



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA DE APRENDIZAJE DE
ESPAÑOL Y CULTURA LOCAL**

SUSTENTADO POR:

**FERNANDO GUSTAVO ZEPEDA RAMIREZ / JOSE EDUARDO
WEDDLE MENDOZA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TITULO DE
MASTER EN FINANZAS / MASTER EN ADMINISTRACION DE
PROYECTOS**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZAN, HONDURAS

ENERO, 2015

UNIVERSIDAD TECNOLOGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTINEZ

VICERRECTOR ACADEMICO

MARLON BREVE REYES

VICERRECTORA CAMPUS SPS

ANA LOURDES LAFFITE

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

DESIREE TEJADA

**IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA DE APRENDIZAJE DE
ESPAÑOL Y CULTURA LOCAL**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS**

**EXIGIDOS PARA OPTAR AL TITULO DE
MASTER EN FINANZAS / MASTER EN ADMINISTRACION DE
PROYECTOS**

ASESOR METODOLOGICO

ANA MARGARITA MAIER ACOSTA

ASESOR TEMATICO

DUNIA SUYAPA URQUIA GIRON

MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISION EVALUADORA):

GUILLERMO FIALLOS

CINTHIA CANO

PATRICIA VILLALTA



FACULTAD DE POSTGRADO

IMPLEMENTACION DEL PROGRAMA DE APRENDIZAJE DE ESPAÑOL Y CULTURA LOCAL

AUTORES:

Fernando Gustavo Zepeda Ramírez / José Eduardo Weddle Mendoza

Resumen

El presente trabajo fue desarrollado para determinar y analizar la oportunidad de negocios que puede representar invertir en el subsector del Turismo Académico en Honduras. La investigación tuvo como objetivo determinar la pre factibilidad de la implementación de un Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local en el Caribe de Honduras, particularmente en el municipio de Tela.

El Programa es una oportunidad de inversión en Turismo Académico que ofrecerá servicios de enseñanza de español como segunda lengua con opción a hotelería y paquetes turísticos de la zona. Los métodos y enfoques utilizados para la investigación, fueron: entrevistas, encuestas y análisis FODA. En conclusión y el resultado del estudio técnico, de mercado y el financiero se determina que en el Municipio de Tela resulta factible invertir en un hotel que cuente con un programa de enseñanza de español como segunda lengua con opción a diferentes actividades turísticas e inmersión cultural.

Palabras clave: Aprendizaje de Español, Cultura Local, Programa, Segunda Lengua, Turismo Académico.



SPANISH LEARNING PROGRAM DEVELOPMENT

BY:

Fernando Gustavo Zepeda Ramírez / José Eduardo Weddle Mendoza

Abstract

This paper was developed for determining and study the opportunity to invest on Academic Tourism business in Honduras. The research aimed to determine the prefeasibility study of a Certified Spanish Learning as a second Language Program Development in the Honduran Caribbean, particularly in the community of Tela.

The program is an investing opportunity focused on Academic Tourism that provide services such as teaching Spanish as a second language with hotel service and different activities of tourism. The methods and approaches used for research were: interviews, surveys and SWOT analysis. In conclusion, the stumps of the technical, market and financial research determined that the community of Tela is feasible to invest in a hotel that has a Spanish as a second language learning program that owns various tourist activities and cultural immersion .

Keywords: Spanish Learning, Local Culture, Certified Program, Second Language, Academic Tourism.

DEDICATORIA

Queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a todas las personas que hicieron posible culminar esta nueva etapa educativa y logro académico. Profundamente agradecemos a esas personas, que siempre estuvieron listas para brindarnos su apoyo, ahora nos toca retribuir su aporte brindado para la culminación de nuestra tesis de Maestría. Con todo nuestro afecto está tesis es dedicada a: Fernando Gustavo Zepeda Boquín, Belinda Rosa Ramírez Moreno, Carlos Weddle Calderón, Suyapa Mendoza Bustamente, María Fernanda Clark y a Alejandro Rivera Lagos.

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios, muchas gracias por bendecir nuestras vidas al darnos la oportunidad de poder llegar hasta donde hemos llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

Nuestro mayor agradecimiento a nuestra asesora metodológica Licenciada Ana Margarita Maier Acosta a quien con sus conocimientos, experiencia, paciencia y su motivación ha logrado a que podamos culminar nuestros estudios de post-grado de forma exitosa. A su vez nos gustaría agradecer a cada uno de los catedráticos que durante toda nuestra carrera profesional aportaron con su conocimiento a mi formación intelectual y profesional.

De la misma manera agradecemos a nuestro asesor temático Arquitecto Dunia Suyapa Urquia por el apoyo y asesoría que me brindó en la investigación desarrollada, para nuestra tesis de postgrado.

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION.....	1
1.1 INTRODUCCION	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA	7
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA	7
1.3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA	7
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION	7
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	8
1.4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	8
1.5 JUSTIFICACION	9
CAPITULO II. MARCO TEORICO	11
2.1 CONCEPTOS/CONCEPTUALIZACION Y DEFINICIONES BASICAS	11
2.1.1 SEGUNDA LENGUA	11
2.1.2 APRENDIZAJE DE UNA SEGUNDA LENGUA	11
2.1.3 ADQUISICION DE SEGUNDA LENGUA	11
2.1.4 CULTURA	12
2.1.5 INTERCAMBIO CULTURAL.....	13
2.1.6 TURISMO ACADEMICO	13
2.1.7 TURISMO IDIOMATICO.....	14
2.1.8 INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO.....	14
2.1.9 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	14
2.1.10 PROGRAMA DE DESARROLLO	14
2.1.11 ALIANZA ESTRATEGICA	14
2.1.12 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC) ..	15
2.1.13 LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES	16
2.1.14 CONCEPTUALIZACION	16
2.1.15 CERTIFICACION.....	17
2.1.16 DIPLOMADO.....	17
2.1.15 CURSO	17

2.2 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	18
2.2.1 MACRO ENTORNO	18
2.2.2 MICRO ENTORNO.....	19
2.3 INSTRUMENTOS	29
2.3.1 ENCUESTA	29
2.3.2 ENTREVISTA	29
2.3.3 OBSERVACION	29
CAPITULO III. METODOLOGIA	30
3.1 CONGRUENCIA METODOLOGICA.....	30
3.1.1 MATRIZ METODOLOGICA	30
3.1.2 DEFINICION OPERACIONAL DE VARIABLES	32
3.2 ENFOQUE Y METODOS	35
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	36
3.3.1 UNIDAD DE ANALISIS.....	37
3.3.2 POBLACION.....	38
3.3.3 MUESTRA	38
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA	39
3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	39
3.5 FUENTES DE INFORMACION	40
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS	40
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	40
3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	40
CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANALISIS	41
4.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO.....	41
4.2 DEFINICION DEL MODELO DE NEGOCIOS	45
4.3 FACTORES CRITICOS DE RIESGO	48
4.4 MITIGACION DE RIESGOS	49
4.5 ESTUDIO DE MERCADO	50
4.5.1 ANALISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA	63
4.5.2 ANALISIS DEL CONSUMIDOR.....	66

4.5.3 ESTIMACION DE LAS TENDENCIAS DEL MERCADO	66
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS	68
4.5.5 FACTORES AMBIENTALES	69
4.6 PLANIFICACION ORGANIZACIONAL	69
4.7 ESTUDIO DE FINANCIERO.....	70
4.7.1 ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	81
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
CAPITULO VI. APLICABILIDAD	87
BIBLIOGRAFIA.....	93
APENDICES.....	97

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. MATRIZ METODOLÓGICA.....	30
TABLA 2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	34
TABLA 3. CALCULO DE LA POBLACIÓN	38
TABLA 4. ESTRUCTURA DE PAQUETES DE LAS CLASES DE ESPAÑOL.....	41
TABLA 5. ESTRUCTURA DE OPCIONES DE ESTADÍA POR HABITACIÓN EN EL HOTEL DEL PROGRAMA.....	42
TABLA 6. ESTRUCTURA DE TARIFAS DE LAS ESTADÍAS POR DÍA POR PERSONA	42
TABLA 7. OPCIONES TURÍSTICAS DE PLAYA DE LA ZONA	43
TABLA 8. OPCIONES DE TURISMO ECOLÓGICO DE LA ZONA	44
TABLA 9. ANALISIS FODA	48
TABLA 10. MITIGACION DE RIESGOS.....	49
TABLA 11. CANTIDAD DE TURISTAS QUE VISITARON CENTROAMERICA POR PAIS DE DESTINO	64
TABLA 12. CANTIDAD DE ESCUELAS DE ESPAÑOL COMO SEGUNDA EN PAISES DE HABLA HISPANA	65
TABLA 13. FINANCIAMIENTO.....	70
TABLA 14. COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES	71
TABLA 15. SALARIOS Y SUELDOS MENSUALES.....	71
TABLA 16. PRECIOS POR DIA DE HABITACION Y DORMITORIOS.....	72
TABLA 17. PRECIOS POR PERSONA EN ESTADIA.....	73
TABLA 18. INGRESOS	74
TABLA 19. FINANCIAMIENTO BANCARIO	75
TABLA 20. ESTADO DE RESULTADOS	75
TABLA 21. FLUJO DE CAJA.....	77
TABLA 22. INVERSIONES.....	78
TABLA 23. DEPRECIACION DE INVERSIONES.....	78
TABLA 24. INVERSION EN MOBILIARIO.....	78
TABLA 25. INVERSION EN EQUIPO RECREATIVO	79

TABLA 26. INVERSION EN EQUIPO DE TRANSPORTE	79
TABLA 27. INVERSION EN EQUIPO DE OFICINA	80
TABLA 28. ESCENARIO OPTIMISTA CON AUMENTO DEL 20% DEL PRECIO	81
TABLA 29. ESCENARIO NEUTRO SIN AUMENTO O DISMINUCION DE PRECIO.....	82
TABLA 30. ESCENARIO PESIMISTA CON DISMINICION DEL 20% DEL PRECIO.....	83
TABLA 31. FINANCIAMIENTO.....	87
TABLA 32. INVERSIONES.....	87
TABLA 33. ESTADO DE RESULTADOS	89
TABLA 34. FLUJO DE EFECTIVO	90
TABLA 35. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	91

INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. DIAGRAMA DE VARIABLES.....	33
ILUSTRACIÓN 2. ECUACIÓN PARA CALCULO DE MUESTRA.....	39
ILUSTRACIÓN 3. PUNTA SAL, KAYAKING EN PUNTA IZOPO, CAYOS COCHINOS	44
ILUSTRACIÓN 4. JARDÍN BOTÁNICO LANCETILLA Y ECO FINCA SAN SILVESTRE	44
ILUSTRACIÓN 5. MODELO DE NEGOCIOS	47
ILUSTRACIÓN 6. RESPUESTAS PREGUNTA 1	51
ILUSTRACIÓN 7. RESPUESTAS PREGUNTA 2.....	52
ILUSTRACIÓN 8. RESPUESTAS PREGUNTA 3.....	53
ILUSTRACIÓN 9. RESPUESTAS PREGUNTA 4.....	54
ILUSTRACIÓN 10. RESPUESTAS PREGUNTA 5.....	55
ILUSTRACIÓN 11. RESPUESTAS PREGUNTA 6.....	56
ILUSTRACIÓN 12. RESPUESTAS PREGUNTA 7.....	57
ILUSTRACIÓN 13. RESPUESTAS PREGUNTA 8.....	58
ILUSTRACIÓN 14. RESPUESTAS PREGUNTA 10.....	59
ILUSTRACIÓN 15. RESPUESTAS PREGUNTA 11.....	60
ILUSTRACIÓN 16. RESPUESTAS PREGUNTA 12	62
ILUSTRACIÓN 17. INGRESOS POR TURISMO POR REGION AÑO 2013.....	63
ILUSTRACIÓN 18. CANTIDAD DE TURISTAS QUE VISITARON HONDURAS EN LOS ULTIMOS 5 AÑOS	64
ILUSTRACIÓN 19. ENTRADA DE TURISTAS A NIVEL MUNDIAL	67
ILUSTRACIÓN 20. CRECIMIENTO INTERANUAL DE ENTREGADA DE TURISTAS INTERANUALES AÑOS 2011-2012, 2012-2013 POR REGIÓN	67
ILUSTRACIÓN 20. CANTIDAD Y VARIACIÓN PORCENTUAL DE INGRESO DE TURISTAS INTERNACIONALES A HONDURAS EN LOS ULTIMOS 5 AÑOS (MILES)	68
ILUSTRACIÓN 21. ORGANIGRAMA	70

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

El Programa de Aprendizaje de Español y Cultura Local es una alternativa académica en la que los estudiantes o turistas extranjeros pueden aprender español como segunda lengua de manera inmersiva en la cultura local. La interacción de los estudiantes con la comunidad local como fin didáctico y pedagógico logra que la práctica de la nueva lengua sea más eficiente y se generen nuevas oportunidades de desarrollo de Turismo Académico, por lo que los conceptos de español, turismo y cultura se complementan para ofrecer un servicio que sea interesante, atractivo y diferente.

El Turismo Académico es una actividad que en la actualidad no es aprovechada en Honduras como estrategia de atracción turística, sin embargo en países de la región centroamericana como Guatemala, Nicaragua y Costa Rica si tiene representación significativa dentro sus diferentes opciones turísticas. Considerando la aceptación que han tenido los diferentes centros de enseñanza de la región, el atractivo turístico y la ubicación estratégica del municipio de Tela y las marcadas limitantes de los centros de enseñanza de español como segunda lengua en Honduras hacen que el Programa de Español y Cultura Local sea una oportunidad de negocios con valor agregado.

El Aprendizaje de Español como segunda lengua complementado con el tema Turístico y Cultural hace que el estudiantado y los clientes lo consideren no solo como una experiencia académica de intercambio cultural sino como una experiencia de vida en jóvenes que buscan adquirir nuevos conocimientos para su desarrollo personal.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Honduras es un país que cuenta con una extensión territorial que abarca desde el caribe Atlántico hasta el Pacífico. Considerando lo anterior la población Hondureña al año 2013 fue de 8,555,070 personas (Instituto Nacional de Estadística Honduras, 2014).

El Instituto Hondureño de Turismo (2014) describe las actividades propias relacionadas con el turismo en 6 categorías:

1. Playas y Arrecifes
2. Arqueología
3. Ciudades Coloniales
4. Naturaleza y Aventura
5. Culturas Vivas
6. Ciudades Modernas

Entre las categorías más atractivas al público extranjero, hemos concluido como turistas internos y conocedores del país que se pueden resaltar las siguientes áreas:

1. Playas y Arrecifes: Honduras cuenta con tres zonas de playas importantes; dos en el Caribe y una tercera en el Océano Pacífico. Las playas más interesantes son las que están en las Islas de la Bahía, en el Mar Caribe, el mismo que ocupa el litoral norte del país. En el sur, cuenta con el Golfo de Fonseca, salida natural al Pacífico. En la zona del Caribe se cuenta con la primera barrera coral más grande de América, esto la convierte en un inmenso atractivo a los aficionados por el buceo y el snorkel; considerando que en los cientos de playas que se tiene puede encontrar escuelas de buceo profesionales que los pueden guiar en las inmersiones que se deseen.

2. Arqueología: Honduras fue punto fundamental de confluencia entre el área cultural conocida como Mesoamérica. Figuran los sitios mayas y de manera especial El Parque Arqueológico de Copán, nombrado patrimonio Mundial por la UNESCO en 1980.

Este es uno de los sitios del Mundo Maya mejor preservados y su complemento son el Parque Arqueológico de El Puente que está considerado el segundo más importante en Honduras.

El Museo de la Escultura Maya en Copán, por ejemplo, alberga 3 mil piezas y entre ellas se destaca la impresionante réplica a escala natural del Templo Rosalila, descubierto bajo la estructura 16 en perfecto estado y que da a los visitantes una idea muy clara de cómo se veía Copan durante su era de esplendor (Instituto Hondureño de Turismo, 2014).

3. Naturaleza y Aventura: Honduras cuenta con recursos naturales ilimitados entre los que encontramos 15 parques nacionales, 2 reservas de biosfera y 10 reservas biológicas que protegen más de 200 especies de aves indígenas y más de 20 grandes mamíferos que habitan en los bosques. Entre los más inexplorados y extraordinarios parques nacionales está Pico Bonito, ubicado a 3 kilómetros de La Ceiba en la costa caribeña.

En las 107 áreas protegidas con que cuenta el país, lo que representa un 22 % del territorio nacional al cuidado de entes oficiales y organizaciones no gubernamentales, 30 de ellas tienen un rico potencial eco turístico que se va desarrollando progresivamente, con la finalidad de ser aprovechado sin generar daño a los sistemas naturales y culturales. Entre los lugares más notables se pueden mencionar Pico Bonito y el Rio Cangrejal en La Ceiba, famoso por contar con niveles 2,3 y 4 de White Water Rafting. Se cuenta con refugios de vida silvestre como Cuero y Salado, Parque Nacional Punta Sal, Parque Nacional Punta Izopo y el Jardín Botánico Lancetilla.

En base a la información arriba expuesta el caribe Hondureño cuenta con un amplio potencial de desarrollo y crecimiento socioeconómico fomentado por la inversión nacional y extranjera que ha venido a darle un auge a la zona.

Según el Boletín de Estadística Turística (2013), el motivo de viaje con mayor porcentaje del Turista Receptor es visitar sitios arqueológicos 23.1%, visitar las playas con un 19.3% y bucear con un 11.6% (p. 23). De igual manera los perfiles de los Turistas que más visitan Honduras esta entre las edades de 25 y 44 años con un 51% (P. 22).

Honduras es un país en vías de desarrollo con una riqueza cultural extensa. Cuenta con programas de intercambio cultural y educacional tales como American Field Service (AFS), International Cultural Youth Exchange (ICYE) y el Programa EuropeanCommunityActionScheme for theMobility of UniversityStudents (ERASMUS) que promueven la salida del Hondureño a otro país y no tanto la entrada a Honduras de extranjeros entre las edades de dieciocho a treinta y cuatro años por razones educativas y culturales.

La región Centroamericana cuenta con diferentes centros de enseñanza del idioma español que se enfocan en un aprendizaje práctico del idioma.

En Honduras, particularmente en las ciudades de La Ceiba, Roatán, Copan Ruinas y Siguatepeque existen centros de enseñanza de español pero estos carecen de alianzas estratégicas con certificación y planes de estudio de universidades del extranjero. Adicionalmente, estos programas no les permiten a los participantes tener una convivencia directa entre ellos, lo que no fomenta el compañerismo e intercambio cultural y social.

El municipio de Tela se caracteriza por ser una zona relacionada con la actividad comercial y turística. “La enorme riqueza cultural que representa el pueblo garífuna, Patrimonio Intangible de la Humanidad y que habita en diversas aldeas como Tornabé, San Juan y Triunfo de la Cruz”(Honduras Tips, 2014), convierte esta zona en un destino

atractivo e idóneo para que los participantes interactúen y convivan directamente con la cultura típica de la zona y la comunidad garífuna. Localmente los proyectos turísticos de la zona son apoyados directamente por el Instituto Hondureño de Turismo, Cámara Nacional del Turismo de Honduras (CANATURH), Proyecto de Apoyo de MIPYMES Turísticas USAID/Proparque y por la municipalidad, mediante el Plan de Asistencia Técnica Municipal que se trabaja en conjunto con la Secretaría de Gobernación y Justicia como parte del Programa de Reducción de Pobreza y Desarrollo Local.(USAID, 2012)

Tela cuenta con diferentes facilidades para ofrecer opciones atractivas de Turismo Académico que superan las virtudes de otras ciudades de Honduras. Algunas de estas características atractivas son las siguientes:

- Proximidad al Aeropuerto Internacional Ramón Villeda Morales en la ciudad de San Pedro Sula. Este aeropuerto recibe vuelos de las siguientes aerolíneas internacionales de renombre:
 - American Airlines
 - Delta Airlines
 - United Airlines
 - Avianca
 - Copa Airlines
 - EasySky
 - Aeromexico
 - Aerocaribbean

(Aeropuertos de Honduras, 2014)

- Proximidad al puerto Muelle de Cabotaje en la ciudad de La Ceiba por medio del cual se toman los servicios marítimos de transporte turístico con destino a las Islas de la Bahía.
- Cercanía a múltiples opciones turísticas, tales como turismo de playa, turismo arqueológico y turismo natural.
- Bajo índice de eventos delictivos, biodiversidad biológica y un clima tropical 10 de los 12 meses del año. Según las estadísticas referenciadas en párrafos anteriores la visita a las playas para motivos de recreación y buceo son las actividades principales que se realizan en el país.
- Baja influencia del idioma inglés a diferencia de otros sitios de mayor atractivo turístico como las Islas de la Bahía; esto permite que el estudiante logre practicar el idioma español como lengua principal y sumergirse en la cultura local, obteniendo un mayor impacto en el aprendizaje.

Esta integración del Turismo a un programa educativo se puede denominar como “Turismo Académico” (Pawlowska, 2011) y para efectos de la Implementación del Programa, ese enfoque en la enseñanza del español para extranjeros es un rubro que aún no se ha explotado en la zona. En Tela solamente se cuenta con un 1 centro de enseñanza de español que ofrece cursos libres y hospedaje a sus participantes.

