

Universidad Nacional de Honduras  
Sistema de Estudios de Postgrado  
Maestría en Administración de Empresas

UNAH



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN OPERADOR  
TURÍSTICO”

Tesis presentada por:

Diana Elizabeth Padilla Hernández

Previo a optar al grado de:

Master en Administración de Empresas con Orientación en  
Finanzas.

Tegucigalpa, M. D. C.

Honduras, C.A.

Diciembre de 2008

Autoridades de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras

UNAH



Rector

Dr. Jorge Abraham Arita León

Secretaria General

Abog. Emma Virginia Rivera Mejía

Director de Postgrado

Dr. Rolando Aguilera Lagos

Decano de la Facultad de Ciencias económicas

Mae. Belinda Flores

Coordinador General del Posgrado en Administración de Empresas

Dr. Manuel Gerardo Baquedano

## **Dedicatoria**

Esta tesis se la dedico a mi esposo Daniel y mi hijo Alejandro, por haber tenido la paciencia, el amor y la comprensión, durante estos dos años de estudio, donde los sacrifique con tiempo y atención, ya que sabían que todo este esfuerzo es para el bien de la familia.

Muchas gracias mis amores.

UDI-DEGT-UNAH

## Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, por darme la sabiduría, el razonamiento y la salud física y mental para llevar a cabo, la tarea de cursar y concluir mi maestría con el último esfuerzo que significo, el elaborar mi tesis.

Igualmente agradezco el apoyo brindado por mi esposo Daniel quien ha sido un pilar para alcanzar mis logros, estando a mi lado en cada momento, dándome la fuerza para seguir adelante y no darme por vencida hasta terminar con mis sueños.

A mi hijo que ha sido mi faro de luz, desde que hace cuatro años que vino a mi vida, siendo el porque de cada lucha y esfuerzo, la fuerza de mis días en los momentos de cansancio y frustración.

A mi familia por ser un apoyo constante en mi carrera y en mi vida cotidiana, de la cual me siento muy orgullosa.

A mis catedráticos y asesores por ser una fuente abundante conocimiento, dando a cada uno de sus alumnos el apoyo y entrega necesaria, para desarrollar y concluir esta maestría, sin duda alguna son ellos la base del conocimiento obtenido en estos dos años de estudio.

A mi grupo de trabajo, por su entrega, dedicación y esmero en cada trabajo y tarea asignada, al trabajar con ellos aprendí a respetar sus opiniones, escuchar sus argumentos y trabajar en equipo, es el grupo perfecto donde debí haber estado.

## Índice

UDI-DEGT-UNAH

## Introducción

Las siguiente tesis es sobre el estudio de Factibilidad de un Operador Turístico en el país, el cual realizara su comercialización a través de la Internet, por lo que se realizo una descripción del proyecto, justificando el porque del estudio y los componentes metodológicos del mismo, así mismo se detallan las experiencias de empresas similares en el país, el papel de cada unos de los involucrado y beneficiados del mismo, para dicha tesis se realizo un estudio de mercado el cual nos determino la demanda y oferta que tiene el ecoturismo en el país, la aceptación del producto por los posibles clientes, se determino la misión, visión y objetivos que tendía el proyecto una vez constituido legalmente, sus componentes legales y financieros del proyecto, por lo que se determino las razones financieras, la tasa interna de retorno y valor presente neto, las cuales nos presenta un panorama de la factibilidad y rentabilidad del proyecto.

En esta tesis se puede observa la tendencia que ha tenido el turismo en los últimos años, el perfil del turista que visita el país, los sitios más visitados y el tipo de servicio que demanda el extranjero al llegar a las distintas zonas turísticas que tiene el país, de este tipo de demanda es que surge la idea de crear una empresa que cubra estas necesidades y a su vez se convierta en una fuente de desarrollo tanto para los socios como para las comunidades involucradas.

## Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1 Descripción del Proyecto.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Problema y/u Oportunidad.....	39
1.4 Preguntas del Estudio.....	39
1.5 Objetivos del Estudio.....	39
1.5.1 Objetivos Generales.....	39
1.5.2 Objetivos Específicos.....	39
1.6 Justificación del Estudio.....	40
1.6.1 Aporte y Beneficio Social del Proyecto.....	40
1.6.2 Conveniencia económica y de mercado.....	41
1.7 Componentes metodológicos del estudio.....	42

## Capítulo II Marco de Referencia

2.1 Marco Conceptual.....	44
2.1.1 Definición y conceptos más utilizados en el estudio.....	44
2.1.2 Definición del producto y/o servicio.....	48
2.1.3 Tipos de Venta para el producto y/o servicio.....	50
2.2 Marco Contextual.....	51
2.2.1 Surgimiento del producto y/o servicio en la historia.....	51
2.2.2 Experiencias de éxito o fracaso de empresas similares .....	55
2.2.3 Experiencia de productos en el mercado nacional. Historia.....	59
2.2.4 Papel de los actores involucrados y su relación con el producto.....	60

## Capítulo III El proyecto

3.1 Nombre del Proyecto.....	61
3.2 Área Geográfica del producto.....	61
3.3 Área Temática del producto.....	62
3.4 Objetivos del Proyecto.....	62
3.4.1 Objetivos Generales.....	62
3.4.2 Objetivos Específicos.....	62
3.5 Impacto esperado del proyecto.....	63
3.6 Análisis Situacional del Proyecto.....	63
3.6.1 Fortalezas.....	63
3.6.2 Oportunidades .....	64
3.6.3 Debilidades.....	64

3.6.4 Amenazas.....	65
---------------------	----

## **Capitulo IX Componentes del Proyecto**

4.1 Componentes Mercadológicos.....	66
4.1.1 Determinación del mercado meta primario y secundario.....	66
4.1.2 Investigación de Mercado.....	67
4.1.2.1 Determinación del universo y muestra.....	67
4.1.2.2 Método para la recopilación de Información.....	68
4.1.2.3 Análisis e interpretación de los datos.....	71
4.1.3 Determinación de la Demanda.....	74
4.1.3.1 Pronostico de Venta.....	74
4.1.4 Análisis de la Competencia.....	76
4.1.4.1 Benchmarking Competitivo.....	76
4.1.4.2 Estrategia para competir.....	77
4.1.5 Estructura de Precios.....	77
4.1.6 Plan de Mercadotecnia.....	78
4.1.6.1 Objetivo y estrategias de Servicio.....	78
4.1.6.2 Objetivo y estrategias de publicidad y promoción.....	79
4.1.6.3 Objetivo y estrategias de precio.....	79
4.1.6.4 Objetivo y estrategias de ventas.....	80
4.2 Componente Técnico.....	81
4.2.1 Localización del Proyecto CRITERIOS.....	81
4.2.2 Diseño de proceso de producción.....	82
4.2.3 Sistema de Higiene y Seguridad.....	83
4.2.4 Tecnología y equipo.....	83
4.2.5 Plan de Inversión.....	86
4.3 Componentes de Administración.....	86
4.3.1 Visión.....	86
4.3.2 Misión.....	87
4.3.3 Objetivos Institucionales.....	87
4.3.4 Políticas.....	87
4.3.5 Constitución Legal.....	89
4.3.6 Estructura Orgánica.....	90
4.3.7 Descripción y perfiles de puesto.....	90
4.3.8 Proceso de Selección de Personal.....	93



4.3.9 Criterio para la aplicación del proceso administrativo.....	94
4.4 Componentes Legales.....	95
4.4.1 Constitución Legal.....	96
4.4.1.1 Proceso de Escritura y registro.....	96
4.4.1.2 Inscripciones.....	97
4.4.1.3 Registro Tributario.....	98
4.4.2 Permiso de Operaciones.....	99
4.4.3 Notificación de Inicio de Operación.....	101
4.4.4 Autorización de Libros.....	101
4.4.5 Registro de la Propiedad Industrial.....	101
4.4.6 Licencia Sanitaria.....	102
4.4.7 Afiliación en el I.H.S.S. ....	102
4.4.8 Afiliación al INFOP.....	103
4.4.9 Afiliación al RAP.....	104
4.4.10 Ministerio de Trabajo.....	105
4.4.10 Registro en la Cámara Nacional de Turismo.....	107
4.5 Componentes Ambientales.....	110
4.5.1 Proceso para obtener licencia Ambiental.....	110
4.5.2 Disposición de Desechos.....	110
4.5.3 Contaminación.....	110
4.6 Componentes Financieros.....	111
4.6.1 Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento.....	111
4.6.2 Proyecto de Estudio Financiero.....	112
4.6.3 Indicadores Financieros.....	116
4.6.4 Puntos de Equilibrio.....	117
4.6.5 Recuperación de la Inversión.....	118
4.6.6 Flujo de caja proyectada.....	118
4.6.7 Escenario pesimista y optimista.....	119
4.6.8 Evolución económica del proyecto.....	120
5.1 Conclusiones de la Evaluación Financiera del Proyecto.....	122
6.1 Recomendaciones.....	124
7.1 Bibliografías.....	125
Glosario	
Anexos	

## Capítulo I Planteamiento del Problema

### 1.1 Descripción del Proyecto

### 1.2 Antecedentes

Honduras es uno de los países con mayores destinos turísticos en Centroamérica, lo que genera altos ingresos para las empresas dedicadas a la explotación de este atractivo, como lo son los operadores turísticos, los cuales son una de las principales fuentes de desarrollo para las zonas dedicadas a las actividades de turismo en el país.

### Antecedentes Internacionales

#### Turismo

El turismo representa una de las actividades con mayor crecimiento de la demanda global en el futuro de este nuevo milenio. En efecto, durante la década de 1990, el turismo ha sido identificado como una de las áreas con mayor crecimiento en Europa (Zeppel and Hall, 1992). La Organización Mundial de Turismo (WTO-OMT) (1993) estimó que 37% de todos los viajes internacionales tendrían un componente cultural, y que esta cifra iría creciendo en el orden de 15% cada año. El aumento de la demanda del turismo está también producido en parte por la evolución de las condiciones y los modelos del viaje turístico, según los cuáles estamos actualmente en una tendencia hacia estancias más cortas y viajes más frecuentes, fragmentando de esta manera, el periodo vacacional de cada persona.

Estas estancias más cortas implican visitas más concretas, centradas principalmente en un turismo urbano y cultural. La Organización Mundial de Turismo (OMT) (en Shackley, 1996) y la World Travel and Tourism Council (WTTC) (Smith, 1995, P 1) declaran que “la industria turística es la mayor industria mundial”. y que el turismo generará anualmente 5,5 millones de nuevos puestos de trabajo desde 1999 hasta el 2010.

El turismo internacional supone los mayores ingresos mundiales como exportación, y es un importante factor en la balanza de pagos de la mayoría de las naciones. Durante el 2004, “el turismo mundial tuvo una recuperación espectacular, como resultado del aumento de la llegadas internacionales en todas las regiones, tal y como puede ser corroborado en uno de los últimos análisis realizados por la OMT” (extraído de “FITUR”, Feria Internacional de Turismo, 2007, que se celebró en Madrid). Este auge del turismo puede ser entendido en gran parte por tener un efecto de reacción después de la caída en las cifras de 2003, debido a la guerra en Irak, al síndrome gripal SARS (Severe Acute Respiratory Symptome) y a la debilidad de la economía en general. Los resultados favorables obtenidos este último año, demuestran que el miedo a viajar se ha disuelto, la confianza y seguridad para desplazarse, se han vuelto a retomar. Los rendimientos en la economía mundial han sido también positivos, a pesar de que se predijo en un principio una recesión de la economía como consecuencia de la inestabilidad causada por los precios del petróleo.

El aumento de la competitividad entre destinos, cambió de rumbo en la demanda turística, nuevas modas del ocio en los países generadores, conducen de una manera clara y global, a la necesidad de romper las imágenes que presentaban las áreas turísticas como mera amalgama de hoteles, discotecas y áreas de recreo. Por lo que se presenta la oportunidad de ofrecer nuevos productos y diversificar los destinos turísticos para los viajeros, que podrían ser ecoturismo, así mismo la entrada a nuevos elementos complementarios a la playa y el turismo urbano.

En definitiva no se trata de un otro tipo de turismo, lo que se trata es definir la relevancia e impacto que tiene el turismo en el país. Un análisis simplemente de los nuevos visitantes, aquellos que complementan y sustituyen hoy al turismo de masas, muestra que sus demandas coinciden con lo que V. Smith, denominó turismo histórico, étnico y cultural. (V. Smith, 1977, P 16) Este tipo de turismo es, tal vez junto con el de salud, de los primeros en desarrollarse en Honduras. Asimismo el efecto mercantilista le afectó bien entrado el presente siglo. Se trata de un turista que busca lo colonial, lo autóctono de la zona (tejidos, artesanías, arquitectura, etc.), la historia y sus mitos. Curiosamente, y manteniendo a salvo una pequeña minoría, no se sienten atraídos por el nativo de la zona, estando marcadas sus relaciones

con éstos por la impersonalidad y la separación física, primando el intercambio económico. Cada uno de los atractivos de las zonas turísticas expuestas son recalcados y mencionados por los operadores turísticos a través de la Web.

**Tabla No. 1**  
**Llegadas de Turistas a Nivel Mundial, Según Continente**  
Millones de Turistas

Continente	2003	2004	2005	2006	2007
África	31.0	33.8	37.3	40.9	44.2
Américas	113.1	125.7	133.5	135.7	142.1
Asia y el Pacífico	113.3	144.2	155.4	167.8	184.9
Europa	407.1	424.4	441.0	460.8	480.1
Oriente Medio	29.5	36.3	39.2	41.0	46.4
<b>Mundo</b>	<b>694.0</b>	<b>764.0</b>	<b>806.0</b>	<b>846.2</b>	<b>897.7</b>

Fuente: Barómetro Organización Mundial del Turismo 2007

El desarrollo y crecimientos del turismo se puede observar claramente en el cuadro anterior, donde muestra un aumento y las preferencias del turista en cuanto a continente a visitar, siendo Europa el continente más visitado en el mundo.

De manera particular, aunque se ha producido una notable diversificación de los destinos en las últimas décadas, la mayor afluencia de turistas se concentra en las ciudades, que a su vez han diversificado su oferta para atraer un número incluso mayor de visitantes. Los más recientes estudios sobre tendencias y previsiones realizados por la Organización Mundial de Turismo (OMT) indican que los turistas, del tipo que sean, siguen demandando en gran medida las ciudades y que todas las partes afectadas tendrán que abordar de manera más sistemática los problemas asociados al trato ofrecido a estos turistas.

Las ciudades y su medio ambiente urbano se enfrentan, por tanto, a un reto doble. En primer lugar, deben poder responder a las expectativas y necesidades de un número cada vez mayor de turistas, atraídos por su amplia gama de atracciones culturales, negocios, compras, actividades de ocio, deportivas y de otro tipo; además necesitan renovar y mejorar continuamente dichas ofertas para mantener su

posición en el competitivo mercado turístico y los beneficios derivados del mismo. En segundo lugar, las ciudades tienen que conseguir que el turismo se desarrolle y se gestione de forma tal que beneficie a la población residente, que no contribuya al deterioro del medio ambiente sino a su mejora, y que no se convierta en una carga financiera para las autoridades locales.

El turismo es una fuente de riqueza para todos: "El turismo es riqueza para la persona, para la familia, para la comunidad y para el mundo entero". Este es el mensaje de la campaña de sensibilización presentada por la Organización Mundial del Turismo (WTO-OMT, 2004) durante la I Conferencia Mundial sobre las Comunicaciones en el Turismo (TOURCOM), con la que se quiere crear una conciencia de los beneficios que el turismo puede generar para la vida, la cultura y la economía o dicho brevemente, para la sociedad en todos sus planos. Por tanto, esta consideración del turismo como un derecho humano básico permite plantearlo como un elemento estructural y permanente en cualquier análisis en que aparezca, asimismo, el medio ambiente es un proyecto de todos.

## **Turismo Local**

Honduras cuenta con recursos naturales, entre los que destacan una vasta selva tropical baja, que se extiende tierra adentro desde su costa noreste y se eleva para formar cadenas montañosas costeras. El país cuenta con ciento siete áreas protegidas, lo que representa 22% del territorio nacional, manejadas por organizaciones no gubernamentales, con un rico potencial turístico. Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

El sector turismo ha venido ganando importancia rápidamente en la economía hondureña y tiene potencial para continuar haciéndolo en el futuro. Según estimaciones disponibles del Banco Central (BCH) (Fuente: Secretaria de Turismo (SETUR), boletín Informativo, marzo 2008, P 3), los ingresos por turismo alcanzaron US\$545.6 millones en 2007 (comparado con US\$520 millones en 2006), ocupando el tercer puesto en términos de ingresos de divisas después de la maquila y las remesas. La Organización Mundial de Turismo (OMT) (Fuente: Barómetro 2007) ha proyectado incrementos del orden de 3,8% para el período 1995-2020. El potencial

de este mercado se evidenció en el año 2002, año negativo para el turismo internacional en el cual se registró un descenso de 4% de las llegadas turísticas, a pesar de lo cual el mercado centroamericano mostró un resultado positivo, el cual se repitió nuevamente en 2003 con un crecimiento de 4,2% al tiempo que el continente americano mostraba una caída de 2,1% con relación al año 2002, este crecimiento del turismo y sus beneficios es una de las principales causas para el surgimiento de nuevas empresas orientadas a la explotación y desarrollo de este bien o servicio, el cual representa una fuente inagotable de ingresos, siempre y cuando sea manejado de una manera sostenible y aceptable para las zonas dedicadas a esta actividad.

