puntuales en Turismo: Inversiones privadas vinculadas a Áreas Protegidas de Interés Turístico (Reservas Biológicas, Parques Nacionales, Refugios de Vida Silvestre, Reservas Naturales); sitios o monumentos que formen parte del Patrimonio Nacional y de Interés Turístico y Cultural tales como Monumentos Nacionales, Históricos, Museos, Parques Municipales, Parques Arqueológicos y Vías Públicas; Conjuntos de Preservación Histórica; Sitios Especiales de Planeamiento y Desarrollo Turístico (Zonas de Desarrollo identificadas dentro de la Estrategia Nacional de Turismo Sostenible), Zonas Turísticas Especiales de interés nacional; Zonas Especiales de Interés Turístico por su Contexto Urbano/Cultural/Histórico, Zonas Especiales de Interés Turístico por su Contexto Ambiental/Natural/Ecológico/Agroindustrial, Zonas Especiales de Interés Turístico de carácter puntual); y Concesiones Turísticas.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo, expone la metodología de investigación a implementar durante el estudio de viabilidad del proyecto de desarrollo turístico. Se realiza la descripción del enfoque, diseño, alcance, herramientas de recolección de datos y fuentes de información seleccionadas y utilizadas en el proceso de indagación, así mismo, se hace una descripción detallada de las variables de investigación, con sus respectivas dimensiones e indicadores, como guía u orientación del tipo de datos que se deben recopilar y analizar, con el propósito de dar respuesta a las preguntas de investigación y concluir sobre las hipótesis establecidas en el proyecto.

El proceso metodológico se desarrolla mediante las siguientes etapas:

ETAPA 1. Concepción de la idea de proyecto

Se aplicó la técnica de lluvia de ideas, con la finalidad de proponer proyectos innovadores en Yuscarán, actividades que por alguna característica diferenciadora serían atractivas a un segmento de la población en general y a su vez busquen resolver un problema de necesidades insatisfechas. Luego se realizó una búsqueda de información en sobre las ideas identificadas para hacer un análisis y priorización de las mismas, tanto dentro del país como a nivel mundial. Luego se procedió a seleccionar la mejor idea que fuera una posible alternativa a los problemas identificados, que aportará mayores beneficios y se adaptará a las condiciones e intereses del micro entorno y de los investigadores.

ETAPA 2. Estudio de mercado

En esta etapa se realizó un diagnóstico detallado del mercado actual y potencial del turismo, desde sus distintos elementos: oferta, demanda, población y competencia, mediante la

utilización de adecuadas técnicas e instrumentos que permitieran recolectar información significativa e interferir la necesidad de continuar con las siguientes etapas de la investigación.

La primera fuente de información referente a la competencia se obtuvo a través de páginas web, analizando los servicios que ofertan otras municipalidades más sólidas dedicadas al rubro del turismo colonial en Honduras.

ETAPA 3. Estudio Técnico

Al obtener información sobre un mercado existente para proyectos de desarrollo turístico, se procedió a la siguiente etapa, el estudio técnico, que sirvió de base para determinar si el proyecto realmente tiene aceptación. Para comenzar el estudio técnico se hizo una explicación detallada del servicio y las características que lo definen, con el objetivo de identificar los recursos necesarios para producir dichos servicios. Luego se determinó la localización y tamaño del proyecto según los requerimientos del cliente, conveniencia del entorno y posibilidades de los interesados, así mismo se realizaron visitas de campo e in situ para buscar la ubicación geográfica óptima.

En cuanto al proceso y tecnología de los servicios, se describió el proceso de producción de las actividades y toda la logística, la especificación del equipo y tecnología necesaria, especificación del terreno y construcción, determinación de la materia prima, mano de obra directa, los costos de instalación y producción para el proceso instalación de proyectos turísticos y su promoción. Así mismo se hizo un análisis sobre las estrategias de alianza que se pueden formar con empresas tour operadoras afines que cuenten con equipo tecnológico especializado y experiencia en este rubro.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

Para desarrollar una investigación de carácter científico, es necesario que todo tenga sentido, coherencia y relación lógica, lo cual se logra a través de la vinculación de todos los elementos característicos del fenómeno a estudiar. Se relacionan las preguntas, los objetivos y variables de investigación, con el fin de establecer argumentos que validen el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

A continuación, se muestra la relación entre el planteamiento del problema y la metodología seleccionada para realizar la investigación, de acuerdo a las características del estudio.

Dichas correlaciones de los componentes del estudio se muestran en la tabla correspondiente a la matriz metodológica.

Tabla 1. Matriz metodológica

Tema de investigación	Enunciado y formulación del problema	Variables	Objetivo general	Objetivo específico	Indicadores
<p>Desarrollo turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso: proyecto de pre factibilidad.</p>	<p>Problema identificado: Falta de servicios turísticos en la zona.</p> <p>Formulación: ¿Cuál es la viabilidad que existe para el emprendimiento de proyectos de servicios de turismo en la comunidad de Yuscarán, que pueda satisfacer las necesidades y requerimientos del cliente?</p>	<p>Calidad de los servicios turísticos (Variable independiente)</p>	<p>Determinar viabilidad de implementar un proyecto dedicado a brindar servicios de turismo en Yuscarán.</p>	<p>1. Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda potencial de la población que realiza actividades recreativas.</p>	<p>-Número de personas que gustan de realizar actividades turísticas. - Número de servicios no brindados por las comunidades evaluadas. -Número de personas que tengan preferencia por los llevar a cabo visitas en lugares fuera de la ciudad.</p>
		<p>Aceptación (variable dependiente)</p>		<p>2. Identificar los servicios prestados por otras municipalidades similares para definir el nivel de competitividad y establecer una diferenciación.</p>	<p>-Cantidad de servicios que prestan las municipalidades evaluadas. - El grado de innovación de los servicios y actividades que realizan -. Cantidad de servicios con innovación. -Nivel de aceptación de la ventaja competitiva.</p>

Tema de investigación	Enunciado y formulación del problema	Variables	Objetivo general	Objetivos Específicos	Indicadores
Desarrollo turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso.	Problema identificado: Falta de proyectos de desarrollo turístico en la comunidad.	Demanda (variable dependiente)	Determinar la viabilidad de implementar un proyecto dedicado a brindar servicios de turismo en Yuscarán.	3. Realizar un estudio técnico para reconocer los requerimientos y procedimientos para la ejecución del proyecto de desarrollo turístico.	-Cantidad de recurso material necesario. -Número de personal requerido. -Número de tecnología a utilizar. -Porcentaje de efectividad en los procesos.
					-Nivel de calidad de los servicios turísticos brindados.

Continuación Tabla 1. Matriz metodológica

3.1.1 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En la siguiente figura se muestran las variables dependientes e independientes consideradas en la presente investigación.

“Las variables de investigación son las propiedades medidas y que forman parte de la hipótesis o que se pretenden describir.” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

Figura 1. Diagrama de variables

A continuación, se presenta la operacionalización de las variables antes mencionadas, con sus respectivas dimensiones e indicadores, que nos permitirán elaborar los instrumentos de recolección de datos, con el fin de obtener información significativa para el estudio.

Tabla 2. Operacionalización de variables

Variable Dependiente	Definición		Dimensión	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Demanda	Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Análisis Económico , 2018)	La capacidad del proyecto de desarrollo turístico tendrá para generar suficientes utilidades. Mayores ingresos que egresos	Estudio de mercado	Resultados del estudio de mercado.
Aceptación	Situación en la que un producto gana una determinada cuota de participación, considerándose	Capacidad productiva del proyecto, costos de los servicios inferiores a la competencia, con	Calidad	-Grado de satisfacción de los visitantes. -Nivel de calidad en general.

	aceptado por el mercado. (Market Acceptance, 2018)	mayor calidad e innovación, con el fin de obtener mayor rentabilidad y atraer más número de visitantes que los otros municipios similares, debido a las estrategias implementadas.		
			Innovación	-El grado de innovación de las actividades -Número de innovaciones
			Diferenciación	-Nivel de aceptación de la ventaja competitiva.
			Visitas	-Número de personas y municipalidades enfocadas en el turismo. - Número de servicios no brindados por las otras municipalidades.

Continuación de la tabla 3. Operacionalización de variables.

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador
	Conceptual	Operacional		
Calidad de los servicios turísticos	Integración: Recursos ideológicos que describen la globalización de un sistema en el que se integran todos los aspectos asociados para un óptimo desempeño. (Orozco, 2014) Los servicios son acciones, procesos y	Asociación de los diferentes componentes de un evento, desde la asesoría, planificación, el abasto de todos los productos y servicios, hasta la administración del recurso humano de	Planificación	- Grado de satisfacción del cliente -Número de imprevistos por proyecto o actividad
			Diversificación	- Número de actividades no brindados por la competencia evaluada. - Número de nuevas atracciones a ofrecer por la comunidad.

	ejecuciones, el cual sobra significado para el cliente a través de las actividades de análisis de los problemas, las reuniones con el proveedor, llamadas de seguimiento y el reporte de actividades o procesos. (Zeithaml & Bitner, 2002)	forma práctica e innovadora.	Viabilidad técnica	-Cantidad de recurso material necesario. -Número de personal requerido. -Número de tecnología a utilizar. -Porcentaje de efectividad en los procesos.
			Demanda	-Número de personas que tengan preferencia de realizar turismo tanto interno, como externo.

3.2 MÉTODO

El método que se utilizó para desarrollar esta investigación fue el descriptivo y el correlacional, descriptivo ya que se pretendió especificar las propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno por analizar (Hernández et al., 2010). En este estudio se describieron las características del mercado actual de turismo, desde distintos aspectos: la oferta de servicios turísticos y la forma en que los demás municipios están vendiendo su riqueza natural, es decir, la competencia; las necesidades y rasgos importantes de los consumidores de este tipo de servicios a través de una fuente de información directa, las encuestas y entrevistas; la demanda y competitividad, al indagar en el grado de aceptación de la integración los servicios con cierto grado de diferenciación propuestos como alternativa de solución a la problemática encontrada. Así mismo detallar los requerimientos técnicos necesarios para instalar y poner en marcha el proyecto. Todos los elementos anteriores indicaron la pre-factibilidad para poder desarrollar proyectos de desarrollo turístico de forma efectiva (Dankhe, 1989)

Así mismo se aplicó el método correlacional, pues se explica y cuantifica la relación entre las variables de investigación, evaluando si la integración de los servicios ofertados mejora significativamente la competitividad y la rentabilidad de los proyectos de desarrollo turístico. Según Hernández et al. (2010) este método asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población, a través de la aplicación de instrumentos de recolección de datos.

3.3 ENFOQUE

Para el presente estudio se realizó una investigación mixta pues se combinó el enfoque cuantitativo y cualitativo, con el fin de aprovechar sus ventajas y minimizar sus debilidades (Hernández et al., 2010, p. 546), ambos enfoques permitieron tener una visión más profunda del fenómeno estudiado, aumentando la confiabilidad de la información recolectada y la obtención de mejores resultados en la investigación, para inferir sobre la pre factibilidad de implementar proyectos enfocados al desarrollo turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso.

Fue cuantitativo porque se midió el comportamiento del mercado turístico en Yuscarán, a través de la recolección de datos precisos del mercado meta y a la vez cualitativo, ya que se obtuvo información valiosa para poder conocer los gustos y preferencias del mercado al cual se dirigen los esfuerzos. Dicha información permitió o fue el de teoría fundamentada, pues con base a los datos recolectados en las encuestas.

3.4 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de la misma (Hernández et al., 2010). A través del presente estudio se comprobaron las hipótesis y así lograr tras su diseño la información necesaria relacionada a cada una de las variables ya sean estas dependientes o independientes y por medio de estas cubrir en gran medida los objetivos de la investigación.

Por lo que la indagación actual fue a través del método no experimental, también conocida como Ex post facto, término que proviene del latín y significa “después de ocurridos los hechos”, la cual según (Hernández et al., 2010), se utiliza en aquellos estudios en los que no se realiza una manipulación intencional de las variables, pues se trata de observar el fenómeno en su estado de ocurrencia natural, sin ninguna intervención premeditada por parte del investigador sobre dichas variables. Pues se quiso observar y analizar el hecho en su contexto, es decir escenarios y circunstancias ya existentes, con el fin de concluir cual es la realidad del negocio de eventos en el Distrito Central. Dentro del método experimental el estudio se identificó como transaccional o transversal, ya que se recopilarán datos en un único momento y no a través de la historia, es así como se analizó la incidencia de las variables investigativas en el problema a investigar en un instante dado.

El siguiente diagrama muestra el enfoque y métodos de la investigación a realizar:



Figura 2. Metodología mixta

3.5 DELIMITACIÓN DEL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se describe la ubicación del espacio físico geográfico y temporal del estudio de investigación.