1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

La inexistencia en Honduras de un programa de aprendizaje del idioma Español acreditado por universidades del extranjero que le permitan al estudiante validar la completación del programa como parte de su plan de estudios aprobado en un ambiente multicultural y a su vez complementarlo con las distintas opciones turísticas que ofrece el municipio de Tela. El Turismo Académico no ha sido aprovechado en Honduras y menos en el municipio de Tela por lo que el Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local podría ser una nueva opción de atracción de turistas extranjeros considerando la reducción del ingreso de visitantes en comparación con los últimos dos años. (Turismo, Instituto Hondureño de, 2013)

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La zona norte de Honduras cuenta con gran atractivo turístico, sin embargo esta carece de escuelas de español que ofrezcan programas calificados de enseñanza del idioma y que en la práctica se ejecuten con paquetes turísticos con opción a un alojamiento atractivo.

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es el interés existente de Universidades en el extranjero de establecer una alianza estratégica con el Programa para validar la completación del Programa como parte del Plan de Estudios?
2. ¿Qué tipo de apoyo se podría obtener de Instituciones Educativas Públicas y Privadas para certificar la implementación del Programa?
3. ¿Cuál es el interés por parte de la población de No Habla Hispana en cursar un Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local con validez en el plan de estudio?

4. ¿Cuáles son las potencialidades socioeconómicas del municipio de Tela para la ubicación de un hotel en el cual se hospedarían los estudiantes y recibirán sus clases de español durante su estadía en un entorno seguro?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Desarrollar una propuesta de pre-factibilidad para la puesta en marcha de un centro de aprendizaje de español y Cultura Local calificado que sea reconocido por Universidades extranjeras, mediante una metodología de enseñanza inmersiva complementada con el intercambio cultural; de esta manera fomentando el Turismo Académico.

1.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Comprender el grado de interés de las universidades del extranjero para formar una alianza estratégica con el Programa y acreditar el mismo como parte del plan de estudios.
2. Determinar qué tipo de apoyo se podría obtener de las Instituciones Públicas y Privadas educativas para el desarrollo del programa, consistiendo en permisos de operación y requisitos técnico-educativos entre otros.
3. Conocer el grado de interés por parte de la población de No Habla Hispana del extranjero en un Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local que sea interesante, atractivo y que cumpla las expectativas académicas para determinar la demanda e inversiones potenciales para llevar a cabo la propuesta del Programa.
4. Identificar el potencial socioeconómico que tiene el Municipio de Tela para el desarrollo de instalaciones hoteleras seguras que fomenten el Turismo Académico, particularmente el aprendizaje del español como segunda lengua.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local es una iniciativa emprendedora que traerá diferentes beneficios directos al municipio de Tela y por consiguiente a Honduras, así como será una nueva opción interesante a extranjeros para aprender un nuevo idioma en un ambiente agradable y multicultural.

1. El enfoque principal del Estudio es la enseñanza de español como segunda lengua. Este es el enfoque y actividades principal e inicial que se pretende abarcar con la implementación del programa.

Consecuentemente y en aras de ofrecer un servicio completo de calidad, el programa de enseñanza de español como segunda lengua se complementará con servicios de alojamiento dentro de las mismas instalaciones y como se ofrecerán servicios turísticos que abarquen mayormente los atractivos que se encuentran en el municipio de Tela.

2. Con la creación de la empresa se fomentará el turismo de la zona de una manera diversificada, ofreciendo las siguientes opciones:

- Turismo Académico: Enseñanza del idioma español como segunda lengua.
- Turismo de Playa: Acceso inmediato a playas de arena blanca en la Comunidad de Tornabé y proximidad a Punta Sal, Cayos Cochinos y las Islas de la Bahía.
- Turismo Ecológico: Turismo enfocado a la conservación de áreas naturales y el medio ambiente como Parque Nacional Punta Sal, Parque Nacional Punto Izopo, Parque Nacional Jeannette Kawas, Jardín Botánico Lancetilla, Parque Nacional Cerro Azul Meambar, Parque Nacional Pico Bonito y Reserva de la Biosfera de Río Plátano.

- Turismo Cultural: Enfoque Turístico en la cultura e historia de la zona o del país como el Parque Arqueológico Copan Ruinas, Parque Arqueológico Los Naranjos, comunidades garífunas de San Juan, Triunfo de la Cruz, Tornabé, Sambo Creek, Centro Histórico de Santa Rosa de Copan y la Fortaleza de San Fernando de Omoa.
3. Creación de nuevos empleos directos e indirectos de la zona de Tornabé. El Proyecto requerirá de mano de obra desde la construcción del hotel. Se requerirá personal académico con educación universitaria, así como personal operativo (personal de limpieza, seguridad y servicio al cliente) y administrativo.
 4. Como una segunda fase de la implementación del Programa de Español, se establecerán alianzas con universidades del extranjero que incentiven al estudiantado para que puedan atender el programa como una clase dentro de su plan de estudio. Adicionalmente, estas alianzas estratégicas serán un factor importante para obtener mayor confianza, reconocimiento y credibilidad en la calidad pedagógica o académica.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

2.1 CONCEPTOS/CONCEPTUALIZACION Y DEFINICIONES BASICAS

2.1.1 SEGUNDA LENGUA

Se denomina Segunda Lengua al idioma no nativo de una persona o territorio, es decir, a cualquier idioma diferente del idioma materno (una persona puede tener dos idiomas maternos), es decir, una lengua aprendida después del período crítico de adquisición por una persona tras ser un hablante competente de su lengua materna.(Ostler, Empires of the Word: A Language History of the World, 2005)

2.1.2 APRENDIZAJE DE UNA SEGUNDA LENGUA

Se denomina aprendizaje al:

Proceso consciente de acumulación y estudio sobre las características gramaticales, sintácticas y memorización de vocabulario de aquella lengua que se quiere aprender. Donde se debe recalcar la diferencia entre aprendizaje y adquisición desde el punto de vista lingüístico. El término aprendizaje se implementa más comúnmente para describir de manera general el proceso de estudio de una segunda lengua.(Ostler, A Language History of the World, 2006)

2.1.3 ADQUISICIÓN DE SEGUNDA LENGUA

Se denomina adquisición de segunda lengua al “proceso gradual de desarrollo e incorporación de las características propias de la segunda lengua, que lleva a cabo un individuo mediante técnicas naturales (no académicas) y el cual ya domina una lengua materna o lengua propia”(Ostler, A Language History of the World, 2006).

Dentro del proceso de adquisición de una segunda lengua se tiene:

Exposición: Mediante la exposición el individuo, el cual adquirirá la segunda lengua, lleva a cabo un proceso cognitivo menos consciente que de quienes la aprenden. Este individuo adquiere la segunda lengua mediante una exposición física y constante en el entorno que lo rodea.

Por ejemplo, los niños pequeños los cuales presencian el uso de la segunda lengua son más propensos a adquirirla de una manera mucho más rápida, un buen ejemplo son los hijos de padres hispanohablantes los cuales viven en el extranjero; estos niños estarán, al igual que los mismos padres, en un alto nivel de exposición de la segunda lengua. De igual manera, los adultos que terminan aprendiendo la segunda lengua por el constante contacto social en el cual se ven envueltos.

Interacción: Los expertos aseguran que para aprender un idioma de forma satisfactoria, es preciso ponerla en práctica en interacciones reales y directas con otras personas, expresando nuestros mensajes de forma clara y asegurándonos de que quien nos escucha nos entiende.] Al mismo tiempo, el interlocutor o interlocutores nos hacen saber de forma directa o indirecta si nos están entendiendo o no. En el caso de que no se entienda nuestro mensaje, es preciso recurrir a la paráfrasis y probar otra construcción distinta. El aspecto más positivo de esta fórmula es que los individuos se ven en la necesidad de experimentar con el idioma, probar estructuras nuevas, expresiones y palabras, ayudando a automatizarlas y a producirlas de manera más natural en el futuro.(Ostler, Empires of the Word: A Language History of the World, 2005)

2.1.4 CULTURA

La cultura se puede definir como el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. (Real Academia Española, 2012).

Otra definición de la cultura más descriptiva es:

Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y

éticamente comprometidos. Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden(UNESCO, 1982).

2.1.5 INTERCAMBIO CULTURAL

El intercambio cultural Proceso que significa una inmersión bien planificada en otra cultura; una forma de mover a una persona física, mental y emocionalmente hacia una concientización más profunda de la visión, relaciones, comportamientos y normas de su propia cultura.

Es decir, trasladar temporalmente a una persona desde su medio ambiente habitual a otro completamente nuevo, donde se enfrenta a diferentes valores, formas de vida y costumbres. En esta situación, el participante adquiere habilidades, destrezas, aptitudes y conocimientos que le serán útiles para toda la vida. Se espera que los participantes puedan luego enfrentarse, inteligente y sensitivamente, a los urgentes desafíos del mundo del mañana. De igual modo, toda persona que entra en contacto directo con un participante, es susceptible también de adquirir, en menor o mayor medida un aprendizaje similar.

El aprendizaje que trae consigo la experiencia intercultural, implica crecimiento y cambios en distintos planos: en lo personal, en términos de valores y habilidades; en las relaciones interpersonales, en el conocimiento intercultural y, finalmente, en el plano global o de conciencia frente a asuntos mundiales.(AFS Intercultural Programs, Inc, 2013)

2.1.6 TURISMO ACADÉMICO

El turismo académico se refiere a estadías “inferiores a un año en los centros de educación superior fuera del país de residencia del visitante, cuyo objetivo principal es

realizar cursos relacionados con una carrera universitaria y/o atender a cursos de idiomas organizados por estos centros”(Pawlowska, 2011).

2.1.7 TURISMO IDIOMÁTICO

Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con el fin de hacer la inmersión lingüística en un idioma distinto al de su entorno natural.(Organizacion Mundial de Turismo, 1991)

2.1.8 INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO

El Instituto Hondureño de Turismo tiene como finalidad estimular y promover el turismo impulsando el desarrollo del país convirtiendo el turismo en actividad económica factible del país(Instituto Hondureño de Turismo, 2010).

2.1.9 RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

“La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente”(Foretica, 2014).

2.1.10 PROGRAMA DE DESARROLLO

Conjunto de acciones que se organizan con el propósito de mejorar las condiciones de vida en una determinada región (Definicion, 2014).

2.1.11 ALIANZA ESTRATÉGICA

“Una Alianza Estratégica es una asociación entre dos o más empresas que unen recursos y experiencias para desarrollar una actividad específica, crear sinergias de grupo o como una opción estratégica para el crecimiento”(Nunes, 2012).

Este tipo de asociación puede ser utilizada para conquistar un nuevo mercado (geográfico o sectorial), adquirir nuevas habilidades o ganar tamaño crítico. Por tanto,

es una alternativa a otras formas de desarrollo, tales como fusiones y adquisiciones y el desarrollo orgánico. Las Alianzas Estratégicas se establecen normalmente entre empresas competidoras o que producen productos o servicios complementarios.

Las principales ventajas de las Alianzas Estratégicas como una fuente de desarrollo empresarial son, por un lado, el acceso a nuevos mercados sin grandes inversiones y con menores riesgos y, en segundo lugar, la utilización de sinergias comerciales y tecnológicas. Presenta, sin embargo, algunos riesgos potenciales, tales como el intercambio de conocimientos con los competidores y la pérdida de flexibilidad estratégica.

Una variante de las Alianzas Estratégicas son joint-ventures, este último caracterizado por el hecho de que parece compartir la propiedad de una nueva empresa.(Nunes, 2012)

2.1.12 UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)

Es una institución privada de educación superior y fue fundada en el año 1987 con el propósito de convertirse en una alternativa para la formación universitaria, tanto por su innovadora oferta académica como por su propuesta y modelo educativos.

Actualmente cuenta con seis campus ubicados en las ciudades más importantes del país, tres en Tegucigalpa, dos en San Pedro Sula y uno en La Ceiba, los que conforman el Sistema de UNITEC y de CEUTEC, representando una población de más de 20 mil estudiantes.

A partir del 2005 forma parte de Laureate International Universities, la Red de Universidades Privadas más grande del mundo, la que cuenta con mas de 80 instituciones de educación superior en 29 países, dos instituciones online y aproximadamente 850 mil estudiantes alrededor del mundo.

UNITEC es una Universidad Global y la única en Honduras que ofrece una amplia movilidad académica internacional para estudiantes y docentes, así como Intercambios académicos, programas de doble titulación, pasantías de nuestros alumnos en los

parques de Walt Disney World y los cursos de verano en universidades altamente prestigiosas dentro y fuera de la Red Laureate en destinos como EE.UU., España, Taiwán, México, Argentina, Chile, Perú y los países de la región centroamericana.(UNITEC, 2014)

2.1.13 Laureate International Universities

Laureate es una red internacional de instituciones de educación superior. La red Laureate es de más de 80 universidades y ofrece programas de pregrado y postgrado a más de 950,000 estudiantes de todo el mundo. Los estudiantes son parte de una comunidad internacional, académica que se extiende por 29 países de América, Europa, África, Asia y el Medio Oriente. Las instituciones ofrecen cientos de licenciatura con orientación profesional, programas de maestría y de doctorado en campos como la arquitectura, el arte, los negocios, las artes culinarias, diseño, educación, ingeniería, ciencias de la salud, la gestión de la hospitalidad, tecnología de la información, derecho y medicina.

Según Laureate, cada una de las instituciones de la red funciona como su propia marca única, guiada por el liderazgo local y activamente involucrado en su comunidad. Las relaciones entre las instituciones de la red se enriquecen con los planes de estudio compartidos, la facultad, los programas de posgrado y las oportunidades de intercambio de estudiantes.

Profesionalmente está orientada en planes de estudio y la demanda de títulos se entrega con una perspectiva internacional para ayudar a todos los estudiantes de Laureate lograr una rentabilidad en el mercado global de la inversión educativa.(UNITEC, 2014)

2.1.14 CONCEPTUALIZACION

Como parte del estudio se han detectado los siguientes indicadores primarios para alimentar la variable de estudio:

- a. Ubicación Geográfica
- b. Desarrollo de la zona
- c. Población local
- d. Seguridad
- e. Staff Educativo
- f. Atractivo Turístico
- g. Infraestructura instalada
- h. Alianzas educativas estratégicas
- i. Cultura

2.1.15 CERTIFICACION

“Garantía que asegura la certeza o autenticidad de algo” (Word Reference, 2015).

2.1.16 DIPLOMADO

“Título o credencial que expide una corporación, una facultad, una sociedad literaria, etc., para acreditar un grado académico, una prerrogativa, un premio, etc” (Real Academia Española).

2.1.17 CURSO

“Se trata de una palabra que hace referencia al periodo de tiempo establecido de forma anual para el dictado de clases en una institucion educativa”(Definicion, 2008).

2.2 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

2.2.1 MACRO ENTORNO

A nivel mundial existen diversos programas de intercambio para estudiantes. Estos pueden variar desde intercambios educativos, culturales, turísticos o una combinación de unos con otros. De igual manera muchas de estas agencias de intercambio ofrecen programas para estudiantes de secundaria, universitarios y profesionales interesados en aprender un segundo idioma.

La generalidad es que un intercambio de tipo educativo de manera indirecta incluye los aspectos turísticos y culturales. Los Programas de intercambio universitarios orientados al aprendizaje ya sea de un segundo idioma o una clase específica que este dentro del plan de estudios de una carrera indirectamente incluyen una inmersión en la cultura local convirtiéndolos en programas turístico-culturales-educativos.

A continuación se enlistan algunos de los programas de intercambio más notables a nivel mundial:

1. AFS Intercultural Programs: American Field Service(AFS Intercultural Programs, Inc, 2013).
2. AIESEC: AssociationInternationale des Etudiants en SciencesEconomiques et Commerciales(AIESEC, 2013).
3. Congress-Bundestag Youth Exchange(Congress-Bundestag Youth Exchange, 2014).
4. EducationUSA(Education USA, 2014)
5. ERASMUS Programme: European Community Action Scheme for the Mobility of University Students(Erasmus Programme, 2010).

6. Erasmus Student Network (ESN)(Erasmus Programme, 2010).
7. FulbrightProgram
8. IFMSA: International Federation of Medical Students' Associations(IFMSA, 2014).
9. International Association of Universities(International Association of Universities, 2014).
10. University Mobility in Asia and the Pacific(UNIVERSITY MOBILITY IN ASIA & THE PACIFIC, 2013).
11. Western Interstate Commission for Higher Education (WICHE): (Western Interstate Commission for Higher Education, 2014).
12. Youth For Understanding(Youth for Understanding, 2014).
13. Socrates(Socrates Programme, 2014).
14. EducationFirst(Education First, 2014).
15. ICYE: International Cultural Youth Exchange(ICYE, 2014).
16. Programa de Intercambio y Movilidad Académica (PIMA) (Programa de Intercambio y Movilidad Académica, 2014).

2.2.2 MICRO ENTORNO:

Los 5 países centroamericanos (Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala y Honduras) cuentan con distintos centros y métodos de enseñanza de español como segunda lengua, sin embargo en cada país se podrían diferenciar en base a las

distintas características y servicios ofrecidos.Principales Características y servicios ofrecidos:

- Certificación Académica
- Alojamiento y Estadías
- Opciones Turísticas
- Capacidad Instalada
- Costos Económicos
- Intercambio Cultural

2.2.2.1 COSTA RICA

Un valor agregado o beneficio adicional en aprender español practicando el Turismo Académico es que se logra conocer bastante el país adonde se está llevando a cabo el programa; particularmente Costa Rica cuenta con distintos destinos con atractivos turísticos ya sean ciudades, playas, bosques y volcanes, estos incluyendo servicios adicionales como estadías en hogares de familias, programas con voluntarios e internados, adicionalmente en algunos centros se ofrecen equivalencias o créditos en universidades de Estados Unidos.

Una ventaja añadida de aprender español mientras se viaja es que la escuela puede proporcionar una gran cantidad de información y servicios con respecto a sus opciones de viaje en todo el país. Además, la mayoría de las escuelas ofrecen pasantías y programas de voluntariado, algunos incluso ofrecen créditos académicos a través de universidades de Estados Unidos.

Opciones en Costa Rica:

En la Ciudad, zona urbana (San José, Alajuela, Heredia, Cartago, Liberia, Turrialba):

1. Instituto Estelar Bilingüe (en Liberia) - incluye actividades extraescolares culturales (danza, música, cocina, etc.), oportunidades de voluntariado, excursiones bilingües, y la opción de alojarse con una familia local.
2. Español en el Exterior (Santo Domingo de Heredia)
3. Costa Rica LanguageAcademy (en San Pedro, San José)
4. ILISA Escuela de Español (en San Pedro, San José) ofrece cursos intensivos de español para adultos impartidos por maestros bien capacitados y con experiencia; adicionalmente sus instalaciones tienen una ubicación estratégica en Costa Rica.
5. Academia Tica Escuela Española - (en Coronado, San José) – Escuela de Español certificada por elCentro Cervantes y aplica los exámenes DELE.
6. IPED Language Plus - (en Heredia) Escuela de inmersión en español en Costa Rica con programas de corta duracion para todos los niveles, así mismo ofrece opciones de atención personalizada y planificación de excursiones.
7. ForesterLanguage School (en San Pedro, San José) ofrece varios programas emocionantes de la instrucción en el idioma español. Sus cursos de inmersión a corto plazo - de 1 a 4 semanas - son muy populares entre los visitantes de Costa Rica. Los cursos de estudio están diseñados para satisfacer, de una manera rápida y eficiente, la creciente necesidad de conocimientos de español. La escuela también ofrece programas a largo plazo para los interesados en permanecer más de un mes.
8. InterculturaLanguage School - (en Heredia)

9. Conversa –ofrece programas de inmersión en español con opciones de alojamiento, ya sea en el campus o en casa de una familia en San José.
10. Intensa - (en San José)
11. ELEC Escuela Española - (en San Isidro, Heredia) es una escuela de enseñanza del idioma español para extranjeros con metodos sencillos.
12. Escuela de español para residentes y estudiantes extranjeros (Escazú, San José).
13. Programa de SFL en la UCR - (En San Pedro, San José)
14. Rancho de Español Escuela de Idiomas (La Guácima, Alajuela) programas de inmersión de español para todos los niveles que se centran en la conversación, programas de alojamiento familiar, cocina típica y clases de baile latino, tours personalizados e itinerarios interesantes a los principales destinos de Costa Rica.
15. Instituto ChacMool-Escuela Española (en Turrialba) - programas de inmersión de español para adultos y niños, ofrece clases de lunes a viernes. Adicionalmente, ofrece opciones de alojamiento y excursiones turísticas.
16. Universal de Idiomas - (en el centro, San José) ofrece programas de inmersión de español de todos los niveles en un ambiente cálido y acogedor, lo que hace mas agradable el aprendizaje.
17. IPED Language Plus - (en Puerto Viejo) ofrece clases de español con inmersión en la playa con actividades de yoga y surf .(Trip Advisor, 2014)

2.2.2.2 NICARAGUA

Nicaragua cuenta con varias opciones de programas de inmersión de aprendizaje de español.

Nicaragua es un país seguro con un bajo costo de vida, donde por alrededor de US\$ 200 a la semana, el alumno recibe 20 horas de instrucción, alojamiento y alimentación. Con pocas excepciones, la mayoría de las escuelas siguen la misma estructura básica que involucra una combinación de la enseñanza de idiomas y actividades de inmersión cultural. Eso significa que a las cuatro horas de clase por la mañana, seguido de actividades de servicio comunitario o las excursiones por la tarde. La mayoría de las escuelas son flexibles en horarios, niveles y ofrecen clases individuales.

Hasta cierto punto, la elección de una escuela de español en Nicaragua es más una cuestión de preferencia geográfica que de cualquier otro aspecto.