**Tabla No. 2**  
**Llegadas de Turistas a Nivel Mundial**  
**Millones de Turistas**  
**Años: 2003-2007**

Continente	2003	2004	2005	2006	2007	Δ% 07 /06	Cuota de Mercado 2007
<b>África</b>	<b>31.0</b>	<b>33.8</b>	<b>37.3</b>	<b>40.9</b>	<b>44.2</b>	<b>8.1</b>	<b>4.9</b>
Norte de África	11.1	12.8	13.9	15.1	16.4	8.6	1.8
Subsariana África	19.9	21.1	23.4	25.9	27.8	7.3	3.1
<b>América</b>	<b>113.1</b>	<b>125.7</b>	<b>133.5</b>	<b>135.7</b>	<b>142.1</b>	<b>4.7</b>	<b>15.8</b>
Norte América	77.4	85.7	89.9	90.7	95.0	4.7	10.6
Caribe	17.1	18.1	18.9	19.4	19.3	-0.5	2.1
Centro América	4.9	5.7	6.5	6.9	7.7	11.6	0.9
Sur América	13.8	16.2	18.2	18.7	20.2	8.0	2.3
<b>Asia y el Pacífico</b>	<b>113.3</b>	<b>144.2</b>	<b>155.4</b>	<b>167.8</b>	<b>184.9</b>	<b>10.2</b>	<b>20.6</b>
Noreste de Asia	61.7	79.4	87.6	94.3	104.2	10.5	11.6
Sureste de Asia	36.1	47.1	49.3	54.0	60.4	11.9	6.7
Oceanía	9.0	10.1	10.5	10.5	10.7	1.9	1.2
Sur Asia	6.4	7.6	8.0	9.0	9.7	7.8	1.1
<b>Europa</b>	<b>407.1</b>	<b>424.4</b>	<b>441.0</b>	<b>460.8</b>	<b>480.1</b>	<b>4.2</b>	<b>53.5</b>
Norte de Europa	45.8	49.6	52.9	54.9	56.0	2.0	6.2
Oeste de Europa	136.1	139.0	142.6	149.8	155.0	3.5	17.3
Centro/Este de Europa	78.5	86.3	87.1	91.3	92.8	1.6	10.3
Meridional/Medit. Europa	146.8	149.5	158.4	164.8	176.3	7.0	19.6
<b>Oriente Medio</b>	<b>29.5</b>	<b>36.3</b>	<b>39.2</b>	<b>41.0</b>	<b>46.4</b>	<b>13.2</b>	<b>5.2</b>
<b>Mundo</b>	<b>694.0</b>	<b>764.0</b>	<b>806.0</b>	<b>846.2</b>	<b>897.7</b>	<b>6.1</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Barómetro Organización Mundial del Turismo 2007

El crecimiento turístico en América es evidente, ya que se observa en el cuadro anterior, un crecimiento de casi el 5% en el 2007, con relación al 2006, lo que muestra una apertura a este tipo de negocio, de la misma forma el turismo en Centroamérica creció en un 11%, lo que fortalece las expectativas de los empresarios dedicadas a la explotación de este rubro.

Honduras recibió en el año 2007 aproximadamente 1,336,600 visitantes, de ellos 831 mil son los que pernoctan y 268,259 lo hacen por placer, siendo la propia región centroamericana el principal mercado emisor con un 52% del total, seguido por Estados Unidos con el 23% y Europa con el 8,7% del total. El elevado número de turistas procedentes de Estados Unidos está relacionado en buena medida con los vínculos que mantiene la emigración hondureña a EEUU con su país de origen. Al examinar el motivo de las visitas se observa que los centroamericanos llegan a Honduras según la secretaria de turismo, en su mayoría, por motivos profesionales (49,2%), en tanto que los europeos (67,4%) y los norteamericanos (36,4%) llegan fundamentalmente para realizar actividades de ocio y pasar sus vacaciones, motivo en el que se destacan claramente los europeos por encima del resto (Fuente: Instituto Hondureño de Turismo (SETUR), Marzo 2008), lo que generara una clara idea del mercado meta a desarrollar y los beneficios económicos tanto para el país como para los empresarios que se dediquen a esta actividad.

**Tabla No. 3**  
**Llegada Mensual de Turistas por Año**  
**Años 2003-2007**

Mes	2003	2004	2005	2006	2007 P/
Enero	52,705	50,832	52,654	63,525	71,634
Febrero	54,138	59,944	62,831	65,741	69,191
Marzo	60,451	58,216	81,863	60,571	72,683
Abril	50,216	71,324	48,046	73,129	76,522
Mayo	48,659	47,969	49,203	59,093	63,828
Junio	52,339	55,214	58,138	63,525	64,893
Julio	54,486	53,231	59,989	65,741	75,130
Agosto	57,414	50,385	56,906	69,435	78,395
Septiembre	41,804	42,038	45,212	50,229	59,010
Octubre	38,479	41,972	43,967	46,536	54,300
Noviembre	38,829	43,226	44,673	47,275	56,890
Diciembre	61,015	66,630	69,553	73,867	88,957
<b>Total</b>	<b>610,535</b>	<b>640,981</b>	<b>673,035</b>	<b>738,667</b>	<b>831,433</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

En la tabla anterior se puede observar que la temporada donde hay una mayor afluencia de turistas es entre los meses de Diciembre a Abril, la cual ayuda a

establecer promociones, en los meses restantes, con el fin de aumentar la cantidad de turistas y los ingresos generados por esta actividad.

Las tendencias de los días de estadía promedio en el país es de 15 días, según SETUR los turistas europeos y los norteamericanos son los que muestran una mayor estadía media (16 y 14 días respectivamente), y los centroamericanos la menor (6 días). Los norteamericanos son los turistas que más divisas dejan (US\$873 por visitante), seguido por los europeos (US\$585 por visitante), en tanto que los Centroamericanos dejan la menor cantidad de divisas (US\$311 por visitante). Esto nos da un panorama del tipo de turista que nos visita y su rango en tarifas que deja cada uno de estos visitantes.

Honduras cuenta con una diversidad de actividades turísticas entre las principales modalidades de turismo en el país según la OMT (Fuente: Barómetro 2007) son: i) Cultural, en la cual Copán es el sitio más representativo, siendo a la vez el principal destino turístico de Honduras, superando los 130.000 visitantes/año; ii) Deportiva, en la cual las Islas de la Bahía, segundo destino turístico de importancia en el país, constituyen uno de los destinos principales para la práctica de buceo en el ámbito internacional por el atractivo de sus arrecifes coralinos y ecosistemas; iii) Otras modalidades o segmentos de mercado tales como turismo de aventura, cruceros y negocios.

Con esto se observa que las proyecciones del país son únicamente para ciertos lugares turísticos en Honduras, lo que solo muestra al resto del mundo una parte de Honduras y no destaca así otro tipo de turismo muy cotizado en los países tropicales, el cual puede ser una fuente de ingresos atractiva y de desarrollo para los sectores involucrados en el mismo.



**Tabla No. 4**

**Entrada de Visitantes a Honduras, según Clasificación Internacional**  
**Años: 2003 – 2007**  
(Miles de personas)

CONCEPTO	2003	2004	2005	2006 <sup>P/</sup>	2007 <sup>P/</sup>	Variación Porcentual			
						04/03	05/04	06/05	07/06
<b>Total Visitantes (Turistas mas excursionistas)</b>	886.6	1,025.5	1,117.6	1,136.4	1,336.6	16	9	2	18
Turistas (Visitantes que Pernoctan)	610.5	641.0	673.0	738.7	831.4	5	5	10	13
Excursionistas (crucevistas mas Visitantes del día)	276.1	384.5	444.6	397.7	505.2	39	16	-11	27
- Cruceristas	161.6	266.7	277.1	204.8	297.4	65	4	-26	45
- Visitantes del día	114.5	117.8	167.6	192.9	207.8	3	42	15	8

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008, 06

Gran parte de los turistas que visitan al país lo hacen a través de excursiones, ya que 38% de los turistas que entran al país lo realizan por medio de operadores turísticos extranjeros, que ven en el país un destino turístico muy atractivo de vender.

El desarrollo del turismo en el país es la prioridad de La Secretaría de Turismo (SETUR) ya que es la entidad gubernamental responsable de diseñar las políticas para promover al sector. El Instituto Hondureño de Turismo (IHT), adscrito a SETUR, es el ente operativo, encargado de ejecutar todas las acciones públicas que SETUR considera necesarias para fomentar y desarrollar el sector, las cuales demandan un activo trabajo de coordinación con el resto del aparato público estatal.

El Instituto Hondureño de Turismo fue creado mediante Decreto Legislativo No. 103-93 del 27 de mayo de 1993, tiene como órgano regulador al Consejo Nacional de Turismo, que está conformado por el Ministro de Turismo, quien lo preside, el Ministro de Gobernación y Justicia, el Ministro de Obras Públicas, Transporte y Vivienda y tres miembros del sector privado nominados por la Cámara Nacional de Turismo de Honduras, dicho instituto es la fuente de desarrollo y apoyo al turismo en el país, mediante proyectos enfocados a promover el turismo en el país.

El gobierno ha formado el Gabinete Nacional de Turismo con el objeto de apoyar el desarrollo sectorial, es responsable de la coordinación interinstitucional y de

establecer prioridades para las inversiones públicas orientadas al turismo. Asimismo la Secretaria de Turismo (SETUR) busca descentralizar sus actividades, ha conformado las Comisiones Municipales de Turismo. Estas comisiones operan ya en 56 municipios, con financiación del Instituto Hondureño de Turismo, alcaldías y comunidades y trabajan enérgicamente en fortalecimiento institucional, promoción de pequeñas obras de infraestructura y gestión de proyectos turísticos locales.

Para poder fortalecer el sector turístico el sector privado está organizado a través de numerosas organizaciones, las cuales a su vez se agrupan en la Cámara Nacional de Turismo. Entre las principales organizaciones se destacan: la Asociación Nacional de Hoteles y Afines de Honduras (AHAH), la Asociación de Operadores Turísticos de Honduras (OPTURH), la Asociación Hondureña de Líneas Aéreas (AHLA), la Asociación Hondureña de Rentadores de Vehículos (AHRVE), y la Cooperativa de Transporte y Turismo de Honduras (COTATYH).

Existe un sinnúmero de organizaciones locales formadas alrededor de pequeños negocios y actividades relacionadas con el turismo (artesanías, comerciantes, etc.) y organizaciones comunitarias y étnicas (Maya-Chortí y Garífunas) que son de gran relevancia para el sector en algunas zonas del país.

La reducción de la pobreza en el país es una de las tareas del Gobierno de Honduras por lo que ha seleccionado el sector turismo como uno de los cuatro pilares del crecimiento económico del país. La información disponible de la SETUR (Marzo 2008) sobre la demanda y mercados claves (cultural, aventura, naturaleza, cruceros, etc.) permite concluir que existe buen potencial para obtener aumentos importantes en los próximos años en las llegadas turísticas, lo cual puede llevar a mejorar la generación de divisas, la creación de empleos y la diversificación de las economías locales, especialmente en regiones que ofrezcan una concentración de atractivos y buen acceso, tal como la costa norte.

Para apoyar el desarrollo del turismo en el país se ha creado varias leyes enfocadas en el rubro del turismo como lo es la Ley de Incentivo al Turismo bajo el decreto 314-98 reforma mediante decreto 194-2002, La Gaceta del 5 de junio de 2002, P 2 en sus artículos 1,2,3,y 4 donde se da prioridad al desarrollo de la oferta turística en el país, mediante otorgamiento de incentivos para generar mayor participación de la inversión privada, orientando el turismo en una actividad

sustentable y con el menor impacto en los recursos naturales, cada uno de estos artículos va con el fin de fomentar y apoyar a las empresas actuales y potenciales en el desarrollo del turismo del país.

Honduras es el único país en la región centroamericana que cuenta con seis tipos de atractivos claves (arqueología, naturaleza/aventura, playas, arrecife, ciudades coloniales, culturas vivas) a un así Honduras tiene orientado el posicionamiento de su marca “Honduras, Todo esta aquí”, hacia los productos de naturaleza, arqueología y playas. Dado que sus principales productos actuales lo constituyen la arqueología y el arrecife, la orientación general de la estrategia busca el posicionamiento de otros atractivos (playa, naturaleza, ciudades coloniales y culturas vivas) y la diversificación de los productos ya potenciados.

Por las características innatas de los dos productos principales actuales, sujetos además a una restringida capacidad de carga, se están desarrollando estrategias diferenciadas del resto de la región para la puesta en valor de los nuevos atractivos.

## **Principales atractivos turísticos de Honduras**

### **Lago de Yojoa**

El Lago de Yojoa está aproximadamente a 100 Km. de Comayagua. En el se disfruta de la belleza natural del lago así como de deportes acuáticos y observación de aves que se encuentran en la región, localizado entre los departamentos de Comayagua, Cortes, Santa Bárbara y a una altura media sobre el mar de aproximadamente 700 metros, el Lago Yojoa está ubicado al Sur de San Pedro Sula, precisamente sobre la carretera del norte, que conduce de Tegucigalpa a San Pedro Sula.

El Lago de Yojoa es un lago natural, rodeado por impresionantes montañas que alcanzan alturas de más de 2,600 metros, como es el caso del Cerro Santa Bárbara, el segundo más alto del país.

Estas majestuosas montañas albergan a dos de los más importantes parques nacionales de Honduras: El Parque Azul Meambar en la costa sur del lago y El Parque de Santa Bárbara en la costa Norte. La combinación de vegetación, con la ayuda de la abundancia de agua en la zona, ha generado una biodiversidad difícil de

igualar en el mundo. Solo a nivel de aves, se han contabilizado más de 373 especies distintas.

El Lago de Yojoa ha sido habitado desde hace más de tres milenios, en estas costas floreció una civilización precolombina que antecedió a la cultura Maya. Estudios preliminares parecen apuntar a que se trata de la cultura Lenca, cuyos descendientes habitan buena parte de los departamentos occidentales de Lempira e Intibucá. Restos de esta gran civilización pueden ser encontrados en buena parte de las costas del lago.

Las costas y riveras del lago ofrecen condiciones ideales para el cultivo del café, por lo que existen múltiples fincas de café en la zona, de hecho, la principal fuente de ingresos en la zona es precisamente el café.

Durante la década de los 70, el Lago adquirió fama mundial por la pesca del "Black Bass". Existen más de 373 especies de aves que habitan en la cuenca del Lago de Yojoa. Aunque el acceso a las zonas boscosas es aun algo difícil, se puede observar una cantidad importante de aves desde la terraza abierta de los hoteles de la zona, en un solo árbol frente a la terraza se han observado hasta 37 distintas especies de aves en el transcurso de unas pocas horas.

### **Cuevas de Taulabé**

Aproximadamente a 20 Km. al sur del lago, rumbo a Tegucigalpa, se encuentra el monumento nacional Cuevas de Taulabé. Justo en el Km. 140 de la carretera, las cavernas han sido exploradas hasta una profundidad de 12 Km, sin que a la fecha se hayan localizado el final de ellas.

Para satisfacer al explorador no tan aventurero, los primeros 400 metros de las cavernas han sido habilitados con luz eléctrica y gradas. Si el turista desea entrar más allá de los 400 metros, deberá en primer término, avisarles a los guardias en la entrada, así como traer su propio equipo. Cualquier intento por explorar en forma seria las cavernas debe contar con un permiso por escrito del alcalde municipal de Taulabé.

### **Cataratas de Pullapanzak**

A sólo 17 Km. del lago se encuentran las famosas cataratas de Pullapanzak, las cuales tienen una altura de 43 metros. Las cataratas se encuentran dentro de una

finca privada, sin embargo, se ha habilitado un balneario que está abierto al público y cuyo costo de acceso es de solo Lps. 25.00 por persona. Dentro del balneario se encuentra un restaurante, servicios sanitarios, champas, zonas para acampar y pozas naturales donde nadar.

Además de la catarata, existen ruinas precolombinas, probablemente construidas por los Lencas, quienes tenían poblaciones importantes alrededor del Lago de Yojoa, el principal de los cuales es el sitio arqueológico Los Naranjos.

### **Parque Nacional Azul Meámbar**

Uno de los dos parques que rodean al lago, es posible realizar visitas guiadas a esta zona protegida. El parque tiene bosque tropical lluvioso en las partes bajas y a partir de los 1,800 m sobre el nivel medio del mar tiene un clima y vegetación de bosque tropical nublado. Todos los accesos son desde la carretera principal entre San Pedro Sula y Tegucigalpa. El acceso principal es el desvío a Santa Elena, que está en la comunidad de La Guama, sobre la carretera.

### **Parque Eco Arqueológico Los Naranjos**

Los Naranjos es el tercer parque arqueológico abierto y en funcionamiento en Honduras. Es administrado por el Instituto Hondureño de Antropología e Historia. Ubicado en las riveras del Lago de Yojoa, en las cercanías a la Comunidad de Peña Blanca, este parque es de hecho un parque eco-arqueológico, en donde además de arqueología, se disfruta de un maravilloso entorno natural. Se trata de un sitio único por la combinación de diferentes hábitats en una pequeña zona, lo cual es aún más interesante ya que se le considera el más importante sitio arqueológico Lenca. La experiencia arqueológica en el parque puede ser un poco limitada ya que solo se observa grandes montículos arqueológicos, los cuales son hechos de barro y piedra y por lo tanto susceptibles a un rápido deterioro en caso de excavaciones, hay un pequeño museo y una gran maqueta que complementa la visita.

En el aspecto ecológico, el parque es extremadamente rico, ofreciendo variedad de hábitats en un área pequeña, así como una extensa red de senderos de más de 6 Km., incluyendo un sendero elevado y un puente colgante sobre el canal hecho para fines hidroeléctricos. El acceso al parque es por la carretera que une a La Guama, sobre la carretera entre San Pedro Sula y Tegucigalpa con la comunidad de Peña

Blanca, los senderos están bien señalizados y además se cuenta en el parque con una fuerte presencia militar que garantiza la seguridad del visitante.

La zona arqueológica de "Los Naranjos" ubicada en las costas del Lago es de tal importancia que el gobierno de la República de Honduras ha asegurado los fondos necesarios para comenzar con la excavación de este sitio arqueológico, considerado como el segundo más importante en Honduras (El primero es Copán). (Fuente: SETUR) Los trabajos preliminares comenzaron el mes de enero, 1996, y se espera que en un período de varios años el sitio esté abierto al público. Las Investigaciones hechas hasta el momento apuntan hacia el hecho de que durante su punto culminante, Los Naranjos fue habitada por varios miles de pobladores

### **La Ceiba**

La Ceiba es la tercera ciudad en importancia en Honduras, y sin lugar a dudas es la más vibrante de todas. Es una ciudad joven, dinámica, que obtuvo su nombre gracias a una gran Ceiba que ofrecía su fresca sombra a los habitantes de antaño. La Ceiba es cabecera del departamento de Atlántida, uno de los 18 Departamentos de Honduras. El corredor costero entre La Ceiba y Trujillo, que ofrece algunas de las tierras más fértiles de Honduras, produce un porcentaje importante de los ingresos que por este rubro genera Honduras.

La Ceiba ofrece gran variedad de atractivos al visitante. Es un puerto con playas caribeñas, está dotada de una exuberante vida natural que hoy está preservada en el Parque Nacional Pico Bonito y el Refugio de Vida Silvestre de Cuero y Salado. Tiene una buena infraestructura turística y lo más importante, una tradición hospitalaria y un ambiente sumamente agradable.

La Ceiba celebra su Carnaval durante la tercera semana de Mayo todos los años en honor a su Santo Patrón, San Isidro. Durante esa semana, el ambiente festivo y la hospitalidad de la población Ceibeña se desbordan, con la celebración de fiestas en cada uno de los barrios más importantes de la ciudad. La celebración culmina el día 24 con un gran desfile.

### **Río María**

Un corto y refrescante viaje a solo 8 Km. de LA CEIBA para su deleite, esta pequeña aldea se encuentra muy cerca de las playas de Perú, sobre la carretera que va a Trujillo. Para llegar a ella se tiene que caminar unos 40 o 45 minutos en un ambiente

de selva húmeda por veredas a lo largo del río, pero tiene como recompensa disfrutar de una serie de pozas con agua cristalina y fresca con lugares ideales para hacer un picnic o para disfrutar de la naturaleza.