3.5.1 UBICACIÓN Y ESPACIO GEOGRÁFICO

La presente investigación corresponde al Desarrollo Turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso.

3.5.2 UBICACIÓN TEMPORAL

El presente estudio se realizó en el periodo comprendido del mes de febrero a junio de 2018, periodo dentro del cual se llevó a cabo la aplicación de los instrumentos de investigación, así como entrega del final del estudio para poder ser evaluado.

Este estudio consta de dos variables dependientes y una independiente, Las variables dependientes de la investigación son la rentabilidad y aceptación, la variable independiente es la calidad de los servicios turísticos. Ya que la demanda y la aceptación, dependen directamente de la calidad de servicios que se brinden a los visitantes.

3.5.3 LIMITANTES DE ESTUDIO

El estudio de investigación contiene los siguientes aspectos que resultaron ser limitantes en el desarrollo del mismo.

La primera limitante estuvo relacionada a la falta de información en relación de empresas que realizan cualquier tipo de actividad relacionada al a realización de proyectos de desarrollo turístico en Honduras, ya que se pretendía buscar inicios de este tipo de proyectos en el país, pero básicamente el contenido encontrado estaba relacionado a otro tipo de eventos.

3.6 DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

3.6.1 POBLACIÓN

Para el presente estudio se utilizó un instrumento de medición (encuesta) por lo cual se tomó en cuenta la Población Económicamente Activa de Tegucigalpa, en la edad de 18 a 63 años, la cual es de 433,428 según datos del Instituto Nacional de Estadística. (INE, 2014). Se eligió esta población, debido a que dentro de la ciudad de Tegucigalpa se encuentra el mercado meta del proyecto, ya que por su cercanía, existe la posibilidad de que los capitalinos se convierten en la opción más segura de visita al Municipio de Yuscarán.

3.6.2 MUESTRA

Se logra obtener una muestra significativa de 400 personas, mediante la fórmula de muestra de población, a las cuales se les aplicará el instrumento de medición (encuestas).

La muestra probabilística aleatoria simple, se utiliza cuando no se tiene un grupo específico del cual obtener información para la investigación, y la muestra no probabilística, cuando ya se tiene seleccionado el grupo específico para recabar información para la investigación (Hernández, 2010).

Para poder determinar el tamaño óptimo de la muestra probabilística aleatoria simple, la cual requiere un número determinado considerable ante el tamaño de la población seleccionada se hizo mediante la siguiente fórmula:

Fórmula 1. Muestra Óptima

$$N = \frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{433,428 (1.96 * 1.96) (0.50 * 0.50)}{(0.05 * 0.05) (433,428 - 1) + (1.96 * 1.96) (0.50 * 0.50)} \quad N = \frac{416,264.25}{1,040.66} = \boxed{400}$$

Dónde:

- N= Tamaño de la Población =
- Z= Valor Estimado = 95% = 1.96
- P= Probabilidad de ocurrencia = 50%
- Q= Probabilidad de no ocurrencia = 50%

- $e = \text{Error Muestral} = 5\%$

3.6.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis es sobre que o quienes se va recolectar datos dependiendo del planteamiento del problema a investigar y de los alcances del estudio (Hernández, 2010).

La investigación tuvo como objetivo poder realizar un cuestionario con preguntas con respuestas de carácter abiertas dirigido a los gerentes o administradores de cada una de las empresas que se dedican a realización de eventos donde se pueda recolectar la información necesaria para su posterior análisis.

3.6.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta para esta investigación se llevó a cabo en relación a la información que se quiere obtener de cada una de las variables en cuestión.

- Costos: Cantidades y Porcentajes
- Demanda: Porcentajes
- Competitividad: Porcentajes
- Margen de Ganancias: Cantidades y Porcentajes
- Viabilidad Técnica: Porcentajes

3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

El instrumento para realizar una investigación es una herramienta de medición que se utiliza para poder obtener la información necesaria objeto del estudio y a través del cual se representan sus variables. Entre los diferentes ejemplos podemos encontrar; cuestionarios, fichas de observación, etc. (Hernández, 2010).

Por la tipología del estudio se utilizó la técnica de muestreo aleatorio simple, esta es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestral, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra. Sería algo así como hacer un sorteo justo entre los individuos del universo: asignamos a cada persona un boleto con un número correlativo, introducimos los números en una urna y empezamos a extraer al azar boletos. Todos los individuos que tengan un número extraído de la urna formarían la muestra. Obviamente, en la práctica estos métodos pueden automatizarse mediante el uso de ordenadores.

La entrevista estructurada de preguntas abiertas y la encuesta fueron los primeros instrumentos seleccionados para poder recabar información para la investigación y estuvo dirigido al mercado potencial y a los gerentes o administradores de las diferentes empresas de servicios para eventos que operan en Tegucigalpa, este tipo de instrumentos ayudaron a tener datos precisos que promuevan una importancia para seguir avanzando con la investigación

3.7.1 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

A continuación, se detallan los instrumentos utilizados en todas las etapas del proceso metodológico:

Encuesta: este instrumento estuvo dirigido a los potenciales clientes y permitió que la unidad de análisis proveerá respuestas concretas a preguntas específicas y de esta forma revele sus necesidades, requerimientos y expectativas, las cuales serán consideradas para elaborar la estructura de los proyectos de desarrollo turístico.

Para poder realizar un cuestionario como instrumento para recolección de datos se hizo uso de diferentes técnicas para su adecuada elaboración.

Entre ellas están:

- Análisis de Diagrama de las Variables
- Operacionalización de variables
- Servicios ofrecidos actualmente por los municipios que son pioneros en recepción de turistas.
- Objetivos de la Investigación.

Visita de campo e in-situ: Las cuales permitieron analizar el mercado general del turismo y observar de forma directa la competencia.

3.7.2 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA EL ESTUDIO TÉCNICO

Diseñar los procesos para la presentación de los servicios turísticos: Al iniciar el estudio técnico se definió detalladamente los servicios, así como los procesos necesarios para generar los espacios para llevar a cabo las actividades recreativas, con la finalidad de hacer un correcto diseño de todo y establecer parámetros dentro de los proyectos. Lo anterior ayudó a identificar todos los recursos humanos necesarios para que se puedan implementar dichas actividades y cada uno de los elementos necesarios para su funcionalidad.

Análisis de alianzas estratégicas: debido a que el proyecto brindara servicios turísticos, es necesario poder realizar alianzas estratégicas con diferentes empresas que se encuentran inmersas en el rubro del turismo, todas las agencias de viaje, podrían formar parte de esas alianzas.

Visita de campo e in-situ: Fue necesario realizar visitas al lugar, para poder conocer el potencial y de esta manera poder determinar si realmente el proyecto puede ser desarrollado, analizando así la accesibilidad, los riesgos y demás circunstancias de la comunidad.

4. CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANÁLISIS

Después de haber aplicado los instrumentos de investigación y haber interpretado y analizado los datos se procede a presentar los resultados en base a las etapas del estudio de pre factibilidad por lo que en primera instancia se presentan los resultados del estudio de mercado seguidamente los resultados del estudio técnico y finalmente el estudio financiero.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

Consiste en incentivar el desarrollo turístico en la comunidad de Yuscarán el Paraíso, implementando proyectos con ese enfoque y realizando un cambio de cultura por parte de los residentes de la zona, para que puedan reconocer la importancia que tiene este rubro en el desarrollo sostenible de la economía de la comunidad.

Actualmente existen muchas campañas que pretenden fomentar el turismo interno, por parte de la población hondureña, de esta manera es como se pretende incursionar en este tipo de actividades y poder lograr un impacto positivo en los clientes potenciales, para que puedan tener como opción de visita, este hermoso lugar.

RESULTADOS GENERALES DE LA ENCUESTA

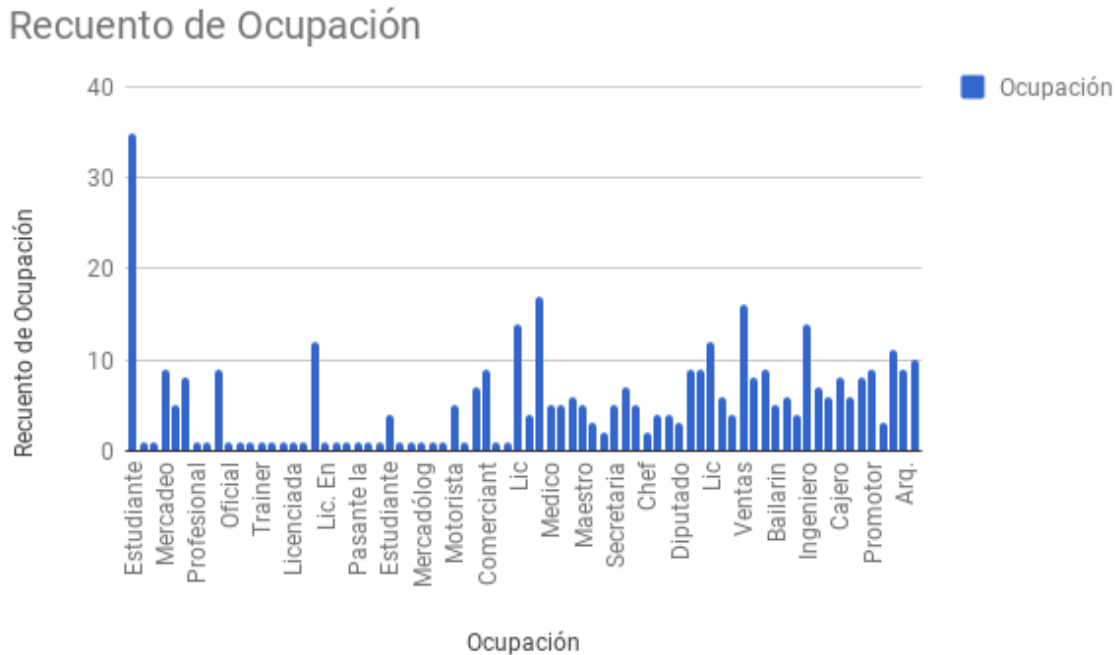


Gráfico 1. Ocupación de encuestados

El gráfico número uno, muestra la ocupación de todos los encuestados, se puede notar que una buena parte de la muestra, la conforman estudiantes y egresados de alguna carrera universitaria, lo que indica que ese podría ser parte fundamental del segmento meta.

Histograma de Edad

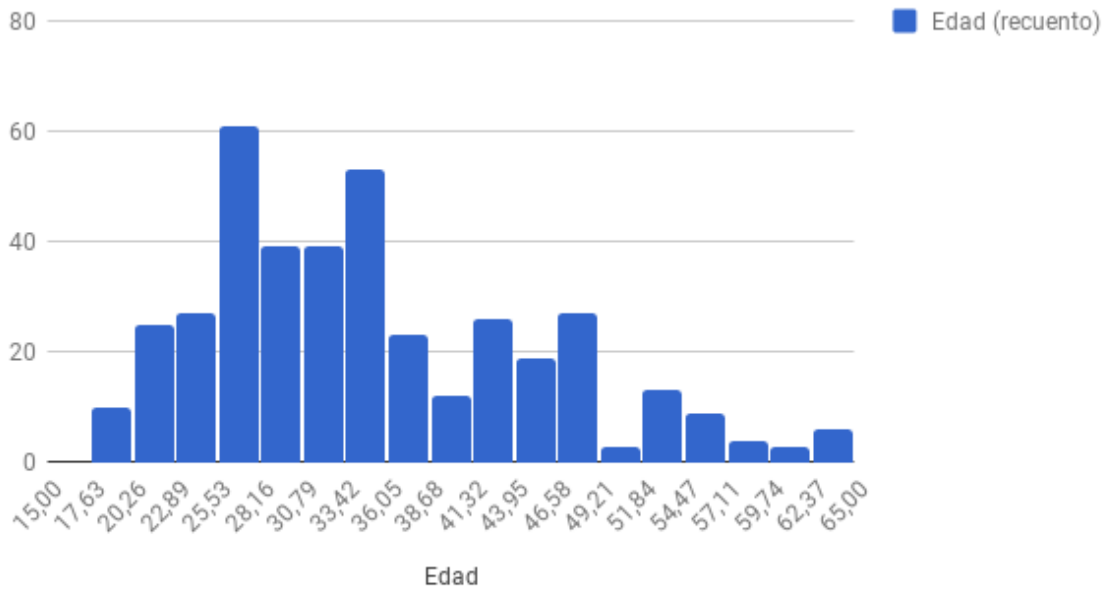


Gráfico 2. Edades de encuestados

Las edades de las personas encuestadas en su mayoría oscilan en un rango de 25 a 37 años, por lo que el gráfico muestra que las personas jóvenes son las que con mayor frecuencia realizan actividades turísticas, lo cual permite identificar el cliente objetivo. Así mismo con los datos obtenidos en esta pregunta se cumple con uno de los requisitos de la muestra, una población que sea económicamente activa y con cierto grado de poder de adquisición, por lo que se observa que los consumidores de este servicio se encuentran en un rango de 18 a 65 años de edad.