Opciones en Nicaragua:

1. Escuelas de español en Granada: Casa Xalteva Centro de Educación y Cultura, opera desde 1995. Casa Xalteva, es una organización sin fines de lucro para proyectos de desarrollo sostenible, también incluye un refugio de la educación para los jóvenes desfavorecidos que está financiado en su totalidad por su matrícula. 20 horas de clases por US \$ 150 / semana + US \$ 90 / semana para casa de familia (se paga directamente a la familia), con un énfasis en las actividades de voluntariado.
2. Mariposa Escuela de Español en Masaya: La ubicación de la escuela está en las colinas en el campo con clima fresco justo al sur de la capital de Nicaragua, a sólo una hora de distancia de Managua y de Granada.

Mariposa Escuela de Español ofrece uno a uno la instrucción, seis niveles de gramática desde principiante hasta avanzado, así como cursos interactivos para niños. Los terrenos incluyen jardines impresionantes y cuenta con un proyecto rescate de animales, y un hotel ecológico con energía solar. La

escuela ofrece un menú completo de actividades locales, opción para alojamiento familiar, oportunidades de servicios y excursiones de un día. Se imparten clases en la que enseñan sobre la historia, la cultura, la política de Nicaragua, y ofrece clases de baile de salsa y de cocina. Las tarifas son de US \$ 300 con derecho a 20 horas de clases de español, habitación privada con baño privado (agua caliente con energía solar), 3 comidas al día; todas las actividades de la tarde y el día de fin de semana y el uso de la biblioteca. La Mariposa es una escuela sin fines de lucro y los ingresos va a apoyar una amplia gama de proyectos de la comunidad y el medio ambiente.

3. Estelí: Hijos del Maíz Escuela de Español Campesina: Es una escuela con participación y cultura campesina en la que el estudiante se involucra directamente en la comunidad campestre de Lagortillo.
4. Laguna de Apoyo: Es un Proyecto Ecológico ubicado cerca del cráter del volcán.
5. Matagalpa: Matagalpa Spanish School: Ubicado en Matagalpa, se enfoca en programas de intercambio.
6. San Juan Del Sur: Este es una opción de playa, los estudiantes pueden asistir a las clases durante toda la mañana y navegar por toda la tarde. Entre las escuelas de español se encuentran las siguientes:
 - a. Escuela de Español San Juan del Sur
 - b. Escuela Ya Español
 - c. Escuela Doña Rosa Silva
7. León

- a. Casa de Cultura
- b. Vapues Tours
- c. Metrópolis Spanish School

8. Managua

Viva Escuela de Español ofrece clases intensivas individuales (20 horas por semana) a los estudiantes de todas las edades y orígenes; de una semana de instrucción, incluyendo todos los materiales es de US \$ 90 a 175. La escuela también ofrece clases nocturnas para las personas que viven y trabajan en Managua (4 horas por semana), las clases en línea a través de Skype, y un paquete de dos semanas que incluye el tiempo en Granada. Los módulos de estudio están disponibles para los misioneros, estudiantes de medicina y personas de negocios, que cubren el vocabulario especializado en cada área y de esta manera se ofrecen cursos avanzados. Adicionalmente, se ofrecen programas para niños que incluyen juegos, arte, clases de literatura infantil y actividades relacionadas con el español. (Transitions Abroad, 2014)

2.2.2.3 GUATEMALA

Las escuelas de español en Guatemala tienen más de 30 años de operar y cuentan con métodos efectivos de enseñanza del español, como cursos individuales y de inmersión total. Inmersión total significa que el alumno puede participar en actividades locales y obtener una estancia en una familia guatemalteca. En cuatro semanas se puede aprender suficiente español para viajar y hablar temas básicos con la gente.

Las siguientes escuelas han sido seleccionadas y clasificadas en base a informes de más de 1000 estudiantes entre un aproximado de 100 escuelas de español en Guatemala:

- Antigüena Spanish Academy en Antigua

- Don Pedro de Alvarado Spanish School en Antigua
- Proyecto Lingüístico en Quetzaltenango
- San Pedro Spanish School en San Pedro, Lago Atitlan
- Christian Spanish Academy en Antigua
- La Democracia Spanish School en Quetzaltenango
- Spanish School Jabel Tinamiten Panajachel en Lago Atitlan
- Proyecto Lingüístico Francisco Marroquín en Antigua
- Escuela de Español Tecun Umán en Antigua
- El Quetzal en Quetzaltenango
- La Unión Spanish School en Antigua
- Muq'ib'el Spanish School en Cobán
- Proyecto Lingüístico Monterrico en Monterrico
- Dos Mundos Spanish School en Peten
- Probigua Spanish Academy en Antigua
- Study Spanish While Traveling en Antigua

(Unger, 2014)

2.2.2.4 EL SALVADOR

El Salvador no ofrece opciones de enseñanza de español de calidad y no representa valor agregado en sus servicios. Algunas opciones de escuelas de aprendizaje de español se pueden encontrar en las siguientes ubicaciones :

- El Zunzal
- La Libertad
- San Miguel
- San Salvador
- Santa Ana

El Salvador, es el país más pequeño en el continente americano y cuenta con agradables bosques y montañas escarpadas que lo hacen apto para realizar excursiones.

El Salvador está ganando una reputación de tener algunos de las mejores opciones de surf en el mundo. Turistas de todo el mundo están descubriendo las mecas de surf de La Libertad (cerca de San Salvador), El Zunzal, El Zonte y El Tunco. (IPSA, 2010)

2.2.2.5 HONDURAS

Existen cursos de idioma en Honduras para todos tipos de gente; para estudiantes y profesionales o aún para los viajeros. Hay cursos de español disponibles para todos niveles de fluidez, edades y duración de estudio, sin embargo en comparación con los demás países de la región, en Honduras existen pocas opciones atractivas considerando el gran potencial turístico, riqueza cultural (Cultura Maya en Copan Ruinas) y su ubicación estratégica.

En Honduras se cuenta con 10 escuelas de enseñanza de español como segunda lengua únicas en Santa Lucía, Siguatepeque, Santa Rosa de Copán, Copán Ruinas,

Tela, Trujillo, La Ceiba, Roatán y Utila. Sin embargo ninguno de los cursos ofrece certificación académica, alojamiento interno, intercambio cultural y asesoría turística en su conjunto. (Language International, 2014)

Opciones en Honduras:

- Centro Hondureño de Español (CEHDE) en Santa Lucía, Francisco Morazán
- Central Honduras Spanish Learning Center en Siguatepeque, Comayagua
- Spanish Institute of Honduras en Siguatepeque, Comayagua
- Pico Bonito Spanish School en La Ceiba
- CASS (Central America Spanish School) en La Ceiba y Roatán
- Guacamaya Spanish School en Copan Ruinas
- Ixbalanque en Copan Ruinas
- I.L.I. (International Language Institute) en Santa Rosa de Copan
- Koinonia (organización sin fines de lucro) en Valle de Ángeles, Francisco Morazán (Centro de Idiomas Koinonia, 2014)
- Bravo School en Trujillo, Colon (Spanish Courses, 2013)

En Honduras, adicionalmente operan organizaciones internacionales que impulsan programas de intercambio y voluntariado cultural tales como ICYE y AFS, sin embargo en el resto de países de centro america, solo Costa Rica cuenta con la operación de

estos dos organismos. AFS opera en Guatemala, pero ICYE no tiene representación en ese país. (Hondirectorio, 2014)

2.3 INSTRUMENTOS

Considerando que la implementación del Programa y el resultado del estudio de mercado están fuertemente ligado con el atractivo que este debe tener para un segmento de población extranjera, se han considerado como elementales los siguientes instrumentos:

2.3.1 ENCUESTA:

Encuentro y conversación entre dos o más personas para tratar un asunto determinado(word reference, 2014).

2.3.2 ENTREVISTA:

Es un acto de comunicación oral que se establece entre dos o mas personas (el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados) con el fin de obtener una informacion o una opinion, o bien para conocer la personalidad de alguien. (Ana Romeo, 2005).

2.3.3 OBSERVACIÓN:

Es la técnica de recopilacion de información que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en forma cuidadosa y sistemática como se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas. También se conoce como observación a la nota escrita que explica, aclara o corrige un dato, error o información que puede confundir o hacer dudar. Por lo general, esta aclaratoria se encuentra en libros, textos o escritos.(Orozco, 2011)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

En el siguiente capítulo se determinaran los métodos, técnicas y procedimientos aplicados en la investigación necesaria para determinar la pre factibilidad del Programa de Aprendizaje de Español y Cultura Local, así mismo se describirán las características del diseño de la misma.

3.1 CONGUENCIA METODOLOGICA

3.1.1 LA MATRIZ METODOLOGICA

A continuación se muestra la matriz y sus componentes:

Tabla 1. Matriz Metodológica

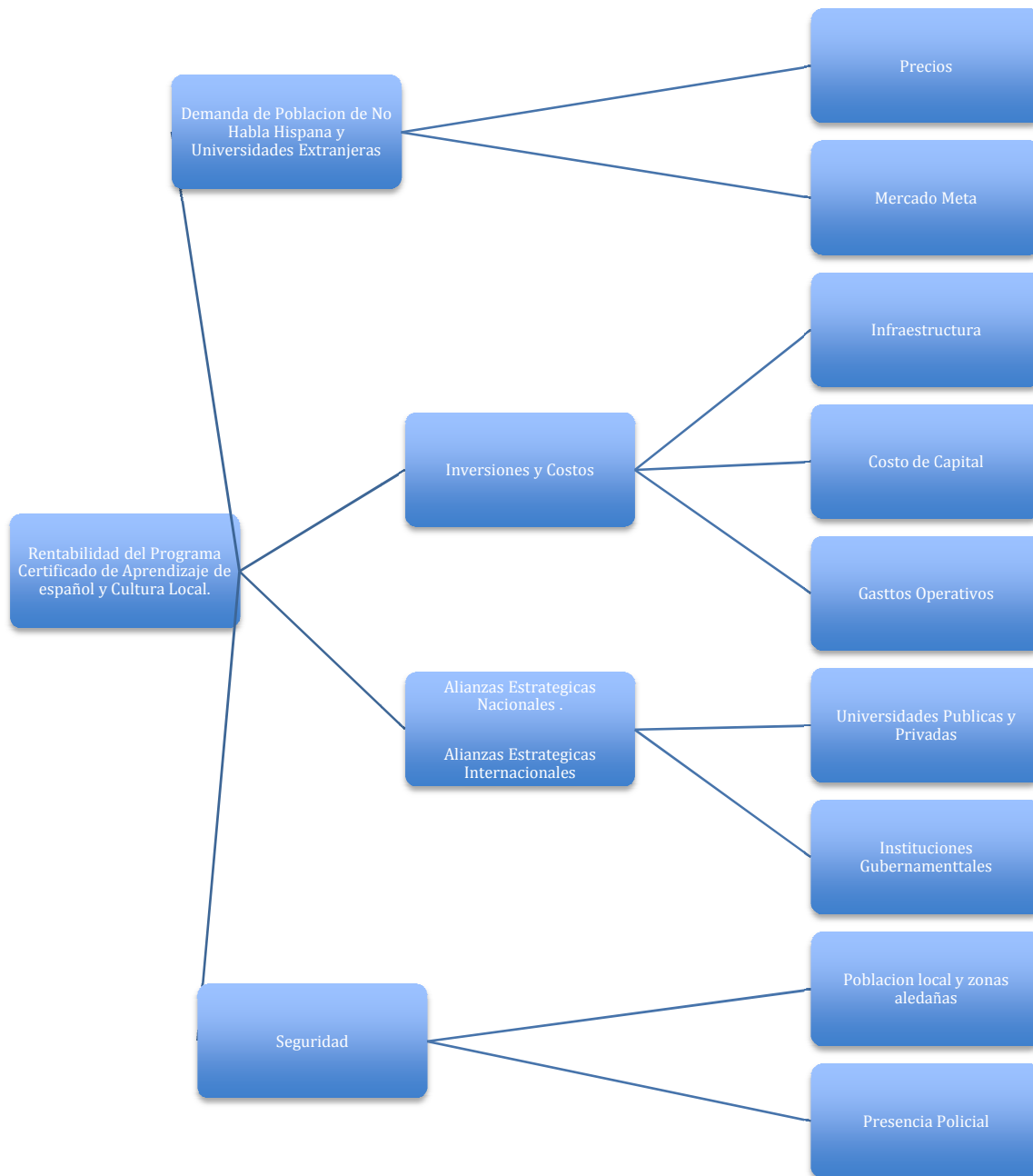
PROBLEMA	PREGUNTAS DE INVESTIGACION	OBJETIVOS		VARIABLES	
		GENERAL	ESPECIFICO	INDEPENDIENTES	DEPENDIENTE
La zona norte de Honduras cuenta con gran atractivo turístico, sin embargo esta carece de escuelas de español que ofrezcan programas calificados de enseñanza del idioma y que en la práctica se ejecuten con paquetes turísticos con opción a un alojamiento atractivo.	¿Cuál es el interés existente de Universidades en el extranjero de establecer una alianza estratégica con el Programa para validar la completación del Programa como parte del Plan de Estudios?	Desarrollar una propuesta de pre-factibilidad para la puesta en marcha de un centro de aprendizaje de español y Cultura Local que sea reconocido por Universidades extranjeras y le permita al estudiante que este sea acreditado dentro de su plan de estudios, mediante una metodología de enseñanza inmersiva complementada con el intercambio cultural.	Determinar el grado de interés de las universidades del extranjero para formar una alianza estratégica con el Programa y acreditar el mismo como parte del plan de estudios.	Demanda de Universidades Extranjeras	Rentabilidad del Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local.
	¿Qué tipo de apoyo se podría obtener de Instituciones Educativas Publicas y Privadas para la implementación del Programa?		Determinar qué tipo de apoyo se podría obtener de las Instituciones Públicas y Privadas educativas para el desarrollo del programa,		

PROBLEMA	PREGUNTAS DE INVESTIGACION	OBJETIVOS		VARIABLES	
		GENERAL	ESPECIFICO	INDEPENDIENTES	DEPENDIENTE
			consistiendo en permisos de operación y requisitos técnico-educativos entre otros.	Alianzas Estratégicas Internacionales	
	¿Cuál es el interés por parte de la población de No Habla Hispana en cursar un Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local con validez en el plan de estudio?		Determinar el grado de interés por parte de la población de No Habla Hispana del extranjero en un Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local que sea interesante, atractivo y que cumpla las expectativas académicas para determinar la demanda e inversiones potenciales para llevar a cabo la propuesta del Programa.	Demanda de población de no habla hispana	
	¿Cuáles son las potencialidades socioeconómicas del municipio de Tela para la ubicación de un hotel en el cual se hospedarían los estudiantes y recibirán sus clases de español durante su estadía en un entorno seguro?		Identificar el potencial que tiene el Municipio de Tela para el desarrollo de hoteles que fomenten el Turismo Académico, particularmente el aprendizaje del español como segunda lengua.	Seguridad	
				Inversiones y Costos	

3.1.2 DEFINICION OPERACIONAL DE LAS VARIABLES

La variable dependiente utilizada para efectos de la investigación es la Rentabilidad del Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local y las variables independientes se enumeran a continuación:

- 1) Demanda de Universidades Extranjeras
- 2) Demanda de Población de No Habla Hispana
- 3) Inversiones y Costos
- 4) Alianzas Estratégicas Nacionales
- 5) Alianzas Estratégicas Internacionales
- 6) Seguridad



Fuente: Propia

Ilustración 1. Diagrama de las Variables

Tabla 2.Operacionalización de las Variables

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades Categóricas
	Conceptual	Operacional				
Demanda de la Población de No Habla Hispana y de Universidades del Extranjero	La demanda es la relación completa entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo(Parkin, 2009)	La demanda es la cantidad de extranjeros de no habla hispana que oscilen entre las edades de 18 a 30 años y la cantidad	Mercado Meta	<ul style="list-style-type: none"> Cantidad de extranjeros de no habla hispana entre las edades de 18 y 30 que ingresan al país 	¿Cómo considera la opción de aprender español como segunda lengua en el caribe hondureño?	<ul style="list-style-type: none"> Muy Interesante Interesante Neutro Poco Interesante Nada Interesante
				Interés Turístico	De las actividades turísticas que ofrece el programa, ¿cuál es la de su mayor interés?	<ul style="list-style-type: none"> Turismo de Playa (Buceo, snorkeling, pesca deportiva, etc...) Turismo Ecológico (Reserva biológica, manglares, jardín botánico, excursiones, caminatas, etc...) Turismo cultural (Parques Arqueológicos, Centros Históricos, Arquitectura Colonial)
			Precios	Monto a pagar por un Programa de Aprendizaje de Español como Turismo Académico	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un mes por un Programa de Aprendizaje de Español como Turismo Académico?	<ul style="list-style-type: none"> US\$ 200.00-US\$ 300.00 US\$ 300.0-US\$ 400.00 US\$ 500.0-US\$ 600.00 Más de US\$ 600.00
			Universidades Extranjeras que considerarían incluir dentro de su plan de estudio el Programa de Aprendizaje de Español	Cantidad de Universidades Extranjeras que considerarían incluir dentro de su plan de estudio el Programa de Aprendizaje de Español		
Inversión y Costos	Inversión: Término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa	Aporte económico inicial requerido para poner en marcha el Programa	Infraestructura	Estadía de estudiantes en las instalaciones hoteleras del Programa.	¿Si tuviera que elegir entre la opción de hospedarse en las instalaciones del Programa o que sea colocado en una casa hospedera, cuál sería su elección?	<ul style="list-style-type: none"> Instalaciones del Programa Casa hospedera (host family)

Variable Independiente	Definición		Dimensiones	Indicador	Ítems	Unidades Categóricas
	Conceptual	Operacional				
	empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancia (Definición ABC, 2014)					
	Costo: Gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio (Definición, 2014)	Gastos económicos en los que se incurrirá para la prestación de los servicios educativo y hoteleros	Gasto Operativo (Salarios y Costos)	Duración del Programa	¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a invertir para completar el Programa?	<ul style="list-style-type: none"> • Menos de u 1 mes • De 1 mes a 2 meses • De 2 a 3 meses • De 3 a 6 meses
Alianzas Estratégicas	Asociación entre dos o más empresas que unen recursos y experiencias para desarrollar una actividad específica, crear sinergias de grupo o como una opción estratégica para el crecimiento (Nunes, 2012)	Ratificación de UNITEC para que el Programa forme parte de la red Laureate International Universities	Universidades	Nivel Académico	¿Está cursando actualmente estudios universitarios?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
					¿Considera como un valor agregado que la completación del Programa sea acreditada dentro de su plan de estudios universitario?	<ul style="list-style-type: none"> • Si • No
Seguridad	Sentimiento de protección frente a carencias y peligros externos que afectan negativamente la calidad de vida (Definición ABC, 2014)	Nivel de percepción del extranjero de la seguridad de la zona	Población local y zonas aledañas	Incidencia delictiva	De los siguientes factores relacionados a la seguridad, identificar y ordenar según la importancia que le merece siendo el 5 el más importante	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad Privada • Infraestructura perimetral • Presencia policial cercana a la zona • Iluminación de áreas públicas. • Testimonios • Equipo de Vigilancia.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

El enfoque utilizado para el desarrollo de la Investigación fue un enfoque mixto. Se aplicaron métodos de Investigación Cualitativos y Cuantitativos. Inicialmente la investigación comienza con un análisis observatorio del entorno; de esta manera evaluando y obteniendo información relacionada a temas de estudio como ser las áreas educativas, turísticas y sociales aplicando entrevistas abiertas a personas claves que

ayudan a determinar la base de la medición cuantitativa que se realizó mediante el instrumento de encuesta probabilística aplicado al mercado meta definido.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación fue ejecutada bajo un esquema de investigación no experimental y descriptiva, ya que no se delimitó a un segmento específico con características similares dentro de la muestra seleccionada.

El corte de la investigación es de carácter transaccional, obteniendo la información en un solo momento para determinar y analizar la opinión actual de los encuestados sobre el tema de investigación.

Bajo estos esquemas de investigación se pueden resumir las etapas de la investigación en los siguientes momentos:

1. Primer momento: Definición de objetivos, alcance y problema de investigación para el estudio de Pre Factibilidad del Programa de Enseñanza de español y Cultura Local.
2. Segundo momento: Elaboración de un Marco Teórico enfocado en los términos y el tema de Investigación.

A medida se fue desarrollando la investigación, este marco teórico se incrementó incorporando términos y conceptos que se fueron utilizando para la obtención y análisis de la información recopilada.

Esto se logró mediante una investigación observatorio de la zona donde se quiere implementar el Programa. Se identificaron posibles fuentes de información para la aplicación de entrevistas abiertas y se conoció un poco más del tema de Turismo Académico en un centro de enseñanza de la ciudad.

3. Tercer Momento: Determinación de variables de investigación, operacionalización de las mismas y aplicación de instrumentos de recolección de información primaria y secundaria.

En base a los problemas y preguntas de investigación, se delimitaron las variables y sus dimensiones para su incorporación a los instrumentos de investigación.

Se aplicaron los instrumentos de investigación de la siguiente manera:

Las encuestas fueron aplicadas a extranjeros de no habla hispana entre las edades de 18 a 34 seleccionados de manera aleatoria. Las entrevistas fueron aplicadas a personas en las áreas de hotelería, pedagogía, bienes raíces, turismo, construcción y arquitectura.

Posteriormente se tabularon los datos para efectos de hacer un cruce entre variables representativas y poder establecer correlaciones entre las mismas.

4. Cuarto Momento: Análisis de Resultados obtenidos mediante la investigación no exploratoria y conclusiones.

Se realizó un análisis exhaustivo de los resultados de la investigación observándose las correlaciones más significativas entre las variables cuantificadas. Posteriormente se elaboraron las conclusiones y recomendaciones correspondientes para desarrollar una propuesta de una segunda fase que incluye ya la implementación del Programa.