### **Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado**

Este Refugio de vida silvestre está localizada a sólo 33 Km. de La Ceiba en la costa del Caribe con un área con forma de triángulo que forman los ríos de Cuero y Salado en la costa. Tiene una extensión de 13,255 hectáreas y fue declarada zona protegida en 1987, por estar en peligro de extinción su población de manatíes, además tiene un complejo sistema de aguas salobres y agua fresca que contiene unos 15 ríos que nacen en la cordillera de Nombre de Dios y que tienen influencia directa en el refugio, en particular en el Parque Nacional Pico Bonito. Actualmente el parque es manejado por la N.G.O. que es una institución no estatal llamada FUCSA o Fundación de Cuero y Salado.

El parque proporciona protección a unas 35 especies de animales, incluyendo a los manatíes, jaguares, monos cara blanca y otras especies de monos, lagartos y más. El área es rica en aves con unas 196 diferentes especies que representan un 28% del total de especies de aves de Honduras.

### **Museo de Mariposas y otros insectos**

Una nueva atracción en La Ceiba. Este museo ofrece más de 11,000 ejemplares de mariposas y otros insectos de Honduras y de otros 40 países, incluyendo ejemplares de las más grandes del mundo y las más brillantes. Más de 9,000 de los ejemplares son nativos de Honduras. El museo cuenta con un video en español, trampas de mariposas, microscopios portátiles y pósters describiendo el proceso de captura y conservación de los ejemplares.

La principal atracción es sin lugar a dudas la casa de mariposas, en donde en un área de 400 metros cuadrados donde se encuentra miles de mariposas multicolores de más de 40 especies diferentes. Además, se puede visitar la casa de las larvas, en donde se crían miles de larvas que más tarde se convertirán en mariposas y el vivero en donde se cultivan las plantas que utilizan las mariposas para alimentarse y poner sus huevecillos.

## **Parque Nacional Pico Bonito**

Es sin lugar a dudas el más diverso parque de Honduras cubriendo un área de terreno que va desde el nivel del mar hasta los 7,300 pies sobre el nivel del mar con la mayor variación de altura de Honduras. Ha sido nombrado Pico Bonito por su disposición y se ha convertido en un signo de La Ceiba en el importante papel que ha jugado en el eco-turismo como destino en los últimos años. El acceso al parque es limitado para un reducido número de visitantes, y es posible visitar algunas partes bajas del parque.

El parque tiene dos zonas para recibir visitantes: Río Zacate y Río Cangrejal.

### **Río Zacate**

El sendero del Río Zacate tiene una longitud de 2.4 Km., de largo de los cuales el visitante podrá disfrutar de áreas para acampar, apreciar las múltiples aves tropicales del parque, entre las que sobresalen los tucanes pico de navaja y las golondrinas, y con suerte algunos monos cara blanca que habitan en la zona. El sendero, que sigue el curso del Río Zacate le ofrece al visitante vistas panorámicas del río con sus cristalinas aguas e pozas en donde el turista puede darse un refrescante baño, y le conduce hasta la hermosa cascada del Río Zacate.

En Junio del año 2000 abrió sus puertas el primer ecolodge de Honduras. Se trata del Lodge at Pico Bonito, el primer Ecolodge verdadero en Honduras, que se espera inicie un movimiento hacia la construcción de este tipo de albergues en el país. Está ubicado cerca de la Aldea El Pino, al occidente de la ciudad, en el centro de una finca de cacao y café, a solo pasos de la espesa y exuberante flora y fauna del Parque Nacional Pico Bonito. Sus habitaciones cuentan con todas las comodidades que se pueden esperar, así como amplias áreas para el esparcimiento del huésped.

El hotel ofrece además una serie de senderos naturales y torres para la observación de aves, mismas que están abiertos exclusivamente para sus huéspedes. Así mismo, la finca de mariposas de La Ceiba acaba de trasladarse a la propiedad del Hotel. Aquí se puede gozar de un espectáculo multicolor natural ofrecido por las mariposas nativas de Honduras, así como una interesante explicación del proceso de gestación de las mariposas incluyendo su asombrosa metamorfosis.



### **Rafting en el Río Cangrejal**

Una de las mejores aguas blancas para rafting en Centro América se encuentra en La Ceiba. El Río Cangrejal le ofrece rápidos de clase 2, 3 y 4 todos a un corto recorrido de 45 minutos del centro de La Ceiba, así mismo se le puede agregar Pico Bonito un parque con 7 diferentes ecosistemas todo ello por el cambio de altitud por la parte este del río, ofreciendo una fascinante selva tropical de Honduras.

Un nuevo sendero, que será conocido como el sendero “El Bejuco” está siendo habilitado y pronto se pondrá en servicio. El acceso será a través de una canasta sobre el Río Cangrejal, ubicado en el Km. 8.8 en la carretera de La Ceiba a Yaruca. El sendero conducirá hasta la cascada del El Bejuco.

### **Sambo Creek**

Esta interesante aldea Garífuna está ubicada a unos 20 Km. al este de La Ceiba, sobre la carretera a Trujillo. Como todas las aldeas de esta cultura, se encuentra a orillas del mar y la principal actividad comercial es la pesca.

### **Los Chorros**

Quizás el balneario más popular entre los nativos ceibeños, está ubicado a pocos metros de la carretera de La Ceiba a Trujillo, desde este punto puede verse la primera poza natural, la cual suele estar muy concurrida los fines de semana. Río arriba, se encuentra una serie de pequeñas caídas y pozas naturales, las cuales ofrecen la oportunidad de bañarse. El entorno tropical, la frescura de las aguas cristalinas y la variedad de aves de la zona conforman un verdadero paraíso.

### **Cayos Cochinos**

Ubicados a corta distancia de La Ceiba, estas hermosas islas y cayos pueden ser vistas desde la costa en un día despejado. Constituidos en un Parque Nacional Marino, los Cayos Cochinos son de hecho dos pequeñas islas y una serie de pequeños cayos, algunos habitados por pescadores Garífuna que viajan a ellos para aprovechar la abundante pesca de la zona. La isla conocida como Cochino Menor es una estación de estudios científicos a cargo del prestigioso Smithsonian Institute de los EEUU.

Los cayos ofrecen una variedad de riquezas, las cuales comienzan a nivel submarino con los arrecifes más vírgenes de Honduras. Así mismo, ofrecen una riqueza con su abundante flora y fauna en tierra.

Existe muy poca gente viviendo en los cayos. En Cochino Menor solo viven los científicos y guarda parques. En Cochino Mayor hay algunas casas privadas y una pequeña población, y en algunos de los cayos hay comunidades Garífunas.

### **Islas de la Bahía**

Las Islas de la Bahía en Honduras, C. A. ofrecen un aspecto de Honduras muy distinto al resto del país. Su historia, que incluye múltiples disputas sobre el poder de las islas entre la corona española y la británica durante la colonia, les ha dado un carácter muy especial. Existen varias islas en el departamento, entre las que destacan Roatán, Guanaja y Utila, que son las más grandes. De ellas, la que tiene mayor infraestructura turística es Roatán.

El inglés es el idioma predominante en las Islas, al punto en que hay gente que no habla el español, a pesar de que éste es el idioma oficial del país.

La isla tiene una cordillera que le sirve de columna a lo largo de toda su extensión, y está totalmente rodeada de arrecifes coralinos, lo cual ofrece excelentes condiciones para buceo y para la pesca. Existen varios proyectos de bienes raíces muy ambiciosos y de gran calidad en Roatán.

### **Roatán**

Roatán tiene varias comunidades, de las cuales la mayor, y cabecera departamental es Coxen Hole, que lleva el nombre de uno de los múltiples piratas que hicieron historia en la isla. Coxen Hole es el puerto a donde llega el trasbordador M.V. Galaxy, que une a Roatán con La Ceiba, y es la población más próxima al Aeropuerto Internacional de Roatán.

### **French Harbour**

La segunda población en importancia es French Harbour, un puerto sumamente pintoresco en donde atraca la mayor parte de la flota pesquera de las islas. Las embarcaciones, siempre bien pintadas y mantenidas, ofrecen un espectáculo digno

de verse. French Harbour es una ciudad muy activa en la pesca, y de hecho, existen más bancos en French Harbour que en Coxen Hole.

### **West End**

Quizás la zona más famosa de toda las islas es West End. Las playas más bellas de Roatán están en esta zona, así como la mayor cantidad de tiendas de buceo y establecimientos de servicio para los turistas. Se puede pasar varios días en esta zona gozando de sus idílicas playas y hospitalidad de la gente.

### **La Moskitia**

La región que se encuentra al oriente de Trujillo, hacia la frontera con Nicaragua, es conocida como “La Moskitia”. La mayor parte de este extenso territorio, que forma parte de la selva lluviosa tropical más virgen e inexplorada en el hemisferio norte de América, está comprendida dentro del departamento de Gracias a Dios. Su nombre proviene de los legendarios habitantes de la región, los miskitos, nativos que han conservado muchas de sus costumbres e incluso tienen una lengua propia.

Debido a la exuberante vegetación, y a la gran variedad de fauna silvestre que habita la zona, ésta extensa área ha adquirido una creciente popularidad como destino de aventura o ecoturístico. Sin embargo, la zona cuenta con muy poca infraestructura y cualquier turista que se aventure a ella deberá saber que no contará con las comodidades del mundo moderno. Dentro de la región se encuentran cinco áreas protegidas por las leyes Hondureñas: La Reserva de la Biósfera del Río Plátano; La Reserva Antropológica Tawahka; el Parque Nacional Patuca; El Refugio de Vida Silvestre Cruta Caratasca y la Reserva Biológica de Rus Rus, que incluye la sierra de Warunta y sus famosas cavernas de piedra caliza.

El acceso a la Moskitia es solo por la vía marítima o aérea, debido a que no existen carreteras que se adentren en la zona. Por la vía marítima, hay embarcaciones con itinerarios más o menos regulares que parten tanto de La Ceiba como de Trujillo.

En Brus Laguna se encuentra un pequeño hotel dedicado a la pesca, especializado en la pesca de sábalo, y con un servicio reconocido internacionalmente, Cannon Island Fishing Resort. Es un paraíso para quien desea desconectarse del mundo y gozar de unos días de una pesca abundante en uno de los últimos paraísos tropicales del mundo. Esta región de Honduras tiene fama de ser uno de los mejores

lugares para este tipo de pesca en el mundo. El Hotel está ubicado en un cayo, dentro de Brus Laguna, cuyo nombre es Cayo Cañones, debido a que en él se encuentran antiguos cañones, hoy mudos testigos de batallas del ayer, cuando los Ingleses y Españoles se peleaban estas tierras.

### **Ocotepeque**

Ubicado geográficamente en el occidente de Honduras, colindando con los vecinos países de El Salvador y Guatemala, el departamento de Ocotepeque es el único de Honduras que tiene frontera con dos países. Su cabecera departamental, Ocotepeque, es una ciudad relativamente moderna que fue trasladada a su actual sitio después de que hace algunos años la población original fuera destruida por un alud de tierra y agua.

Situada estratégicamente a corta distancia de los dos países vecinos, con carretera y pases fronterizos hacia el Salvador por El Poy y a Guatemala por Agua caliente, Ocotepeque es realmente una comunidad muy internacional. Aquí encontrará hoteles y restaurantes para satisfacer al más exigente gusto.

A un paso de Ocotepeque se encuentra la ciudad Guatemalteca de Esquipulas, en donde se encuentra la Basílica de Nuestro Señor de Esquipulas, considerado el templo Católico más importante de Centro América. Aquí, la Imagen del Cristo Negro de Esquipulas es venerada por creyentes de toda la región, quienes confían en el poder milagroso de la imagen.

En las cercanías a Ocotepeque se encuentra el Parque Internacional Trifinio o Montecristo, una reserva ecológica compartida por El Salvador, Guatemala y Honduras que posee un clima de bosque tropical nublado. Así mismo, en la carretera que conduce al oriente hacia San Pedro Sula, pasará a través de la Reserva del Hizayote, una área protegida, también con clima y vegetación de bosque nublado. Esta zona de carretera suele estar cubierta con neblina en horas de la mañana y por la tarde.

### **Belén Gualcho**

Escondida entre las faldas de la Montaña de Celaque, la pequeña población colonial indígena de Belén Gualcho, guarda sus tradiciones y folklore. Ubicada en el departamento de Ocotepeque, El recorrido dura un poco más de tres horas, y la ruta

lo lleva desde Santa Rosa de Copán hacia el occidente hasta Cucuyagua, en donde tomará el desvío hacia el sur que conduce al pueblo colonial de Corquín.

La ruta lleva al poblado de San Pedro de Copán, pequeña población agrícola ubicada en el Valle de Sensenti, a las faldas de la Montaña de Celaque, y de allí a Corquín. Corquín es una bonita población. Esta población tiene un nivel económico importante por su gran producción de café, Corquín es el centro de compras de toda la región, se puede observar grandes beneficios de café en la población así como en los alrededores

Al descender hacia Belén Gualcho, lo primero que se nota es la iglesia colonial ubicada en las afueras de la ciudad. Esta hermosa construcción que se mantiene en muy buen estado de conservación tiene un altar en relieve de madera y pinturas religiosas de gran valor. A diferencia de muchas otras iglesias coloniales de la zona, ésta tiene bóvedas construidas de material sólido y no con vigas de madera y tejas.

### **Tela**

Hasta hace poco un pequeño pueblo que creció como parte de uno de los consorcios bananeros del país, Tela ha empezado a despertar a su potencial turístico. Ubicado en el departamento costero de Atlántida, y a solo 90 kilómetros del Aeropuerto Internacional de San Pedro Sula y conectado con una excelente carretera que la une a San Pedro Sula.

Tela esta ubicada en el Departamento de Atlántida, cuya capital, La Ceiba, se encuentra a 100 Km. al oriente de Tela. La fama de Tela es por sus extraordinarias playas, sin embargo, Tela ofrece mucho más que playas. La antigua base de operaciones del consorcio bananero Tela Railroad Company, productores de la mundialmente famosa marca Chiquita, ha dado un sabor único y especial a este bello puerto.

### **Parque Nacional Jeannette Kawas (Punta SAL)**

Al extremo oeste de la Bahía de Tela se encuentra el Parque Nacional Jeannette Kawas. Toma su nombre de una gran activista ecologista que dio su vida peleando por la conservación de esta bella área natural. El parque es uno de los más importantes de Honduras considerando sus dimensiones y biodiversidad. Las

pequeñas bahías que forman parte de esta península sirvieron de refugio a unos de los más famosos piratas del Caribe. Así mismo, la península forma una barrera natural que protege la hermosa Bahía de Tela de los temporales que provienen del norte. El parque tiene dos áreas distintas bien definidas: la península y la laguna.

La Laguna de los Micos es la parte del parque más poblada por aves. Durante el verano, se han identificado más de 350 especies de aves. También es habitada por monos, tortugas, lagartos y muchos otros animales. La laguna está rodeada por un extenso bosque de mangle, formando canales y cayos donde crecen también otras especies de árboles y plantas tropicales. Al este, la laguna está separada del Mar Caribe por una estrecha barra de arena blanca, formando una extensa playa. La aldea Garífuna de Miami está construida precisamente sobre esta barra. Esta aldea es un verdadero patrimonio cultural en donde es posible ver y convivir con los pobladores Garífunas, quienes construyen sus casas de manaja y caña brava, conservando sus tradiciones centenarias. Esta combinación hace de Punta Sal un viaje obligado para los amantes de la naturaleza.

### **Parque Nacional Punta Izopo**

Localizado en el extremo oriental de la Bahía de Tela, a tan sólo 12 Km. de la ciudad, este parque nacional recibe su nombre por el cerro (Cerro Izopo) que está justo sobre el mar. La exuberante vegetación del cerro, bañada por los Ríos Plátano e Hicaque, es hogar para gran variedad de animales, entre los que destacan aves tropicales como pericos, loros y tucanes, así como monos, lagartos y tortugas. Los canales que se forman en los manglares son accesibles por medio de canoas de canaletes (sea kayacs), lo cual permite adentrarse al refugio en forma sigilosa para no molestar a los animales y a la vez acercarse lo más posible a ellos. Este paseo además permite visitar la aldea Garífuna de Triunfo de la Cruz, punto en donde desembarcó Cristóbal de Olid siguiendo las ordenes recibidas de Hernán Cortés para comenzar con la conquista de Honduras. Garífuna Tours ofrece excursiones al Río Plátano, ubicado en el corazón del Parque Nacional Punta Izopo.

### **Jardín Botánico de Lancetilla**

Ubicado a escasos kilómetros de Tela se encuentra el Jardín Botánico de Lancetilla, fundado en 1926 como un jardín experimental por la Tela Railroad Company. Hoy en

día, por su tamaño y la variedad de su flora, constituye el segundo jardín botánico tropical en el mundo, teniendo tanto especies endémicas de Honduras y Centro América, como de todo el mundo tropical. Una gran variedad de aves han hecho de este paraíso su hogar debido a la abundancia de árboles frutales, por lo que se puede observar a muchas de ellas. Existe un sendero bien marcado, que lleva por el jardín. Así mismo, un camino que lleva por un bellissimo y frondoso bosque de bambú, hasta llegar a una poza cristalina del Río Lancetilla.

### **Aldeas Garífunas**

A lo largo de la Bahía de Tela se encuentran varias aldeas Garífunas, y de hecho, muchas de las más interesantes de Honduras se encuentran aquí. De occidente a oriente se encuentran las siguientes aldeas: Río Tinto, Miami, Tornabé, San Juan, La Ensenada y Triunfo de la Cruz. Entre estas. La más fascinante es sin lugar a dudas Miami, que es la única que después de tantos años, continúa conservando su aspecto y tradiciones.

En todas las aldeas es posible comer comida típica y conocer algunas de las costumbres de los Garífuna. Muy interesantes y divertidos son sus bailes, especialmente la “punta” y el “yancunu”, que recuerdan sus raíces africanas. A excepción del Río Tinto y Miami, todas las aldeas antes mencionadas son de fácil acceso.

### **Museo Garífuna**

Nuevamente abierto después de un período que se mantuvo cerrado. El museo abre una ventana a la riqueza cultural de los Garífunas. Este grupo étnico reside en Honduras desde 1797. Originarios de la isla Caribeña de San Vicente, en las Antillas Menores, y producto del mestizaje entre los nativos Caribe o Arahucos y los descendientes de los esclavos negros procedentes de África, llegaron a nuestras costas y se distribuyeron a lo largo del litoral Atlántico. Sus tradiciones, incluyendo su propio idioma han sobrevivido durante más de dos siglos, y han ejercido cierta influencia en la formación de la cultura moderna de Honduras. Quizás su aporte más significativo es la famosa “Punta”. En el museo se verá contagiado por el colorido de sus costumbres, el sonido de sus cantos y la alegría de sus danzas.