Recuento de 1. ¿Realiza usted turismo interno (Visitas a lugares dentro del país)?

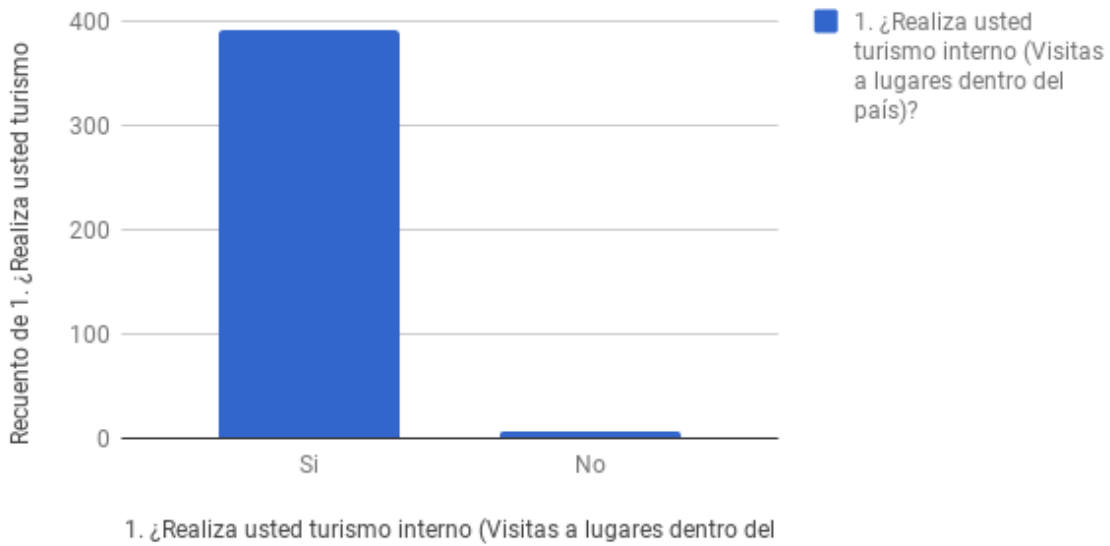


Gráfico 3. Personas que realizan turismo interno

Con la información representada en el gráfico anterior, se observa claramente que hay una significativa parte de los encuestados que sí realizan actividades de turismo interno, lo que nos da una pauta, de que el proyecto lleva un buen norte, sólo depende del plan de mercadeo que se utilice para poder vender la idea.

Recuento de 3. ¿Con qué frecuencia hace turismo?



Gráfico 5. Conocimiento del consumidor sobre empresas de organización de eventos

Con la información representada en el gráfico anterior, se observa que la mayoría de los encuestados viajan dos veces al año, por otro lado, hay una parte significativa que hace turismo semanalmente, esto puede ser una oportunidad bastante importante.

Recuento de 4. Cuando realiza actividades turísticas, normalmente lo hace:

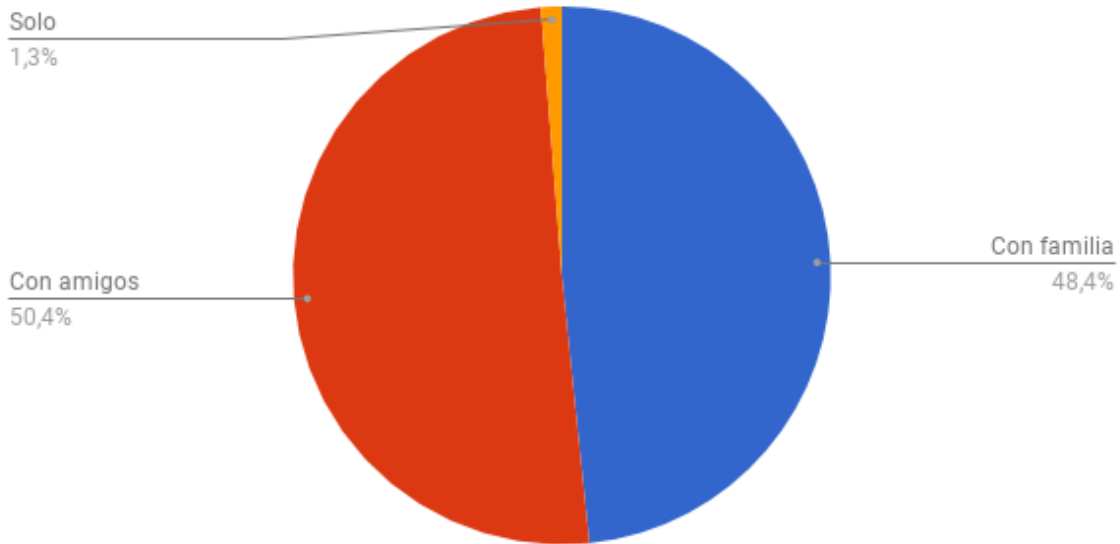


Gráfico 6. Con quién realiza actividades de turismo

Normalmente la gente viaja acompañada, ya sea con sus familiares o con sus amigos, tal y como lo indica el gráfico, es importante saber esta información, debido a que así se puede saber la cantidad de turistas que potencialmente visitarán la zona.

Gráfico 7. Qué tan lejos están dispuestos a recorrer

La mayoría de los encuestados están dispuestos a recorrer más de 100kms para poder realizar actividades de tipo turístico, es decir que Yuscarán está dentro de los límites de desplazamiento de los turistas potenciales, ese es un excelente indicador.

Recuento de 6. ¿Normalmente cuánto invierte, cada vez que sale de su ciudad para visitar otros lugares de Honduras?

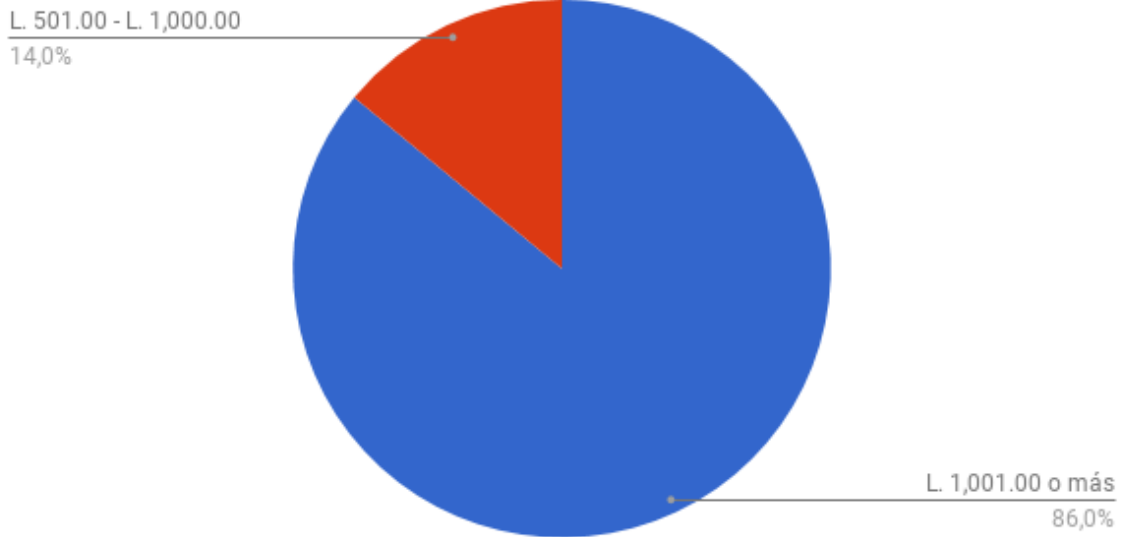


Gráfico 8. Presupuesto

El 86% de las personas encuestadas, gastan más L 1,000.00 en la realización de sus actividades de turismo, este dato es sumamente importante, porque indica los ingresos que se podrían obtener al incentivar el turismo en la zona y poder captar la atención de los turistas, para que puedan llegar de visita.

Recuento de 7. ¿Alguna vez ha escuchado hablar del Municipio de Yuscarán?

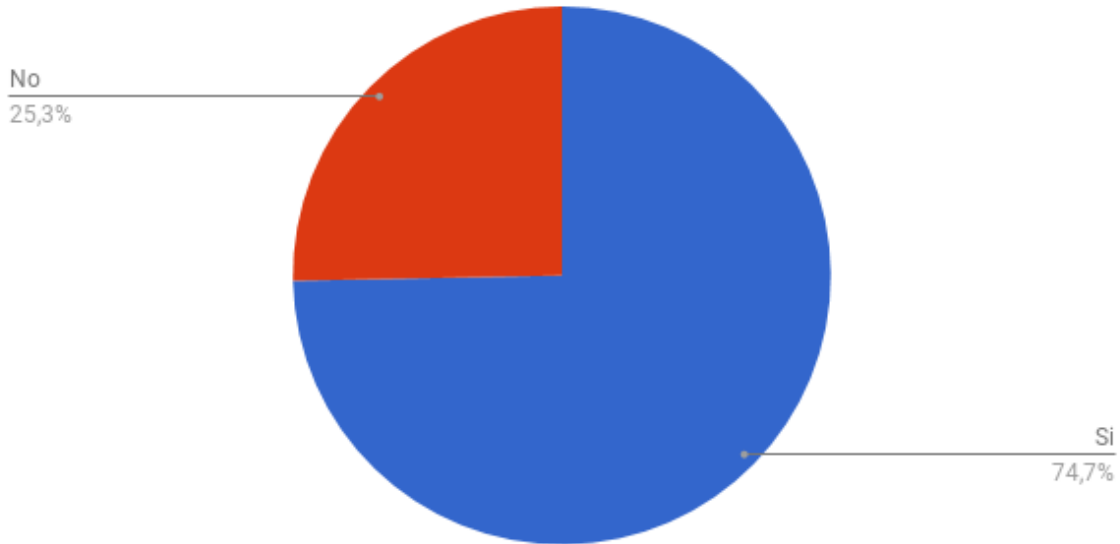


Gráfico 9. Han escuchado de Yuscarán

Hay un 74,7% de los encuestados, que sí han escuchado hablar de Yuscarán, por otro lado, hay un 25,3% que desconocen información acerca de este lugar, ese es un porcentaje significativo al que se puede atacar para lograr captarlo.

Recuento de 8. ¿Sabía que en Yuscarán puede hacer Turismo de Aventura, Colonial y Ecoturismo?

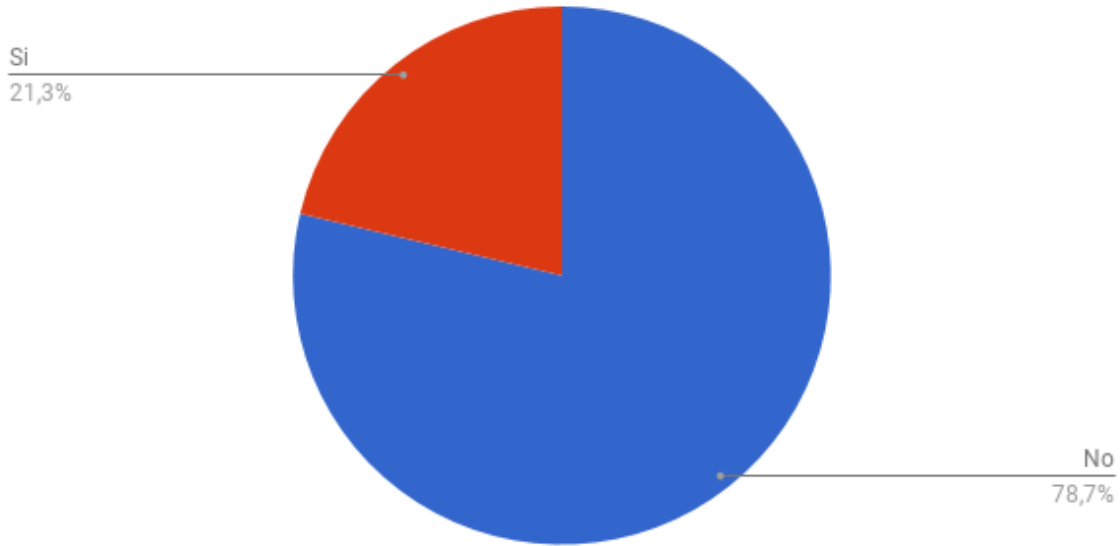


Gráfico 10. Conocimiento de Yuscarán

Existe un importante porcentaje de la muestra, que desconoce el tipo de turismo que se realiza en Yuscarán; y quizá esa sea la razón por la cual la comunidad no es tan popular, así que es una significativa área donde se debe trabajar, para poder mercadear el lugar de una manera más efectiva y que pueda llegar al segmento indicado.