5. Quinto Momento: Propuesta para la puesta en marcha del Programa de Aprendizaje de Español y Cultura Local.

3.3.1 UNIDAD DE ANALISIS

La aplicación de los instrumentos de Investigación se realizó mediante entrevistas y encuestas. Estas fueron aplicadas a nivel local y por medios electrónicos respectivamente.

3.3.2 POBLACIÓN

Para la presente investigación se tomará como población, el total de turistas receptores de Norte América (excluyendo México) y Europa (excluyendo España) que ingresaron a Honduras en el año 2013 con edad de 18 a 34 años delimitando una población compuesta por 114,473 turistas, considerando que Norte América y Europa representan la masa poblacional de mayor influencia turística (Instituto Hondureño de turismo, 2014).

Tabla 3. Calculo de la Población

Ingreso de Turistas a Honduras en el año 2013	Norte América	Europa
Proporción de zona demográfica de mayor influencia turística	27%	48%
Cantidad de personas de 18-35 años	60,666	53,808
Cantidad de personas de 18-35 años con educación secundaria, universitaria, de postgrado o doctorado	55,752	49,449
Población (Total de Personas de Norte América y Europa)	114,473	

3.3.3 MUESTRA

El tipo de muestra a utilizar para la investigación es de tipo mixto, ya que se utilizó un muestreo probabilístico para encuestar a una población definida o finita en la que identificamos un segmento de mercado, en este caso fueron los turistas con edad entre 18 y 34 años que ingresaron a Honduras en el año 2013 pueden ser participantes en la investigación, y se aplicó un muestreo por conveniencia por las limitantes o restricciones de espacio ya que los elementos de la población son personas del extranjero. La muestra probabilística se determinará mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Ilustración 2. Ecuación para calculo de muestra

Fuente:

- n = Tamaño de la muestra que deseamos conocer
- N = Población de 114,473 turistas con edad entre 18 y 34 años con educación secundaria que ingresaron a Honduras en el año 2013
- z = nivel de confianza 90%, el cual representa un distribución normal de 1.645
- e = porcentaje de error de la muestra 5%
- pq = probabilidad de éxito y fracaso 0.5

La fórmula especificada previamente, proporciona el resultado del número de encuestas que fueron aplicadas a las Personas de Norte América y Europa con edad entre 18 y 34 años con educación secundaria que podrían visitar Honduras e inscribirse en el Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local. El cálculo aplicado cuantifica una muestra representativa de 271 encuestas, sin embargo, de esta muestra se seleccionó por conveniencia un 20%, equivalente a la aplicación de 54 encuestas.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

La unidad de respuesta fue conformada por conteo y/o cantidades, como ser: Unidades, Dólares y escalas.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Para el desarrollo de la investigación y la obtención de los datos se utilizaron las siguientes técnicas e instrumentos de investigación mixta:

- Entrevistas: Las entrevistas fueron aplicadas a personas seleccionadas dentro de los rubros involucrados para la cuantificación de las variables. Se utilizaron entrevistas abiertas para delimitar el ámbito de la investigación.

- Encuestas: Se aplicó una encuesta a un grupo de 54 personas, para determinar y cuantificar las variables de la investigación y conocer la realidad turística educativa de la zona.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes de información primarias utilizadas para establecer un marco teórico pertinente a los objetivos de la investigación fueron obtenidas por medio de textos relacionados a técnicas científicas de Investigación, tesis, documentos estadísticos oficiales y páginas de internet.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Como fuentes secundarias se consultaron estudios estadísticos referentes a poblaciones que se necesitaron para delimitar la población y la muestra.

3.6 LIMITANTES DEL ESTUDIO (OPCIONAL)

Como limitantes del estudio se detectaron pertinentes al estudio las siguientes:

- Tiempo: La duración de 3 meses para el desarrollo del estudio, imposibilita realizar una investigación a detalle de todas las variables de investigación ya que no se contó con tiempo para poder hacer más visitas de campo in situ o viajar fuera del país para aplicación de instrumentos de manera presencial y física.
- Muestra: El estudio estaba enfocado en la opinión de los turistas extranjeros no hispano hablantes por lo que la muestra fue delimitada a conveniencia de los investigadores para facilitar la obtención de la información.

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y ANALISIS

4.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO

El servicio que se describe en el presente estudio es un programa de enseñanza presencial de español como segunda lengua con inmersión cultural en el que el estudiantado podrá optar a diferentes opciones según el nivel de conocimiento que sea adquirir y a su vez tendrá la posibilidad de hospedarse en un hotel dentro de las mismas instalaciones del programa. El programa de enseñanza de español tendrá a disposición del estudiantado dos opciones o paquetes de estudio en base a la duración, el nivel educativo, objetivos y precios del mismo. Los paquetes del programa serán impartidos por maestros 100% bilingües con título universitario y estarán estructurados de la siguiente manera:

Tabla No. 4 Estructura de Paquetes de las Clases de Español

Objetivo	Nivel Educativo	Duración	Costo	Costo Unitario
Comunicación Básica: El estudiante usa y entiende solamente las palabras más usuales y usa estructuras bien simples, puede proporcionar sus datos personales y hacer preguntas básicas.	Español Inicial	2-4 semanas	2 semanas: USD 340.00	USD11.33/hora
Comunicación de Español Elemental: El estudiante puede hablar y entender conversaciones simples. Puede expresar su opinión, sus sentimientos y sus necesidades.	Español Elemental	2 meses	2 meses : USD 1,360.00	USD 11.33/hora

Fuente: (Zador Spanish Schools in Spain, 2006)

Los estudiantes podrán matricularse en cualquier temporada del año en base a la disponibilidad de cupo por temas de capacidad instalada y lo podrán hacer mediante la página web del Programa o de forma presencial.

Hospedaje:

Los estudiantes tendrán a su disposición hospedaje en el hotel del programa en habitaciones privadas o dormitorios compartidos. El público en general será recibido en el hotel siempre y cuando la capacidad instalada no sea cubierta en su totalidad por los estudiantes del programa. Las tarifas de las estadías en el hotel se basaran en el tipo de cuarto a hospedarse y los estudiantes del programa tendrán tarifas preferenciales; mismas que se detallan a continuación:

Tabla No. 5 Estructura de Opciones de Estadías por Habitación en el Hotel del Programa

Tarifas de estadías por día de Habitaciones y Dormitorios				
Descripción	Estadía al Público en General		Estadía Alumno del Programa	
	Sin A/C	Con A/C	Sin A/C	Con A/C
Habitaciones Privadas Sencilla	\$55.00	\$65.00	\$39.00	\$49.00
Habitaciones Privadas Doble	\$59.00	\$69.00	\$49.00	\$59.00
Habitaciones Privadas Triple	\$69.00	\$79.00	\$59.00	\$69.00
Habitaciones Privadas Cuádruple	\$79.00	\$89.00	\$69.00	\$79.00
Dormitorios Compartidos	\$62.00	\$72.00	\$52.00	\$62.00

Fuente: Propia

Tabla No. 6 Estructura de Tarifas de las estadías por día por persona

Tarifas de estadías por día por Persona		
Descripción	Estadía sin A/C	Estadía con A/C
Habitaciones Privadas Sencilla	\$45.00	\$55.00
Habitaciones Privadas Doble	\$29.50	\$34.50
Habitaciones Privadas Triple	\$26.33	\$29.67
Habitaciones Privadas Cuádruple	\$24.75	\$27.25
Dormitorios Compartidos	\$17.00	\$18.67

Fuente: Propia

En los casos de estudiantes que no se hospeden en el hotel del programa, se ofreceré asistencia y apoyo para identificar una familia hospedera, pero no será una actividad que genere ingresos para el negocio, es decir para estos estudiantes el programa solo será un intermediario en el proceso de selección y los costos serán los requeridos por las familias voluntarias e interesadas.

Los paquetes de clases de español y las estadías en el hotel antes mencionadas podrán ser complementados con distintas opciones de tours de la zona y en actividades específicas se establecerán alianzas con tour operadoras, tales como Garífuna Tours, Honduras Caribbean Tours y Cayos Tour.

Las actividades turísticas de la zona que estarían a disposición del estudiantado serían las siguientes:

Tabla No. 7 Opciones Turísticas de Playa de la Zona

Opciones de Paquetes Turísticos	
Actividad de Turismo de Playa	Costo
Snorkeling en Punta Sal	\$44.00
Observación de Aves en los Micos	\$44.00
Kayaking en Punta Izopo	\$36.00
Pesca Deportiva (1-4 personas)	\$84.00
Eco Finca San Silvestre	\$39.00
Mini Tour de Snorkeling en la Bahía de Tela	\$30.00
Snorkeling en Cayos Cochinos	\$62.00
Excursión a Cuero & Salado	\$69.00

Fuente: Propia



Fuente:(www.2imagen.net, 2009)

Ilustración 3. Punta Sal, Kayaking en Punta Izopo, Cayos Cochinos

Las opciones turísticas de Playa tendrán un costo promedio diario de USD 44.00 por persona.

Tabla No. 8 Opciones de Turismo Ecológico de la Zona

Opciones de Paquetes Turísticos de la Zona:	
Actividad Turismo Ecológico	Costo
Tour al Jardín Botánico Lancetilla	\$40.00
Eco Finca San Silvestre	\$39.00
Caminata en Parque Nacional Pico Bonito	\$65.00

Fuente: Propia



Fuente: (www.2imagen.net, 2009)

Ilustración 4. Jardín Botánico Lancetilla y Eco Finca San Silvestre

Las opciones de Turismo Ecológico tendrán un costo promedio diario de USD 38.00 por persona.

Actividades turísticas como el buceo, rafting y canopy requieren mayor experiencia, infraestructura y tecnicismo por lo que se solicitará el servicio de tour operadoras locales para que el estudiantado las considere dentro de sus opciones. (Honduras Caribbean Tours, Cayos Tour , 2014)

Adicionalmente, los estudiantes podrán practicar y disponer de actividades deportivas de Playa, tours en bicicleta, clases de baile (Danza Tropical) y cursos de gastronomía local.

El Programa de Enseñanza de Español y Cultura Local incentivara el Turismo Académico en Honduras ya que es un servicio pedagógico que promoverá la identidad cultural de Honduras con diferentes propuestas turísticas por lo que en el corto plazo se planifica expandir el alcance turístico a la zona de Islas de la Bahía, Copan y el Lago de Yojoa. En el mediano plazo se cuenta con planes para obtener certificaciones con universidades del extranjero y la red Laureate para que el programa pueda acreditarse dentro de sus planes de estudio o equivalencias; así mismo con instituciones internacionales tales como el Instituto Cervantes de España y Bildungsurlaub de Alemania.

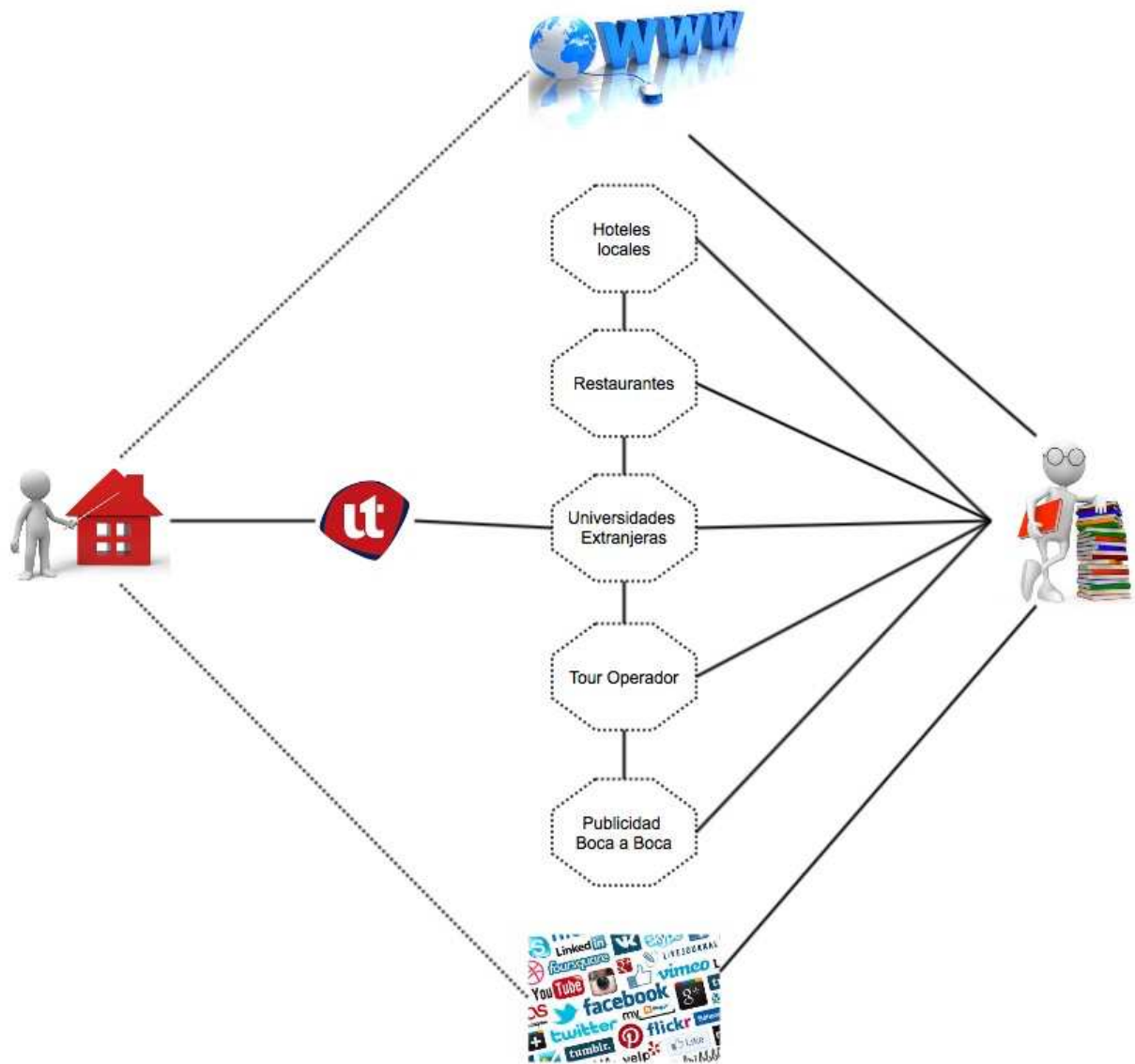
4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

Luego de hacer un análisis de la demanda y clientes potenciales, el Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local se enfocará en un modelo de negocios aplicado a llegar al mercado meta. Este Modelo de Negocios se realizará mediante un plan de mercadeoindirecto, considerando que el servicio será ofrecido mediante Universidades, hoteles, restaurantes, página web del Programa y las Redes Sociales. Esto

considerando que no se puede llegar al mercado meta con un método de venta directo ya que este es eminentemente extranjero.

El valor que genere la implementación del Programa consiste en un beneficio económico del inversionista considerando el nivel adquisitivo de los potenciales clientes. Los ingresos se obtendrán en dolares, lo que permitirá un manejo más preciso de las finanzas del Programa y será un aspecto de interés para futuros inversionistas en caso que el Programa logre tener el éxito deseado.

El valor que se generará en la zona de Tornabé a nivel cultural, social y laboral será muy importante para Plan de Responsabilidad Social del Programa. La construcción de las instalaciones del programa se llevará a cabo con personas originarias de la zona que vivan en la comunidad de Tornabé. Esto generará una cantidad importante de empleos directos mejorando la economía de casi 2 docenas de familias. Adicionalmente, una vez que se ponga en marcha el Programa y se comience a recibir potenciales estudiantes, se generarán empleos indirectos a raíz de la venta de productos gastronómicos y artesanales de la comunidad. Otro aspecto importante que se tomará en cuenta para impulsar el desarrollo de la comunidad es que se propone utilizar la mano de obra, insumos y materiales locales para el equipamiento de las instalaciones del Programa como ser mobiliario, decoraciones, materia prima y productos alimenticios entre otros.



Fuente: Propia

Ilustración 5. Modelo de Negocios

El diagrama describe la manera que se propone llegar al consumidor, o en este caso potenciales estudiantes. Un intermediario importante para poder difundir lo que ofrece el Programa es UNITEC. Por medio de su red Laureatese lograrállegar de manera directa al estudiantado de No Habla Hispana en las Universidades que la comprenden. Los otros dos medios más importantes de llegar directamente al potencial

estudiante son las redes sociales y páginas web. Con el creciente número de personas que se inscriben en las diferentes páginas de redes sociales se puede en tiempo real llamar la atención de ciertos grupos que están interesados en el tema y generar un efecto dominó.

4.3 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Los principales riesgos concernientes al Programa se identifican según el análisis FODA siguiente:

Tabla No. 9 Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
1. Ubicación del Programa 2. Potencial Turístico de la zona 3. Infraestructura instalada. 4. Puntos de acceso (habilitación de pista de aterrizaje). 5. Metodología de aprendizaje mediante actividades cotidianas y participación de comunidad. 6. Variedad gastronómica. 7. Certificación Universitaria de UNITEC	1. Certificaciones adicionales (Bildungsurlaub, Trabajo Social de estudiantes) 2. Generación de nuevas alianzas estratégicas. 3. Diversificación en rubro turístico. 4. Crecimiento de la zona con proyecto de Bahía de Tela. 5. Potencialización de comercio local artesanal. 6. Alianzas estratégicas con líderes de la comunidad para impulsar el desarrollo cultural de la zona.	1. Índices de Seguridad Ciudadana 2. No se supe toda la demanda turística de la zona. 3. Capital propio mínimo.	1. Competencia directa en la ciudad de Tela. 2. Tiempo para certificación del Programa con demás actores. 3. Variación de precios debido a devaluación de la moneda. 4. Políticas publicas tributarias. 5. Nuevos competidores 6. Competencia desleal

Fuente: Propia

4.4 MITIGACION DE RIESGOS

En base al análisis FODA realizado, se pueden observar varios factores de riesgo. Estos factores de riesgo son a cierto nivel mitigables mediante una planificación y anticipación a los mismos, de esta forma reducirlos a un mínimo. El siguiente diagrama refleja algunas de estas posibilidades para reducir o tratar de eliminar el impacto de estos riesgos tomando en cuenta los alcances en la zona.

Tabla No. 10 Mitigación de Riesgos

Riesgo	Mitigación
1. Inestabilidad Económica del Mercado Turístico emisor	<ul style="list-style-type: none"> • En vista que es un factor macroeconómico no se puede controlar ya que se depende de la situación económica de otros países, sin embargo mitigamos este riesgo al considerar ofrecer el servicio del Hotel a personas que no son precisamente estudiantes potenciales del Programa
2. Competidores ya constituidos	<ul style="list-style-type: none"> • Diferenciación en oferta de servicios. Estos incluirán actividades extracurriculares.
3. Nuevos Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento estratégico en el mercado manteniendo y obteniendo alianzas estratégicas.
4. Índices de Seguridad Ciudadana	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de medidas de seguridad en las instalaciones del Programa y alrededores. Proyección social con la comunidad y educación turística.
5. Seguridad Jurídica	<ul style="list-style-type: none"> • En vista que en Honduras no se cuenta con una política de Estado a favor de la actividad turística, no se puede establecer una estrategia clara para mitigar este tipo de riesgo. • Existen instituciones como la CANATURH y el IHT que ofrecen apoyo con las autoridades gubernamentales.
6. Competencia desleal	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de fidelización y realce de prestigio del Programa, manteniendo estándares de calidad.

Riesgo	Mitigación
7. Integración en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Proyección social enfocada en la comercialización artesanal de la zona con programas de enseñanza a miembros de la comunidad.
8. Falta de Liquidez por C x C	<ul style="list-style-type: none"> Se establecerán planes de pagos porcentuales anticipados previo el inicio de los cursos con penalizaciones por retiro anticipado del mismo.

Fuente: Propia

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

El propósito de la utilización del instrumento de la encuesta en la presente investigación, fue cuantificar la demanda para efectos de poder determinar variables asociadas a la factibilidad de la Implementación del Programa.

Esta fue diseñada en el idioma ingles considerando que el mercado meta es eminentemente extranjero y de No Habla Hispana. A continuación se enumeran las preguntas realizadas con su respectiva respuesta traducida al español.

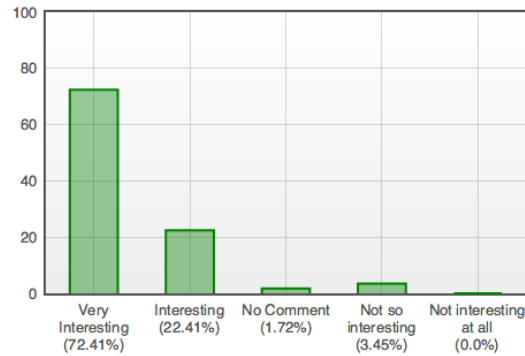
Pregunta No. 1

¿Cómo considera la oportunidad de aprender español como segunda lengua en un hotel ubicado en el caribe hondureño?

Posibles Respuestas:

- Muy Interesante
- Interesante
- Neutro
- Poco Interesante
- Nada Interesante

How would you feel about the opportunity of learning Spanish as a second language in a hotel located in the Honduran Caribbean?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 6. Respuestas Pregunta 1

Del total de las personas encuestadas, un 94.82% manifestó que estarían interesados(as) en aprender el idioma español como segunda lengua en un hotel ubicado en el Caribe Hondureño. Este resultado es un punto de partida para determinar que la combinación del concepto turístico con la enseñanza de un segundo idioma se complementan y hacen que la propuesta de implementar este Programa sea atractiva.