## **Amapala**

Actualmente cuenta con pequeñas facilidades turísticas de playa, principalmente en las zonas de Playa Grande y Playa Negra, estando en vías de mejorarse su infraestructura y el acceso marítimo a la isla.

## **Entrada a la Cueva de la Sirena**

La isla por sí sola es un gran atractivo, posee múltiples lugares que puede disfrutar, como la Cueva de la Sirena además de realizar paseos alrededor de la isla ya sea por las playas, observando las aves o simplemente el centro de la ciudad admirando el casco histórico y detalles arquitectónicos interesantes, existe una diversidad de bellas costas con fauna marina con formaciones de origen volcánico en algunas de ellas hay hoteles, casas de huéspedes y restaurantes entre las más concurridas están:

## **Playa Negra**

Esta se caracteriza por sus arenas de color negro y desde ella se puede ver la isla de Meanguera del vecino país de El Salvador, si desea comer en la playa se encuentran champas donde se disfruta de las delicias marítimas que cuenta el golfo, también posee hoteles donde puede descansar cómodamente con su familia.

## **Playa El Carmen**

Es de mayor extensión de la isla, posee el acceso a la Cueva de la Sirena que tiene entrada por el mar y es accesible cuando la marea es baja, de la cual se cree fue refugio de los antiguos piratas, como el famoso Francis Drake, los turistas se pueden alojar en casas de huéspedes donde se puede disfrutar de un ambiente más familiar.

## **Choluteca**

La zona sur de Honduras ofrece una variedad de opciones turísticas que complementan la oferta de la costa norte. En esta zona destaca el Golfo de Fonseca, una enorme bahía, compartida entre El Salvador, Honduras y Nicaragua, que con sus verdes y exuberantes canales de manglares, playas de arena negra y poblaciones históricas le darán la oportunidad de conocer otro aspecto de Honduras. La ciudad más grande de la zona es Choluteca, cabecera del departamento con el



mismo nombre, y la única ciudad grande del país que está en la carretera panamericana.

Fundada como Villa de Jerez de Choluteca, esta ciudad es una de las más históricas del país, y ofrece al visitante el casco urbano colonial mejor conservado en el territorio nacional. La zona del centro de Choluteca, con su catedral, el parque central, la casa de José Cecilio del Valle y muchas otras estructuras dan un ambiente muy agradable a la ciudad. Choluteca está bien comunicada tanto con el resto del país como con Centroamérica, debido a que está en la carretera panamericana. Al norte se encuentra Tegucigalpa, a menos de dos horas de carretera se encuentra la frontera de Amatillo con El Salvador (hacia el occidente), y las fronteras de Las Manos, El Espino y Guasaule hacia el oriente con Nicaragua.

### **Isla del Tigre**

Dicha isla, cuyo nombre fue obtenido por los “tigres” que en antaño rondaban la isla, tiene un puerto pequeño y muy pintoresco: un sitio de gran valor histórico en Honduras, la Isla del Tigre ha sido sede del gobierno de la república, refugio de piratas y el más importante puerto en el Pacífico para Honduras.

Actualmente es una bella y tranquila isla, con mucho ambiente, una gran historia y un excelente lugar desde donde descubrir parte de la historia de Honduras, a su paso, sin presiones y rodeado de una naturaleza singular y belleza excepcional. La más importante comunidad en la Isla del Tigre es la ciudad de Amapala, bello puerto colonial que en su tiempo fue un importante centro comercial y que hoy es una pequeña comunidad pesquera, a raíz de que el principal puerto fue trasladado a San Lorenzo.

### **Refugio de Vida Silvestre Bahía de Chismuyo**

Una zona protegida, ubicada en el mismo Golfo de Fonseca, en donde se puede observar la variedad de aves que habitan en esta zona de manglares. Este es el único refugio de su tipo en la costa Pacífico de Honduras. Para llegar a la zona, se debe llegar a la comunidad pesquera de Coyolito, donde se tiene que alquilar una lancha. El paseo durará no menos de 2 horas, incluyendo tiempo para pasear por los manglares y canales del refugio.

## **Granjas Camaroneras**

La zona del Golfo de Fonseca ofrece condiciones extraordinarias para el cultivo de camarones, actividad que ha tenido gran auge en la zona y que es generadora de muchos empleos en la zona, así como generador de divisas para el país. Se requiere de un permiso para entrar a dichas granjas, este se puede obtener con relativa facilidad

## **Trujillo**

Descubierto por Cristóbal Colón en 1502, Trujillo se convirtió en una de las primeras capitales del nuevo mundo, con una importante actividad económica, lo que atrajo a los piratas ingleses a la zona. La Fortaleza de Santa Bárbara, de la cual quedan vestigios, se construyó para proteger el patrimonio español en la zona, y de hecho permaneció abierta hasta después de la captura y ejecución de William Walker, el filibustero americano que vino a buscar aventura a Centro América. Otro factor importante en el desarrollo de Trujillo fue el arribo de Garífunas, que se establecieron en las costas de la bahía.

Alrededor de esta comunidad se puede encontrar un sin número de atractivos. Al sur del pueblo puede encontrar las Cavernas de Cuyamel, en donde los arqueólogos han encontrado vestigios de culturas precolombinas.

Aproximadamente a 14 Km. de Trujillo, vía un camino de tierra, lleva a la población de Santa Fe, una comunidad Garífuna establecida en una de las playas vírgenes más bellas del mundo.

Otro punto de interés es la Laguna de Guaimoreto, un lugar excepcional para observar aves en un entorno totalmente natural. En las cercanías de la laguna se encuentra la Hacienda el Tumbador, en donde se crían lagartos.

El parque nacional Capiro y Calentura ofrece un entorno natural extraordinario para caminar por el bosque y nadar en las aguas termales. Fucagua, una fundación ecologista sin fines de lucro, está coordinando el desarrollo y preservación del parque. Actualmente están terminando un centro de visitantes y ofrecen paseos guiados por el parque.

## **Aguas Calientes**

Ubicadas a los 7 kilómetros del centro de Trujillo, estas aguas termales ofrecen instalaciones de buena calidad para el visitante, que incluyen un buen hotelito.

Servicios de restaurante y bar están disponibles, así como un par de piscinas de aguas termales y juegos para los niños. Dentro de los servicios que están disponibles al visitante está el Spa Salud y Vida, que ofrece una serie de tratamientos relajantes y rejuvenecedores, tales como masajes, jacuzzis privados y baños de vapor naturales. Así mismo, el entorno natural es complementado con una pequeña iglesia, réplica de la iglesia en Medjugorje, Yugoslavia, sitio en donde la Virgen María ha hecho una serie de apariciones recientemente.

### **La Tumba de William Walker**

La tumba del filibustero norteamericano William Walker, que intentó crear un estado esclavista en Centro América yace en el cementerio municipal de Trujillo. Walker fue capturado y fusilado en Trujillo, después de haber sido derrocado en Nicaragua y echado de Costa Rica.

### **Laguna de Guaymoreto**

Otra área protegida en las cercanías de Trujillo, que constituye un complejo sistema de canales y manglares alrededor de la laguna. Esta área es frecuentada por gran cantidad de aves que viven en ella, tanto permanentemente, así como especies migratorias que arriban durante el invierno. Visitar la laguna requiere de una lancha.

### **Gracias**

Uno de los secretos mejor guardados de Honduras es la Ciudad de Gracias, capital del occidental departamento de Lempira. Para llegar a Gracias se debe tomar la carretera del Occidente hacia Santa Rosa de Copán. El desvío hacia el sur se encuentra a un kilómetro antes de llegar a Santa Rosa, dicho desvío lo llevará por una carretera totalmente asfaltada hasta Gracias.

La ciudad fue fundada en 1536 por el Capitán Juan de Chávez, y su ambiente y arquitectura colonial hacen de esta pequeña ciudad una verdadera joya. Gracias fue declarada asiento de la Audiencia de los Confines el 16 de Abril de 1544, por lo que de hecho fue capital de Centro América durante este tiempo. Fue también capital de Honduras, durante sus tiempos de gloria, Gracias fue una importante ciudad para después ser desplazada por Antigua Guatemala y Comayagua.

Existen tres iglesias coloniales dentro del casco urbano de Gracias: San Sebastián,

Las Mercedes y San Marcos, y una cuarta, Santa Lucía, está localizada a 2 Km. del centro de Gracias. De éstas, la más interesante por su arquitectura es la iglesia de Las Mercedes. También de singular interés es la actual casa parroquial, que fuera en su tiempo la sede de la Audiencia de los Confines. Alrededor de la ciudad se encuentra la montaña más alta de Honduras, la Montaña de Celaque, que en lengua Lenca significa “caja de agua”. Esta montaña con más de 2,880 mts. sobre el nivel del mar, es una zona protegida y alberga al Parque Nacional Celaque, bosque nublado con gran cantidad de flora y fauna, orgullo de Honduras.

### **Aguas Termales**

A 6 1/2 Km. de Gracias se encuentran unas pozas de aguas termales, las cuales pueden ser visitadas fácilmente desde Gracias. El sitio está abierto los siete días de la semana, la entrada cuesta Lps.20.00 por persona. La hora favorita de los locales para visitar las aguas termales es por la noche. Existe un comedor donde puede comprar refrescos embotellados y cervezas así como comida variada. Así mismo hay instalaciones en donde cambiarse y servicios sanitarios. Las pilas en donde se baña siempre tienen agua limpia, ya que el agua brota dentro de ellas mismas y tiene un rebalse natural. Hay servicio de comida entre las 8:00 A.m. y las 8:00 P.m. También se rentan hamacas, toallas y neumáticos. La temperatura del agua oscila entre los 36 y 39 grados centígrados, según la poza en la que usted se bañe.

### **El Fuerte de San Cristóbal**

Construido sobre una pequeña montaña al lado de la ciudad domina una vista inmejorable de Gracias y del valle entero. Desde él se observan las tres iglesias coloniales de Gracias, el pintoresco cementerio y la impresionante Montaña de Celaque. Aún cuando el fuerte no es colonial tiene un par de hermosos cañones donados a la Ciudad de Gracias por el gobierno Español. Así mismo, la tumba del gobernante Hondureño, Juan Lindo se encuentra dentro del fuerte.

### **Parque Nacional Celaque**

Esta reserva natural, cuyo centro de visitantes está a tan solo 9 Km. del centro de Gracias es de acceso relativamente fácil. Se requiere de un vehículo 4X4 para llegar al centro o bien de una larga caminata. Aún cuando la caminata es placentera, es mejor alquilar un vehículo en Gracias para no llegar totalmente cansado al centro de

visitantes, ya que de ese punto aún hay que ascender de los 1,400 mts. a los 2,500 mts. donde comienza la flora y fauna típica de un bosque nublado. Esta caminata suele llevar entre 4 y 5 horas para realizarla. La mejor hora para estar en el parque es temprano por la mañana, ya que a esa hora hay más actividad de la fauna local. La entrada al parque tiene un costo de Lps.40.00 por persona, y quienes se quedan a pasar la noche en el centro de visitantes deberán cancelar otros Lps.50.00 por persona.

El costo por persona por acampar es de Lps. 30.00 por noche. Existe una finca de café orgánica dentro del parque, que además de ser muy ilustrativa sobre un proceso de cultivo sostenible, ofrece una oportunidad extraordinaria para disfrutar de la observación de aves tropicales. Para aquellos interesados en conocer mejor este parque, hay varios guías responsables y capacitados para conducirle en paseos y campamentos de varios días. Las rutas más interesantes son Villa Verde a Santa Teresa, Santa Teresa a Belén Gualcho y Villa Verde para internarse en el bosque nublado. Para obtener más información referente a estos posibles excursiones pregunte en el restaurante Guancascos.

### **La Campa**

A solo 16 Km. de Gracias se encuentra la comunidad de La Campa, Lempira, famosa por su producción de alfarería típica. La mayor parte de la cerámica producida en La Campa es sencilla y de uso diario en las casas de los mismos Lencas, sin embargo, vale la pena observar el proceso de fabricación y el producto final. Existen vehículos que hacen el recorrido entre La Campa y Gracias todos los días. El pueblo está situado en las faldas de montañas altamente escabrosas y cuenta con una hermosa iglesia colonial muy bien conservada, vale la pena visitar la iglesia y ver los retablos del altar. Así mismo, a otros 16 kilómetros de distancia a partir de La Campa se encuentra el poblado de San Manuel Colohete. Esta comunidad tiene una de las iglesias coloniales más bellas y mejor conservadas de Honduras. El camino desde la Campa a San Manuel también está en buenas condiciones y existe un servicio regular una vez al día.

### **El Fuerte de San Cristóbal**

Construido sobre una pequeña montaña al lado de la ciudad domina una vista inmejorable de Gracias y del valle entero. Desde él se observan las tres iglesias

coloniales de Gracias, el pintoresco cementerio y la impresionante Montaña de Celaque. Aún cuando el fuerte no es colonial tiene un par de hermosos cañones donados a la Ciudad de Gracias por el gobierno Español. Así mismo, la tumba del gobernante Hondureño, Juan Lindo se encuentra dentro del fuerte.

### **Tegucigalpa**

La capital de Honduras es un antiguo pueblo minero que debe su distinción como capital a los amores de uno de los gobernantes del país.

Durante años, la capital de Honduras estuvo situada en Comayagua, ciudad colonial, construida en un fértil valle equidistante entre los dos océanos que bañan las costas de Honduras. Cuenta la historia que el Dr. Marco Aurelio Soto, presidente de Honduras, se casó con una mujer de Tegucigalpa, misma que fue despreciada por la alta sociedad de Comayagua, y que ante tal desprecio, el Dr. Soto tomó la decisión de trasladar la sede de la capital a Tegucigalpa.

De esta manera, Tegucigalpa, pasó de ser un importante centro minero a la capital de la República. El nombre Tegucigalpa, dicho sea de paso, tiene su origen de la lengua nahuatl, y significa nada más y nada menos que montaña de plata.

Hoy la capital de Honduras ha dejado de ser un pequeño pueblo, y con una población de aproximadamente un millón de habitantes, es la más importante ciudad del país. Situada en un valle y rodeada de montañas cubiertas con pinares, contrastan las antiguas construcciones coloniales con las modernas.

### **Museo Nacional Villaroy**

Ubicado en el barrio Buenos Aires de Tegucigalpa, este museo está abierto de lunes a sábado de las 8:00 A.m. a las 4:00 P.m. Sus salas están dedicadas a la historia republicana de Honduras, haciendo mucho énfasis en los diversos presidentes que ha tenido la república desde su independencia.

### **Museo del Hombre**

Ubicado en la avenida Cervantes en el antiguo edificio que albergaba a la Suprema Corte de Justicia en el centro de Tegucigalpa. Este museo tiene una colección de pinturas de artistas Hondureños y opera como galería de arte. Así mismo, cuenta con una sala para la restauración de pinturas antiguas.

### **Galería de Arte Nacional (Paraninfo)**

Ubicada a media cuadra del parque central, a un costado del Congreso Nacional en un antiguo edificio colonial restaurado, ofrece, como su nombre lo indica, una colección de arte de los más sobresalientes pintores Hondureños. Las salas, divididas según la época histórica en la que vivió cada autor, incluye los primeros pintores coloniales hasta la época contemporánea.

### **Museo de Historia Natural**

Ubicado en el departamento de Biología de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Ofrece una colección de especímenes disecados de aves, mamíferos y reptiles de Honduras, así como salas con los diversos ecosistemas de Honduras.

### **El Parque Nacional la Tigra**

Ubicado a sólo 12 Km. de Tegucigalpa, y con una extensión superior a los 238 kilómetros cuadrados, este parque nacional tiene vegetación propia de un bosque nublado, la cual está considerada como el tipo de vegetación tropical más rica en flora y fauna. El cual ha sido depredado a lo largo de todo Centro América, sin embargo, en Honduras aún tenemos dignos ejemplares de este tipo de bosque, y La Tigra es sin lugar a dudas un ejemplar digno de mencionar. Bromelias, orquídeas, helechos arborescentes y más de 200 especies de aves son sólo parte de la biodiversidad disponible en el parque.

Existen dos vías de acceso a la Tigra, el primero es vía el Hatillo, y el segundo siguiendo la ruta de las Reales Minas de Tegucigalpa vía Santa Lucía, Valle de Ángeles y San Juancito.

La Ruta del Hatillo es la más utilizada, y ofrece entre otras cosas unas vistas de Tegucigalpa desde lo alto de la carretera a El Hatillo. En la zona del Hatillo, existe un centro de visitantes en el Hatillo así como varios senderos, uno de los cuales conduce hasta el centro de visitantes ubicado por la entrada de San Juancito.

### **Zoológico Metropolitano del Picacho**

Ubicado en el Picacho, con una extraordinaria vista de la ciudad de Tegucigalpa y entre un bosque de robles y pinos, el zoológico metropolitano ofrece una opción para conocer algunos de los animales nativos de nuestra Honduras. Destaca un jaguar, felino más grande de América y que es nativo de Honduras, así como una colección

muy completa de venados de cola blanca y monos araña. Con un total de 310 animales, entre los que podemos contar 20 especies diferentes de mamíferos, 23 de aves y 7 de reptiles. El área total del zoológico es de unas 22 manzanas.

### **Valle de Ángeles**

Valle de Ángeles, una bella comunidad colonial, ubicada en un valle pequeño totalmente rodeado de frescos pinares. Valle de Ángeles se ha convertido en un importante centro artesanal, con una exposición permanente de artesanías de todo el país. Aquí se puede pasear por los pabellones y comprar excelentes artesanías a buenos precios. En algunas ocasiones podrá encontrar todo el parque alfombrado con hermosas flores de jacaranda. La iglesia del pueblo es de origen colonial, sin embargo ha sufrido muchas alteraciones y la riqueza colonial de antaño se ha perdido para siempre.

La Secretaria de Turismo e Instituto Hondureño de Turismo (IHT) a través de la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo de Producto presento el Boletín de Estadísticas Turísticas 2003 – 2007, mediante el cual, se muestran las estadísticas del sector en una serie que comienza desde el año 2003 y termina con las cifras preliminares del año 2007, año que superó todas las previsiones al presentar un crecimiento de 18%, en el número de visitantes que ingresaron al país por cualquier motivo, excepto el de ejercer una actividad remunerada.

Es importante recalcar que la expansión de la economía hondureña sigue favoreciendo al sector, al crear y mantener las condiciones necesarias para su desarrollo. Las estimaciones mas recientes del Banco Central de Honduras (BCH) indican que el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) en el 2007 fue de 6.3%, es así que pese a los efectos negativos de diferentes variables exógenas, como el alza en los precios del petróleo y el incremento en el índice de inflación, que aumentó más de lo previsto a finales del 2007 (8.9%), la demanda turística se expande.