Recuento de 9. ¿Sabía que Yuscarán está ubicado a tan solo 67km de Tegucigalpa?

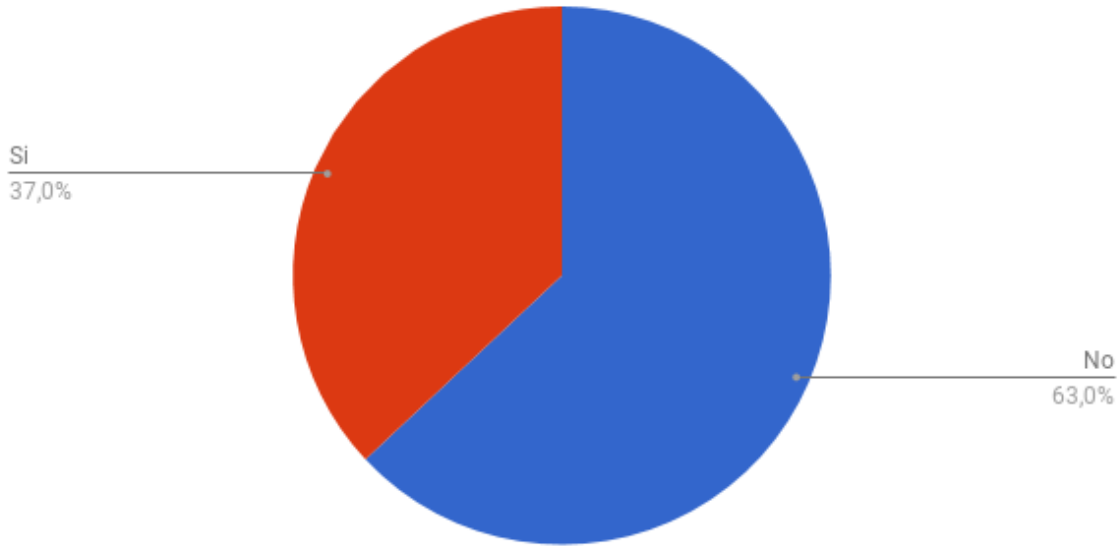


Gráfico 11. Conocimiento de Yuscarán

Como lo podemos observar en el gráfico, la mayoría de personas no saben que el municipio de Yuscarán está bastante cerca de la ciudad capital, quizás ese desconocimiento de este tipo de factores, es lo que ha limitado que el lugar pueda desarrollarse en el área turística.

Recuento de 10. Yuscarán cuenta con museos, minas, hermosas cascadas y una arquitectura tipo colonial; ¿Le

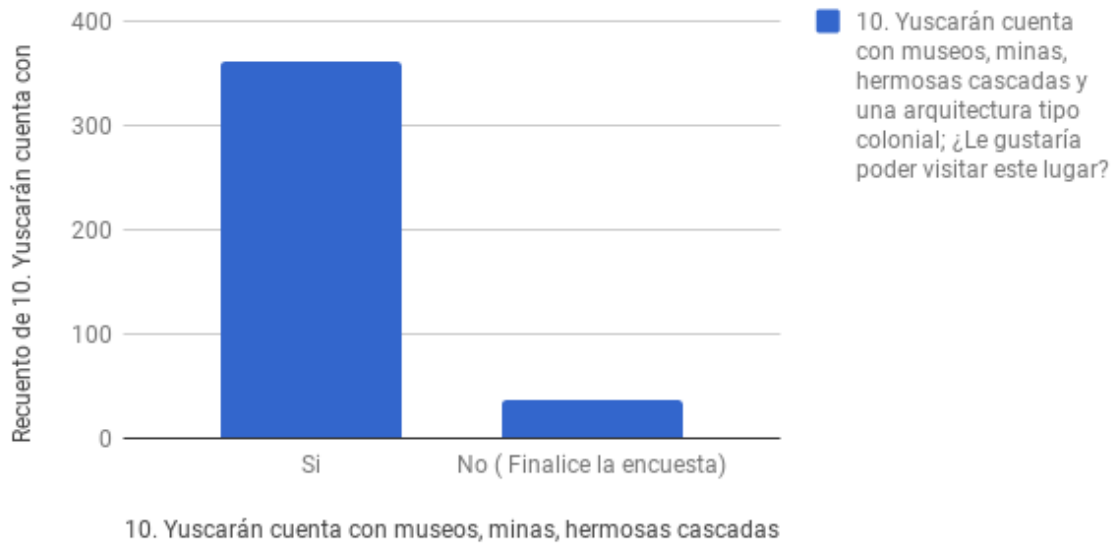


Gráfico 12. Visita a Yuscarán

La mayor parte de la muestra, comenta que sí están interesados en conocer Yuscarán, así que definitivamente existe una muy buena posibilidad de poder captar la atención del mercado meta.

Recuento de 11. ¿Qué tipo de actividades preferiría realizar en Yuscarán? (Puede seleccionar varias)

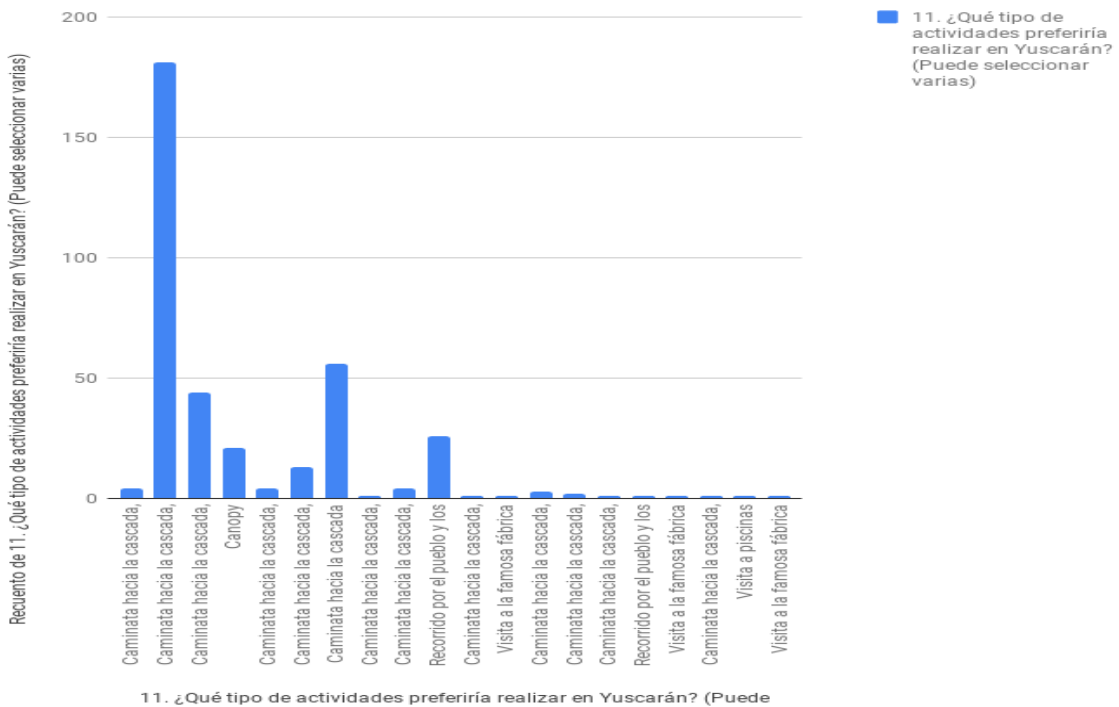


Gráfico 13. Tipos de actividades a realizar

En su mayoría, los encuestados se muestran interesados en realizar casi todas las actividades que tiene el municipio para ofrecer, una de las actividades más populares entre la muestra encuestada, es la caminata hacia la montaña, donde se puede disfrutar de hermosos paisajes naturales y se vive al máximo el ecoturismo.

Recuento de 12. ¿Por cuánto tiempo visitaría el lugar?

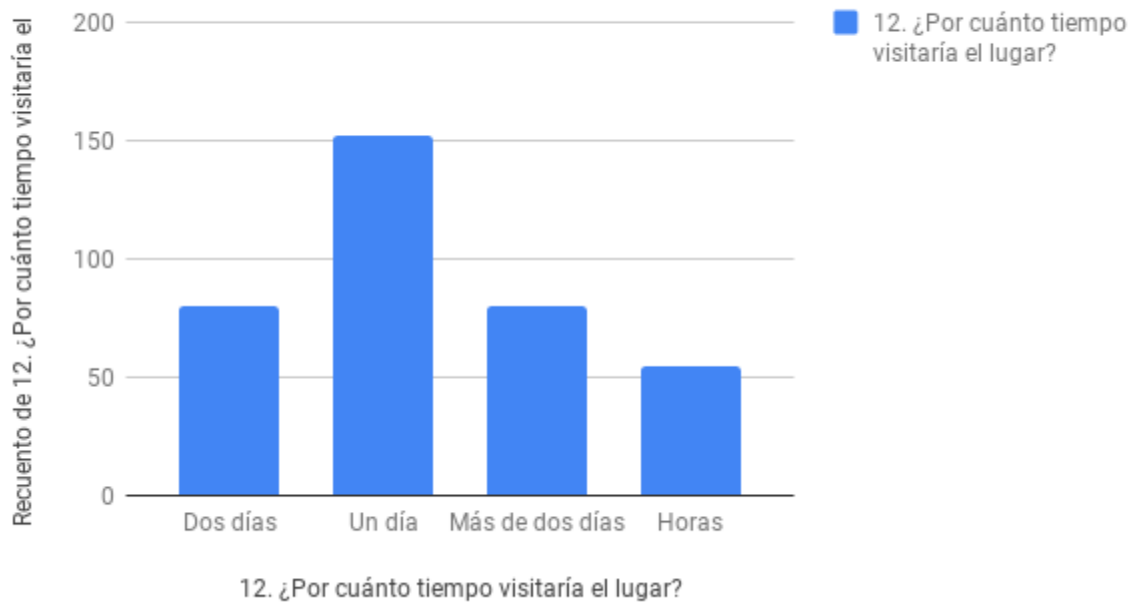


Gráfico 14. Tiempo de visita a Yuscarán

Normalmente las personas visitarían por un día o por más de dos días el lugar, lo que indica que si un buen número de personas eligieron estas opciones, es porque esperan hospedarse en el sitio, factor fundamental para observar que esto podría generar un cambio social de gran magnitud dentro de la comunidad.

Recuento de 13. ¿En qué días le gustaría realizar su visita a Yuscarán?

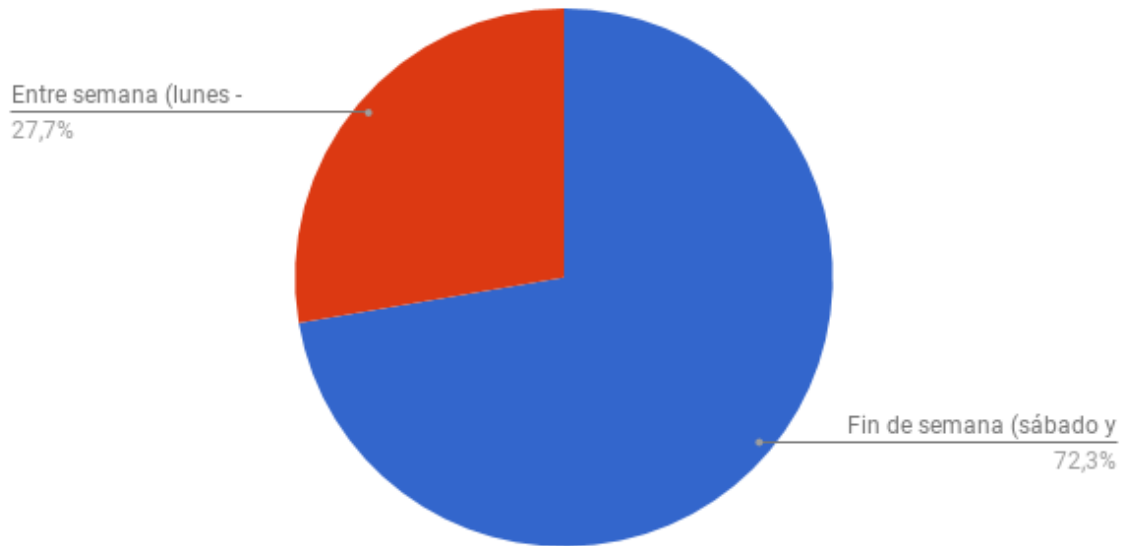


Gráfico 15. Días de preferencia

Un 72,3% de las personas encuestadas, comentan que les gustaría visitar el lugar, preferiblemente los fines de semana, pero de igual manera, es importante observar que hay un 27,7% al que le parece bien poder realizar sus visitas durante el transcurso de la semana.