Partiendo de los resultados obtenidos en esta pregunta, se puede crear una pauta que ofrecer ambos servicios es una ventaja competitiva sobre los demás Centros de Enseñanza de Español en Honduras.

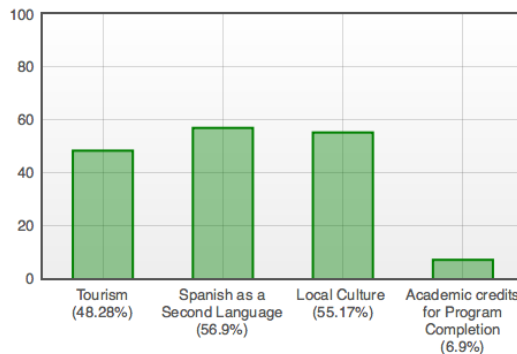
Pregunta No. 2

De las siguientes características, ¿cuál de ellas encontraría la más atractiva del Programa Certificado de Aprendizaje de español y Cultura Local?

Posibles Respuestas:

- Turismo
- Español como Segunda Lengua
- Cultura Local
- Equivalencias Académicas por completación del Programa.

Which of the following characteristics would you find most appealing about the Certified Spanish and Local Culture Learning Program



Fuente: e-encuesta

Ilustración 7. Respuestas Pregunta 2

Este resultado denota un interés pronunciado en el giro del negocio que se desea implementar. Los 3 enfoques del Programa son: el turismo, el aprendizaje de español como segunda lengua y la cultura local tienen un grado de aceptación de proporciones similares, por lo que se observa que existe un alto interés en desarrollar la experiencia conjuntamente y por ende el Programa se promoverá la implementación de estos 3 enfoques, considerando que el giro principal es la enseñanza del español.

Pregunta No. 3

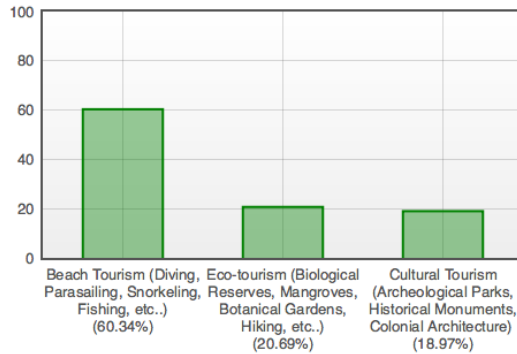
De las actividades turísticas que ofrece el programa, ¿cuál es la de su mayor interés?

Posibles Respuestas:

- Turismo de Playa (Buceo, snorkeling, pesca deportiva, etc...)

- Turismo Ecológico (Reserva biológica, manglares, jardín botánico, excursiones, caminatas, etc...)
- Turismo cultural (Parques Arqueológicos, Centros Históricos, Arquitectura Colonial)

Of the following touristic activities the Program has to offer, which one do you find most interesting?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 8. Respuestas Pregunta 3

En concordancia con el rubro turístico principal que se pretende ofrecer como parte del Programa y tomando en cuenta la ubicación en la bahía de Tela, las respuestas obtenidas reflejan el interés en el potencial estudiante para practicar el Turismo de playa y como segunda opción el Eco-turismo. Como parte de la estrategia de expansión y diversificación del Programa, se desarrollarán paquetes de actividades turísticas relacionadas con el rubro de Turismo Cultural (Parques Arqueológicos, Centros Históricos, Arquitectura Colonial) en otras zonas de Honduras.

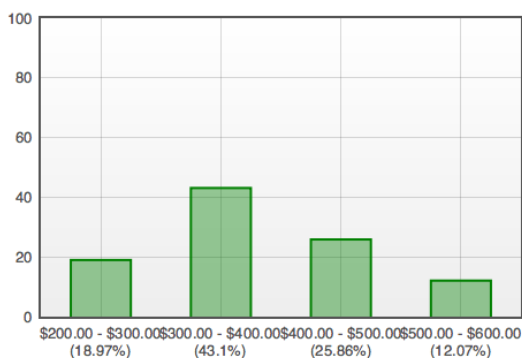
Pregunta No. 4

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un Programa de Aprendizaje de Español como Turismo Académico?

Posibles Respuestas:

- US\$ 200.00-US\$ 300.00
- US\$ 300.0-US\$ 400.00
- US\$ 500.0-US\$ 600.00
- Más de US\$ 600.00

How much would you be willing to spend on a one month long Spanish Learning Program which focuses on Academic Tourism as the main learning technique?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 9. Respuestas Pregunta 4

Se estableció para efectos de poder realizar un cálculo de los ingresos potenciales del Programa, que la consulta de lo que estaría dispuesto a pagar el estudiante y/o turista se mediría en términos mensuales. Para establecer los rangos de los precios consultados, se tomaron como referencia las tarifas aplicadas por la competencia directa e indirecta a nivel nacional y regional.

Los resultados reflejan que el 68.96% de las personas encuestadas, estarían en la disposición de invertir entre US\$ 300.00 y US\$ 500.00 mensuales. Esta cifra será determinante en el momento de establecer un flujo de efectivo proyectado para medir el tiempo del retorno de la inversión y servirá de referencia para realizar los ajustes necesarios al presupuesto del Programa.

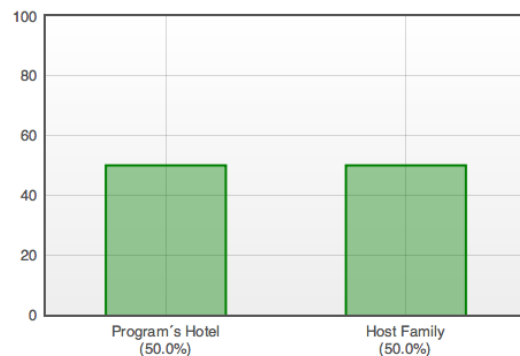
Pregunta No. 5

Si tuviera que elegir entre la opción de hospedarse en las instalaciones del Programa o que sea colocado en una casa hospedera, ¿cuál sería su elección?

Posibles Respuestas:

- Instalaciones del Programa
- Casa hospedera (host familia)

If you had to choose between staying in the Program's Hotel or with a Host family, what would be your choice?



Fuente: e-encuesta

Ilustración10. Respuestas Pregunta 5

Considerando que las respuestas a esta pregunta fueron proporcionalmente igual, es importante establecer estrategias de mercadeo y publicidad que permitan dar a conocer las instalaciones del hotel y sus beneficios sobre la estadía con una familia hospedera. De igual manera esta respuesta indica que es importante establecer una logística apropiada de identificación y precalificación de familias hospederas locales que puedan recibir al estudiantado y ofrecer una estadía satisfactoria.

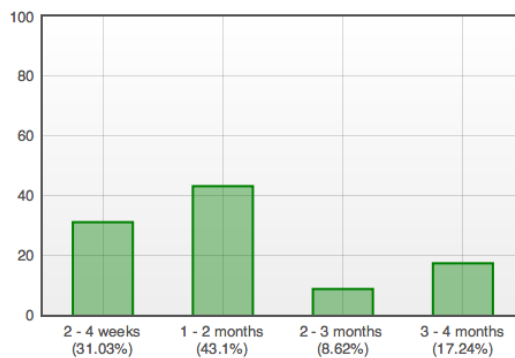
Pregunta No. 6

¿Cuanto tiempo estaría dispuesto a invertir para completar el Programa?

Posibles Respuestas:

- Menos de u 1 mes
- De 1 mes a 2 meses
- De 2 a 3 meses
- De 3 a 6 meses

How much time would you be willing to spend in order to complete de Spanish Program?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 11. Respuestas Pregunta 6

El tiempo que el estudiante / turista está dispuesto a permanecer en el hotel para el desarrollo del Programa, es un indicador clave junto con el valor económico que se le ha otorgado al Programa para determinar la duración idónea de los servicios que se ofrecerán. Para establecer los rangos de los periodos de tiempo consultados, se tomaron como referencia la duración de servicios similares ofrecidos por la competencia directa e indirecta a nivel nacional y regional.

El 73.1% de las personas encuestadas son de la opinión que una estadía entre 2 semanas a 2 meses, es la cantidad de tiempo aproximado que estarían dispuestos a invertir en el Programa.

Este dato será relevante para proyectar un flujo de efectivo que mida el tiempo del retorno de la inversión y servirá de referencia para realizar los ajustes necesarios al Plan de Estudios del Programa.

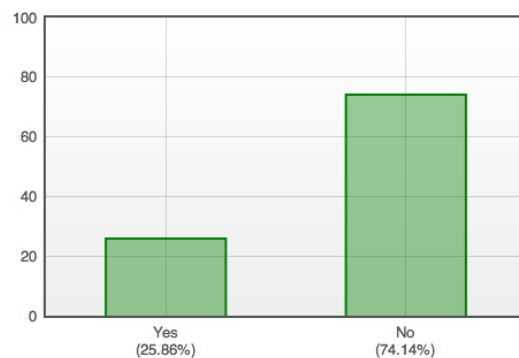
Pregunta No. 7

¿Está cursando actualmente estudios universitarios?

Posibles Respuestas:

- Si
- No

Are you currently enrolled in a university or college?



Fuente: Propia

Ilustración 12. Respuestas Pregunta 7

Por medio de esta pregunta se pretendía medir la demanda de la certificación del Programa con equivalencias universitarias. Se estableció un mercado meta con edades

entre 18 a 34 años. Las respuestas obtenidas no favorecen para obtener una medición correcta de la demanda, ya que la mayoría de las personas encuestadas no están cursando actualmente estudios universitarios.

Se medirá la demanda para las equivalencias universitarias haciendo un cruce con las respuestas obtenidas en la pregunta No. 10.

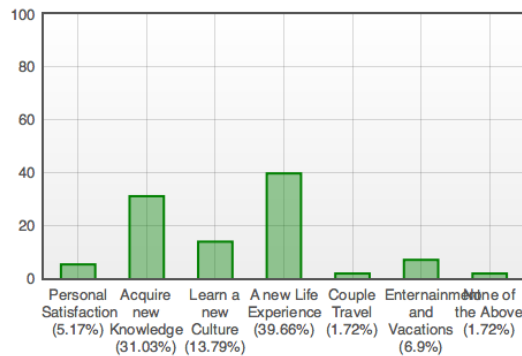
Pregunta No. 8

¿Cuál sería su razón principal de matricularse en el Programa Certificado de Aprendizaje de español y Cultura Local ubicado en el caribe Hondureño?

Posibles Respuestas:

- Satisfacción Personal
- Adquirir nuevos conocimientos
- Conocer y aprender de una nueva cultura
- Nueva experiencia de vida
- Viaje en pareja
- Entretenimiento y Vacaciones
- Ninguna

What would be the main purpose of you enrolling in the Certified Spanish and Local Culture Learning Program located in the Honduran Caribbean?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 13 Respuestas Pregunta 8

En consideración de que los resultados de esta pregunta, dictan una pauta que la adquisición de nuevo conocimiento y nuevas experiencias de vida son los factores más relevantes para el potencial estudiante / turista. Como parte de los servicios ofrecidos por el Programa, en cuanto al aspecto pedagógico, es importante poder satisfacer la necesidad de nuevos conocimientos mediante una metodología de enseñanza innovadora y creativa que permita alcanzar la calidad deseada por el estudiante. Esta calidad se mide con el grado de cumplimiento de las exigencias demandadas dentro de los servicios que ofrece el Programa. En relación a las actividades turísticas, será importante marcar una diferencia en experiencias similares dentro de la región para poder cumplir con esa expectativa y ofrecer una experiencia única dentro de los alcances del Programa.

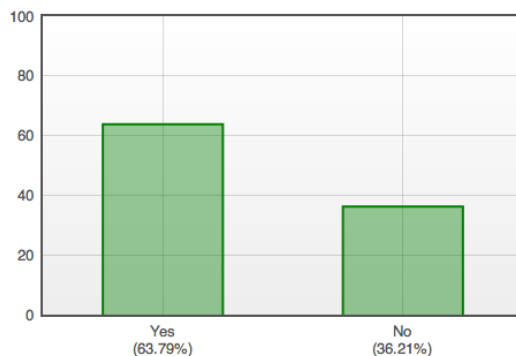
Pregunta No. 10

¿Considera como un valor agregado que la completación del Programa sea acreditada dentro de su plan de estudios universitario?

Posibles Respuestas:

- Si
- No

Do you consider the possibility of getting college credits for the completion of the Spanish Program as an added value?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 14. Respuestas Pregunta 10

El 63.79% de las personas encuestadas contestaron que consideran como valor agregado que la completación del Programa sea acreditado dentro de su plan de estudios universitario. Este dato es importante para los propósitos de la implementación del mismo, ya que se comprueba que este servicio es vital para establecer una diferencia de valor entre los demás competidores directos y le genera un atractivo adicional a la propuesta del Programa.

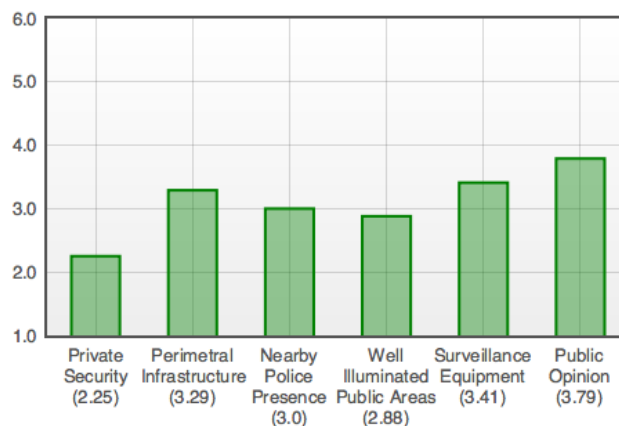
Pregunta No. 11

De los siguientes factores relacionados a la seguridad, identificar y ordenar según la importancia que le merece siendo el 5 el más importante.

Posibles Respuestas:

- Seguridad Privada
- Infraestructura perimetral
- Presencia policial cercana a la zona
- Iluminación de áreas publicas
- Testimonios
- Equipo de Vigilancia

In order of importance, being 1 the most relevant, rate the following Security aspects.



Fuente: e-encuesta

Ilustración 15. Respuestas Pregunta 11

Una de las variables más importantes a considerar para garantizar la satisfacción del potencial estudiante / turista es la seguridad. Considerando que el municipio de Tela está situado en la posición 18 a nivel nacional en cuanto a incidencia delictiva policial según datos proporcionados por la COEPOL con un total de 41 incidencias delictivas que comprenden los siguientes componentes:

1. Homicidios.- 27
2. Tentativa de homicidio.- 9
3. Robo a Negocios.- 2
4. Robo a viviendas.- 0
5. Robo a personas.- 0
6. Robo en Autobuses.- 0
7. Robo Vehículo Repartidor.- 0
8. Robo Motocicletas.- 1
9. Robo Vehículos.- 2

(Policia Nacional, 2014)

En consideración de los datos arriba detallados, se puede concluir que los aspectos más importantes para garantizar la seguridad y/o la percepción de seguridad personal del potencial estudiante / turista son la opinión pública, equipo de vigilancia y la infraestructura perimetral. Abarcando estas categorías se podrá ofrecer un servicio que no provoque temor en el cliente.

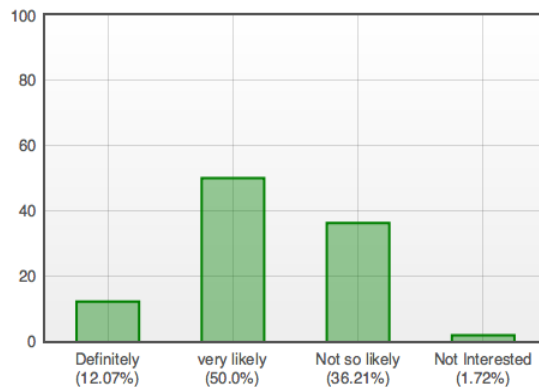
Pregunta No. 12

Partiendo de la base que estaría dispuesto/a pagar el valor del Programa, ¿cuál es la posibilidad que se matricule en el mismo?

Posibles Respuestas:

- Definitivamente
- Muy Probable
- No muy Probable
- No estoy interesado

Starting from the basis that you would be willing to pay the Program's worth, what is the possibility of you enrolling in the Program?



Fuente: e-encuesta

Ilustración 16. Respuestas Pregunta 12

Partiendo de la premisa que el 62.07% de las personas encuestadas respondieron que sería muy probable que se matricularán en el Programa pagando el precio propuesto, se pueden establecer tendencias para determinar cuál será la demanda y establecer flujos de efectivo.

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

La Industria Turística en el contexto internacional en términos interanuales ha alcanzado un crecimiento de un 5% equivalente a 52 millones de turistas, indicador mayor a lo establecido en las proyecciones estadísticas de la Organización Mundial de Turismo para el año 2013. La Industria Turística en el mundo para el año 2013 tuvo mayor representación en ingresos económicos en Europa con 489,300 millones de dólares, seguido de Asia y el Pacífico con 358,900 millones de dólares y en tercer lugar América generando 229,200 mil millones de dólares.



Fuente: (Instituto Hondureño del Turismo, 2014)

Ilustración 17. Ingresos por Turismo por Región Año 2013

Los principales destinos en términos de llegadas de turistas fueron Francia, Estados Unidos, España, China, Italia, Turquía, Alemania, Reino Unido, Rusia y Tailandia.

En el contexto regional se recibieron 7,454 turistas siendo Costa Rica y Guatemala los países con mayor representación. La Industria Turística en el año 2013 tuvo un

crecimiento de 2.8% equivalente a un incremento en términos interanuales de 251 mil turistas receptores.

Tabla 11. Cantidad de Turistas que visitaron Centroamérica por País de Destino

(Cifras en Miles)

País	2009	2010	2011	2012	2013	Variación Porcentual 2013/2103
Costa Rica	1,923	2,100	2,192	2,343	2,428	3.60%
Guatemala	1,392	1,219	1,225	1,305	1,331	2.00%
El Salvador	1,091	1,150	1,185	1,255	1,308	4.20%
Nicaragua	932	1,011	1,060	1,180	1,230	4.30%
Honduras	836	863	872	895	863	-3.50%
Belice	232	242	250	277	294	6.10%

Fuente: (Instituto Hondureño del Turismo, 2014)

En el contexto nacional en el año 2013 se recibieron 1.8 millones de turistas representando una disminución del 2.4% en comparación con el 2012.

Clasificación	2009	2010	2011	2012 ^p	2013 ^p	Variación Porcentual				
						09/08	10/09	11/10	12/11	13/12
Total Visitantes (Suma de Turistas más Excursionistas)	1,589.4	1,965.1	1,851.8	1,903.4	1,857.0	1.8%	23.6%	-5.8%	2.8%	-2.4%
Turistas (Visitantes que Pernoctan)	835.5	862.5	871.5	894.7	863.0	-3.8%	3.2%	1.0%	2.7%	-3.5%
Excursionistas (Crucevistas más visitantes del día)	753.9	1,102.6	980.3	1,008.8	994.0	8.9%	46.2%	-11.1%	2.9%	-1.5%
- Crucevistas	429.8	803.1	787.0	655.2	707.6	-1.0%	86.8%	-2.0%	-16.7%	8.0%
- Visitantes del día	324.1	299.5	193.3	353.5	286.4	25.5%	-7.6%	-35.5%	82.9%	-19.0%

Fuente: (Instituto Hondureño del Turismo, 2014)

Ilustración 18. Cantidad de Turistas que visitaron Honduras en los últimos 5 años

La Industria Turística se especializa en distintos giros y enfoques pero para efectos del presente caso de estudio nos enfocaremos en el Turismo Académico particularmente en el Aprendizaje de Español como segunda lengua.

El Turismo Académico ha sido impulsado por los países de habla hispana en diferentes conceptos y modelos, tales como programas de intercambio cultural, escuelas de español como segunda lengua con inmersión cultural, clases virtuales de enseñanza de español como segunda lengua y cursos personalizados e individuales de español.

En el giro del negocio del programa consideramos como competencia directa a las distintas escuelas de español como segunda lengua e inmersión cultural que operan en Honduras. La competencia indirecta son las organizaciones de intercambio cultural, clases virtuales de enseñanza de español como segunda lengua, los cursos personalizados/individuales de español y las escuelas de español como segunda Lengua e Inmersión cultural de la región centroamericana.

Tabla 12. Cantidad de Escuelas de Español como Segunda Lengua en Países de Habla Hispana

País	Cantidad de Escuelas Reconocidas	Cantidad de Hispano Hablantes	Ranking de País-(Comparación en Términos Relativos)
España	342	35,000,000	2
Argentina	230	39,500,000	5
México	107	104,000,000	20
Guatemala	77	9,000,000	3
Perú	60	26,000,000	11
Ecuador	54	13,200,000	7
Costa Rica	48	4,000,000	1
Chile	41	13,400,000	9
Nicaragua	37	5,400,000	4
Bolivia	22	8,700,000	10
Colombia	21	42,300,000	15
Rep. Dominicana	17	9,300,000	12
Uruguay	14	3,200,000	6
Venezuela	11	26,000,000	19
Panamá	11	3,200,000	8
Honduras	8	7,000,000	13
Cuba	5	11,240,000	18

País	Cantidad de Escuelas Reconocidas	Cantidad de Hispano Hablantes	Ranking de País-(Comparación en Términos Relativos)
Puerto Rico	4	3,700,000	14
Paraguay	3	6,100,000	16
El Salvador	3	6,240,000	17

Fuente: (Instituto Hondureño del Turismo, 2014)

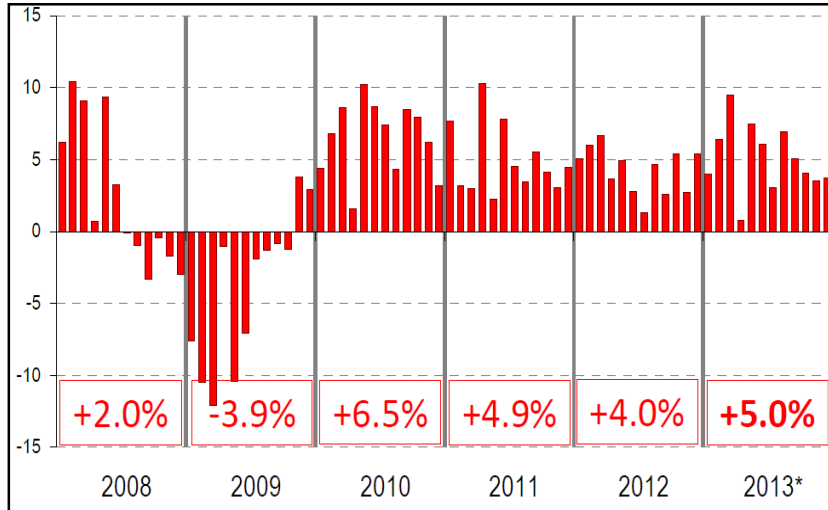
4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

El mercado meta delimitado para efectos del presente estudio, consistió en el total de turistas receptores de Norte América (excluyendo México) y Europa (excluyendo España) que ingresaron a Honduras en el año 2013 con edad de 18 a 34 años.