Estimaciones preliminares indican que durante 2007 el sector generó aproximadamente US\$545.6 millones de divisas 5% más que el año 2006, La balanza turística sigue presentando superávit, ayudando de este modo a reducir



parcialmente el déficit de la cuenta corriente de la Balanza de Pagos. Fuentes: Honduras en cifras de Banco Centra de Honduras, 2008. P 5

El turismo en Honduras continúa su proceso de consolidación, siguiendo las tendencias de la actividad a nivel mundial. Según la Organización Mundial del Turismo durante el año 2007, hubo un crecimiento de 8.1% en las llegadas de turistas a nivel mundial. Fuentes: Secretaria de Turismo (SETUR), Boletín Informativo, marzo 2008.

Con el crecimiento que ha venido teniendo el turismo a mundial y nacional, a dado origen a nuevas empresas como son los Operadores turísticos que participan en la actividad, generalmente en calidad de intermediarios entre el consumidor final y el producto turístico aunque puede ampliar su intervención al resto de la oferta (restaurantes, hotel, etc.).

Los operadores se unen a la función de comercialización de paquetes turísticos (esquema, comercialización, promoción, venta, etc.). Incluyen a las agencias de viajes en todas sus modalidades (mayoristas, minoristas).

Los operadores turísticos intervienen en la actividad turística y la estimulan pero no forman parte de la actividad turística propiamente dicha ya que quedan separados de la experiencia turística en sí misma (aunque son elementos clave en el sistema). Los operadores turísticos no son precisamente compañías de transporte e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de la oferta turística, en realidad son operadores del mercado, que conectan a la demanda con la oferta.

Las necesidades de mejores ingresos en las áreas rurales, ha generado la búsqueda de nuevas actividades por parte de los pobladores de las áreas montañosas del país:

“La gente en áreas rurales no puede subsistir como agricultores y está buscando formas alternativas, no agrícolas, para llegar a fin de mes; muchas personas disponen de mayor tiempo libre debido a la semana de trabajo más corta y el fin de semana más largo; más y más ciudadanos desean escapar de las presiones de la vida en la ciudad y pasarlo bien en el

campo, no demasiado lejos del hogar, pero suficientemente lejos del reloj del trabajo".  
Fuente: Barrera E, 1988

Esto nos muestra una idea mas detallada de búsqueda constante del ser humano en vivir mejor, y la necesidad del país de buscar estrategias que fomenten este tipo de actividades en las zonas rurales del País.

## **Ecoturismo**

El ecoturismo en Honduras se desarrolla a través de un conjunto de actividades recreativas en áreas turísticas como los son las selvas naturales con gran parte de su habitat protegida, así como lo afirma la CEPAL Fuente: CEPAL, LC/G.2157 (SES.29/3), Brasilia, Brasil, 6 al 10 de mayo de 2002, sobre avances del cumplimiento del séptimo objetivo del milenio donde el 33% de los mas 112,000 km<sup>2</sup> del territorio Hondureño son áreas protegidas. Así mimos lo confirma el Sr. Ricardo Martínez que con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) Fuente: BID, Departamento de Desarrollo Sostenible, S944.5 .G78G56 2006, se han declarado nueve áreas protegidas en la región insular y se esta trabajando en una programa de protección del tiburón Ballena uno de los mayores atractivos Turísticos. Por lo que existe un interés por parte de las autoridades nacionales en la protección de estas zonas turísticas y su apoyo en fomento del ecoturismo en el país.

En los últimos dos años, a iniciativa del Instituto Hondureño de Antropología e Historia (IHAH), se han planteado dos nuevos parques arqueológicos: uno en el valle de Sula, Cerro Palenque, y otro en la isla de Guanaja, Plan Grande. Se trata el primero de una fortaleza de finales del Clásico Tardío y de un centro ceremonial probablemente en uso al momento del contacto con los europeos. Junto con estos parques se preparo también los Naranjos y Proyecto Arqueológico Santa Bárbara.

El Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras (SINAPH) fue creado en 1993, bajo la Ley General del Ambiente (decreto 104-93). El SINAPH está compuesto por un total de 107 áreas protegidas con un estimado de 2.5 millones de hectáreas de extensión (aproximadamente un 24% del territorio del país, incluyendo

las zonas de amortiguamiento y zonas de núcleo). Estas áreas se clasifican de la siguiente forma:

**Tabla No. 5**  
**Cantidad y categoría de las áreas protegidas**

No.	Categoría	No. de Áreas
1	Parques Nacionales	18
2	Reservas Biológicas	33
3	Reservas Marinas	10
4	Reservas de Vida Silvestre	26
5	Monumentos Naturales	12
6	Monumentos Culturales	2
7	Reservas Ecológicas	1
8	Reservas Antropológicas	3
9	Áreas de Uso Múltiple	2
<b>Total</b>		<b>107</b>

Fuente: AFC/COHDEFOR

Entre las áreas que forman parte del SINAPH, existen tres zonas particularmente relevantes, con la presencia de recursos mundialmente reconocidos: el Parque Arqueológico de Copán, el Parque Nacional Marino de las Islas de la Bahía, y la Reserva de la Biosfera Río Plátano.

Las áreas de mayor tamaño se encuentran en la parte noreste del país, y están conectadas con las áreas protegidas de la sección noroccidental de Nicaragua, formando parte del “Corredor Biológico Mesoamericano”, uno de los más grandes bloques ecológicos de la región, por lo que es muy importante que el gobierno de una alta prioridad de conservación a este tipo de zonas.

El desarrollo del ecoturismo en Honduras es en base a una combinación interesante de ambientes naturales, que están siendo demandados en la actualidad por un nicho de turistas a nivel internacional. Algunos de estos ambientes son:

- Bosques tropicales con animales tales como monos, guacamayas, cocodrilos, tucanes, etc.;
- Humedales y ríos navegables en el atlántico, que ofrecen oportunidades para observación de pájaros. tal es el caso de La Moskitia;
- Viajes de aventura como ríos rápidos (“rafting”), paseos en kayak, pesca deportiva. En Choluteca (parte sur del país), existe una actividad tradicional que es la cacería sostenible de palomas;

- Manglares en el Golfo de Fonseca, con la posibilidad de excursiones para observación de pájaros con hábitat costero y tortugas;
- Bosques nubosos en las montañas centrales, bien conservados y con una grande y rica cantidad de flora y fauna;
- Arrecifes de coral en las Islas de la Bahía, que son internacionalmente reconocidos.
- Sitios arqueológicos de alto interés cultural, desarrollados (como Copán) y potenciales (como Los Naranjos).

Para poder obtener los beneficios potenciales del ecoturismo, Honduras necesita reforzar sus esfuerzos de conservación, desarrollar infraestructura para servicios turísticos dentro de los límites de los parques (centros de información, plataformas de observación, senderos autoguiados, etc.); a la misma vez que invierte recursos en la promoción del país como un “destino verde”, particularmente en mercados que están demandando naturaleza accesible en la actualidad.

Los cambios en el entorno de oferta y demanda, la tecnología y sus avances y los problemas ecológicos generan nuevos riesgos y oportunidades. El éxito de los operadores turísticos debe basarse en la mejora de las condiciones de competitividad, o sea, en la capacidad de obtener beneficios y de mantenerlos en circunstancias cambiantes.

Por lo que es necesario fomentar y desarrollar todas las actividades relacionadas al turismo, canales de información del destino turístico, lo que podrá dar ese desarrollo al país y las empresas relacionadas en este rubro.

**Tabla No. 6**  
**Principales Destinos de Visitación**  
**Año 2007**

No.	Destino	Porcentaje
1	LA CEIBA	16.9
2	TELA	13.2
3	SAN PEDRO SULA	13.0
4	TEGUCIGALPA	8.7
5	PUERTO CORTES	7.7
6	ISLAS DE LA BAHÍA	4.5
7	OMOA	4.1
8	TRUJILLO	4.1
9	CHOLUTECA	3.7
10	COPAN RUINAS	3.2
11	SANTA BÁRBARA	3.1
12	AMAPALA	2.8
13	SANTA ROSA DE COPAN	2.8
14	COMAYAGUA	2.4
15	SIGUATEPEQUE	1.8
16	OTROS	7.9

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

Al revisar las tendencias actuales, Honduras muestra cifras aceptables en términos de viabilidad económica para los fragmentos de turismo en Ceiba y tela, donde el 30% de los turistas que visitan el país por placer tienen como destino dichas zonas, lo que destaca que con la existencia de zonas o circuitos turísticos potenciales que podrían ser desarrolladas, ya sea en estas mismas áreas o en otras áreas completamente distintas como ser el turismo de montaña y de aventura y así mismo complementarlos con productos y/o destinos adicionales.

El turismo y el medio ambiente representan actualmente un binomio cada vez más importante en las sociedades modernas, lo que se traduce en un mayor número de estudios enfocados en el análisis simultáneo de ambos sustantivos. Turismo y medio ambiente son dos campos de estudio que, desde la perspectiva de la sociología como es el caso de esta tesis, tienen en común su juventud como materias de investigación. Así, el crecimiento de la actividad turística y la creciente sensibilidad por los problemas ambientales, da lugar a un nuevo perfil de turista que debe ser estudiado en mayor profundidad y con mayor regularidad. En este sentido, la

tendencia de estos estudios parece dirigirse en los últimos tiempos hacia aspectos más cualitativos y no tanto cuantitativos: el hecho clave es ahora la orientación de la planificación estratégica del ecoturismo y del medio ambiente hacia parámetros más cualitativos, que tienden al desarrollo económico y social sobre la base del equilibrio ambiental.

El turismo tiene varias áreas entre ellas el ecoturismo este es el tipo de turismo que se hace compartiendo con la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente, creando un enlace entre el turista y el Hábitat natural de las zonas visitadas.

El Ecoturismo es quizás la palabra que comercialmente ha tenido más éxito en el desarrollo y mercadeo de una actividad turística novedosa, no convencional, asociada al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de una región.

Ecoturismo también puede generar rentas significativas en corto plazo para hábitats protegidos. Deben establecerse precios de entrada de forma juiciosa para maximizar las rentas del turismo extranjero. Los nacionales deben pagar un precio menor en orden de inculcar un "perfil verde".

Costa Rica aplicó una evaluación económica de la diversidad biológica con el fin de calibrar cuanto preservar y cuanto extinguir. En vez de eso, el gobierno impuso una decisión ética, no diferente al criterio de Wilson sobre "patrones seguros mínimos": aproximadamente el 25% de su territorio nacional sería designado como parques nacionales, bosques y reservas. A lo largo de las seis administraciones presidenciales pasadas, la decisión ha recibido un firme apoyo y las áreas protegidas han sido realmente protegidas; ya no son más los "parques de papel" típicos del Tercer Mundo (Fearnside and Ferreira, 1984). Para transferir la política nacional hacia la diversidad biológica, los líderes del gobierno invocan el enérgico lema: "Salvar, conocer, usar". para un programa de bases sólidas en desarrollo sustentable.

El ecoturismo está en el primer lugar del desarrollo sustentable en Costa Rica. En recientes años, el turismo se ha convertido en el más grande exportador, superando

tanto al café como al banano. El mayor atractivo de Costa Rica para turistas extranjeros es la belleza de su ambiente natural. Sin embargo, hasta 1994, Costa Rica no había aplicado análisis económico para determinar el precio óptimo de entrada para sus parques nacionales.

Es importante hacer notar que desde que se inicia la práctica del ecoturismo con énfasis comercial, alrededor de la década de los 80's, el consumidor ha ido variando su perfil. Es así como hoy en día podemos intentar resumir la evolución del ecoturista desde su expresión más pura (los científicos), hasta las personas de interés general que poco o nada saben sobre el tema, pero que están anuentes a experimentarlo, a quienes hemos llamado los ecoturistas en potencia.

El papel de los operadores turísticos en la actividad turística es fundamental, pero en los hechos parece ser que la mayor parte de esta se produce sin la intervención de estos. Es decir, que la mayoría de turistas en el mundo prefieren ser sus propios armadores del producto por consumir, esto quizás por motivos de costo, pero también por la flexibilidad que puede representar para sus gustos y motivaciones personales.

El Ecoturismo es quizás la palabra que comercialmente ha tenido más éxito en el desarrollo y mercadeo de una actividad turística novedosa no convencional, asociada al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de una región. Por su éxito comercial, también se ha prestado para un empleo indiscriminado que ha obligado a crear nuevas terminologías, que permitan diferenciar el producto y garantizar de algún modo su calidad.

### **1.3 Problema y/u Oportunidad**

El interés personal de realizar un estudio de factibilidad de un operador Turístico en actividades de ecoturismo y aventura en el país con el fin determinar la viabilidad y la aceptación que tendría el ecoturismo en zonas determinadas del país con una comercialización de estos servicios por la Web, así mismo el porcentaje de turismo generado a través de este negocio, y poder medir el aporte social que tendrá este tipo de empresas en el desarrollo de las comunidades beneficiadas con este tipo de turismo.

### **1.4 Preguntas del Estudio**

¿Qué servicios son los requeridos por los turistas a través de los operadores turísticos en la Web?

¿Cuál es la demanda de turismo de aventura en el país?

¿A que mercado meta debe estar dirigido un operador turístico, el perfil del turista y el tipo de servicio demandado?

¿Qué porcentaje de los turistas que visitan el país utilizan un operador turístico extranjeros para contactar Hoteles, restaurantes y senderos de diversión en el territorio nacional?

¿Existe en Honduras operadores turísticos que presten el servicio de ecoturismo y recorridos de aventura?

¿Qué tipo de inversión se requiere para poner en marcha este tipo de negocio?

¿Es factible una empresa dedicada exclusivamente al ecoturismo vía una página Web?

### **1.5 Objetivos del Estudio**

#### **1.5.1 Objetivos Generales**

- Determinar la viabilidad y la factibilidad de Mercado, Técnica, Administrativa Legal y Financiera, para una empresa dedicada a la venta de servicios ecoturísticos a través de la Web.

#### **1.5.2 Objetivos Específicos**

- Determinar la demanda potencial de ecoturismo vía página Web.



- Completar el estudio de factibilidad para la empresa de ecoturismo vía pagina Web.
- Determinar la oferta de servicios ecoturismo del país.

## 1.6 Justificación del Estudio

El actual estudio es fomentado por una necesidad académica de poner en practica todos los conocimientos obtenidos en la Maestría de Administración de Empresas a si mismo complementara la necesidad individual del investigador en estudiar y analizar la posibilidad de iniciar una empresa dedicada al desarrollo ecoturístico en el país.

### 1.6.1 Aporte y Beneficio Social del Proyecto

El presente estudio aportara desarrollo al sector turístico del país, ya que con la creación de una empresa dedicada al ecoturismo, cubriendo una demanda no cubierta por los operadores actuales, ya que estos son especialistas en el turismo emisor, y son pocas los operadores dedicado al turismos receptor, lo que ha dejado un gran parte del mercado sin ser atendida, abriendo las puertas a nuevas empresas como lo es Ecoaventura Caribbean Tours, el cual será una fuente de empleo directo e indirecto para las zonas visitadas, así mismo como la independendencia económica de los socios inversionistas,

De igual manera este tipo de proyectos generara un marco referencial, que puede ser utilizado en el análisis y evaluación de la creación de una empresa dedicada a este tipo de servicio, como lo es el ecoturismo a través del Internet.

**Tabla No. 7**  
**Año 2007**  
**El Turismo entre los Principales Generadores de Divisas**  
**Años: 2003 – 2007**  
**Millones de Dólares (US\$)**

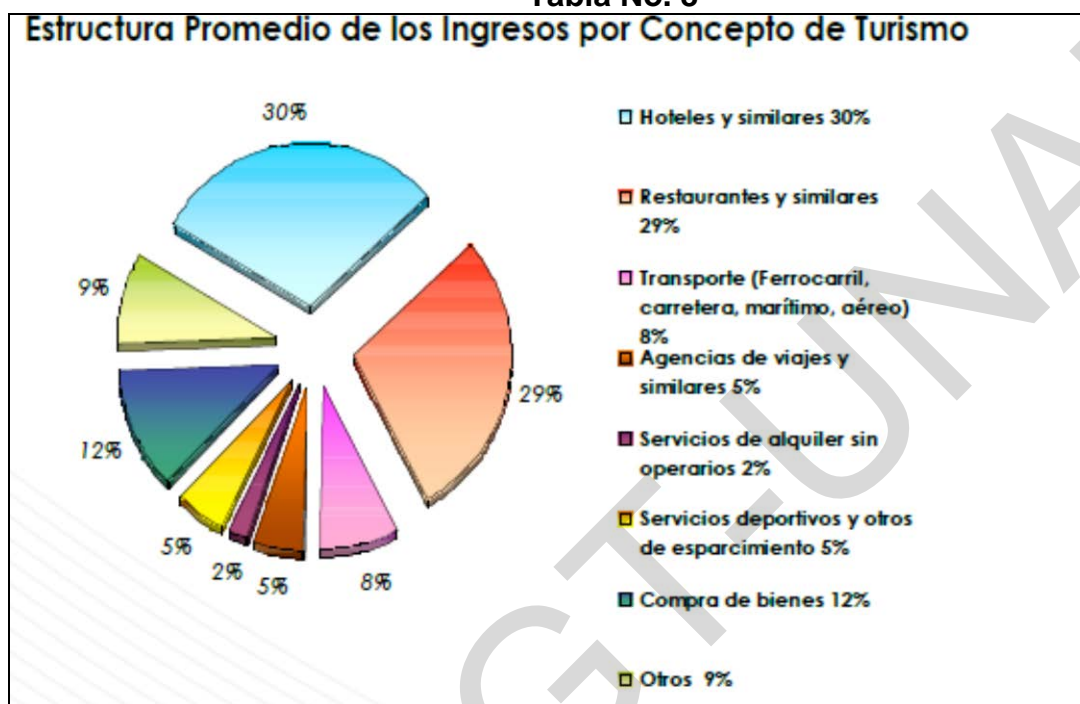
Rubros	2003	2004	2005	2006	2007 <sup>P/</sup>
Remesas Familiares	860.4	1,144.0	1,788.2	2,358.8	2,594.6
Maquilas	797.6	947.3	1,074.1	1,087.1	1,227.1
Turismo	372.2	419.7	465.7	515.2	545.6
Café	192.0	277.2	366.3	423.6	516.5
Banano	133.3	208.8	260.3	251.9	289.5
Camarón cultivado	117.9	128.8	124.5	155.9	151.9
Aceite de Palma	55.5	59.3	56.3	66.2	110.5
Puros o Cigarros	59.4	71.3	75.2	85.0	82.2
Plásticos y sus manufacturas	20.9	49.6	58.7	67.2	67.0

Fuente: Banco Central de Honduras e Instituto Hondureño de Turismo  
P/= Preliminar

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

Como se observa en el cuadro anterior el turismo es una de las tres principales fuentes de divisas del país, lo que el desarrollo de este rubro genera un aporte sustancial en el crecimiento económico y progreso del las comunidades.