Recuento de 14. ¿Qué tipo de transporte utilizaría para movilizarse hasta el lugar?

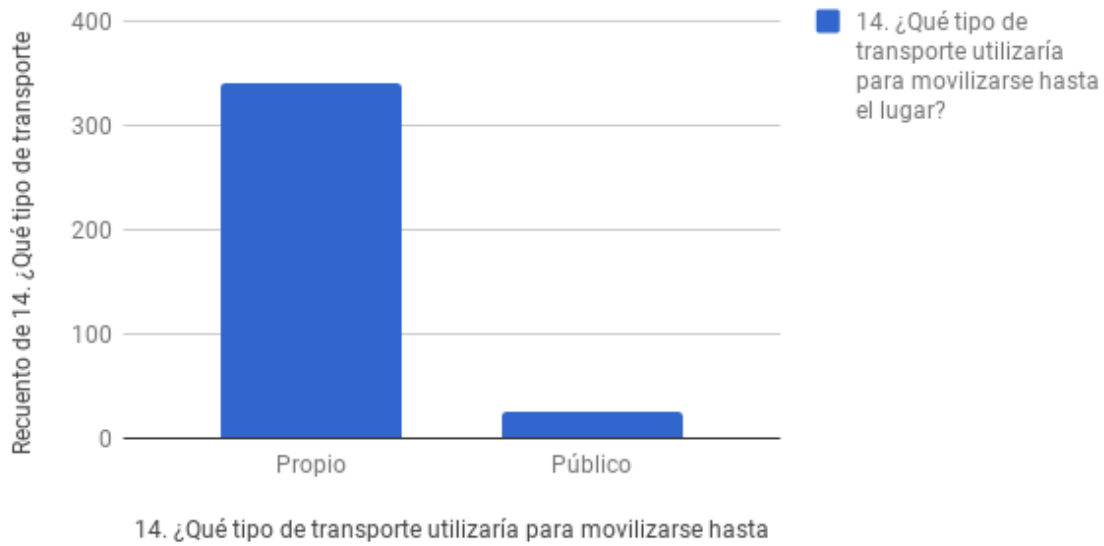


Gráfico 18. Tipo de transporte

De la población encuestada, la mayoría utilizaría algún tipo de transporte propio, lo que indica que el sector de transporte público hacia el lugar, no se vería tan beneficiado, ya que el número de personas que lo utilizarían no es tan grande, de manera que la demanda no se aumentará sustancialmente.

Recuento de 15. ¿Qué tan probable es, que usted visite próximamente Yuscarán?

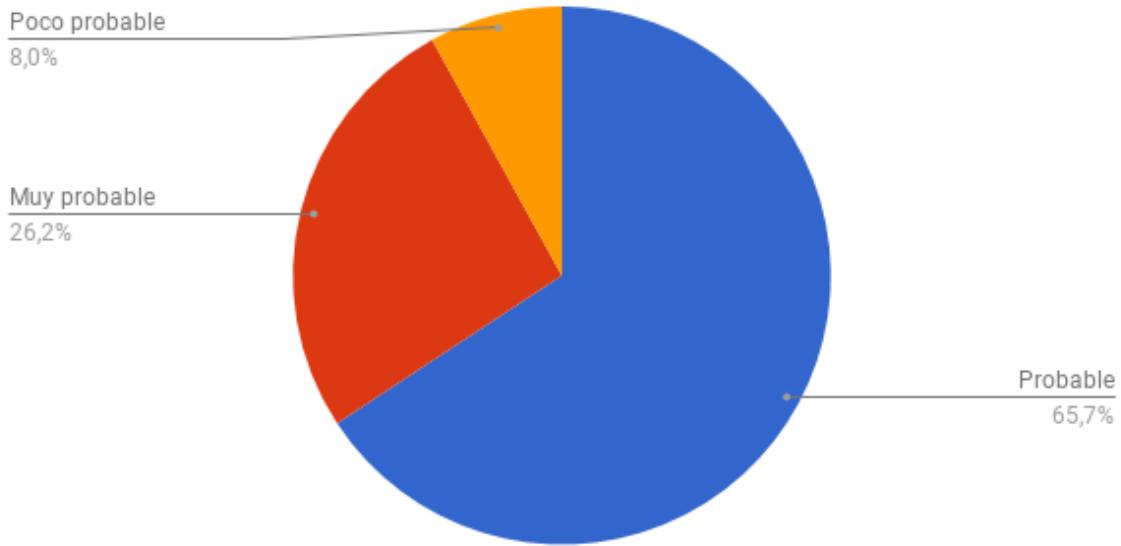


Gráfico 17. Probabilidad de visita

Es muy satisfactorio, poder observar que un buen número de personas, comentan que es probable que visiten Yuscarán, eso significa que realmente con lo que el municipio cuenta, se puede incentivar el turismo y definitivamente a las personas les llama la atención poder conocer el lugar y disfrutar de todo lo que tiene para ofrecer.

4.1.1 RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

Finalmente, con el total de resultados obtenidos mediante la encuestas aplicadas a la población potencial, se puede observar, que realmente existe una fuerte cantidad de personas, que se muestran positivas con respecto al desarrollo del tema turismo dentro de la comunidad de Yuscarán, El Paraíso; y es por ello, que se determina que el poder implementar este plan de marketing turístico, afectará de manera positiva a la zona y se espera que la economía de esta comunidad pueda crecer notablemente, debido a que en otras zonas de nuestro país, se ha podido observar cuan representativo económicamente, es el sector turismo para el desarrollo en general.

Se pretende que, con estos excelentes resultados, las autoridades municipales puedan darle la importancia que se merece a las actividades turísticas; y que los recursos con los que cuenta Yuscarán, sean explotados eficientemente para el beneficio de sus pobladores y para la generación de fuentes de ingresos para las familias.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1 DEMANDA DE MERCADO

La realización de este estudio, es para poder determinar de la aceptación de los servicios turísticos brindados por la comunidad de Yuscarán, El Paraíso, por parte de los posibles visitantes que están ubicados en Tegucigalpa y zonas aledañas.

4.2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- **GENERAL:**

- ✓ Determinar la viabilidad del proyecto desde el punto de vista mercadológico, haciendo el respectivo análisis del mercado potencial, mediante la aplicación de encuestas.

- **ESPECÍFICOS:**

- ✓ Definir estrategias comerciales, para poder publicitar de manera más efectiva, cada una de las cosas que ofrece la Comunidad.
- ✓ Definir el mercado meta y enfocar la mayor parte de los esfuerzos, para lograr satisfacer cada una de sus necesidades.
- ✓ Identificar cuáles son los gustos y preferencias del mercado al cuál se está dirigiendo y de esta manera obtener información con respecto a lo que actualmente está ofreciendo el mercado turístico.

4.2.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

Según los resultados arrojados por el estudio de mercado, la mayor parte de los encuestados realiza actividades turísticas acompañado de familiares y/o amigos, lo que indica que si se logra captar a un visitante, es muy probable que este no vaya solo, así que la demanda crece sustancialmente; la mayoría de los encuestados disfruta de realizar las actividades turísticas que se ofrecen dentro de la Comunidad de Yuscarán, esto da pauta a que el proyecto pueda generar ingresos para la población de este Municipio.

4.2.4 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

Los medios más efectivos utilizados actualmente para comercializar los servicios turísticos, son los digitales; es por ello que para poder comercializar los servicios turísticos de la comunidad de Yuscarán, se hará uso de las Redes Sociales, volantes, posters, colocación de un rótulo en la entrada del pueblo, Pagina Web y otro tipo de alianzas estratégicas que se crearan con diversas empresas dedicadas a la venta de paquetes turísticos.

4.2.5 COLOCACIÓN DE RÓTULO

Se colocará un rótulo de Bienvenida, en la entrada del pueblo, para poder captar la atención de los visitantes, este rótulo llevará impresas de fondo, imágenes de los lugares turísticos de la zona.

4.2.6 ESTRATEGIAS DE MERCADO

Las principales comunidades hondureñas, que han logrado desarrollarse en materia de turismo, son las que dan una grandiosa referencia, acerca del impacto que este tipo de actividades tienen; y muestran los beneficios económicos que se pueden alcanzar, con el simple hecho de lograr posicionarse en el mercado; se pretende analizar estas herramientas aplicadas por otros lugares, para poder sintetizar lo mejor y poder adaptarlo a Yuscarán, mediante la aplicación de Benchmarking.

Análisis Benchmarking:

LUGARES TURÍSTICOS CERCA DE TEGUCIGALPA						
ITEMS	Ponderación	Santa Lucia	Valle de Ángeles	Zamorano	Santa Ana	Amarateca
Clima	10	9	9	8	9	8
Oferta turística	12	10	12	5	10	7
Oferta de alojamiento	10	11	10	5	10	8
Diversidad de negocio.	15	10	14	11	12	10
Oferta de comidas	15	14	15	10	14	10
Nivel de seguridad	18	15	15	14	14	12
Congestionamiento	10	8	8	7	7	9
Oferta de Transporte	10	9	9	10	8	9
TOTAL	100	86	92	70	84	73

- ✓ **Santa Lucía:** es un lugar sumamente acogedor con un clima bastante agradable, cumple satisfactoriamente con la oferta de alojamiento y comidas, esos son unos de los puntos más fuertes que recibe al compararla con otros lugares; además de la facilidad de transporte que existe para poder trasladarse hasta la zona.
- ✓ **Valle de Ángeles:** recibe la puntuación más alta, ya que cuenta con aspectos fundamentales que hacen que los turistas lo tomen como primera opción al momento de elegir un lugar para visitar, por su variedad en oferta turística, comidas, alojamiento para los visitantes, seguridad, diversificación en los negocios y su notable facilidad para trasladarse hasta el lugar.

- ✓ **Zamorano:** por su parte, Zamorano, aunque no cuenta con una extensa diversidad turística para ofrecer a los visitantes, mantiene un clima muy agradable, existe seguridad en la zona y hay accesibilidad para poder transportarse.
- ✓ **Santa Ana:** aunque no es tan popular como Santa Lucía, es muy poca la diferencia que existe dentro de la puntuación entre estos dos lugares; Sata Ana tiene una oferta turística bastante aceptable, su clima es uno de sus puntos más favorables, junto con el nivel de seguridad y la oferta de comidas que tienen para recibir a los visitantes.
- ✓ **Amarateca:** ciertamente no es una zona tan popular, pero cuenta con características que la hacen destacarse dentro de los lugares turísticos más cercanos a la capital, cuenta con un clima agradable, su oferta hacia los turistas es aceptable y de igual manera hay poco congestionamiento para poder llegar hasta ahí.

4.2.7 MERCADO META

El mercado al cual está dirigido el Proyecto, son todas esas personas que gustan de realizar actividades turísticas, las cuales sean activas económicamente y estén en el rango de edad entre 18 y 63 años, ya que, dentro de esa escala, es donde se encuentran los individuos con capacidad económica para poder hacer turismo.