Se puede hacer una distinción entre el cliente y el usuario final de la siguiente manera: El cliente según lo que se pretende lograr con el Programa sería una Universidad en el extranjero, un grupo organizado de misioneros, Iglesias, ONG's, embajadas, otras instituciones y el interesado individual. Esto partiendo del hecho que estos grupos estarían dispuestos a pagar el Programa. En cambio el usuario final es el estudiante, integrante de una de las organizaciones mencionadas o turista que completará el Programa y se beneficiara directamente de él.

4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO

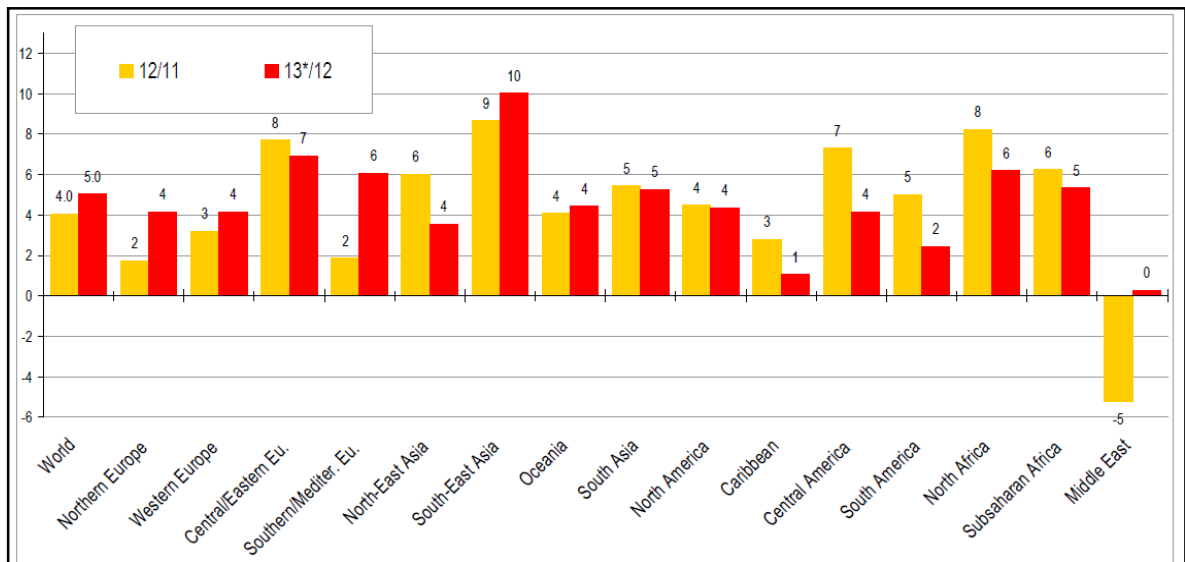
La industria turística en el contexto mundial en los últimos 6 años ha demostrado un crecimiento promedio de 3.08% en términos interanuales, indicador que se ve afectado por el decrecimiento del año 2009 que fue ocasionado significativamente por la crisis económica de los Estados Unidos.



Fuente: (UNWTO World Tourism Barometer, 2014)

Ilustración 19. Entrada de Turistas a nivel mundial

La industria turística en el contexto regional en los últimos 2 años ha demostrado un crecimiento promedio de 5.50% en términos interanuales, crecimiento mayor que el promedio estadístico a nivel mundial.



Fuente: (UNWTO World Tourism Barometer, 2014)

Ilustración 20. Crecimiento Interanual de entrada de turistas internacionales años 2011-2012, 2012-2013 por región

En el contexto nacional en los últimos 5 años la industria turística ha demostrado un crecimiento promedio de 4.00% en términos interanuales, crecimiento mayor que el promedio estadístico a nivel mundial pero inferior al crecimiento promedio de la región. Se utiliza el crecimiento del 4.00% de la industria turística en el contexto nacional como referencia para establecer la tasa de crecimiento de la demanda y de esta manera proyectar los crecimientos anuales en las ventas.

Clasificación						Variación Porcentual				
	2009	2010	2011	2012 ^p	2013 ^p	09/08	10/09	11/10	12/11	13/12
Total Visitantes (Suma de Turistas más Excursionistas)	1,589.4	1,965.1	1,851.8	1,903.4	1,857.0	1.8%	23.6%	-5.8%	2.8%	-2.4%

Fuente: (Instituto Hondureño del Turismo, 2014)

Ilustración20. Cantidad y Variación Porcentual de Ingreso de Turistas Internacionales a Honduras en los últimos 5 años (miles)

4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

La estrategia de Mercadeo y ventas estará enfocada en establecer lo siguiente:

- Alianzas estratégicas con universidades extranjeras.
- Alianzas con instituciones privadas como es el caso de Unitec y la Red Laureate.
- Alianzas estratégicas con hoteles, albergues, y restaurantes nacionales.
- Alianzas estratégicas con Tour Operadoras.
- Mercadeo mediante redes sociales.
- Mercadeo mediante página Web.

- Estrategia de Venta Cruzada de los diferentes servicios ofrecido en el Programa.

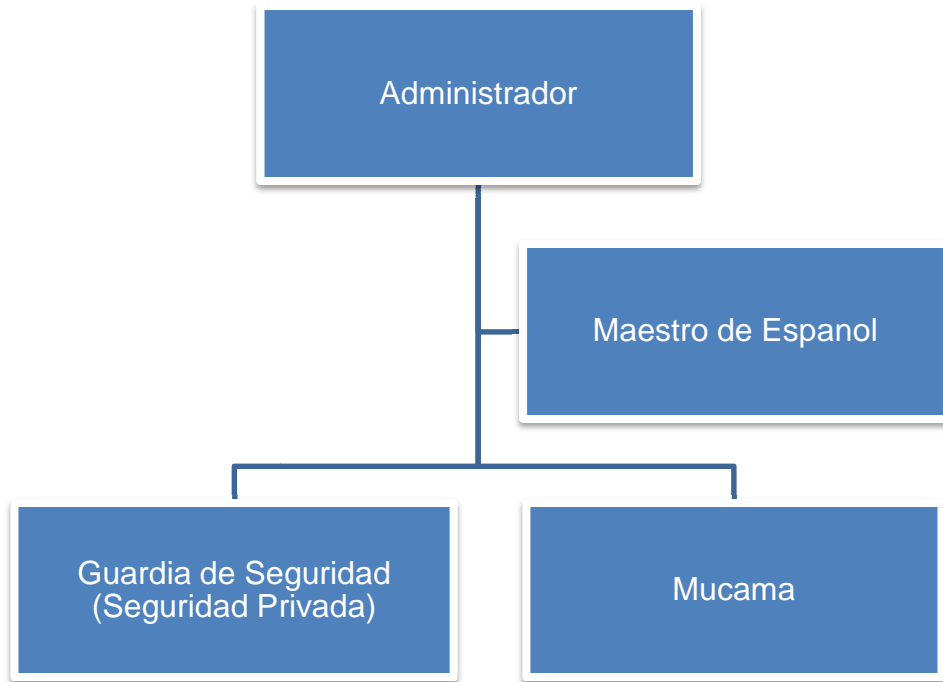
4.5.5 FACTORES AMBIENTALES

El Programa contara con la Licencia Ambiental emitida por la Secretaria de Recursos Naturales y la Opinión de Impacto Cultural certificada por la Secretaría de Estado en el Despacho de Cultura, Artes y Deportes con el fin de cumplir con el marco legal requerido y lo exigido por la Instituto Hondureño del Turismo para poder optar al beneficio de la Ley de Incentivo del Turismo.

4.6 PLANIFICACION ORGANIZACIONAL

El personal para la implementación del Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local es el siguiente:

- Administrador: Empleado permanente bilingüe con grado de licenciatura encargado en administrar la operación y el flujo de efectivo del programa contando con un salario mensual de Lps.10,000.00. El Administrador del Programa será la persona encargada en coordinar y ofrecer las actividades Turísticas y ejercerá actividades pedagógicas cuando se requiera.
- Maestro de Español: Empleado permanente bilingüe con grado de Licenciatura encargado en impartir las clases de español como segunda lengua y asiste al administrador en las actividades turísticas cuando este último lo requiera, devengando un salario mensual de Lps 15,000.
- Mucama: Empleado permanente encargado de velar por la limpieza, higiene, ordenamiento y asistencia personal al administrador del programa, devengando un salario mensual de Lps. 5,000.
- Guardia de Seguridad Privada: Empleado encargado en velar por la seguridad del personal, clientes y de las instalaciones del programa.



Fuente: Propia

Ilustración 21. Organigrama

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

En el análisis financiero se determina la viabilidad y la rentabilidad del proyecto como oportunidad de inversión; a continuación se detallan las siguientes especificaciones financieras:

Tabla 13. Financiamiento

Inversiones	
Costo total de Inversión Inicial	HNL 3,759,200.00
Capital Propio	HNL 1,879,600.00
Préstamo	HNL 1,879,600.00
Interés anual	HNL 375,920.00

Fuente: Propia

Tabla 14. Costos y Gastos Operacionales

Servicios Publico/Privado	Consumo Mensual Zona Tela
Energía Eléctrica	HNL 7,500.00
Agua Potable	HNL 5,000.00
Telefonía	HNL 2,000.00
Cable/Internet	HNL 3,000.00
Total	HNL 17,500.00

Fuente: Propia

Tabla 15. Salarios y Sueldos Mensuales:

Salarios	Mensual	Cantidad	Gasto Mensual
Administrador	10000	1	HNL 10,000.00
Maestros	15000	1	HNL 15,000.00
Mucamas	5000	1	HNL 5,000.00
Seguridad Privada	7000	1	HNL 7,000.00
Total Gastos de Salarios y Sueldos			HNL 37,000.00

Fuente: Propia

Tabla 16. Precios por día de Habitación y Dormitorios

Tarifas de estadías por día de Habitaciones y Dormitorios								
Descripción	Estadía al Público en General				Estadía Alumno del Programa			
	Sin A/C \$	Sin A/C HNL	Con A/C \$	Con A/C HNL	Sin A/C \$	Sin A/C HNL	Con A/C \$	Con A/C HNL
Habitaciones Privadas Sencilla	\$55.00	HNL 1,180.85	\$65.00	HNL 1,395.55	\$39.00	HNL 837.33	\$49.00	HNL 1,052.03
Habitaciones Privadas Doble	\$59.00	HNL 1,266.73	\$69.00	HNL 1,481.43	\$49.00	HNL 1,052.03	\$59.00	HNL 1,266.73
Habitaciones Privadas Triple	\$69.00	HNL 1,481.43	\$79.00	HNL 1,696.13	\$59.00	HNL 1,266.73	\$69.00	HNL 1,481.43
Habitaciones Privadas Cuádruple	\$79.00	HNL 1,696.13	\$89.00	HNL 1,910.83	\$69.00	HNL 1,481.43	\$79.00	HNL 1,696.13
Dormitorios Compartidos	\$62.00	HNL 1,331.14	\$72.00	HNL 1,545.84	\$52.00	HNL 1,116.44	\$62.00	HNL 1,331.14

Fuente: Propia

Tabla 17. Precios por personas de estadías

Tarifas de estadías por día por Persona				
Descripción	Estadía sin A/C \$	Estadía sin A/C HNL	Estadía con A/C \$	Estadía con A/C HNL
Habitaciones Privadas Sencilla	\$45.00	HNL 966.15	\$55.00	HNL 1,180.85
Habitaciones Privadas Doble	\$29.50	HNL 633.37	\$34.50	HNL 740.72
Habitaciones Privadas Triple	\$26.33	HNL 565.31	\$29.67	HNL 637.01
Habitaciones Privadas Cuádruple	\$24.75	HNL 531.38	\$27.25	HNL 585.06
Dormitorios Compartidos	\$17.00	HNL 364.99	\$18.67	HNL 400.84

Fuente: Propia

Tabla 18. Ingresos

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Producto A: Programa										
Cantidad de Personas	50	52	54	56	58	60	63	65	68	71
Precio Unitario	HNL 14,599.60	HNL 15,548.57	HNL 16,559.23	HNL 17,635.58	HNL 18,781.89	HNL 20,002.72	HNL 21,302.89	HNL 22,687.58	HNL 24,162.27	HNL 25,732.82
Frecuencia de Uso al Mes	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Producto B: Hotel										
Cantidad de Personas	25	26	27	28	29	30	31	33	34	35
Precio Unitario	HNL 644.10	HNL 685.97	HNL 730.55	HNL 778.04	HNL 828.61	HNL 882.47	HNL 939.83	HNL 1,000.92	HNL 1,065.98	HNL 1,135.27
Frecuencia de Uso al Mes	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Producto C: Paquetes Turísticos										
Cantidad de Personas	39	40	42	43	45	47	49	51	53	55
Precio Unitario	HNL 1,073.50	HNL 1,143.28	HNL 1,217.59	HNL 1,296.73	HNL 1,381.02	HNL 1,470.79	HNL 1,566.39	HNL 1,668.20	HNL 1,776.64	HNL 1,892.12
Frecuencia de Uso al Mes	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Ingreso por Alquiler de Cocina	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00	HNL 120,000.00
Total de Ingresos	HNL 1,490,594.99	HNL 1,638,071.01	HNL 1,801,415.45	HNL 1,982,335.75	HNL 2,182,723.08	HNL 2,404,672.08	HNL 2,650,502.80	HNL 2,922,784.90	HNL 3,224,364.56	HNL 3,558,394.18

Fuente: Propia

Los ingresos mensuales del proyecto son obtenidos de las ventas de los 3 servicios (Programa de Enseñanza de Español, servicio de Hotel y los paquetes turísticos de la zona) y por el alquiler de la cocina a un tercero.

Tabla 19. Financiamiento Bancario

Financiamiento Bancario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Saldo Inicial de Capital	HNL 1,879,600.00	HNL 1,691,640.00	HNL 1,503,680.00	HNL 1,315,720.00	HNL 1,127,760.00	HNL 939,800.00	HNL 751,840.00	HNL 563,880.00	HNL 375,920.00	HNL 187,960.00
Cuota de Capital	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00	HNL 187,960.00
Pago de Intereses	HNL 338,328.00	HNL 304,495.20	HNL 270,662.40	HNL 236,829.60	HNL 202,996.80	HNL 169,164.00	HNL 135,331.20	HNL 101,498.40	HNL 67,665.60	HNL 33,832.80
Cuota Final de Capital	HNL 1,691,640.00	HNL 1,503,680.00	HNL 1,315,720.00	HNL 1,127,760.00	HNL 939,800.00	HNL 751,840.00	HNL 563,880.00	HNL 375,920.00	HNL 187,960.00	HNL 0.00

Fuente: Propia

Se solicitó financiamiento bancario con garantía hipotecaria para inversión en activo fijo como capital semilla a un plazo de 10 años y tasa de interés del 18% anual, con un plan de amortización de cuota fija de capital e intereses sobre saldos para reducir el costo financiero.

Tabla 20. Estado de Resultados

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	HNL 1,490,594.99	HNL 1,638,071.01	HNL 1,801,415.45	HNL 1,982,335.75	HNL 2,182,723.08	HNL 2,404,672.08	HNL 2,650,502.80	HNL 2,922,784.90	HNL 3,224,364.56	HNL 3,558,394.18
Gastos:										
Servicios Públicos	HNL	HNL	HNL	HNL	HNL	HNL	HNL	HNL	HNL	HNL

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00	210,000.00
Salarios de todo el personal	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00
Papelería y útiles de oficina	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00
Combustible	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00
Mantenimiento de Equipo Recreativo	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00
Depreciación Anual Inversión	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Pago de Intereses	HNL 338,328.00	HNL 304,495.20	HNL 270,662.40	HNL 236,829.60	HNL 202,996.80	HNL 169,164.00	HNL 135,331.20	HNL 101,498.40	HNL 67,665.60	HNL 33,832.80
Total Gastos	HNL 1,487,568.00	HNL 1,453,735.20	HNL 1,419,902.40	HNL 1,386,069.60	HNL 1,352,236.80	HNL 1,318,404.00	HNL 1,284,571.20	HNL 1,250,738.40	HNL 1,216,905.60	HNL 1,183,072.80
Utilidad antes de ISR	HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38
Impuesto sobre La Renta (Exonerado)	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00
Utilidad Neta	HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38

Fuente: Propia

Tabla 21. Flujo de Caja

Flujo de Efectivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inversión Inicial	-HNL 4,129,866.67										
Préstamo Bancario		-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00
Utilidad Neta		HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38
Depreciación		HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Recuperación de Capital de Trabajo											HNL 70,666.67
Valor de Rescate Construcción											HNL 1,350,000.00
Flujos Netos	-HNL 4,129,866.67	HNL 116,306.99	HNL 297,615.81	HNL 494,793.05	HNL 709,546.15	HNL 943,766.28	HNL 1,199,548.08	HNL 1,479,211.60	HNL 1,785,326.50	HNL 2,120,738.96	HNL 3,909,268.05

Fuente: Propia

En el flujo de caja proyectado se indica que el año de inicio de operaciones habrá flujo de efectivo negativo por la inversión inicial y puesta en marcha del proyecto de inversión. Los flujos de efectivo a 10 años son positivos a partir del año 1, proporcionando una tasa interna de retorno de 17.44 %, mayor a la del costo de capital y un valor presente neto positivo de Lps 260,797.04.

Tabla 22. Inversiones

Inversión	Monto
Inversión en Construcción	HNL 2,700,000.00
Inversión en Terreno	HNL 528,000.00
Inversión en Mobiliario	HNL 395,400.00
Inversión en Equipo Recreativo	HNL 63,800.00
Inversión en Equipo de Transporte	HNL 300,000.00
Inversión en Insumos	HNL 15,000.00
Inversión en Equipo de Oficina	HNL 57,000.00
Capital de Trabajo	HNL 70,666.67
Inversión Total	HNL 4,129,866.67

Tabla 23 .Depreciación de Inversiones

Depreciación de Inversiones		
Activo	Vida útil	Depreciación Anual
Construcción	20	HNL 135,000.00
Mobiliario	5	HNL 79,080.00
Equipo de recreación	5	HNL 12,760.00
Equipo de transporte	5	HNL 60,000.00
Insumos	5	HNL 3,000.00
Equipo de oficina	5	HNL 11,400.00
Total		HNL 301,240.00

Fuente: Propia**Tabla 24. Inversión en Mobiliario**

Mobiliario de habitación	Precio Unitario	Cantidad	Total
Mesas de noche	500	15	HNL 7,500.00
Sillas	350	30	HNL 10,500.00
Camas	3000	40	HNL 120,000.00
Gaveteros	1000	20	HNL 20,000.00
A/C	8000	10	HNL 80,000.00
Ventiladores	2500	17	HNL 42,500.00
Televisores	8000	10	HNL 80,000.00
Refrigeradoras	15000	2	HNL 30,000.00
Microondas	1500	2	HNL 3,000.00

Mobiliario de habitación	Precio Unitario	Cantidad	Total
Cafeteras	300	3	HNL 900.00
Lavadora	500	2	HNL 1,000.00
Total			HNL 395,400.00

Fuente: Propia

Tabla 25. Inversión en Equipo Recreativo

Equipo Recreativo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Juego para Snorkel	10	700	HNL 7,000.00
Badminton	2	1100	HNL 2,200.00
Equipo de Voleibol	1500	1	HNL 1,500.00
Kayaks	4000	2	HNL 8,000.00
Bicicletas	8000	3	HNL 24,000.00
Futbolito de Mesa	3000	1	HNL 3,000.00
Área social (Juegos de Mesa)	5000	1	HNL 5,000.00
Balsas	800	2	HNL 1,600.00
Equipo de Pesca	1000	5	HNL 5,000.00
Binoculares	500	3	HNL 1,500.00
Tiendas de Campaña	1000	5	HNL 5,000.00
Total			HNL 63,800.00

Fuente: Propia

Tabla 26. Inversión en Equipo de Transporte

Equipo de Transporte			
Lancha	150000	1	HNL 150,000.00
Vehículos	150000	1	HNL 150,000.00
Total			HNL 300,000.00
Insumos			
Material Educativo (Libros, películas, videos)	500	30	HNL 15,000.00

Fuente: Propia

Tabla 27. Inversión en Equipo de Oficina

Equipo de Oficina			
Computadora	15000	2	HNL 30,000.00

Equipo de Oficina			
Tablet	5000	0	HNL 0.00
Impresora	5000	1	HNL 5,000.00
Armario	8000	1	HNL 8,000.00
Caja Fuerte	8000	0	HNL 0.00
Archivero	3500	2	HNL 7,000.00
Escritorio	2000	2	HNL 4,000.00
Sillas	1000	3	HNL 3,000.00
Total			HNL 57,000.00

Fuente: Propia

4.7.1 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El Análisis de sensibilidad evalúa las variables críticas que tienen mayor afectación en la propuesta de ventas, en el caso particular del Programa la variable crítica era el precio que los costos y gastos no son muy elevados y no se proyecta invertir en mayo infraestructura para incrementar la capacidad instalada.