**Tabla No. 8**



Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

El turismo es una de las fuentes principales de ingreso para los Hoteles, restaurantes, y existe un 5% de los ingresos que es generado por las actividades recreativas y de esparcimiento, lo que muestra que la aventura y los paseos ecoturísticos son poco desarrollados en el país, generando así una oportunidad de negocio potencial, que traería desarrollo a las comunidades involucradas en este tipo de turismo.

### **1.6.2 Conveniencia económica y de mercado**

Las tendencias de diversión, exploración y el crecimiento que ha tenido el sector turístico en nuestro país, abre las puertas a las empresas dedicadas a explotar y favorecer el turismo a nivel nacional, con ese fin y con el apoyo del gobierno al sector turístico, con la idea de crear una empresa enfocada en la venta de servicios ecoturísticos.

**Tabla No. 9**  
**Establecimientos Turísticos**  
**Año: 2007 P/**

Rubros	No. Establecimientos
Alimentos y Bebidas	5,678
Alojamiento	1,041
Centros de Recreación	638
Tienda de Artesanía	323
Transporte Interurbano	266
Tour Operadoras & Agencias de Viaje	119
Arrendadora de Autos	85
Museos y Galerías	48
Centro de buceo	30
Sucursales	231
<b>TOTAL</b>	<b>8,459</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

El cuadro anterior muestra la cantidad de operadores turísticos en el país, los cuales están dedicados a una zona específica de turismo, ya sea playa, arqueología, bosque o montaña, y pocos son los dedicados a la actividad ecoturística, lo que permite ver un panorama muy atractivo, para la creación de una empresa enfocada al ecoturismo receptor en el país.

### 1.7 Componentes metodológicos del estudio

La recolección de información se hará a través de las técnicas cualitativas y cuantitativas, A continuación se enuncian las técnicas a utilizar para la recolección de información:

- Entrevista a Operadores Turísticos ya establecidos en el país
- Visita a Cámaras de Comercio y secretaria de turismo
- Entrevistas con informantes claves nacionales y extranjeras (embajadas)
- Encuesta

Todos estos con el fin de obtener la mayor y más adecuada información que nos ayude a contestar nuestras preguntas de investigación y poder determinar la factibilidad de un operador turístico.

## **Investigación primaria**

La información primaria es recopilada directamente por el propio investigador del proyecto, hay dos tipos de investigación primaria a realizar:

### **Investigación cuantitativa**

La investigación cuantitativa aplica una encuesta, que esta diseñada para poder cuantificar las variables y nos proporcionara información numérica básica para la toma de decisiones

### **Fuentes de información secundarias**

La información secundaria se compone de fuentes estadísticas ya publicadas, archivos, información de gestión u otros datos relacionados todos al turismo y ecoturismo el país, las fuentes a utilizar son:

**Publicaciones académicas:** La ventaja de los artículos de publicaciones académicas, es que han tenido “un proceso de revisión doble anónimo, lo cual en teoría aumenta la calidad y la objetividad de los resultados publicados” (Weaver y Oppermann, 2000: 401).

**Libros académicos:** No hay una restricción del número de páginas en los libros académicos, por lo tanto, estos últimos proporcionan un análisis más profundo y detallado sobre temas concretos.

**Recopilaciones estadísticas:** Las administraciones públicas, algunas privadas y las organizaciones no gubernamentales, publican anualmente varias estadísticas valiosas y exhaustivas sobre turismo nacional e internacional.

**Revistas especializadas, periódicos y revistas:** Tanto organizaciones privadas, como el gobierno publican regularmente revistas y boletines especializados en un sector turístico.

**Internet:** Hoy en día, Internet es una fuente crucial de información secundaria y una alternativa al papel ya que está disponible en la red y es más fácil de acceder.

## Capítulo II Marco de Referencia

### 2.1 Marco Conceptual

#### 2.1.1 Definición y conceptos más utilizados en el estudio

##### Turismo

Con carácter general, las definiciones del turismo se pueden plantear desde dos perspectivas:

- Definiciones del lado de la oferta; o
- Definiciones del lado de la demanda.

En el lado de la oferta, Leiper (1990) define el turismo como un modelo que “se puede considerar como una gama de individuos, negocios, organizaciones y lugares que se combinan de alguna manera para ofrecer una experiencia de viaje”. Krippendorf (1999: 19) considera el turismo una industria que “incluye agencias de viajes, empresas de transporte, contratistas de catering y entretenimiento, tiendas de souvenir, casinos, la industria automovilística, bancos y compañías de seguros, etc.”.

En el lado de la demanda, Ryan (1995 en Bowen, 2001: 33) afirma que “el turismo se refiere a las experiencias vividas en diferentes lugares y la interacción que se desarrolla en esos destinos”. Por lo tanto, en el turismo coinciden las características de la oferta y la demanda, con las teorías sobre la investigación del tiempo libre y del ocio (Pearce 1987 y Leoper 1995, ambos en Swarbrooke *et al.*, 2003).

Desde el punto de vista del ocio y la recreación, Pearce (1987 en Swarbrooke *et al.*, 2003) define el turismo como las relaciones y los acontecimientos que suceden en los viajes de ocio y recreo. En esta misma línea, Davidson (1993 en Holden, 2000) afirma que el turismo del ocio y la recreación está compuesto por personas que viajan por vacaciones, acontecimientos deportivos o culturales, para visitar a amigos o parientes (“VFR: *visiting friends and relatives*” en las siglas inglesas), negocios, educación, religión y salud.

En este sentido, las definiciones del turismo están más orientadas hacia consideraciones de la demanda que de la oferta. Para algunos expertos, esto le

- parece sorprendente, puesto que “definir el turismo en términos de motivaciones o características de los viajeros y por tanto del lado de la demanda, sería como definir las profesiones sanitarias describiendo al enfermo” (Smith, 1989: 33).

### **Turista**

Representan el conjunto de personas que visitarán el país, con el fin de realizar turismo en las zonas.

### **Turismo de Aventura**

Es una serie de servicios integrados bajo un itinerario fijo en el cual se incluyen varios puntos a visitar, ellas incluyen bosques, desiertos, montañas, pastizales y otras extensiones de tierras, áreas Protegidas; Parques Nacionales; Reserva Natural; Bosques o Refugios Silvestres; Bosques Nacionales; Cuencas; Pastizales; Reservas de la Biosfera.

### **Ecoturismo**

Es el tipo de turismo que se hace compartiendo con la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente, creando un enlace entre el turista y el Hábitat natural de las zonas visitadas.

El Ecoturismo es quizás la palabra que comercialmente ha tenido más éxito en el desarrollo y mercadeo de una actividad turística novedosa, no convencional, asociada al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales de una región.

### **Operador Turístico**

Es la empresa dedicada al desarrollo turístico local e internacional de un país a través de la venta de servicios turísticos, como ser Transporte, Hotel, Alimentación, actividades recreativas y guía en zonas turísticas.

### **Agencia de viajes**

Empresa que se dedica a la realización de arreglos para viajes y venta de servicios sueltos, o en forma de paquetes, en carácter de intermediaria entre el prestador de los servicios y el usuario.

### **Operador Turístico Emisor**

Empresa que se dedica a la venta de servicios turísticos desde un país o punto de origen hacia un país o punto de destino; es la que envía turistas de un punto a otro.

### **Operador Turístico Mayorista**

Integra y opera sus servicios turísticos para venderlos a través de otras agencias, además de hacerlo directamente al público.

### **Operador turístico Minorista**

Vende directamente al público servicios turísticos que operan o generan otros prestadores de servicios ajenos a ella.

### **Operador Turístico Receptivo**

Empresa que se dedica a la venta de servicios turísticos dentro de un país o punto de destino; es la que recibe a los turistas en un punto de destino o en un punto intermedio.

### **Excursión autoguiada. O Sendero autoguiado**

Una excursión interpretativa en la cual la gente se dirige a sí misma a través de una serie de paradas planificadas (usualmente identificadas en un folleto, rótulo o mensaje audible).

### **Guía turístico**

Es el servicio en el cual una o más personas con conocimientos profesionales del área turística y de dos o más idiomas, realizan funciones de asesoría y apoyo al turista durante su viaje. Estos servicios generalmente son contratados para excursiones, circuitos, visitas, etc., ya sean grupales o individuales.

Industria turística. O industria de viajes. Conjunto de empresas dedicadas a la prestación de servicios relacionados con los viajes. Comprende a los transportistas, los hoteleros, y las agencias de viajes en todas sus formas (mayoristas, minoristas, tours operadores, operadores locales). Infraestructura. Formas de construcción sobre o bajo la tierra que provee el básico enmarcado para un efectivo funcionamiento de desarrollo de sistemas como áreas urbanas, industria y turismo.

### **Paquete turístico**

Conjunto de dos o más servicios turísticos, que puede ser adquirido por un cliente individual o grupal (sin importar el número de personas). Normalmente incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc.

### **Patrimonio Cultural**

Aquellos bienes que son la expresión o el testimonio de la creación humana y que tiene especial relevancia en relación con la arqueología, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general.

### **Patrimonio Natural**

Conjunto de elementos y características biofísicas de un sitio, región o país.

### **Producto turístico**

Conjunto de prestaciones materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos, o las expectativas de los turistas.

### **El Sector Público**

Representado por las instituciones públicas responsables de la protección y manejo de los recursos que constituyen el patrimonio natural y cultural de una región o país; de las instituciones reguladoras y contraloras de los servicios y desarrollos que se promuevan y de las instituciones de educación e investigación.

### **El Sector Privado**

Representado por las empresas y organizaciones que desarrollan infraestructura, prestan servicios, mercadea el producto y en algunos casos capacitan al recurso humano. Dichas empresas pueden clasificarse en organizaciones con fines de lucro y sin fines de lucro. Estas últimas han mostrado un interés creciente en participar activamente en la actividad turística.

La clara identificación de los roles, responsabilidades y oportunidades de cada uno de estos sectores, permitirá establecer relaciones efectivas y eficientes que facilitarán el alcance de los objetivos. La oportunidad de participación e integración



de estos sectores, promueve y facilita un desarrollo responsable del turismo en el país.

### **2.1.2 Definición del producto y/o servicio**

El Operador Turístico prestará el servicio de Ecoturismo, el cual esta compuesto por:

- Contratos internacionales vía Internet
- Traslado del Aeropuerto al Hotel
- Alimentación
- Visita a zonas ecoturísticas (Naturales, arqueológico, recreativo, etc.)
- Actividades recreativas
- Paseo por Zona Urbana
- Traslado al Hotel
- Traslado del Hotel al Aeropuerto
- Souvenir de la zona visitada

Entre las actividades recreativas tendremos características únicas en cuanto a la ubicación dentro de una zona generalmente boscosa, actividades desarrolladas en comunidad rural o propias de los pueblos, tales como: montar a caballo, caminatas en áreas boscosas, paseos en lancha, pesca, canopy, juegos infantiles para adultos, tiro al blanco con flechas.

Todo este paquete será promocionado a través de la página Web del operador turístico, el cual estará traducido en 3 idiomas diferentes (Ingles, español, e Italiano)

Los procedimientos y herramientas a utilizar para la planificación del ecoturismo en un área protegida, dependerán y variarán en función de las necesidades y deseos de los turistas, y los lineamientos de protección de cada zona visitada.

Los segmentos de mercado que se desean atraer hacia este proyecto son los siguientes:

- Profesionales y empresarios de la pequeña y mediana empresa extranjeras y sus familias, que viven y han vivido en las ciudades, y que por el estilo de vida no tiene un lugar, ni tiempo para relajarse en el campo.
- Turistas extranjeros que desea conocer y vivir una experiencia más de cerca con la naturaleza y con la gente de las comunidades rurales de nuestro país.

Los ingresos de los Extranjeros que viajan se muestra en el siguiente cuadro se muestra el porcentaje de turistas que llegan al país según su estado civil:

**Tabla No. 10**  
Llegada anual de Turistas: estructura porcentual por estado civil, según región de residencia, Año 2007

Estado Civil	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Soltero(a)	36.2	38.0	29.8	54.9	44.4
Casado(a)	57.2	55.6	63.2	38.2	50.6
Otro	6.6	6.4	7.0	6.9	4.9
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

En este cuadro podemos observar que el 36% de turistas que visitan el país son Solteros, lo que nos determina que tipo de paquetes turísticos se debe ofrecer y lo que debe incluir, para poder satisfacer las necesidades del cliente.

Es necesario conocer el perfil profesional de los turistas que entran al país, para así mismo poder ofrecer servicios que se acoplen a sus necesidades y exigencias,

Tabla No.11

**Llegada Anual de Turistas: Estructura porcentual por ocupación según región de residencia  
Año 2007**

Ocupación	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Profesional	38.5	37.6	36.5	49.0	50.6
Consultor	2.3	1.8	1.6	6.9	4.9
Funcionario de Gobierno	1.8	1.5	1.3	4.9	3.7
Oficinista / Dependiente	8.1	9.9	6.9	5.4	3.7
Artesano / Obrero	5.1	5.9	4.3	5.9	1.2
Obrero de Servicio	13.6	13.8	16.5	2.9	2.5
Gerente	3.3	3.0	3.6	3.4	2.5
Militar	0.6	0.9	0.4	0.0	1.2
Propietario de Negocio	9.7	5.5	15.8	2.9	9.9
Estudiante	4.5	5.7	2.4	8.3	6.2
Ama de Casa	6.1	7.2	6.0	2.5	2.5
Otra ocupación	1.7	1.2	1.8	2.9	4.9
Jubilado/Pensionado/Rentista	3.0	4.4	1.3	3.9	3.7
Misionero/Ministro/Pastor	1.6	1.6	1.8	1.0	2.5
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

En el cuadro anterior podemos observar que el mayor porcentaje de turistas que visitan el país son profesionales de diferentes áreas, por lo que el paquete a ofrecer debe contar con historia, aporte cultural y estrategias de protección de las zonas visitadas.

### 2.1.3 Tipos de Venta para el producto y/o servicio

El operador turístico Ecoaventura Caribbean Tours, contará con una página Web, donde ofrecerá cada uno de sus paquetes ecoturísticos, sitios recomendados a visitar ya sea por evento especial de la zona, ferias patronales o la situación climática de la zona. Cada paquete turístico a disposición de la Web va dirigido al turista extranjero, ya que es un mercado de vastas proporciones y múltiples posibilidades de desarrollo.

En el futuro y de acuerdo a los alcances obtenidos, se podrá promocionar el producto a través de revistas, periódicos con el fin de llegar al turismo nacional.

## 2.2 Marco Contextual

### 2.2.1 Surgimiento del producto y/o servicio en la historia

En la industria turística a escala mundial destacan, por los volúmenes de capital manejado, las grandes cadenas hoteleras y las aerolíneas. Después de estas existen otras empresas de gran importancia, no tanto por el capital que individualmente puedan mover, sino por la naturaleza de las actividades que desempeñan; se trata de las empresas de Operadores Turísticos. El Operador Turístico es el arquitecto o ensamblador de los productos turísticos que se ofrecen a los clientes que acuden a la compra de los mismos.

El paquete se diseña, generalmente, a la medida del cliente, tanto en precio como en calidad. Esto requiere conocimiento especializado de los destinos ofrecidos o, al menos, el manejo de los contactos (los operadores nacionales o locales) que tienen tanto dicha información como la capacidad de provisión directa o mediante otros agentes de los distintos servicios requeridos. A diferencia de las aerolíneas y cadenas hoteleras, la tours operación no se muestra controlada por corporaciones transnacionales, posiblemente por lo marginal de la actividad con respecto a las posibilidades que estas firmas tienen para ubicarse en nichos mucho más lucrativos, a lo que se une lo focalizado o reducido de las diversas actividades de la tours operación y al conocimiento específico que se maneja y que, en buena parte de los casos, solo un agente o empresario local puede ostentar.

En 2007 Centroamérica recibió un total de 7.7 millones de turistas y en 2006 se recibieron 6.9 millones, lo que constituyó un incremento en este periodo de 11.6%. Costa Rica continúa siendo el país con mayor afluencia de turistas, seguido por Guatemala. Según el IHT, la razón principal de este comportamiento es porque estos dos países disponen de presupuestos amplios para la promoción turística, lo que les ha permitido una mayor captación de visitantes. Sin embargo, las cifras de El Salvador presentan un crecimiento acelerado durante todo el periodo, presentando la tasa de crecimiento anual más alta (20,7%), este crecimiento se ha venido produciendo desde 2002 a raíz de la firma de los tratados de paz en dicho país,

además de que en los últimos dos años han invertido buenas sumas de dinero en promoción en el exterior (IHT, 2005).

**Tabla No.12**  
**Participación Porcentual de Llegada de Turistas, según Motivo Principal del Viaje**  
**Año 2007**

Motivo principal del viaje	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Placer	32.3	34.4	23.3	60.3	44.4
Visitar Amigos / Parientes	31.1	38.6	27.8	13.7	11.1
Negocio / Trabajo	28.0	16.3	41.6	22.1	37.0
Misioneros	3.5	6.5	1.0	1.0	0.0
Motivo Religioso	1.6	1.0	2.7	0.0	2.5
Congresos / Seminarios	1.6	0.8	2.4	1.0	3.7
Salud	0.7	1.0	0.5	0.0	0.0
Estudio / Docencia	0.5	0.7	0.2	1.0	0.0
Otros Motivos	0.7	0.7	0.6	1.0	1.2
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

El 32% del extranjero que ingresa al país es para hacer turismo, tal como se muestra en el cuadro anterior, lo que genera un gran expectativa e interés en desarrollar y explotar más esta actividad, a través de un operador turístico, promocionado principalmente en el Internet.

La Internet seguramente está reforzando este comportamiento, debido al aumento de las personas que optan por la comodidad y seguridad que brinda un paquete turístico diseñado según la asesoría de un especialista a través del Internet. Los paquetes prediseñados suelen tener más demanda entre el llamado turismo de negocios a diferencia del turismo puramente recreativo, este último más inclinado a la imprevisión y la aventura.

El Internet y otras tecnologías e información y telecomunicaciones, proporcionan herramientas sofisticadas no solo para el turista cuanto más para los operadores turísticos y otros proveedores de servicios turísticos. En la medida que estas herramientas estén al alcance de personas jóvenes y de mediana formación académica, la distancia en el control de la tecnología necesaria al sector podría estarse acortando, facilitando también la inserción y la competitividad de los operadores nacionales.

## **Venta de servicios o productos a través del Internet**

El comercio electrónico se fundamenta en transacciones basadas en tecnologías de información a través de varias redes de comunicación, el e-commerce se produjo sobre las ventajas y estructuras lógicas del comercio tradicional más la flexibilidad y alcance ofrecidos por las redes de telecomunicaciones que brindan nuevas oportunidades comerciales.