4.3 ESTUDIO FINANCIERO

Costos del Proyecto:			Aportación de socios:		L. 1,000,000.00
	Estudio	Costo			
	Estudio de mercado	L. 25,500.00			
	Estudio Legal	26,900.00			
	Estudio técnico	311,392.19			
	Costo Total	L. 363,792.19			

TASA DE INFLACIÓN						
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
AÑO	AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
5.40%	4.80%	5.53%	5.53%	5.53%	5.53%	5.53%
2018	5.60%					
2019	5.40%					
2020	5.60%					
2021	5.53%					
2022	5.53%					
2023	5.53%					
2024	5.53%					
2025	5.53%					
2026	5.53%					

TASA DE CRECIMIENTO						
Crecimiento poblacional 2018		2.1%	HISTORICO			
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
AÑO	AÑO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
2.27%	2.24%	2.32%	2.41%	2.49%	2.58%	2.66%
	2018	2.10%				
	2019	1.84%				
	2020	2.27%				
	2021	2.24%				
	2022	2.32%				
	2023	2.41%				
	2024	2.49%				
	2025	2.58%				
	2026	2.66%				

DEMANDA DE YUSCARÁN

Población	433,428		
Porcentaje de participación en el mercado	0.12%	0.12%	
Participación en número de personas	380	100%	500

Datos estudio de mercado:				MENSUAL	ANUAL
	Porcentaje	Total de personas (CT)	Total de personas (CT)	Utilidad esperada	
Personas que visitarían Yuscarán	80%	304	304	91,200.00	1,094,400.00

L. 250.00

ENTRADA DE PERSONAS

Frecuencia con la que visitaría Yuscarán	No. De personas	Personas que acompañarían a miembros	Total personas	Total	Ganancia anual	L. 182,400.00
1 al año	243.2	3	729.6	L. 182,400.00	Entrada	182,400.00
TOTAL	243.2	3		L. 182,400.00		

Inversión Total L. 363,792.19

Capital propio L. 1,000,000.00 100% L. 1,000,000.00

ESTUDIO DE MERCADO

No.	Nombre	Precios		
		Unidad	Cantidad	Total
1	Articulos Promocionales	L. 50.00	100	L. 5,000.00
2	Rótulo Principal	8000.00	1	8,000.00
3	Publicidad en Redes Sociales (Instagram, Facebook, Twitter)	3500.00	3	10,500.00
5	Página Web	2000.00	1	2,000.00
TOTAL				L. 25,500.00

ESTUDIO TÉCNICO

COSTO TOTAL ESTUDIO TÉCNICO		
No.	Concepto	Costo
1	Remodelación de locales	120,000.00
2	Mobiliario y equipo de oficina	93,127.60
3	Implementos para canopy	63,264.59
4	Publicidad	35,000.00
TOTAL		L. 311,392.19

EQUIPO CANOPY

No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arnés	6	L. 1,375.22	L. 8,251.32
2	Muro de escalada	1	4,246.81	4,246.81
3	Guantes	6	291.41	1748.46
4	Cuerda	2	1130.00	2260.00
5	Cama elástica	2	13000.00	26000.00
6	Casco	6	1063.00	6378.00
7	Descensor	2	2000.00	4000.00
8	Moquetones	6	550.00	3300.00
9	Bandas elásticas	8	885.00	7080.00
TOTAL				L. 63,264.59

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
3	Escritorios	14	2,038.00	28,532.00
4	Sillas ejecutivas	15	1,600.00	24,000.00
5	Impresoras	8	995.00	7960.00
7	Archivos	4	3958.90	15835.60
9	Laptop	1	6990.00	6990.00
10	Data Show	1	2320.00	2320.00
11	Mesa para juntas	1	7490.00	7490.00
TOTAL				L. 93,127.60

ESTUDIO LEGAL

No.	Costos incurridos en el club campestre	Costo
10	Permiso de construcción	25,000.00
11	Registro nacional Turístico	1,900.00
Total a pagar		L. 26,900.00

No.	Descripción	Costos	
1	Mobiliario	L. 93,127.60	
2	Equipo para canopy	63,264.59	
3	Otros gastos (estudio)	363,792.19	
4	Capital de trabajo	479,815.62	
		Total	L. 1,000,000.00
5	Aportaciones de socios	1,000,000.00	1,000,000.00

- ❖ Todo el dato utilizado para proyectar la demanda de la población meta e ingresos de la misma, fueron obtenidos de la información recaba mediante el instrumento de medición del Estudio de Mercado. Para la aplicación de algunos costos, se hizo uso de la herramienta de Juicio de Expertos.

4.4 ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Ortega, 2017).

4.4.1 IMPLEMENTACIÓN DE CANOPY:

El canopy es un tipo de turismo de aventuras, su objetivo es que la persona tenga una experiencia única en su vida, una sensación atrevida e inexplicable, una serie de emociones que solamente las vas a conocer si te colocas un arnés y te subes en el cable, el canopy básicamente consiste en utilizar solamente un par de lingas (cordeles gruesos) y un juego de arnés de acero sólido, mosquetones, guantes de cuero y poleas, algunos utilizan arnés de aluminio, pero no son para nada recomendables.

Una vez colocadas el equipo se colocan un seguro en un cable de acero de diferentes medidas cada cable y te lanzas por encima del dosel del bosque aproximadamente 100 metros de altura por encima del bosque, en ocasiones pasas por ríos. Disfrutas de la aventura al máximo ya que puedes observar (si no te da miedo) hermosos paisajes muy difíciles de volver a ver si no haces canopy seguido ya que solo podrás verlo desde las alturas.

En estos tours atraviesas varios cables, algunos miden 40 metros, 100 metros hasta 400 metros de longitud, se utilizan también plataformas hechas en los árboles, si miras abajo puedes asustarte pues algunas están a más de 30 metros de altura, obviamente estas con muchísima

seguridad ya que los guías que trabajan en esto verifican que las personas tengan colocado bien su equipo en los cables y plataformas.

Estas plataformas son elaboradas algunas con madera y otras con metal. En las plataformas puedes ver la selva y darte cuenta del valor que tienen nuestros bosques, aprendes a valorar la vida ya que ésta (tuya) depende solamente de un cable y de la seguridad que es proporcionada por el guía, desde luego tienes que cooperar siguiendo al pie de la letra todas las instrucciones dadas por el profesional de campo en este caso tu guía. Los guías son los encargados de darte la explicación tanto del canopy como de la naturaleza que te rodea. En las plataformas debes poner atención ya que en ocasiones en los árboles puedes ver tucanes, ardillas, guaras y osos perezosos entre otros.

Los tours de canopy son los más buscados por los turistas nacionales y extranjeros, los buenos tours de canopy incluyen pequeñas caminatas interpretativas de los ecosistemas y tipos de bosques que visitas durante el recorrido. (Honduras E. , 2017)

En este estudio se pretende determinar todo lo necesario para poder optimizar los servicios turísticos que se le brindaran a la población en general.

Conceptos Generales del Canopy

- **EPI (Equipos de Protección Individual)** Es el conjunto de arnés, líneas de vida, polea, mosquetones y casco, el cual es individual para cada participante de la actividad y es una parte muy importante de la cadena de seguridad.
- **Cadena de seguridad** Son todos los elementos empleados para mantener a los usuarios del canopy suspendidos en la altura.

- Estos elementos son: los puntos de anclaje, el sistema de cable y finalmente los equipos de protección individual.
- **Sistema de freno** Es el método empleado para reducir la velocidad obtenida en el recorrido de la tirolesa hasta parar completamente el término de la misma.
- **Anclajes** Es el punto de sujeción donde se ancla el cable para su templado. Pueden ser de tipo natural o artificial.
- **Sistema de Cable** Está conformado por el cable y todos los accesorios que sirven para cerrar el cable y colocarlo en los diferentes puntos de anclaje.
- **Procedimiento de seguridad** Son los pasos a seguir para la operación del canopy y está centrada en la seguridad e implementación de los equipos de protección individual.
- **Plan de emergencias** Son las medidas a tomar en caso de ser necesario una intervención de rescate en altura sobre el cable

Equipo de Protección para uso del Canopy



Arnés

Polea

Mosquetón

Líneas de vida

Casco

Estos equipos requieren ser utilizados de una manera adecuada para garantizar la integridad física de los usuarios.

Colocación del Arnés

- Colocar el arnés en el piso con el cinturón alrededor de las perneras, las hebillas de las perneras deben estar hacia afuera del arnés y las cintas deben estar estiradas y sin enredos.
- Introducir una por una las piernas en las perneras y subir el arnés hasta que llegue a la cintura colocando las perneras en la parte más alta de las piernas. Verificar que el punto de conexión quede en la parte frontal del abdomen.
- Apretar la hebilla del cinturón para que quede ceñida en la cintura sobre el hueso de la cadera. El ajuste debe permitir la comodidad y libertad de movimiento.
- Apretar las hebillas de las perneras para que queden ceñidas a la parte alta de los muslos.
- Asegurar las cintas sobrantes de las hebillas en los elásticos.
- Verificar la correcta colocación.

Partes del Arnés



La Polea

Cuenta con una doble roldana y mosquetón incluido para mayor seguridad y rapidez. El desarmado de las piezas de la polea debe darse únicamente para algún mantenimiento especial y no para uso rutinario de la polea. (Vertical, 2013)

Para colocar la Polea sobre el Cable, se debe:

- Abrir el mosquetón de seguro automático
- Introducir el cable y cerrar el mosquetón.
- Verificar que el cable se encuentre colocado en las roldanas de la polea y libre de cualquier objeto que las obstaculice.

Polea



Para el cuidado y mantenimiento de la polea se debe:

- Lavar con agua tibia, jabón neutro y cepillo, no se puede lavar en máquina, enjuagar con abundante agua.
- Secar en un lugar ventilado sin exposición directa al sol o altas temperaturas.
- Mantener libre de cargas externas durante su funcionamiento y almacenamiento
- Colocar lubricante discretamente en los rodamientos y articulaciones
- Lavar si hay tierra o lodo en las partes de la polea.

Mosquetones

Los mosquetones son anillas metálicas que tienen una abertura móvil para poder utilizarlas como punto de sujeción, se clasifican por su forma y su material, los más comunes son de acero inoxidable o aluminio aeronáutico. Su función fundamental en este caso es la de servir como conector para la línea de vida. Es el modelo OK con seguro automático el empleado para esta función. Este equipo es extremadamente sensible a caídas y golpes fuertes por lo que de sufrir una caída de más de dos metros de altura o un golpe equivalente debe ser marcado y discontinuado su uso.

Partes del Mosquetón



Los cuidados para los mosquetones son:

- Lavar con agua tibia y jabón neutro, se puede usar cepillo, enjuagar con abundante agua.
- Secar en un lugar ventilado sin exposición directa al sol o fuego.
- Mantener libre de cargas externas durante su funcionamiento y almacenamiento
- Lubricación mínima en articulación y seguro, mantener el cuerpo del mosquetón libre de grasa

Los cuidados de seguridad para los mosquetones:

- Que el gatillo del mosquetón se mueva libremente sin obstrucciones
- El sistema de seguro (automático o rosca) debe estar limpio y funcionando correctamente.
- Las partes del mosquetón no deben tener excesivo desgaste o torcedura
- Que no haya sufrido caídas o golpes.

- Que se encuentre limpio y lubricado.

Línea de vida

La línea de vida es un elemento muy importante dentro de la cadena de seguridad pues su función es unir el punto de conexión del arnés al sistema de polea. Para operar con seguridad el canopy se utiliza obligatoriamente dos líneas de vida, la una de tamaño fijo y la otra regulable para posicionar dependiendo el tamaño de la persona que va a deslizarse por el cable. (Vertical, 2013)

Se une al punto de conexión del arnés por medio de un nudo de alondra y se lo retira únicamente para mantenimiento o verificación de la integridad de sus partes.

Las líneas de vida pueden ser: fijas y regulables.

Línea de Vida

Fija



Regulable



La colocación de la línea de vida al arnés se hace de la siguiente manera:

- Mediante nudo presilla de alondra al punto de conexión del arnés.
- Revisar que las cintas se encuentren libres de torceduras.
- Las costuras también deben estar libres de torceduras para que los hilos no reciban la carga en una posición forzada.
- En el caso de la línea de vida regulable fijarse de colocarla en el extremo correcto para que la hebilla se bloquee con la carga.

Casco

La utilización del casco es obligatoria para la operación del canopy pues este protege eficazmente la cabeza en caso de golpe y mantiene el cabello aislado para evitar que se enrede con la polea. Es necesario que se encuentre debidamente ajustado al contorno de la cabeza y las hebillas ajustadas. (Vertical, 2013)

Los cuidados que se deben tener con los cascos son los siguientes:

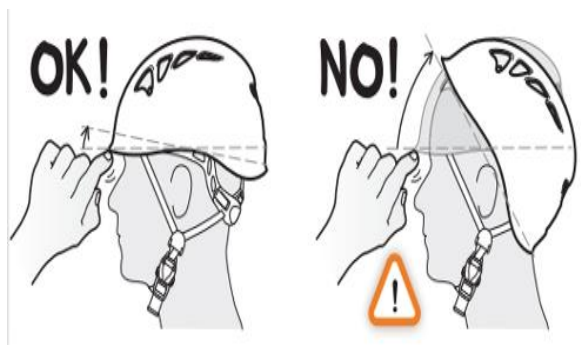
- Lavar con agua tibia y jabón neutro, se puede usar cepillo, enjuagar con abundante agua.
- Secar en un lugar ventilado sin exposición directa al sol o fuego.
- Mantener libre de cargas externas durante su funcionamiento y almacenamiento

Partes del Casco

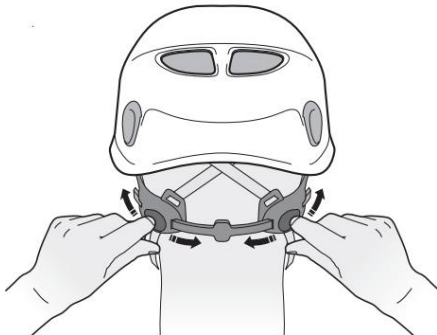


A continuación, se presenta la forma en la que se debe colocar el Casco:

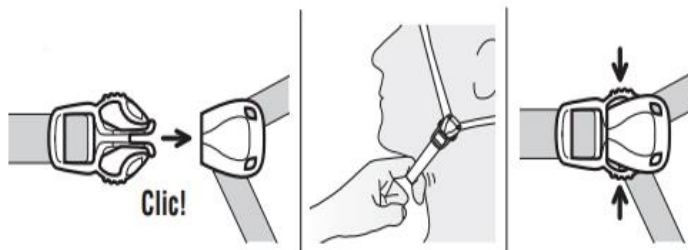
Inclinación del Casco



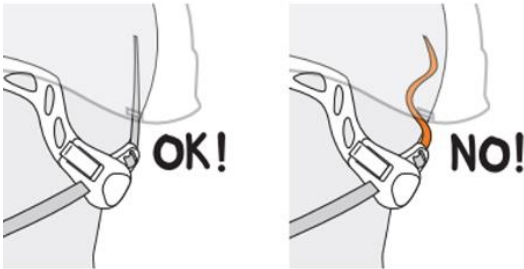
Regulación del contorno del casco



Cierre del barboquejo



Ajuste del contorno



El regulado en la hebilla de división nos permite adaptar el casco a los diferentes tamaños y formas de cabezas lo que añade un adicional de comodidad a su función básica que es la seguridad.