Tabla 28. Escenario Optimista con Aumento del 20% del precio

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	HNL 1,764,713.99	HNL 2,134,396.38	HNL 2,351,145.43	HNL 2,591,216.68	HNL 2,857,119.59	HNL 3,151,633.66	HNL 3,477,837.44	HNL 3,839,140.75	HNL 4,239,320.29	HNL 4,682,559.16
Gastos:										
Servicios Públicos	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00
Salarios de todo el personal	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00
Papelería y útiles de oficina	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00
Combustible	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00
Mantenimiento de Equipo Recreativo	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00
Depreciación Anual Inversión	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Pago de Intereses	HNL 338,328.00	HNL 304,495.20	HNL 270,662.40	HNL 236,829.60	HNL 202,996.80	HNL 169,164.00	HNL 135,331.20	HNL 101,498.40	HNL 67,665.60	HNL 33,832.80
Total Gastos	HNL 1,487,568.00	HNL 1,453,735.20	HNL 1,419,902.40	HNL 1,386,069.60	HNL 1,352,236.80	HNL 1,318,404.00	HNL 1,284,571.20	HNL 1,250,738.40	HNL 1,216,905.60	HNL 1,183,072.80
Utilidad antes de ISR	HNL 277,145.99	HNL 680,661.18	HNL 931,243.03	HNL 1,205,147.08	HNL 1,504,882.79	HNL 1,833,229.66	HNL 2,193,266.24	HNL 2,588,402.35	HNL 3,022,414.69	HNL 3,499,486.36
Impuesto sobre La Renta	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00
Utilidad Neta	HNL 277,145.99	HNL 680,661.18	HNL 931,243.03	HNL 1,205,147.08	HNL 1,504,882.79	HNL 1,833,229.66	HNL 2,193,266.24	HNL 2,588,402.35	HNL 3,022,414.69	HNL 3,499,486.36

Fuente: Propia

Se incrementan las utilidades netas en los 10 años y en el primer año se rentabiliza más la ejecución de ese ejercicio ya que la misma en el escenario neutro era marginal.

Tabla 29. Escenario Neutro sin aumento o disminución de precio:

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	HNL 1,490,594.99	HNL 1,638,071.01	HNL 1,801,415.45	HNL 1,982,335.75	HNL 2,182,723.08	HNL 2,404,672.08	HNL 2,650,502.80	HNL 2,922,784.90	HNL 3,224,364.56	HNL 3,558,394.18
Gastos:										
Servicios Públicos	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00
Salarios de todo el personal	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00
Papelería y útiles de oficina	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00
Combustible	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00
Mantenimiento de Equipo Recreativo	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00
Depreciación Anual Inversión	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Pago de Intereses	HNL 338,328.00	HNL 304,495.20	HNL 270,662.40	HNL 236,829.60	HNL 202,996.80	HNL 169,164.00	HNL 135,331.20	HNL 101,498.40	HNL 67,665.60	HNL 33,832.80
Total Gastos	HNL 1,487,568.00	HNL 1,453,735.20	HNL 1,419,902.40	HNL 1,386,069.60	HNL 1,352,236.80	HNL 1,318,404.00	HNL 1,284,571.20	HNL 1,250,738.40	HNL 1,216,905.60	HNL 1,183,072.80
Utilidad antes de ISR	HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38
Impuesto sobre La Renta	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00
Utilidad Neta	HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38

Fuente: Propia

Tabla 30. Escenario Pesimista con disminución del 20% del precio

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	HNL 1,216,475.99	HNL 1,334,456.81	HNL 1,465,132.36	HNL 1,609,868.60	HNL 1,770,178.46	HNL 1,947,737.67	HNL 2,144,402.24	HNL 2,362,227.92	HNL 2,603,491.65	HNL 2,870,715.35
Gastos:										
Servicios Públicos	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00
Salarios de todo el personal	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00
Papelería y útiles de oficina	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00
Combustible	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00
Mantenimiento de Equipo Recreativo	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00
Depreciación Anual Inversión	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Pago de Intereses	HNL 338,328.00	HNL 304,495.20	HNL 270,662.40	HNL 236,829.60	HNL 202,996.80	HNL 169,164.00	HNL 135,331.20	HNL 101,498.40	HNL 67,665.60	HNL 33,832.80
Total Gastos	HNL 1,487,568.00	HNL 1,453,735.20	HNL 1,419,902.40	HNL 1,386,069.60	HNL 1,352,236.80	HNL 1,318,404.00	HNL 1,284,571.20	HNL 1,250,738.40	HNL 1,216,905.60	HNL 1,183,072.80
Utilidad antes de ISR	-HNL 271,092.01	-HNL 119,278.39	HNL 45,229.96	HNL 223,799.00	HNL 417,941.66	HNL 629,333.67	HNL 859,831.04	HNL 1,111,489.52	HNL 1,386,586.05	HNL 1,687,642.55
Impuesto sobre La Renta	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00
Utilidad Neta	-HNL 271,092.01	-HNL 119,278.39	HNL 45,229.96	HNL 223,799.00	HNL 417,941.66	HNL 629,333.67	HNL 859,831.04	HNL 1,111,489.52	HNL 1,386,586.05	HNL 1,687,642.55

Fuente: Propia

En un escenario pesimista en el que se reducen los precios en un 20%, la utilidad se ve afectada, generando pérdidas en los primeros 2 años de operación, esto nos indica que una estrategia de reducción de precios a lo largo de los primeros 10 años de operación no sería conveniente ya que la capacidad instalada se mantendrá igual, no hay planificación de expansión e inversión de mayor infraestructura (ampliación en construcción de habitaciones y aulas).

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Como resultado de las investigaciones realizadas con el departamento de Relaciones Internacionales de UNITEC, las organizaciones de Intercambio cultural y diferentes escuelas de enseñanza de Español como Segunda Lengua se determinó que si hay interés en las universidades extranjeras en poder establecer alianzas estratégicas con el Programa siempre y cuando se cumplan a cabalidad sus requisitos y condiciones.
2. Las alianzas estratégicas del Programa con universidades del extranjero podrían establecerse y adquirir mayor aceptación si las mismas son manejadas mediante el Departamento de Relaciones Internacionales de UNITEC y la red Laureate ya que es un proyecto nuevo y no hay experiencia en el mercado nacional.
3. Mediante la presente investigación, se determinó que universidades en Estados Unidos aceptan o acreditan dentro de sus planes de estudio las certificaciones del Instituto Cervantes de España y de la organización BILDUNGSURLAUB de Alemania, razón por la cual se determinó que las certificaciones antes mencionadas deben adquirirse por el Programa en sus planes de trabajo a mediano o largo plazo.
4. Se concluye que el único apoyo directo obtenido de las Instituciones Públicas es la aplicación de la Ley de Incentivos al Turismo , la que consiste en la exoneración de pago de impuestos sobre la renta e impuestos de importaciones de bienes utilizados para incentivar la industria turística , que ya que el Instituto Hondureño del Turismo (IHT) y la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH) no brindan muchos beneficios directos en la operación y sostenimiento de empresas turísticas , consideramos que el mayor beneficio ofrecido por estas instituciones es la información estadística. En relación a las Instituciones Privadas consideramos que podrían ser aliados estratégicos cuando estas tienen relación con universidades o empresas extranjeras, como es el caso particular de UNITEC con

la Red Laureate, se podría mercadear o publicitar el servicio del Programa a los diferentes estudiantes de la red.

5. Mediante el estudio de mercado se logró identificar que existe interés por parte de la población de No Habla Hispana en suscribirse a un programa de Aprendizaje de Español como segunda lengua que sea interesante, atractivo, académico e inmersivo en la cultura local. En base a lo anterior determinamos que existe una oportunidad de negocio y demanda de clientes potenciales.
6. Mediante el estudio técnico, de mercado y el financiero se concluye que en el Municipio de Tela resulta factible invertir en un hotel que cuente con un programa de enseñanza de español como segunda lengua con opción a diferentes actividades turísticas e inmersión cultural. El Municipio de Tela y particularmente la comunidad de Tornabé cuenta con índices de seguridad aceptables, bajos costos operativos, amplio atractivo turístico y tiene una ubicación geográfica estratégica.

Recomendaciones:

1. Considerando el análisis financiero realizado, recomendamos que el programa inicie con bajos costos y gastos operativos, a medida que se vaya posicionando en el mercado estos podrían incrementarse paulatinamente para poder atender la demanda de clientes y aprovechar la capacidad instalada. Particularmente en el mediano plazo, se podría contratar más personal académico y de limpieza.
2. Recomendamos considerar dentro los planes de expansión del programa que se ofrezcan paquetes turísticos a la zona de Occidente (Copan Ruinas, Santa Rosa de Copan, Gracias) y las Islas de la Bahía.
3. Para lograr la Certificación del Programa de Enseñanza de Español como segunda Lengua, se propone como una segunda fase de la expansión del Programa, gestionar mediante UNITEC y la Red Laureate, una

certificación reconocida por Universidades Extranjeras principalmente de la red de Laureate. Asimismo se pretende en una segunda etapa de la implementación del Programa, el reconocimiento del Instituto Cervantes de España, para que el Programa adquiera mayor credibilidad y respaldo. Este proceso de certificación se podrá gestionar después de cumplir los requisitos establecidos por entes garantes del mismo.

4. Como estrategia de ventas y crecimiento se deberá ofrecer el servicio de Hotel con paquetes turísticos para clientes nacionales o personas de Habla Hispana.
5. La inversión en las instalaciones es alta en relación a los flujos de efectivo del servicio que se está ofreciendo, por lo que recomendamos que inicialmente se alquilen las instalaciones cerca del perímetro de la zona de Tornabé y que se construya hasta que el negocio adquiera madurez.
6. Invertir en seguridad y desarrollar campañas de publicidad en las que promuevan la seguridad de la zona de Tela, ya que esta variable es fundamental para establecer alianzas estratégicas y atraer turistas extranjeros.

CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

En el presente capítulo se detalla el plan de negocios de inversión para la implementación del Programa de Aprendizaje de Español y Cultura Local en el Municipio de Tela. Este particular modelo de negocios cuyo nombre comercial será Salty Tortuga Hotel and Spanish Learning Center ofrecerá como principal servicio o giro de negocio, la enseñanza del español como segunda lengua. El programa ofrecerá de forma complementaria el servicio de hotelería y como parte de ingresos adicionales potenciales, se ofrecerán las actividades turísticas de la zona, las cuales tendrán sus propias tarifas y forma de aplicación.

La inversión total del proyecto ascienda a Lps. 4,129,866.67 y será apalancada en un 50% por financiamiento bancario a 10 años plazo con tasa de interés del 10% y el otro 50% será financiado con fondos propios de accionistas.

Tabla 31. Financiamiento

Financiamiento		
Descripción	Monto	Costo de Capital
Capital Propio	HNL 1,879,600.00	16.36%
Préstamo Bancario	HNL 1,879,600.00	18.00%

Fuente: Propia

Tabla 32. Inversiones

Inversión	Monto
Inversión en Construcción	HNL 2,700,000.00
Inversión en Terreno	HNL 528,000.00
Inversión en Mobiliario	HNL 395,400.00
Inversión en Equipo Recreativo	HNL 63,800.00
Inversión en Equipo de Transporte	HNL 300,000.00
Inversión en Insumos	HNL 15,000.00
Inversión en Equipo de Oficina	HNL 57,000.00
Capital de Trabajo	HNL 70,666.67
Inversión Total	HNL 4,129,866.67

Fuente: Propia

Como resultado de los estudios de mercado, técnico y financiero se proyectan un crecimiento interanual de un 4% de sus utilidades ya en los últimos 5 años esa ha sido el promedio alcanzado a nivel de la industria turística en Honduras.

En los primeros 10 años de operación se proyecta alcanzar una utilidad promedio anual de Lps. 1,050,265.00 en el primer año la utilidad se proyecta como marginal pero a partir del quinto año de operación se reflejan márgenes más atractivos.

Considerando los costos operativos del negocio, la capacidad instalada, la fuerte inversión inicial y que el sector turismo tiene temporadas de bajo movimiento, se planifica impulsar en el mediano plazo una estrategia de publicidad y mercadeo para atender al turista nacional y regional, esto debido al potencial turístico del municipio de Tela para atraer este nicho de mercado, de esta manera generar ingresos adicionales al programa.

Adicionalmente, como incentivo para el inversionista de la industria turística, el gobierno de la república mediante la Ley de Incentivos al Turismo exonera el impuesto sobre la renta y el de importación de bienes invertidos en turismo, lo que mejora los márgenes de rentabilidad del proyecto de inversión.

Los flujos de efectivo del proyecto nos indican que la inversión inicial nos proporciona una tasa interna de Retorno de 17.44% superior a la tasa de 16.36% del costo de capital y un Valor Presente Neto: Lps. 260,797.04 lo que nos indica que el proyecto es factible como modelo de negocios.

Tabla 33. Estado de Resultados

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	HNL 1,490,594.99	HNL 1,638,071.01	HNL 1,801,415.45	HNL 1,982,335.75	HNL 2,182,723.08	HNL 2,404,672.08	HNL 2,650,502.80	HNL 2,922,784.90	HNL 3,224,364.56	HNL 3,558,394.18
Gastos:										
Servicios Públicos	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00	HNL 210,000.00
Salarios de todo el personal	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00	HNL 518,000.00
Papelería y útiles de oficina	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00	HNL 24,000.00
Combustible	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00	HNL 60,000.00
Mantenimiento de Equipo Recreativo	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00	HNL 36,000.00
Depreciación Anual Inversión	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Pago de Intereses	HNL 338,328.00	HNL 304,495.20	HNL 270,662.40	HNL 236,829.60	HNL 202,996.80	HNL 169,164.00	HNL 135,331.20	HNL 101,498.40	HNL 67,665.60	HNL 33,832.80
Total Gastos	HNL 1,487,568.00	HNL 1,453,735.20	HNL 1,419,902.40	HNL 1,386,069.60	HNL 1,352,236.80	HNL 1,318,404.00	HNL 1,284,571.20	HNL 1,250,738.40	HNL 1,216,905.60	HNL 1,183,072.80
Utilidad antes de ISR	HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38
Impuesto sobre La Renta	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00	HNL 0.00
Utilidad Neta	HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38

Fuente: Propia

Tabla 34. Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inversión Inicial	-HNL 4,129,866.67										
Préstamo Bancario		-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00	-HNL 187,960.00
Utilidad Neta		HNL 3,026.99	HNL 184,335.81	HNL 381,513.05	HNL 596,266.15	HNL 830,486.28	HNL 1,086,268.08	HNL 1,365,931.60	HNL 1,672,046.50	HNL 2,007,458.96	HNL 2,375,321.38
Depreciación		HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00	HNL 301,240.00
Recuperación de Capital de Trabajo											HNL 70,666.67
Valor de Rescate Construcción											HNL 1,350,000.00
Flujos Netos	-HNL 4,129,866.67	HNL 116,306.99	HNL 297,615.81	HNL 494,793.05	HNL 709,546.15	HNL 943,766.28	HNL 1,199,548.08	HNL 1,479,211.60	HNL 1,785,326.50	HNL 2,120,738.96	HNL 3,909,268.05

Fuente: Propia

Plan de Acción para la Puesta en Marcha del Negocio: El Plan de Acción para poner en marcha el Programa de Aprendizaje de español y Cultura Local requiere un mínimo de tiempo 312 días hábiles y esta segmentado en las siguientes 5 actividades generales:

- Requerimientos Legales
- Construcción de las Instalaciones
- Equipamiento y Adquisición de Insumos
- Plan de Mercadeo y Publicidad
- Inauguración y Lanzamiento del programa

Tabla 35. Cronograma de Actividades

Cronograma de Actividades		
Actividades		Duración en Días
1	Requerimientos Legales	130
1.1	Constitución Legal con Abogados	30
1.2	Permisos Ambientales de la Secretaria de Recursos Naturales (SERNA)	30
1.3	Registro en el Instituto Hondureño de Turismo en la Gerencia de Planeación para adquirir los beneficios de la ley de incentivos del Turismo	30
1.4	Adquisición del Registro Nacional Turístico	30
1.5	Inscripción en la Cámara Nacional de Turismo de Honduras (CANATURH)	10
2	Construcción de las Instalaciones	145
2.1	Marcación y Nivelación	3
2.2	Movimiento de Tierras y Cimentación	12
2.3	Instalación de columnas de la primera planta	15
2.4	Losa de entepiso de la primera planta	10
2.5	Instalación de columnas de la segunda planta	10
2.6	Losa de entepiso de la segunda planta	10
2.7	Levantamiento de Paredes de Bloques	15
2.8	Instalaciones Hidro-sanitarias (Aguas Potables y Aguas Negras)	10
2.9	Instalaciones Eléctricas	10
2.10	Acabados de interior y exterior(repellos, pulidos, cerámicas, pintura)	30
2.11	Trabajos en Terraza	20
3	Equipamiento y Adquisición de Insumos	15

Cronograma de Actividades		
Actividades		Duración en Días
3.1	Cotizaciones de Mobiliario, Equipo , Equipo de Transporte, Insumos y Equipo de Oficina	10
3.2	Compras e Instalación de Mobiliario, Equipo Recreativo, Equipo de Transporte, Insumos y Equipo de Oficina	5
4	Plan de Mercadeo Publicidad	21
4.1	Anuncios Publicitarios en Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram)	5
4.2	Envío de correos electrónicos	1
4.3	Alianzas Estratégicas con Tour Operadoras	5
4.4	Alianzas Estratégicas con Hoteles locales de la zona occidental, Centro-Sur del País	10
5	Inauguración y Lanzamiento del Programa de Aprendizaje de Español y Cultura Local en las instalaciones de Salty Tortuga Hotel and SpanishLearning Center	1
Total de Días de ejecución de actividades		312

Fuente: Propia

La gestión para establecer las alianzas estratégicas con universidades del extranjero y con Unitec estará realizándose de manera continua y simultánea al resto de las actividades ya que este proceso demanda bastante tiempo y depende de factores externos.

BIBLIOGRAFIA

- Aeropuertos de Honduras. (2014). *Interairports*.
Obtenido de <http://www.interairports.hn/aeropuertos/san-pedro-sula/ficha-tecnica/>
- AFS Intercultural Programs, Inc. (2013). *www.afs.org.ve*.
Obtenido de <http://www.afs.org.ve/acerca-de-afs/que-es-un-intercambio-cultural/>
- AIESEC. (2013). *AIESEC INTERNATIONAL*.
Obtenido de <https://www.aiesec.org/#/join>
- Ana Romeo, L. D. (2005). *Materiales de Lengua y Literatura*.
Obtenido de <http://www.materialesdelengua.org>
- Camara Nacional de Turismo de Honduras. (2008). *CANATURH*.
Obtenido de <http://www.canaturh.org/acerca/>
- Centro de Idiomas Koinonia*. (09 de 11 de 2014).
Obtenido de <http://www.linkedin.com/pub/centro-de-idiomas-koinonia/21/331/aa2>
- Congress-Bundestag Youth Exchange. (2014).
Usa Germany Scholarship. Obtenido de <http://www.usagermanyscholarship.org/>
- Definicion ABC. (2014). *Definicion ABC*. Obtenido de www.definicionabc.com
- Definicion. (2008). *Definicion*. Obtenido de <http://definicion.de/curso/>
- Definicion. (2008-2014). *Definicion*. Obtenido de <http://definicion.de/programa/>
- Definicion. (2014). *Definicion*. Obtenido de <http://definicion.de/programa/>
- Education First. (2014). *Educatiion First*. Obtenido de <http://www.ef.com/wwes/>
- Education USA. (2014). *Education USA*.
Obtenido de <http://www.educationusa.info/>
- Erasmus Programme. (2010). *Erasmus Programme*.
Obtenido de http://www.erasmusprogramme.com/the_erasmus.php
- Foretica. (2014). *Foretica*.
Obtenido de <http://www.foretica.org/conocimiento-rse/que-es-rse>
- Hondirectorio*. (11 de 11 de 2014).
Obtenido de <http://directorio.honduras.com/hondirectorio/education-educacion/>

Honduras Caribbean Tours, Cayos Tour . (2014).

Honduras Caribbean Tours, Cayos Tour. Retrieved 2014 йил 07-Diciembre from <http://www.2imagen.net/hondurascaribbean/spanol/paquetetela.html>, <http://www.cayostour.com/es/cayos-cochinos-buceo.html>

Honduras Tips. (2014). *Honduras Tips*.

Obtenido de <http://www.hondurastips.hn/destinos/tela/>

ICYE. (2014). *International Cultural Youth Exchange*.

Obtenido de <http://www.icye.org/>

IFMSA. (2014). *International Federation of Medical Students' Associations*. Obtenido de <http://www.ifmsa.org/>

Instituto Hondureño de Turismo. (2010). *Instituto Hondureño de Turismo*. Obtenido de <http://www.iht.hn/?q=node/19>

Instituto Hondureño de Turismo. (2014). *Visite Honduras*.