En Internet se tiene un mercado abierto donde puede entrar a competir cualquiera, a comprar cualquiera y a cualquier hora y además se puede obtener marketing a gran escala con inversiones que son constantes pero con ganancias cada vez mayores, solo en [www.MallCredomatic.com](http://www.MallCredomatic.com) el crecimiento que ha tenido en ventas cada año es de 2 a 1, Fuente: Jefe de Canales Alterno, BACBAMER, el cual es un indicador de lo veloz y lucrativo que es este negocio y esto que solo viene empezando en Honduras pero con unas perspectivas para el futuro brillantes; además considerando la gran cantidad de hondureños que viven y trabajan en el extranjero y que estos pueden comprar artículos para sus familiares en Honduras desde cualquier computadora en donde se encuentren, considerando esta situación, preveo que hay futuro en este tipo de negocios.

Se pueden enumerar una gran cantidad de ventajas que ofrece el comercio electrónico, las más importantes son:

- Aumentar el horario de atención al cliente sin ningún costo adicional.
- Entrar a competir en un libre mercado mundial donde se compite en iguales condiciones (el cliente no sabe si la empresa es grande o no).
- Marketing de gran alcance; aunque la empresa no brinde sus productos a nivel mundial, sí es cierto que tiene un marketing de nivel mundial.
- Aumentar la cartera de clientes de la empresa y fomentar la fidelidad de los mismos.
- El costo de mantenimiento en la red es fijo pero las ganancias pueden ir en aumento.
- Brindar un servicio innovador y de pago seguro a sus clientes.
- Permite una compra rápida y con costos relativamente bajo.
- Intercambio Electrónico de Datos entre la empresa y con otras empresas por todas partes del mundo.

Con el Internet se que puede ahorrar en papelería para imprimir recibos y facturas, ahorros en sueldos de empleados cuyas actividades sean automatizadas por el sistema de ventas por la Web.

### **Tienda Virtual**

Al entrar mediante Internet al portal de una empresa el cliente esta ingresando a una "tienda virtual" de la empresa misma, dicha tienda es el sistema sobre el cual se generaran todas las ventas automatizadas.

Se puede encontrar ciertas características muy particulares dentro de esta forma de vender y comprar en Internet como que involucra redes computacionales para poder realizar las diversas transacciones a través de fibra óptica, líneas telefónicas, satélites, etc. en la Web

Este tipo de tienda permite reducir costos de operación mediante una mejor coordinación de las ventas, producción y procesos de distribución, ofrece la oportunidad de poder comprar artículos y servicios de cualquier empresa del mundo que tenga su página de comercio electrónico en Internet desde cualquier parte del globo a cualquier hora y además poder especificar características, que permite obtener un producto de mayor calidad. A su vez el uso de tecnología permite incrementar los ingresos de la empresa a un menor costo de operación y mayor flexibilidad de horario.

Un ejemplo de éxito de comercio electrónico es la empresa [www.amazon.com](http://www.amazon.com) de origen estadounidense que vende principalmente libros pero también videos, artículos electrónicos, software, etc., cuya visión es netamente pensada para comerciar en Internet y tiene características para tal propósito como por ejemplo que no mantiene un inventario físico porque no tiene una tienda física todos los productos que vende los vende por Internet, toda la distribución la coordinan directamente con las editoriales y además mediante la recolección de datos del cliente se puede generar conocimiento sobre sus preferencias y de esta forma realizar un marketing.

En Septiembre del 2002 se inaugura el primer portal transaccional de turismo de Honduras y el más grande de Centroamérica que es propiedad del Instituto Hondureño de Turismo [www.LetsGoHonduras.com](http://www.LetsGoHonduras.com) en el cual se pueden realizar reservaciones y conocer los mapas del país así como su biodiversidad y publicidades varias.

### **2.2.2 Experiencias de éxito o fracaso de empresas similares**

El negocio del turismo ha generado muchas experiencias, ya sea en las autoridades del país, las comunidades y las empresas dedicadas a este tipo de negocio, por lo que para poder afianzar la idea de crear un operador turístico dedicado al Ecoturismo, es necesario escuchar las experiencias de algunos empresarios dedicados a dicho negocio, por que se entrevisto a dos operadores turísticos de la capital, el Sr. Mauricio Baca de MB Tours y el Sr. José Rodríguez de Greco tours

El Sr. José Rodríguez presenta la actividad de operadores de turismo como una con facilidad de entrada. Basta estudiar algo de turismo, alquilar un local, comprar un fax y una computadora para conectarse. Pero el perfil de los entrevistados muestra otras características claves, especialmente la familiaridad práctica con la actividad (la que se verá realizada, a no dudarlo, con el conocimiento formal, con la capacidad para asumir el papel de estrategas), los contactos internacionales (indispensables), el espíritu emprendedor y un capital un poco más arriba de lo que algunos describen, algo tanto más necesario cuanto más tarde se entra al mercado.

Entre los operadores turísticos todos manifestaron haber tenido familiaridad con empresas turísticas previo a la formación de sus propios negocios. La mayoría de los casos se trató de agencias de viaje y en un caso de una empresa hotelera, desde donde descubrieron la existencia de ese nicho empresarial:

*“La operadora nació de la necesidad de la agencia de viajes (donde el entrevistado trabajaba) para atender directamente a sus clientes” (Sr. José Rodríguez de Greco tours).*



La mayoría de los establecimientos surgieron con recursos provenientes de ahorros propios, casi siempre reforzados con el aporte de socios y/o con créditos. En dos casos los recursos provinieron del ahorro familiar.

*“Para la temporada baja hemos buscado una mercadotecnia adecuada para poder mantener las ventas. En esta temporada es cuando les proponemos a los hoteles que tengan ofertas especiales para poder tener nuestro ritmo de trabajo y evitar pérdidas. Los buenos momentos se dan cuando la empresa tiene un servicio que llena las expectativas de los clientes. Tenemos un arma que es indiscutible en esto del turismo que es "Internet". Una empresa como esta tiene que tener equipo, computadoras, teléfonos, copiadora, fax, material visual, fotos, catálogos, para que la gente pueda tener una visión más amplia del destino al que quiere ir. El local tiene que ser adecuado y accesible”* (Sr. José Rodríguez de Greco tours)

Los buenos momentos permiten, por lo general, la contratación de más empleados, el mejoramiento de locales e instalaciones y la reinversión en computadoras, software, servicios técnicos (Internet) y vehículos (especialmente autobuses). Los dos operadores turísticos manifestaron el deseo de adquirir autobuses, con lo que buscarían el control de un eslabón adicional en la cadena de servicios. Un operador turístico y de más experiencia manifestó actuar con más cautela en materia de adquisición de equipos de este tipo, al preferir el subarrendamiento, como medida para evitar que las crisis lo obliguen a absorber los costos de mantenimiento del equipo comprado. Igual estrategia sigue con parte del personal al que prefiere contratar de forma temporal y, en algunos casos acudir a la subcontratación de empresas locales que brindan servicios especializados.

Los clientes suelen ser, generalmente, las agencias de viaje y mayoristas extranjeros a los que se les ofrecen asesoría de viajes, paquetes turísticos en el país (turismo receptivo, turismo interno) o en el extranjero (turismo emisor). Los paquetes turísticos incluyen, entre otros, las reservaciones de hoteles, automóviles o cruceros, traslados, circuitos, guías, alquiler de casas o conexiones a hospitales en Houston o La Habana. Algunas empresas ofrecen también servicios de ecoturismo local, logística para eventos nacionales (locales, vehículos, información y servicios de reservación y excursiones), servicios a cruceros y servicios de representación de

líneas aéreas, de agencias de viajes extranjeros y nacionales, arrendadores de vehículos extranjeras, de cadenas hoteleras internacionales y de compañías de cruceros.

El contacto más importante que tienen los Operadores Turísticos son las líneas aéreas, los Hoteles, las rentadoras de Vehículos y Operadores Mayoristas, que realizan el contacto con los operadores locales con el fin de ofrecer nuevos destinos turísticos a sus clientes.

*“De hecho las líneas aéreas del trayecto que yo vengo teniendo y sigo teniendo con America Airlines (AA) y las relaciones con las líneas aéreas de los aeropuerto, los hoteles, es una cuestión de irse acercando a cada uno de ellos, he prácticamente pura referencia que a uno le van dando, la manera de trabajar con ellos. Mis proveedores son las Aerolíneas, Hoteles, operadores Mayoristas a nivel internacional, y ventas de autos, básicamente va esto alquileres de buses, aviones, hotelería, tours, paquetes, de eso depende mucho y todo es basarse en mayorista.”*  
(Sr. Mauricio Baca)

La mayor parte de los operadores turísticos ofrecen los mismos productos y servicios, la calidad del servicio es el punto diferencial de cada uno de ellos, ya que cada operador turístico trabaja tanto el turismo receptivo como el emisor.

*“Todos los productos que vendemos son los mismos, vamos a lo mismo, hotelería, aviones, venta de autos, tours, paquetes, que de pronto quiere ir a Disney Works, por ejemplo, proveerlo de su transporte, de su Hotel, de su tours dentro del parque hay ciertos lugares que ofrecen la comida incluida, también ofrecerla con eso, con todo el paquete, con todo avión y todo lo demás”* (Sr. Mauricio Baca)

Los operadores turísticos consideran que el turismo receptor se ha desarrollado de una manera mas lenta, debido a la falta de una cultura de servicio en le país y de apoyo de las autoridades pertinentes.

*“La parte receptiva es un poco mas lenta, desgraciadamente las personas que trabajan en la parte de turismo y la gente que maneja mucho de las cosas de turismo*

*como que no le entendiera al tramite y han hecho que el país no avance, la cultura de nosotros es muy raquíca en sentido de poder dar un servicio, usted va a una comida rápida se supone que es una comida rápida, 15 y 20 minutos le están entregando su comida, de ahí parta, estamos en un lugar que se supone de que los mismo taxistas le deberían de decir al turista de como ir a donde ir, como hacer, como evitar algún problema a donde no ir y la gente mas bien se aprovechan de los extranjeros, he aquí no hay la cultura de que la gente quiera aprender otro idioma, para entenderle aun extranjero no solo viene de parte de EEUU, viene muchísimos europeos, queriendo conocer esto países. En otros países cuidan al extranjero si bien van a asaltar, evitarle al turista a donde no debe ir, no es que no se lo van hacer, pero en otros países los van a asaltar igual, todos corremos el mismo riesgo”*  
(Sr. Mauricio Baca)

En el entorno turístico existe una competencia desleal por parte de los Hoteles, ya que en las temporadas altas no dejan habitaciones disponibles para los operadores turísticos, ya que la demanda es fuerte prefieren venderla directamente al cliente, con el fin de evitar pagar la comisión a los operadores turísticos, generando así una escasez de habitaciones, las cuales son entregadas a los operadores una semana antes, debido a que no han sido vendidas por si solas, lo que imposibilita poderlas vender por parte del operador turístico.

El concepto que tiene los operadores turísticos del país es muy positiva y optimistas, ya que aparte de conocer muy bien al país, destacan sus bondades y bellezas que contiene el país, que en particular es la mejor Mercadotecnia que se puede ofrecer al turista, sentirse orgulloso de su país y se sus riquezas.

*“Yo le voy a decir una cuestión nuestro país es como la bandera, es un país 5 estrella, yo amo mi país, yo he estado en muchísimos países, yo le digo nuestro país tiene todo lo que muchos países quisiera tener, nosotros tenemos montañas, parques, mar, tenemos todo en la que en otros países solo tiene una cosa, aquí usted ve, nosotros cuantos aeropuertos tenemos , cuantos aeropuertos hay en Nicaragua, en Guatemala, en Panamá, en Costa Rica, solo hay uno, claro usted conoce de uno, va encontrar Aeropuertos de tipo internacional, pero hablando legalmente si escucha Honduras es SPS y Tegucigalpa, ahora se esta tratando de*

*promover el de Roatan y en algunas ocasiones Ceiba, pero con esos son tres aeropuertos, pero póngale solo los dos aeropuertos SPS y Tega, son dos aeropuertos diferentes como se trabajo en CA, usted piensa en ver las ventajas que tiene Honduras, ante las demás naciones.” (Sr. Mauricio Baca)*

### **2.2.3 Experiencia de productos en el mercado nacional. Historia**

La actividad turística tiene larga data en Honduras, pero es quizás en la última década que ha adquirido un empuje particular, con clara vocación a convertirse en una de las actividades económicas claves del país.

Los empresarios se encuentran organizados en la Cámara Nacional de Turismo (CANATURH) y en varias asociaciones gremiales, como la Cámara de Operadores de Turismo, la Asociación de Hoteleros, la Asociación de Agencias de Viaje, la Asociación de Arrendadores de Automóviles, la Asociación de Restaurantes.

La capacitación en diversas destrezas vinculadas al turismo, particularmente hotelería y atención en restaurantes, la lleva a cabo principalmente el Instituto de Formación Profesional y el Hotel Escuela Madrid. Finalmente, como entidad de apoyo se destaca la Fundación para la Inversión y Desarrollo de Exportaciones (FIDE) que efectúa tareas de orientación para las inversiones turísticas.

#### **El perfil de la empresa**

La mayoría de los operadores turísticos han sido organizados en los últimos 10 años, pero existen algunas que tienen hasta 16 años de haber comenzado a operar.

#### **Servicios ofrecidos**

Casi todas las empresas ofrecen un combinado de servicios turísticos emisor y receptivo, aunque uno de estos tipos predomina sobre el otro. La mayoría de operadores turísticos receptivos no se encuentra en Tegucigalpa y Varios de los operadores turísticos resultan ser mayoristas, es decir, empresas que subcontratan los servicios de operadores turísticos receptivos o locales dentro y fuera del país.

## **2.2.4 Papel de los actores involucrados y su relación con el producto**

### **Turistas**

El papel del turista es básico e indispensable en la sostenibilidad del proyecto, ya que representa los ingresos de la empresa, por lo que su satisfacción debe ser permanente.

### **Comunidad**

La comunidad juega un muy importante en el éxito de este proyecto, ya que su disposición y aporte cultural, es la materia prima del operador turística, por ser atractivo del producto a promocionar o paquete turístico a vender. Así mismo obtiene beneficios de empleo y desarrollo de la comunidad.

### **Cámara de operadores turísticos**

Es uno de los primeras asociaciones a las que debe unirse un operador turístico, ya que de ellas se obtiene beneficios, logística y accesoria, sobre el negocio de turismo.

### **Cámara Nacional de Turismo**

Ella juega un papel muy importante en el creación y desarrollo de un operador turístico, ya que aporta los lineamientos, excepciones y beneficios que tienen este tipo de empresas en la desarrollo de este producto.

### **Socios**

Son indispensables en la creación de este tipo de empresas, que se unen con el fin de crear una empresa que le aporte beneficio económico y desarrollo profesional.

## Capítulo III El proyecto

### 3.1 Nombre del Proyecto

El proyecto tendrá el nombre de Operador Turístico Ecoaventura Caribbean Tours, con el nombre comercial de Caribbean Tours.

### 3.2 Área Geográfica del producto

El área geográfica del producto será Honduras, la idea principal es realizar turismo de aventura en el territorio nacional en distintas zonas del país tales son:

#### Lago de Yojoa

- Lago de Yojoa
- Cuevas de Taulabé
- Parque Nacional Azul Meámbar
- Parque Eco Arqueológico Los Naranjos

#### Ceiba

- Refugio de Vida Silvestre Cuero y Salado
- Museo de Mariposas y otros insectos
- Parque Nacional Pico Bonito
- Río Zacate
- Rafting en el Río Cangrejal
- Sambo Creek

#### Tela

- Parque Nacional Jeannette Kawas (Punta SAL)
- Parque Nacional Punta Izopo
- Jardín Botánico de Lancetilla

#### Choluteca

- Refugio de Vida Silvestre Bahía de Chismuyo
- Granja de camarones
- Punta Ratón (Desove de tortuga Golfina)

- Aguas Calientes

#### Trujillo

- Laguna de Guaymoreto
- Parque Nacional Celaque
- Castillo de Omoa

En el futuro se puede expandir hacia otros países de Centroamérica, de acuerdo a las necesidades del cliente.

### **3.3 Área Temática del producto**

El proyecto se va a desarrollar dentro del sector turístico enfocado directamente en el ecoturismo y el turismo de aventura en las zonas antes mencionadas.

### **3.4 Objetivos del Proyecto**

#### **3.4.1 Objetivos Generales**

- Establecer en el mercado Hondureño una empresa de servicio turístico denominada Ecoaventura Caribbean Tours, ofreciendo servicios de calidad e innovador para sus clientes.

#### **3.4.2 Objetivos Específicos**

- Lograr en un periodo de cinco años la recuperación de la inversión inicial y obtenga un rendimiento anual de capital no menor del 25%.
- Obtener en un periodo de cinco años un posiciones de entre los primeros diez lugares de los operadores turísticos del país.
- Crear y mantener una página Web que cumpla con todas las necesidades de información requeridas por los turistas interesados en ecoturismo en el país.
- Desarrollar rutas ecoturísticas innovadoras y atractivas para los turistas extranjeros.
- Establecer alianzas estratégicas y adecuadas, para poder generar un servicio turístico de calidad y conveniencia para los clientes.

### **3.5 Impacto esperado del proyecto**

Con el proyecto del operador turístico se espera crear un nuevo concepto de turismo, atrayendo al país turistas de todo el mundo, con el objetivo de conocer zonas ecoturísticas, haciéndoles tener un contacto mas profundo con la naturaleza y el ecosistema de la zona, generando un desarrollo tanto para el inversionista, la comunidad y las empresas relacionadas.

El Proyecto tiene como propósito consolidar y diversificar la oferta de productos turísticos que sean compatibles con un modelo de turismo sostenible, buscando simultáneamente aumentar la interconexión entre los diversos circuitos turísticos existentes y proyectados, con miras a mejorar el posicionamiento de Honduras en el mercado regional centroamericano e internacional.

A la economía de la zona y específicamente en las zonas seleccionadas a visitar a través de la generación de empleo, lo que provoca distribución de ingreso entre la población,

Cambio de opinión del turista nacional e internacional que lo visiten, identificando destinos turísticos diferentes a los tradicionales.

En la economía de los socios, pues se espera que el proyecto opere con costos que permitan la continuación y estabilidad en el mediano plazo, permitiendo un posicionamiento del servicio en la mente del turista, y se vaya con la idea de promover y regresar al país.

### **3.6 Análisis Situacional del Proyecto**

#### **3.6.1 Fortalezas**

- La cultura Hondureña compuesta por las costumbres, reglas de la manera de ser, de vestirse, religión, rituales y creencias que hacen a Honduras en un país multi-étnico, vistoso e interesante para el extranjero.
- Poseer una diversidad de destinos turísticos atractivos para el turista como, ya que contamos con playas, montaña, ruinas arqueológicas, que hacen de Honduras un país completo para el turismo.



- La actitud positiva y servicial de las zonas a visitar, a favor del desarrollo del ecoturismo.
- El apoyo del ministerio de turismo de Honduras que tiene como objetivo convertir al país, en uno de los centros turísticos más importantes de la región para el año 2021.
- Existencia de Oferta Hotelera, restaurantes, parques arqueológicos, empresas de transporte, que facilitan la estancia del turista en el país.
- Existe una serie de instituciones no gubernamentales que están proporcionando asistencia técnica y financiera para el desarrollo del turismo en el País.