4.4.2 DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS

- ❖ **Recorrido por el pueblo y visita al museo histórico “Casa Fortín”:** Esta ruta está compuesta por un recorrido de 3 horas a lo largo del pueblo, para conocer su historia y los lugares más emblemáticos; se comienza desde el parque, frente la pequeña iglesia católica, dónde se les explicará a los visitantes, la singularidad de este pequeño pueblo y dónde conocerán todos los orígenes de su hermosa cultura y cada una de las actividades que se realizan dentro de la comunidad; se pasará levemente por el barrio La Sabaneta, pasando por la destilería “El buen gusto”, dónde se fabrica el famoso “Aguardiente Yuscarán”, visitando posteriormente el barrio El Calvario dónde los visitantes podrán algunas leyendas inigualables que han ido relatándose de generación en generación;

finalmente el recorrido concluye con la visita a “La Casa Fortín” lugar que representó significativamente la industria comercial de la zona, en el siglo pasado.

- ❖ **Visita a las minas:** Ese pasaje arqueológico es sin lugar a dudas, un punto fundamental para conocer de cerca a uno de los lugares que representó significativamente la actividad minera en Honduras, los visitantes podrán adentrarse en la profundidad de sus cuevas durante hora y media; podrán disfrutar del paisaje y escuchar todas las historias que emergen de este rincón lleno de increíbles aventuras de los antepasados.

- ❖ **Caminata hacia la Reserva Biológica Monserrat:** Los visitantes podrán disfrutar de este hermoso paraíso natural, durante 4 horas, en este tiempo, podrán conocer toda la diversidad que ofrece la zona y sin duda alguna se llevarán una experiencia maravillosa. Podrán conocer la historia de este patrimonio de la naturaleza y la importancia que tiene para Yuscarán y sus zonas aledañas. Los bosques de esta reserva biológica, están conformados por un bosque seco tropical, compuesto por árboles y arbustos pequeños, esclerófitos, y abundante vegetación graminoide herbácea. Muchas de las especies tienen espinas o cuerpos punzantes dando al ecosistema un carácter predominantemente espinoso. El bosque seco de las comunidades de Oropolí, El Tamarindo, El Rodeo, es uno de los bosques secos más extensos del país y menos estudiados, ya que no se hacen estudios serios en estos lugares, pero que contienen riqueza particular y gran diversidad. También está el bosque dominado por pino, y otras especies menores, como robles, liquidámbar, etc. Siendo más común el pino “ocote” *Pinus oocarpa*. Además,

encontramos el bosque de transición. Este es donde el bosque de pino se encuentra y une con el bosque nuboso. El bosque mixto se caracteriza por presentar especies aciculifoliadas (pinos) mezcladas con especies latifoliadas (hoja ancha). Entre las especies que se encuentran en este piso están *Pinus oocarpa* (ocote) y *Pinus maximinoi* (pinabe) igualmente, está el bosque nublado en las partes altas de las montañas y donde casi todo el año están cubiertos con neblina o lluvias. Con árboles latifoliados, coníferas o mixtos, de 20-30 m de altura.

- ❖ **Entrada al Centro Turístico:** dentro de este Centro Turístico, el visitante podrá disfrutar de piscinas, un ambiente sumamente agradable y familiar; tendrá acceso a los diferentes juegos dentro del lugar, podrá degustar de las deliciosas comidas del restaurante y si desea pasar la noche, tendrá la opción de hospedarse en una cómoda cabaña.

DEMANDA DEL CENTRO TURÍSTICO

	Población	433,428					
	Porcentaje de participación en el mercado	0.12%	0.12%				
	Participación en número de personas	380	95%	500			
	Datos estudio de mercado:				MENSUAL	ANUAL	
		Porcentaje	Total de personas (CI)	Total de personas (CR)	Utilidad esperada		
	Visitaría el Centro Turístico	94%	357				
	Tours	87%	311	331	L. 132,240.00	L. 1,586,880.00	
	Un precio de L. 400 por entrada	71%	221				
	Cabañas dentro de CT	92%	329				
	Cabañas con servicios básicos	46%	164				
1 al mes	Frecuencia con la que visitaría el CT	40%	143				0
2 al mes	Frecuencia con la que visitaría el CT	25%	89				
3 al año	Frecuencia con la que visitaría el CT	11%	39				
2 al año	Frecuencia con la que visitaría el CT	9%	32				
3 al mes	Frecuencia con la que visitaría el CT	6%	21				
3 al año +	Frecuencia con la que visitaría el CT	3%	11				
3 al mes +	Frecuencia con la que visitaría el CT	1%	4				
1 al año	Frecuencia con la que visitaría el CT	5%	18		0		
Fines de semana	Momento en que visitaría el CT	93%	332				
	Personas con las que viajaría	6	1984	198360			

							Entrada	
							Piscina	
							Juegos	
					L.	110.00		
ENTRADA DE PERSONAS								
	Frecuencia con la que visitaría el CT	No. De personas	Personas que acompañarían a miembros	Total personas	Total		Ganancia anual	L. 6,386,525.64
	1 al mes	142.88	4	571.52	L.	62,867.20	Tours	1,586,880.00
	2 al mes	89.3	4	357.2		39,292.00	Cabañas	4,078,223.84
	3 al año	39.292	4	157.168		17,288.48	Entrada	163,061.80
	2 al año	32.148	5	160.74		17,681.40	Restaurante	360,000.00
	3 al mes	21.432	4	85.728		9,430.08		
	3 al año +	10.716	4	42.864		4,715.04		
	3 al mes +	3.572	5	17.86		1,964.60		
	1 al año	17.86	5	89.3		9,823.00		
	TOTAL	357.2	4		L.	163,061.80		
Cabañas								
		2 personas	4 personas	6 personas				
30% desc	Miembros	L. 379,560.72	L. 517,582.80	L. 782,125.12				
	Acompañantes	542,229.60	739,404.00	1,117,321.60				
		L. 921,790.32	L. 1,256,986.80	L. 1,899,446.72				

4.4.3 PLAN DE CAPACITACIONES

Al presentar un proyecto de formación y capacitación del sector turismo se debe considerar el plan académico o secuencia de actividades de aprendizaje y evaluación con sus respectivos objetivos, conocimientos, prácticas, valores, estrategias, recursos y cronograma de ejecución, entre otros. (INATUR, 2014)

Elementos que integran un proyecto educativo para el sector turismo:

Al presentar un proyecto de formación y capacitación del sector turismo se debe considerar el plan académico o secuencia de actividades de aprendizaje y evaluación con sus respectivos objetivos, conocimientos, prácticas, valores, estrategias, recursos y cronograma de ejecución, entre otros. (INATUR, 2014)

- **Objetivos:** Lo que se aspira alcanzar en términos de capacidades, expresados en conocimientos, prácticas y valores.
- **Conocimientos:** Conceptos, leyes y teorías relacionadas con el sector turístico, en sus distintas áreas, que serán objeto de intercambio entre los participantes, facilitadores y otros sectores como parte del proceso formativo.
- **Prácticas:** El “saber hacer” mediante actividades en colectivo que propicien las acciones transformadoras para el disfrute del turismo por la población y el mejoramiento del desempeño de los prestadores de servicio. Ejemplo: diseño de rutas turísticas, elaboración de material histórico promocional de la región, entre otros.
- **Valores:** Solidaridad, identidad, respeto a la naturaleza, reciprocidad y equidad.

- **Estrategias:** Técnicas de aprendizaje que deben ser inclusivas, participativas y experienciales. Ejemplo: Mesas de reflexión, salidas de campo, ejercicios prácticos.
- **Recursos:** Materiales de apoyo que se utilizarán para lograr un mejor intercambio de aprendizajes. Ejemplo: material audiovisual, papelógrafo, herramientas de trabajo, etc.
- **Audiencia:** Participantes de la actividad de formación y capacitación que se realizará mediante la ejecución del proyecto educativo presentado. En este punto se debe especificar el número de personas con sus características individuales y laborales (sexo, edad, grado educativo, organización social a la cual pertenece, ocupación, años de experiencia)
- **Facilitadores:** Las personas que dada su experiencia, saberes y conocimientos se constituyen en guías de la actividad de aprendizaje. Deberá presentarse hoja de vida y soportes necesarios y pertenecer a la Red de Facilitadores Inatur.
- **Alcance:** Especificación de los conocimientos, prácticas y valores que integran el plan de aprendizaje a ser intercambiados por los participantes, facilitadores y otros integrantes de las comunidades durante la ejecución del proyecto. Contiene los lapsos previstos para el desarrollo de las actividades de aprendizaje: número de horas académicas, número de horas de actividades de campo o de prácticas correspondientes con la actividad formativa, número de jornadas, talleres o encuentros. (INATUR, 2014)

Se desarrollará un plan exhaustivo de capacitaciones, para el personal del comité cultural, ya que ellos son los encargados de poner en práctica todas las ideas que tengan que ver con tema de turismo, es por ello que el enfoque máximo en capacitaciones, debe de ir dirigido a este personal, puesto que son los que estarán en contacto más directo con los visitantes al lugar.

4.4.4 CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO

Es importante tener la infraestructura necesaria para poder atender a todas las personas que visitarán Yuscarán, actualmente las opciones son realmente limitadas, por lo que se plantea la creación de un centro turístico donde existan cabañas, restaurantes y todas las condiciones propicias, para poder brindar la mejor atención a los turistas.