Obtenido de <http://visitehonduras.com/HonduraslotieneTodo>

Instituto Hondureño de Turismo. (2014). *Visite Honduras*.

Obtenido de <http://visitehonduras.com/HonduraslotieneTodo>

Instituto Hondureño del Turismo. (2014). *Boletín de Estadísticas Turísticas 2009-2013*. Tegucigalpa.

Instituto Nacional de Estadística Honduras. (2014). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de <http://www.ine.gob.hn/>

International Association of Universities. (2014). *International Association of Universities*. Obtenido de <http://www.iau-aiu.net/>

IPSA. (2010). *Study Spanish Abroad in El Salvador*.

Obtenido de www.studyabroadinternational.com

Language International. (2014). *Spanish Courses in Honduras*.

Obtenido de www.languageinternational.com

Nunes, P. (26 de 08 de 2012). *Knoow*.

Obtenido de <http://www.knoow.net/es/cieeconcom/gestion/alianzaestrategica.htm>

Organizacion Mundial de Turismo. (1991). Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo. *Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo reunida en Ottawa (Canadá)*. Ottawa.

Orozco, D. (8 de marzo de 2011). Concepto Definicion. *Definicion de Observacion*. Alemania.

Ostler, N. (2006). *A Language History of the World*. Harper Collins.

Ostler, N. (2005). *Empires of the Word: A Language History of the World*. HarperCollins.

Parkin, M. (2009). *Economia p.61* (Vol. Octava Edicion). Naucalpan de Juarez, Distrito Federal, Mexico: Pearson Educacion.

Pawlowska, E. (2011). *El Turismo Academico. Un analisis Economico para el caso de Galicia*. Santiago de Compostela.

Policia Nacional. (2014). *Reporte Consolidado Incidencia Delictiva por municipio*. Secretaría de Seguridad de Honduras, COEPOL, Tegucigalpa.

Programa de Intercambio y Movilidad Académica. (2014). *Programa de Intercambio y Movilidad Académica*.

Obtenido de <http://www.cucea.udg.mx/?q=servicios/becas-intercambio/pima>

Real Academia Española. (s.f.). *Lema*.

Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/srv/search?key=diploma>

Real Academia Española. (2012). *Real Academia Española*.

Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=ESPAÑOL>

Real Academia Española. (2012). *Real Academia Española*.

Obtenido de <http://lema.rae.es/drae/?val=cultura>

Socrates Programme. (2014). *Socrates Programme*.

Obtenido de <http://www.firststeps-project.eu/web/content.asp?Ing=SOCRATES>

Spanish Courses. (2013). Obtenido de www.spansishcourses.info

Transitions Abroad. (2014). *Transitions Abroad*.

Obtenido de www.transitionsabroad.com

Trip Advisor. (2014). *Trip Advisor*. Obtenido de www.tripadvisor.com

Turismo, Instituto Hondureño de. (2013). *Boletin de Estadisticas Turisticas*. Tegucigalpa.

UNESCO. (1982). Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. (*MONDIACULT*). Ciudad de Mexico.

Unger, D. (2014). *Guatemala 365*. Obtenido de www.guatemala365.com

UNITEC. (2014). *UNITEC*. Obtenido de <http://www.unitec.edu/>

UNIVERSITY MOBILITY IN ASIA & THE PACIFIC. (2013). *UBD*. Obtenido de <http://www.ubd.edu.bn/ubd-global/university-mobility-in-asia-and-the-pacific/>

UNWTO World Tourism Barometer. (2014). Recuperado el Diciembre de 2014, de <http://mkt.unwto.org/es/barometer>

USAID. (2012). *Evaluación de Línea de Base para MIPYME Turísticas en Cinco Destinos de Honduras*. USAID. Tegucigalpa: ANED Consultores.

Western Interstate Commission for Higher Education. (2014). *WICHE*. Obtenido de <http://www.wiche.edu/>

word reference. (2014). *Word Reference*.

Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/entrevista>

Word Reference. (2015). *Word Reference*.

Obtenido de <http://www.wordreference.com/definicion/certificación>

www.2imagen.net. (2009). *Honduras Caribbean Tours*. Retrieved 2014 йил 8-12 from <http://www.2imagen.net/hondurascaribbean/spanol/toursentela.html>

www.2imagen.net. (2009). *Honduras Caribbean Tours*. Retrieved 2014 йил 8-12 from <http://www.2imagen.net/hondurascaribbean/spanol/toursentela.html>

Youth for Understanding. (2014). *YFU*. Obtenido de <https://www.yfu.org/>

Zador Spanish Schools in Spain. (2006). *Zador Spanish Schools in Spain*.

Retrieved from <http://www.zadorspain.com/Espanol/niveles-espanol-diagrama.html>

APENDICE I. ENCUESTA

Punta Sal in the Honduran Caribbean.



1. How would you feel about the opportunity of learning Spanish as a second language in a hotel located in the Honduran Caribbean? (*)

- Very Interesting
- Interesting
- No Comment
- Not so interesting
- Not interesting at all

2. Which of the following characteristics would you find most appealing about the Certified Spanish and Local Culture Learning Program? (*)

- Tourism
- Spanish as a Second Language
- Local Culture
- Academic credits for Program Completion

3. Of the following touristic activities the Program has to offer, which one do you find most interesting? (*)

- Beach Tourism (Diving, Parasailing, Snorkeling, Fishing, etc..)
- Eco-tourism (Biological Reserves, Mangroves, Botanical Gardens, Hiking, etc..)
- Cultural Tourism (Archeological Parks, Historical Monuments, Colonial Architecture)

4. How much would you be willing to spend on a one month long Spanish Learning Program which focuses on Academic Tourism as the main learning technique?(*)

- \$200.00 - \$300.00
- \$300.00 - \$400.00
- \$400.00 - \$500.00
- \$500.00 - \$600.00

5. If you had to choose between staying in the Program's Hotel or with a Host family, what would be your choice?(*)

- Program's Hotel
- Host Family

6. How much time would you be willing to spend in order to complete de Spanish Program?(*)

- 2 - 4 weeks
- 1 - 2 months
- 2 - 3 months
- 3 - 4 months

7. Are you currently enrolled in a university or college?

- Yes
- No

8. What would be the main purpose of you enrolling in the Certified Spanish and Local Culture Learnig Program located in the Honduran Caribbean?(*)

- Personal Satisfaction
- Acquire new Knowledge
- Learn a new Culture
- A new Life Experience

- CoupleTravel
- Entertainment and Vacations
- None of theAbove

9. If you answered the previous question with a "None of the Above" , what would be your main reason to get enrolled in the Certified Spanish and Local Culture Learning Program?

10. Do you consider the possibility of getting college credits for the completion of the Spanish Program as an added value?
(*)

- Yes
- No

11. In order of importance, being 1 the most relevant, rate the following Security aspects.(*)

	1	2	3	4	5	6
Private Security	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perimetral Infrastructure	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nearby Police Presence	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Well Illuminated Public Areas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Surveillance Equipment	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Public Opinion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Starting from the basis that you would be willing to pay the Program's worth, what is the possibility of you enrolling in the Program? (*)

- Definitely
- verylikely
- Not so likely
- NotInterested

APENDICE II. ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas de tipo no estructurada o libre a personas con experiencia en el tema y que podrían ver involucrados de forma directa o indirecta en el programa de aprendizaje de español y Cultura Local.

ENTREVISTA I – CENTRAL HONDURAS SPANISH LEARNING CENTER

Reyna Barahona , Fundadora y Directora del centro de enseñanza de Español
“Central Honduras SpanishLearning Center”

Fecha: 28 de Octubre 2014

Lugar: Instalaciones del centro de enseñanza de Español “Central Honduras SpanishLearning Center” en Siguatepeque, Comayagua, Honduras.

- 1) Hace cuantos años opera y como inició el centro de enseñanza de español como segunda Lengua ?

El centro de enseñanza de español opera desde el año 2001 y nace como una iniciativa para atender a misioneros adventistas, evangélicos y brigadas medicas provenientes de Estados Unidos y Canadá.

- 2) Cuáles son los servicios que ofrece el Centro de enseñanza de español como segunda lengua?

Actualmente se ofrecen servicios de enseñanza de español a extranjeros que no hablan español principalmente a norteamericanos. Hace 2 años se

ofrecía el hospedaje y la alimentación pero ahora lo único que se ofrece es el servicio de enseñanza de español con niveles básicos después de hacer las evaluaciones verbales y escritas correspondientes. El servicio de hospedaje podía atender hasta 14 personas alojadas en 8 dormitorios y la alimentación era ofrecida los 3 tiempos del día, pero ambos servicios dejaron de ofrecerse por la baja afluencia de estudiantes.

- 3) Cuál es la duración de los cursos de español?
- a) 15 días, como curso intensivo (2 horas diarias y sábados 6 horas)
 - b) 1 mes como curso intensivo (2 horas diarias y sábados 2 horas)
 - c) 2 meses (1 hora diaria de Lunes a viernes , los sábados serian opcional)
 - d) 3 meses (1 hora diaria de Lunes a viernes , los sábados serian opcional)
 - e) Cursos de mas de 3 meses, se imparten de manera esporádica y tienen poca demanda.

- 4) Cuál es el costo y la estructura de precios que ofrece a los estudiantes el Central Honduras Spanish Learning Center?

Se facturan paquetes por 15, 30, 60, 90 días; el precio por hora es de USD 5.00 por estudiantes.

ENTREVISTA II – CENTRAL HONDURAS SPANISH LEARNING CENTER

Pobladores de la Comunidad de Tornabé, Tela, Atlántida

Fecha: 30 de Octubre 2014

Lugar: Comunidad de Tornabé, Municipio de Tela, Atlántida, Honduras.

- 1) Considera aceptable la seguridad de Tornabé, y la ciudad de Tela?

Los pobladores de la comunidad de Tornabé y de la ciudad de Tela manifestaron aceptación sobre las condiciones de seguridad de la zona y su respectiva presencia policial y militar.

- 2) Le gustaría o sería de su aceptación que en Tornabé se invierta en un programa de enseñanza de español como segunda lengua con hospedaje para extranjeros?

Los habitantes de la zona se manifestaron de forma positiva con la posibilidad de inversión del programa, ya que podría generar nuevas fuentes de empleo directa e indirecta. Adicionalmente, a los pobladores de Tornabé les agrado que su comunidad se promueva en países extranjeros, consecuentemente generando mayor turismo receptor e ingresos.

- 3) Le interesaría atender e interactuar con extranjeros y personas de otros países con diferentes culturas y costumbres?

Los pobladores entrevistados de la zona manifestaron interés en aprender nuevas costumbres pero definitivamente el turista o estudiante debe respetar y apoyar su cultura, valores, costumbres y religión, particularmente las tradiciones autóctonas de los garífunas.

ENTREVISTA III – ALIANZAS ESTRATÉGICAS UNITEC- RED LAUREATE

Persona Entrevistada: Guillermo Berlioz, Director de Relaciones Internacionales de UNITEC

Fecha: 06 de Noviembre 2014.

Lugar: Oficinas de Relaciones Internacionales de UNITEC, Campus Tegucigalpa, Honduras.

- 1) Cree que podría ser factible que un Programa de Enseñanza de Español como segunda Lengua y Cultura Local pueda ser considerado por universidades del extranjero como una opción académica a ofrecer a sus estudiantes?

Estas alianzas estratégicas requieren de bastante validación y el cumplimiento de bastantes requisitos, entre estos la firma de un convenio o Agreement of Understanding. El programa podría ofrecerse a las universidades de la red como un VacationSpanishImmersionProgram.

- 2) Cuales podrían ser factores importantes para que las Universidades de la Red Laureate consideren el Programa de Enseñanza de Español como Segunda Lengua y que este curso pueda ser validado como una clase dentro de su plan de estudio?
 - a) Herramientas tecnológicas y marketing para ofrecer el producto.
 - b) Institución Local de respaldo al proyecto.

- c) Documentos legales requeridos para cumplir requisitos
- d) Experiencia y trayectoria del Programa de Enseñanza de Español
- e) Condiciones de Seguridad apropiada
- f) Catedráticos con curriculum de Post-grado y completamente bilingües.

3) Adonde están ubicadas y cuáles son las universidades de la Red Laureate?

La red Laureate está compuesta por 80 instituciones ubicadas en 29 países del mundo (Norteamérica, Latinoamérica, Europa, África, Asia y Oriente Medio). En relación a los países de No Habla Hispana, la red Laureate tiene operaciones en Estados Unidos, Brasil, Chipre, Francia, Alemania, Italia, Inglaterra, Suiza, Turquía, Malasia/Indonesia, Nueva Zelandia, Jordania, Marruecos, Arabia Saudita, Australia, India y China.

Entre las universidades de la red de Laureate, el departamento de Relaciones Internacionales de UNITEC mantiene más cercanía con las siguientes universidades:

- a) Santa Fe University of Art and Design, en Estados Unidos
- b) Kendall College
- c) Universidad Europea de Madrid, España, aunque esta no aplica para el objetivo del programa.

Adicionalmente, se han gestionado alianzas estratégicas con universidades de Estados Unidos que no son parte de la red Laureate , tales como Tompkins Cortland CommunityCollege (TC3) y LousianaStateUniversity (LSU).

Se podría considerar importante e interesante coordinar una entrevista con el señor Jorge Huayhuca, Vicepresidente de Conexiones Globales de Tompkins Cortland CommunityCollege TC3 para evaluar detalles de los requisitos que podrían ser necesarios para alianza. El señor Jorge Huayhuca, visita el país el 16 de Febrero 2015.

Cree que sería factible que UNITEC podría establecer una alianza con un Programa de Enseñanza de Español como Segunda Lengua?

Se podría considerar una alianza estratégica siempre y cuando se cumplan los requisitos dictados por UNITEC. Como ejemplo, podría considerarse la opción de enlazar a CEUTEC La Ceiba o el campus de SPS con el programa, considerando la cercanía al lugar.

ENTREVISTA IV – ESPAÑOL COMO SEGUNDA LENGUA

Persona Entrevistada: Brenda Herrera, Catedrática Universitaria de UNITEC y de la Universidad Pedagógica Francisco Morazán Licenciada en Letras con Orientación en Literatura, Licenciada en Enseñanza del Francés y Master en Enseñanza de Lenguas con Orientación en Español.

Fecha: 01 de Diciembre 2014

Lugar: Instalaciones de UNITEC, campus Tegucigalpa, Honduras.

1) Cuál es el tiempo mínimo que considera que puede implementarse un programa de enseñanza de español como segunda lengua? Considero que 3 meses podría, pero el tiempo depende de la intención y objetivo del curso o programa. Si el objetivo a lograr es la comunicación elemental del español se deben invertir 4 horas semanales durante 3 meses. Cuando el estudiante es un principiante no se le puede impartir muchas horas de clase ya que la primer etapa debe ser un curso básico. Los cursos intensivos de comunicación elemental pueden ser aplicados en 15 horas semanales durante 1 mes.

2) Cuál es el tiempo recomendado que se debe impartir clases de español en un día?

Pedagógicamente hablando se deben considerar como máximos 3 horas diarias.

3) En qué consiste la Comunicación Elemental de español en el aprendizaje como segunda lengua?

El Estudiante aplica lo siguiente:

- a) Aprende a presentarse
- b) Aprende a presentar a otros
- c) Aprende a solicitar información

4) Cuál es el grado académico e intelectual que deben tener los maestros del Programa?

Preferiblemente deben tener título universitario en formación de cómo enseñar una segunda lengua, pero en el país es mínimo este tipo de profesional, por lo que al menos debe manejar una segunda lengua y que si tenga título universitario a nivel de pedagogía. El maestro debe ser 100% bilingüe, preferiblemente que el segundo idioma sea el inglés, italiano, francés o alemán.

Entrevista V – Centro Hondureño de Español

Persona Entrevistada: Licda. Laura Gáelas de Aguilera, Directora y Fundadora del Centro Hondureño de Español.

Fecha: 02 de Diciembre 2014.

Lugar: Instalaciones del Centro Hondureño de Español, Santa Lucia, Francisco Morazán, Honduras.

1) Hace cuantos años opera y como inició el centro de enseñanza de español como segunda Lengua?

El centro Hondureño de español inicia operación en el año 1998 atendiendo a personal de USAID, embajada Americana, Cuerpo de Paz, iglesias americanas y estudiantes universitarios de Estados Unidos. La alianza

estratégica con el Cuerpo de Paz fue un factor importante para que el centro de español se abriera campo en ciertas universidades de Estados Unidos, pero a raíz de los acontecimientos de la crisis política del año 2009 y el incidente delictivo propiciado hacia una integrante del Cuerpo de Paz se perdieron las alianzas.

2) Cuáles son los servicios que ofrece el Centro de enseñanza de español como segunda lengua?

Se ofrecen servicios de enseñanza de español bajo las siguientes modalidades:

- a) Español Básico: Español de Sobrevivencia (Pedir direcciones, descripciones en tiempo presente y futuro)
- b) Español Intermedio: Pedir direcciones, descripciones en tiempo presente, pasado y futuro)
- c) Español Avanzado: El alumno adquiere habilidades en redacción, oratoria y refranes.

3) Cuál es la duración de los cursos de español?

- a) 2 semanas
- b) 1 mes, como curso intensivo
- c) 2 meses
- d) 3 meses

4) Cuantos maestros requería para impartir las clases?

Se requerían 4 maestros en las temporadas altas, ya que estos no eran de tiempo completo y se distribuían los turnos correspondientes. 1 maestro podía atender hasta un grupo de 20 personas.

5) Considera que una alianza con UNITEC y la Red Laureate podría ser de bastante provecho para este modelo de negocios?

Si, una alianza con UNITEC podría proporcionar respaldo y prestigio ante organismos internacionales y diferentes instituciones que podrían ser promotoras de los servicios de un programa de enseñanza de español como segunda lengua.

APENDICE III. DIMENSIONES E IMAGENES DE LAS INSTALACIONES

DESCRIPCION DE LAS DIMENSIONES DE LAS INSTALACIONES

DESCRIPCIÓN	DIMENSIÓN	AREA
Lote	15m x 26.70m	400.05m ²
Área Construcción		298.73m ²
Hostal		227.25m ²
Área de Servicio		71.48m ²
Área Terrazas		107.82m ²
Habitaciones (8)*	3.50m x 4.55m	15.93m ²
Baños (2)*	2.65m x 4.55m	12.06m ²
*Ocupación de habitaciones: 8 habitaciones con 72 camas (80 personas)		
*Ocupación de los baños: 4 inodoros, 4 duchas y 6 lavamanos		

IMÁGENES DE LAS INSTALACIONES

IMAGEN DE FACHADA PRINCIPAL

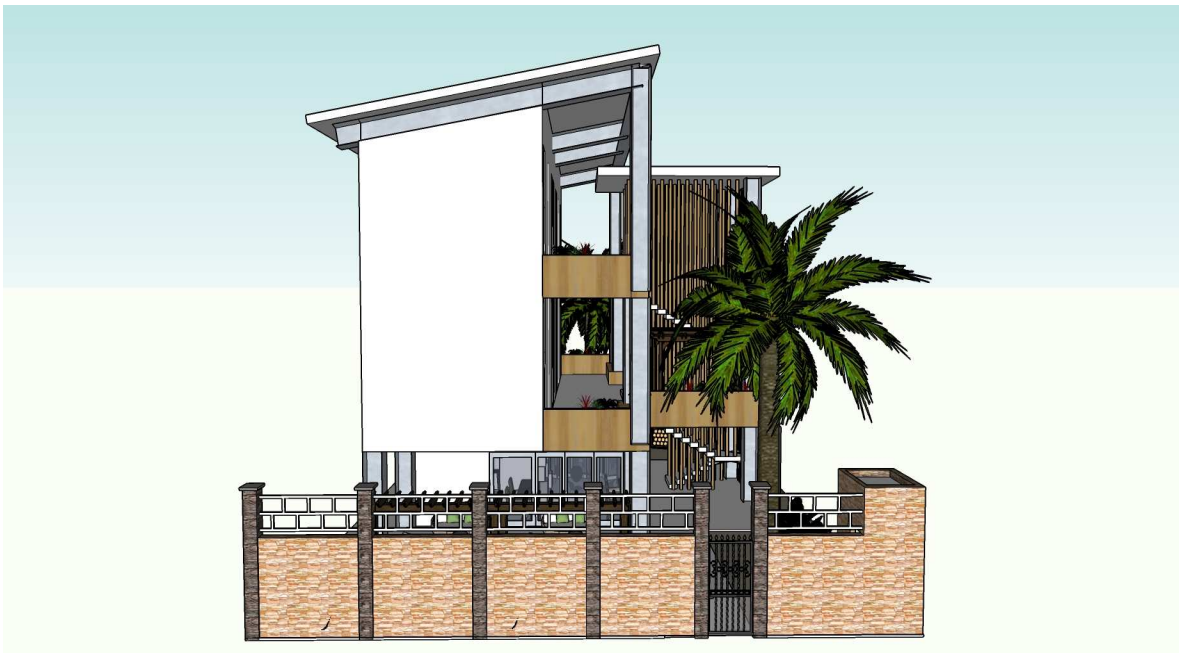


IMAGEN DE FACHADA POSTERIOR



IMAGEN DE FACHADA LATERAL I



IMAGEN DE FACHADA LATERAL II



IMAGEN PRIMERA PLANTA



IMAGEN SEGUNDA PLANTA



IMAGEN TERCER PLANTA



VIDEO DEL DISEÑO EN TERCERA DIMENSION

Mediante el acceso al siguiente URL se puede visualizar un video en tercera dimensión del diseño de las instalaciones:

<https://www.dropbox.com/s/m7jio9v9t3oufqc/Fern%20video.mp4>