Costo Total de Construcción			COSTO TOTAL DEL EDIFICIO		
No	Objeto a construir	Costo Total	No.	Concepto	Costo
1	Piscina Niños	L. 1,577,564.07	1	Construcción del club	L. 4,332,372.13
2	Piscina Adultos	2,005,348.42	2	Planos y presupuesto	10,000.00
3	kiosco	20,126.65	3	Instalaciones	6,330.00
4	Restaurante	53,630.74	4	Retoques de construcción	66,187.51
5	Cabañas	251,444.50	5	Mano de obra	1,085,376.40
6	Muro Perimetral	424,257.75		TOTAL	L. 5,500,266.04
7	Mano de obra	1,085,376.40			
8	Bodega	9,133.48			
9	Instalación eléctrica	3,300.00			
10	Instalación Agua	1,514.00			
11	Instalación Teléfono	1,516.00			
12	Planos y presupuesto	10,000.00			
13	Terreno	4,500,000.00			
14	Acondicionamiento	432,799.12			
15	Retoques de construcción	66,187.51			
	TOTAL	L. 10,442,198.64			

PUBLICIDAD				
No	Item	No. De días	Precio	Valor Total
1	1er año	90	L. 10,752.00	L. 967,680.00
2	2do año	85	11,346.94	964,490.24
3	3er año	80	11,974.81	957,984.66
4	4to año	75	12,637.41	947,806.07
5	5to año	70	13,336.68	933,567.92
Total				L. 4,771,528.89

MATERIAL DE ASEO				
No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Papel Higiénico	5	L. 90.00	L. 450.00
2	Jabón antibacterial	15	20.00	300.00
3	Escobas	10	38.70	387.00
4	Trapeadores	10	53.50	535.00
5	Cloro	10	58.60	586.00
6	Azintín	10	90.75	907.50
Total limpieza				L. 3,165.50

ACONDICIONAMIENTO DE PISCINAS				
No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	kit ph, cloro y antialga	2	L. 994.50	L. 1,989.00
2	Bomba, filtro y depuradora	2	13447.85	26,895.70
Total Mantenimiento piscinas				28,884.70

EQUIPO JUEGOS EXTREMOS				
No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arnés	6	L. 1,375.22	L. 8,251.32
2	Muro de escalada	1	4,246.81	4,246.81
3	Guantes	6	291.41	1748.46
4	Cuerda	2	1130.00	2260.00
5	Cama elástica	2	13000.00	26000.00
6	Casco	6	1063.00	6378.00
7	Descensor	2	2000.00	4000.00
8	Moquetones	6	550.00	3300.00
9	Bandas elásticas	8	885.00	7080.00
TOTAL				L. 63,264.59

MATERIAL DE OFICINA				
No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Resma de Papel Bond	3	L. 100.00	L. 300.00
2	Lápices (Docena)	3	26.80	80.40
3	Grapadora	10	70.18	701.80
4	Sello y tinta	6	300.00	1800.00
5	Tinta para impresora	12	125.00	1500.00
6	Folders	30	74.85	2,245.50
TOTAL				L. 6,627.70

MOBILIARIO PARA CABAÑAS				
No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Camas	23	L. 1,687.50	L. 38,812.50
2	Televisión	10	5,490.00	54,900.00
3	Refrigeradora	10	5,320.00	53,200.00
4	Sillones	10	3,964.00	39,640.00
5	Mesita de noche	23	1,076.83	24,767.09
6	Sillas	20	3,580.00	71,600.00
TOTAL				L. 282,919.59

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA				
No	Item	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Computadoras	8	L. 7,500.00	L. 60,000.00
2	Teléfonos	11	1,432.32	15,755.52
3	Escritorios	14	2,038.00	28,532.00
4	Sillas ejecutivas	15	1,600.00	24,000.00
5	Impresoras	8	995.00	7960.00
6	Oasis	5	250.00	1250.00
7	Archivos	4	3958.90	15835.60
8	Microondas	4	1890.00	7560.00
9	Laptop	1	6990.00	6990.00
10	Data Show	1	2320.00	2320.00
11	Mesa para juntas	1	7490.00	7490.00
12	Aire acondicionado	2	10400.00	20800.00
TOTAL				L. 198,493.12

	Mensual	Cada 6 meses	Anual
Mensual			
Mensual	L. 2,625.90	L. 2,201.80	L. 1,800.00
6 meses			
1 año			
6 meses			
Mensual			

4.4.5 ARTICULOS PROMOCIONALES

Se producirán y comercializarán, artículos personales con representación de marca de Yuscarán, los cuales podrán ser adquiridos por el público en general, con la finalidad, de que la gente se sienta identificada con el lugar.





4.4.6 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Se desarrollarán alianzas estratégicas con empresas dedicadas al rubro de turismo, ya que ellos podrían contribuir con la parte de marketing y a su vez, podrían aportar directamente con un tráfico fluido de personas en la zona, ya que realmente eso es lo que se busca con la implementación del proyecto.

Se comenzará con una tour operadora de nivel medio, llamada Mayeh Tours, esta empresa, está comprometida con el desarrollo turístico y económico de los Municipios de Honduras, es por ello, que brinda su apoyo incondicional, para poder aplicar un plan estratégico y dar a conocer no solamente a Honduras, sino al mundo, las maravillas que se encuentran ocultas en Yuscarán.

5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A continuación, se describen las conclusiones y recomendaciones de la aplicación y resultados obtenidos de la investigación.

5.1 CONCLUSIONES

1. Mediante la aplicabilidad del instrumento de medición, se logró identificar el mercado al cual se dirige el plan estratégico para el Desarrollo Turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso; hay un número considerable de personas que están dispuestas a realizar actividades de turismo en la zona, la mayor parte de la muestra de encuestados, respondió de manera positiva, con la propuesta, así que podría existir inicialmente una buena demanda.
2. Dentro del plan estratégico, se logró identificar las distintas leyes y lineamientos que debe de tener en cuenta el Proyecto al momento de la puesta en marcha; sin la directriz de estas normas, no se podría cumplir con los requisitos de la propuesta.
3. Se puede validar por medio del Bechmarking, que Yuscarán cuenta con atractivos naturales similares a los que hay en ciertos municipios que han logrado desarrollarse en materia turística, falta inversión en infraestructura para acondicionar los locales y poder recibir de la manera adecuada a los visitantes, así como se logró hacer en Valle de Ángeles o Santa Lucía.
4. Actualmente Yuscarán no cuenta con la infraestructura necesaria para poder recibir a un gran número de visitantes, tiene la ventaja innegable de su ubicación estratégica; y es muy

interesante la propuesta de crear un Centro Turístico que venga a solventar las necesidades de capacidad instalada para atender eficientemente a los turistas.

5. La organización del personal encargado de llevar a cabo las diversas actividades del proyecto, se logró definir sin ningún problema, debido a que ya se contaba con el talento humano, solamente se desarrolló un plan de capacitaciones en materia de turismo, que es básicamente lo nuevo que se vendría a implementar dentro del Comité Cultural ya existente.
6. Se presentaron estados financieros que apoyan el plan estratégico y arrojan información sumamente importante para incentivar a que los pobladores puedan invertir en el proyecto y que ellos mismos generen las condiciones propicias para que Yuscarán pueda reconocerse como un lugar turístico dentro del país, invirtiendo en lugares para que los visitantes se puedan hospedar, comer y pasar un tiempo agradable durante su estadía.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Mediante un factor muy importante como es, la disposición de los visitantes para poder realizar actividades turísticas dentro de Yuscarán, se presenta la posibilidad latente de que este mercado potencial puede crecer, por lo que se recomienda que a través de la implementación de estrategias efectivas de mercado, se logre fomentar el desarrollo de los mismos habitantes, abriendo nuevas opciones de restaurantes, hoteles, artesanías y diversas actividades que son atractivas para los turistas y de esta manera, mantener una fuerte demanda de visitantes.

2. Puesto que el análisis realizado a otros sitios con más trayectoria dentro del rubro del turismo, nos indica que no hay condiciones de infraestructura necesarias para recibir una fuerte

demanda de visitantes en Yuscarán, así como la hay en Valle de Ángeles o Santa Lucía, es necesario crear alianzas estratégicas con empresas dedicadas a realizar excursiones turísticas, donde ya vaya todo incluido y anticipadamente se prevea todo, para poder darle la mejor atención a las personas que visiten el municipio y no se lleven una mala experiencia, por falta de locales para comer o donde dormir.

3. Una de las principales recomendaciones, es implementar en Canopy en la reserva biológica de Monserrat, ya que el espacio es adecuado para realizar este tipo de actividades de aventura y en la actualidad, las zonas que ofrecen un Canopy dentro de sus atractivos, están teniendo una fuerte demanda de visitantes.

4. Se recomienda a la municipalidad, que busque los medios necesarios, para conseguir capital semilla y que las personas interesadas en abrir sus propios negocios, tengan una opción factible y viable, para poder emprender sus ideas y de esta manera generar recursos económicos que activen positivamente la economía de Yuscarán.

6 BIBLIOGRAFIA:

(2005). En Y. y. Weinbach, *Elaboración del marco teórico: revisión de la literatura y perspectiva teórica*.

CANATURH. (2013). Análisis de la Economía Turística.

CANATURH. (2013). *ANÁLISIS DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA HONDUREÑA*. Tegucigalpa.

Fides, S. (12 de Agosto de 2012). Explotan el potencial turístico de Yuscarán.

Hondudiario. (2018). Turismo.

MARKETING TURÍSTICO. P. Kotler, J. Bowen, J. Makens, J.G. De Madariaga, J. Flores Zamora. Capítulos 1 y 2.

Honduras, E. (2018). *Eco Honduras*.

IHT. (2016). *EL PARAISO*.

BOULLON, R.(1998). Marketing Turístico. Una Perspectiva desde la Planificación. Editorial Librerías Turísticas.

(2014). *Intituto Nacional de Estadísticas*.

Organización Mundial de Turismo. (2017).

PMBOK. (2008). *FUNDAMENTOS PARA LA DIRECCIÓN DE PROYECTOS*. PMI.

TIPS, H. (2017). TURISMO INTERNO.

Fonseca-Morales, M. A. Punta Mita en la dinámica del desarrollo turístico regional. El Periplo Sustentable. México: Universidad Autónoma del Estado de México, enero/junio 2009, núm. 16 . [ISSN: 1870-9036].

XplorHonduras. (2018). *XplorHonduras*.

Vargas Hernández, José Guadalupe. (2008). Análisis crítico de las teorías del desarrollo económico. En Revista *Economía, Gestión y Desarrollo*. No. 6, Diciembre, Colombia, pp. 109-131

XplorHonduras. (2018). Historia de Yuscarán.

XplorHonduras. (2018). Yuscaran, El Paraiso. *XplorHonduras*.

Kotler, P., & Gary, A. (1998). *Fundamentos de mercadotecnia* (Cuarta Edición). México: Prentice- Hall.

Porter, M. (1995). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitions*. Estados Unidos: Austin, TX, Estados Unidos: Simon & Schuster,.

Betancur, G. (1993). La Teoría del Desarrollo Económico en Schumpeter. En: Lecturas de Economía, *Marx, Keynes y Schumpeter*. Medellín:Universidad de Antioquia.

7 ANEXOS



7.1 ENCUESTA

Buen día, mi nombre es Mirian Iveth Díaz Chávez, estudiante de la Universidad Tecnológica Centroamérica (UNITEC), cursando un Postgrado en Administración de Proyectos; actualmente estoy elaborando un estudio acerca de la pre-factibilidad de implementar proyectos que incentiven el Desarrollo Turístico en la comunidad de Yuscarán, El Paraíso.

Nombre: _____ Edad: _____
Ocupación: _____ Sexo: _____

1. **¿Realiza usted turismo interno (Visitas a lugares dentro del país)?**
Sí _____ No _____

2. **¿Qué tipo de turismo prefiere realizar? (Puede seleccionar más de una)**
 - a. Turismo de aventura
 - b. Turismo de sol y playa
 - c. Turismo colonial
 - d. Turismo arqueológico
 - e. Ecoturismo
 - f. Turismo urbano

3. **¿Con qué frecuencia hace turismo?**
 - a. Cada fin de semana
 - b. Una vez al mes
 - c. Dos veces al año
 - d. Una vez al año
 - e. Otra Especifique: _____

4. **Cuando realiza actividades turísticas, normalmente lo hace:**
 - a. Solo
 - b. Con amigos
 - c. Con familia

5. **¿Qué tan lejos está dispuesto a recorrer, para poder hacer turismo?**
 - a. 0 - 50km
 - b. 51 - 100km
 - c. 101 o más

6. **¿Normalmente cuánto invierte, cada vez que sale de su ciudad para visitar otros lugares de Honduras?**
 - a. L 0.00 – L 200.00

- b. L 201.00 – L 500.00
- c. L 501.00 – L 1,000.00
- d. L1,001.00 o más

7. ¿Alguna vez ha escuchado hablar del Municipio de Yuscarán?

Sí _____ No _____

(Si su respuesta es afirmativa, comente: ¿Qué ha escuchado acerca de este lugar?)

8. ¿Sabía que en Yuscarán puede hacer Turismo de Aventura, Colonial y Ecoturismo?

Sí _____ No _____

9. ¿Sabía que Yuscarán está ubicado a tan solo 67km de Tegucigalpa?

Sí _____ No _____

10. Yuscarán cuenta con museos, minas, hermosas cascadas y una arquitectura tipo colonial; ¿Le gustaría poder visitar este lugar?

Sí _____ No _____

(Si su respuesta es No, fin de la encuesta)

11. ¿Qué tipo de actividades preferiría realizar en Yuscarán? (Puede seleccionar varias)

- a. Caminata hacia la cascada
- b. Recorrido por el pueblo y los museos
- c. Visita a la famosa fábrica de aguardiente “Yuscarán”
- d. Canopy
- e. Visita a piscinas
- f. Otro

Especifique: _____

12. ¿Por cuánto tiempo visitaría el lugar?

- a. Horas ¿Cuántas? _____
- b. Días ¿Cuántos? _____

13. ¿En qué días le gustaría realizar su visita a Yuscarán?

- a. Entre semana (lunes – viernes)
- b. Fin de semana (sábado y domingo)

14. ¿Qué tipo de transporte utilizaría para movilizarse hasta el lugar?

- a. Publico
- b. Propio

15. ¿Qué tan probable es, que usted visite próximamente Yuscarán?

- a. Poco probable
- b. Probable
- c. Muy probable

7.2 APROBACIÓN DEL DOCUMENTO