### **3.6.2 Oportunidades**

- El mercado actual cuenta con una limitada cantidad de operadores turísticos dedicado a ecoturismo y turismo de aventura en el país, ya que la mayoría esta enfocada al turismo emisor.
- El IHT ha creado un marco legal turístico, que apoya este tipo de empresas, con el fin de fomentar el desarrollo económico en el país.
- Casi el 44% de los turistas que viajan lo hacen por placer, lo que da la oportunidad de cubrir un segmento de la demanda del mercado que actualmente no esta siendo explotada en su totalidad. (Ver anexo 3)
- Solo el 4% de los turistas que entran al país lo hacen por medio de paquetes turísticos.(Ver anexo 3)
- Gran parte de los turistas que visitan el país regresan de nuevo, por la gran diversidad de zonas turísticas a visitar el 74% (ver anexo 3)

### **3.6.3 Debilidades**

- Falta de guías turísticos especializados en el trato y comunicación con turistas de todo el mundo.
- Carencia de manuales completos sobre el ecosistema hondureño y áreas protegidas, para poder ser distribuidas a los extranjeros.
- Pocas casas de cambio, que le faciliten al extranjero el cambio de dólares y euros a moneda local.

- Falta del manejo del idioma inglés por parte de los pobladores de las zonas a visitar, lo que dificultará la interrelación de los turistas y las comunidades.
- Carencia de trabajo en equipo por parte del Instituto Hondureño de Turismo, y el Instituto Hondureño de Antropología e Historia, para crear proyectos que se enfoquen en el turismo educativo y ecoturismo.

#### **3.6.4 Amenazas**

- Turismo de aventura a nivel centroamericano mayor desarrollado y publicitado, generando mayor expectativa al extranjero.
- Deterioro de las vías de comunicación, por la falta de mantenimiento por parte del gobierno central.
- La ola de delincuencia que afronta el país, merma los deseos del turista en visitar el país.
- Gran parte de los Gobiernos Municipales aun no están bien desarrollados presentando dificultades administrativas y carencias de infraestructura, de recursos económicos y técnicos.

## Capítulo IX Componentes del Proyecto

### 4.1 Componentes Mercadológicos

#### 4.1.1 Determinación del mercado meta primario y secundario

El mercado meta primario de Ecoaventura Caribbean Tours será el turista extranjero con el deseo de conocer el país, su naturaleza y experimentar un turismo de aventura, guiado por un conjunto de personal competente y amigable.

Otro mercado primario a cubrir en el futuro será el turista local, que a pesar de residir en el país no ha podido conocer y explorar el país por completo, y con el deseo de hacerlo con el personal capacitado y conocedor de las zonas a visitar.

El mercado secundario de Ecoaventura Caribbean Tours será las agencias de viaje, ya que estas serán capaces de referir a la empresa con los operadores Mayoristas extranjeros, cuando estos soliciten este tipo de servicio para sus clientes.

En resumen de las principales características del consumidor de este tipo de servicio, podría dar una mejor idea de las actividades y productos que debemos ofrecer. No sin antes aclarar que para cada actividad o especialidad en particular, hay un segmento de mercado con características propias.

#### **Perfil del Ecoturista (Báez, A. 1996):**

- Interesado en tener contacto directo con la naturaleza
- Interesado en conocer diferentes formas de entender y vivir la vida (que busca un intercambio cultural)
- Dispuesto a aprender, siempre activo y dinámico
- Generalmente educado y con algún conocimiento previo sobre el destino, el recurso a visitar y las posibles actividades a realizar
- Cuidadoso de su condición física y anímica
- Prefiere el contacto directo con las personas y busca establecer lazos de amistad
- Prefiere un servicio personalizado y con sello de calidad

## Principales características del turista que visita Honduras por placer

- Nivel económico alto 50.000 a 70.000 US\$/año
- Nivel educativo alto (63% graduados universitarios)
- Procedencia: 36% norteamericanos, 56% europeos
- Edad: 53% babyboomers (35 y 54 años), 26% generación X (24 y 34 años) y 12% viajeros maduros (55 años ...)
- Estado civil: 60% casados
- Forma de viajar: 66% viaja solos y 33% con amigos
- Estadía promedio: 9.6 noches
- Gasto por estadía: 637\$
- Gasto diario: 66\$

Fuente: Adaptado de Unidad de Estadísticas, Instituto Hondureño de Turismo

### 4.1.2 Investigación de Mercado

#### 4.1.2.1 Determinación del universo y muestra

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (268,259) X (0.75 x 0.25)}{(0.05)^2 (268,259 - 1) + (1.96) (0.75 x 0.25)}$$

$$n = \frac{193,227}{671}$$

$$n = 287.96 = 288$$

En base a la Ley de los grandes números, donde nos dice que después de 120 encuestas la información recolectada es repetitiva, se tomo la decisión de tomar una muestra menor a lo proyectado por la formula, ya que a medida que la muestra es mas grande aumenta el sesgo, Una muestra parcial no es representativa de la población. Para minimizar la parcialidad y lograr representatividad, se utiliza el proceso de muestreo aleatorio.

### **Prueba- piloto**

En este contexto, esta investigación realizó una prueba piloto con 10 encuestas, el 17 de agosto de 2008, justo antes de abordar la realización de las encuestas en el aeropuerto Toncontin y otras zonas de afluencia de turistas en la capital.

#### **4.1.2.2 Método para la recopilación de Información**

La recolección de información se hará a través de las técnicas cualitativas y cuantitativas, A continuación se enuncian de las técnicas a utilizar para la recolección de información:

- Investigación de mercado
- Entrevista a Operadores Turísticos ya establecidos en el país
- Visita a Cámaras de Comercio y secretaria de turismo
- Entrevistas con informantes claves
- Encuesta

### **Encuesta**

La mayoría de los informes sobre la demanda turística, implican la recopilación de información de individuos usando un modelo diseñado formalmente que puede ser o bien una encuesta, o una entrevista, la cual servirá para la recopilación de datos y el análisis de los mismo.

### **Diseño del cuestionario**

Hay dos procesos para el diseño de un cuestionario: "(1) un proceso creativo de elaboración de preguntas, y (2) un proceso de diseño de una estructura racional en términos de objetivos de la encuesta y sujetos a analizar" (Clark *et al*, 2003: 91).

Hay un total de 16 preguntas (cerradas y multirespuesta) en este cuestionario, el cual se puede completar normalmente en unos 8 minutos, con la encuesta se trata de recolectar la siguiente información:

### **Motivación del visitante:**

- Motivo de Viaje
- Frecuencia de viaje
- Forma de Compra
- Tipo de paquetes turísticos utilizados

### **Actividades que realizan en el destino:**

- Alojamiento utilizado
- Tipo de plan de viaje (organizado/independiente)
- Vías de reserva (agente de viajes/operador de viajes organizados /Oficinas de Turismo)
- Periodo de estancia
- Gasto en el destino

### **Datos básicos para el Marketing:**

- Uso de medios de comunicación, Internet, Oficinas de Turismo

### **Perfil Sociodemográfico:**

- Empleo (incluyendo profesiones culturales, funcionarios)
- Educación / Formación
- Región/País de residencia
- Género

### **Traducción del cuestionario**

Cuando se tradujo esta encuesta, el autor ha intentado que la traducción fuese la más "fiel" a la original, que era la versión en Español. En este sentido, todas las preguntas han sido traducidas igual que aparecen en la versión en español del cuestionario. Lo que se pretende con esta traducción es el reducir al mínimo los errores de interpretación lingüística que puedan surgir en los turistas internacionales que visiten el país. Para ello, no se han hecho cambios en la formulación o en el orden de las preguntas para evitar, así, problemas de comparación o codificación. De este modo, el cuestionario ha sido traducido en dos idiomas diferentes: español e inglés. (Véase Anexo I)

### **Pautas de realización para las encuestas**

El cuestionario está diseñado para ser completado independientemente o con la ayuda de un encuestador. Los cuestionarios completados con la ayuda de éste último, parece que darán mayor precisión y quizá generarán un índice de respuesta más alto. En efecto, los visitantes estarán más receptivos a ser entrevistados si se les aclara posibles dudas que puedan surgir, si saben porqué se está realizando dicho estudio, y si se les garantiza además que sus respuestas permanecerán anónimas.

### **Entrevista a Informantes claves (operadores Turístico del país)**

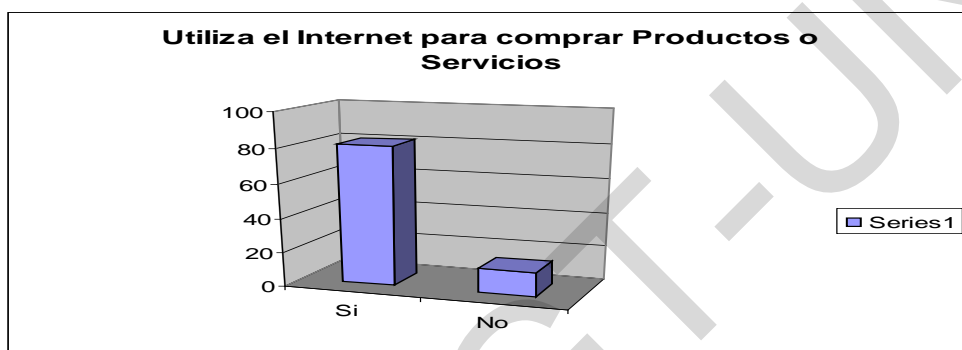
Se diseño una entrevista, con el fin de recolectar información sobre operadores turísticos, sus inicios, estrategias, limitantes, aciertos, así mismo formar una mejor idea del turismo en el país, y el papel que juegan los operadores turísticos en el desarrollo del mismo, esta entrevista consta de una 13 preguntas abiertas. (Ver Anexo 2)

### 4.1.2.3 Análisis e interpretación de los datos

La información recolectada nos muestra que el 85% de los encuestados utiliza el Internet, para la compra de productos o servicios, lo que orienta a la forma de cómo mercadear nuestro producto.

**Tabla No. 13**

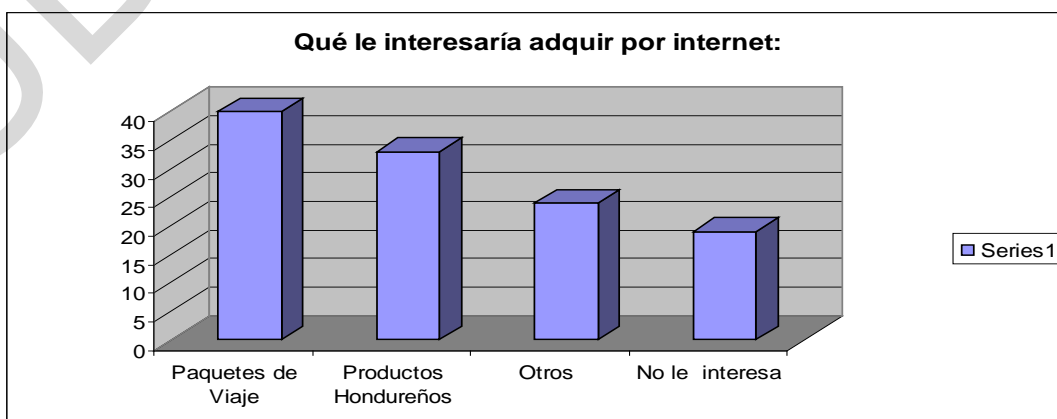
<b>Si</b>	81	85.26%
<b>No</b>	14	14.74%
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.00%</b>



Al preguntar al encuestado ¿Qué le gustaría adquirir por Internet?, el 34% afirmó que le gustaría adquirir paquetes turísticos, mostrándonos así la forma en la que se debe comercializar el producto.

**Tabla No. 14**

Paquetes de Viaje	40	34.48%
Productos Hondureños	33	28.45%
Otros	24	20.69%
No le interesa	19	16.38%
<b>Total</b>	<b>116</b>	<b>100.00%</b>

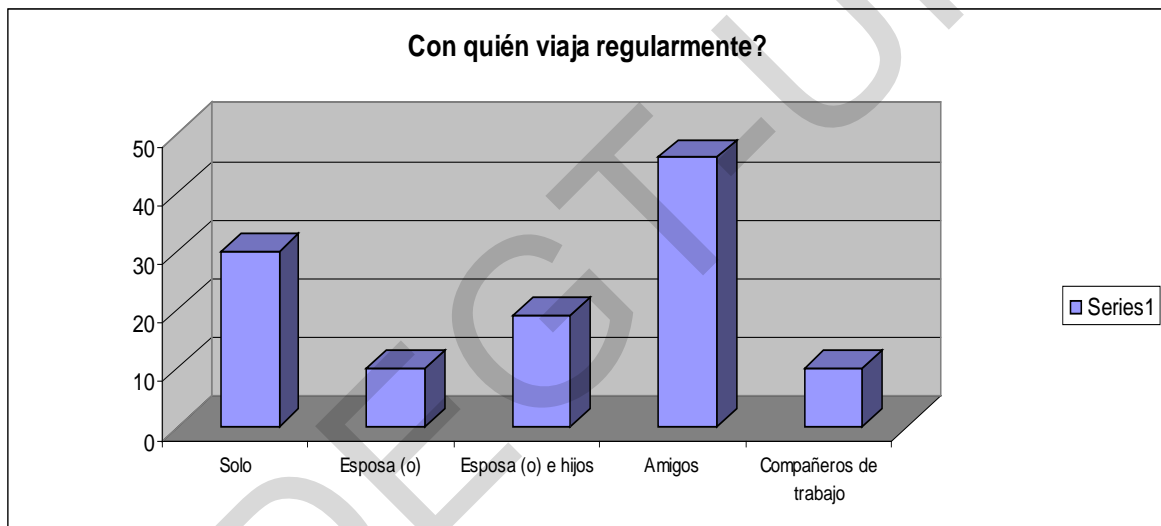




Un alto porcentaje de los turistas que visitan el país lo hace solo o con amigos, ya que según la información obtenida en la encuesta, el 26% lo hace solo y el 40% lo hace con amigos, lo que afirma la idea de crear un paquete de viajes orientado a la aventura, que será el producto principal de Ecoaventuras Caribbean Tours.

**Tabla No. 15**

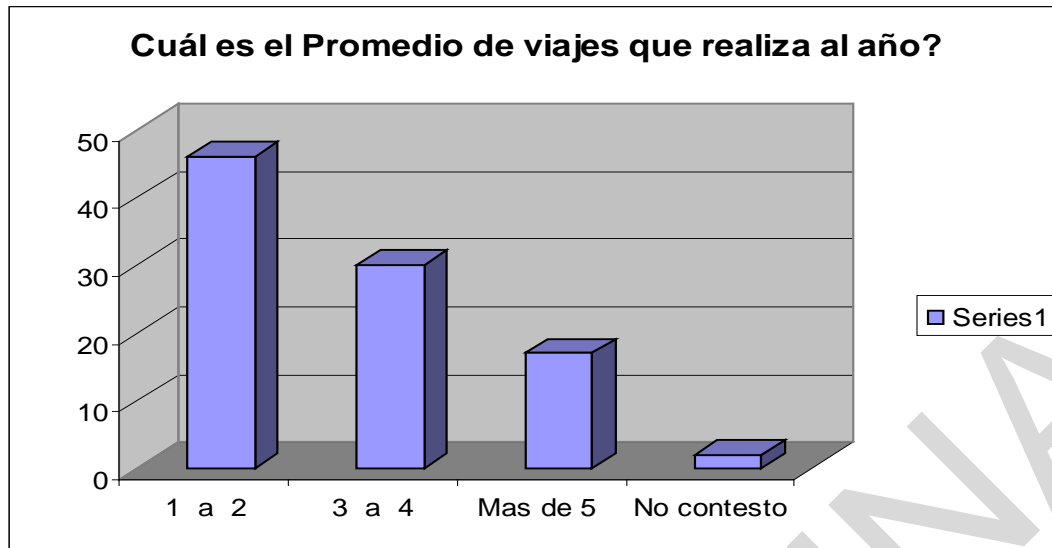
Solo	30	26.09%
Esposa (o)	10	8.70%
Esposa (o) e hijos	19	16.52%
Amigos	46	40.00%
Compañeros de trabajo	10	8.70%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100.00%</b>



Una de las preguntas realizadas a los encuestados, fue acerca de cuantos viajes realiza al año y el 48% realiza de 1 a 2 viajes por año, el 31% realiza de 3 a 4 viajes por año, esta información es clave para desarrollar paquetes en todo el año no solo en temporada alta o baja, al contrario crear paquetes que se acomoden al clima del país, y así poder ofrecer nuestros servicios durante todo el año.

**Tabla No. 16**

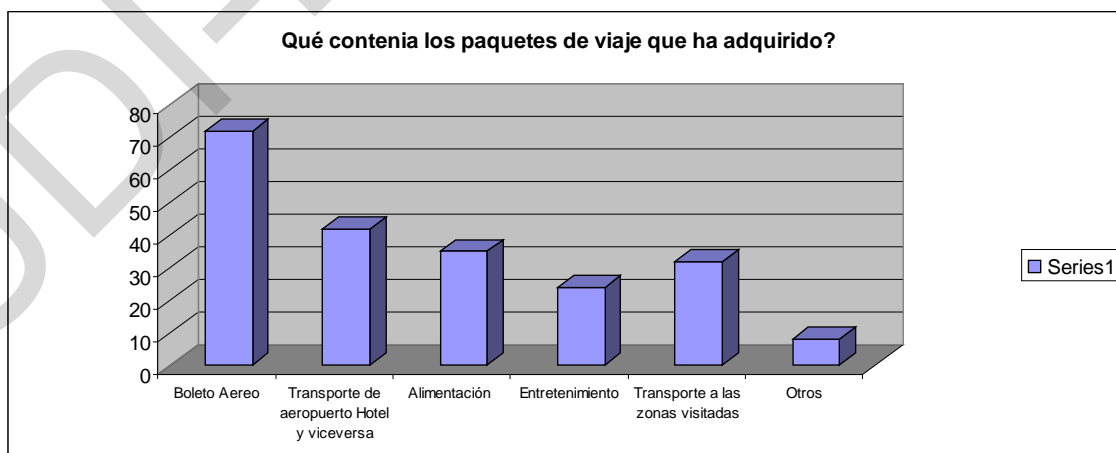
1 a 2	46	48.42%
3 a 4	30	31.58%
Mas de 5	17	17.89%
No contesto	2	2.11%
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.00%</b>



Al estructurar los servicios que debe comercializar a través del Internet, la gran parte de los encuestados afirma que desea que su paquete turístico cuente con los pasajes aéreos el 34%, transporte el 19% y alimentación 16%, esto nos ayuda a determinar las necesidades del turista y la satisfacción del mismo ofreciéndole productos que se acoplen a las necesidades del mismo.

**Tabla No. 17**

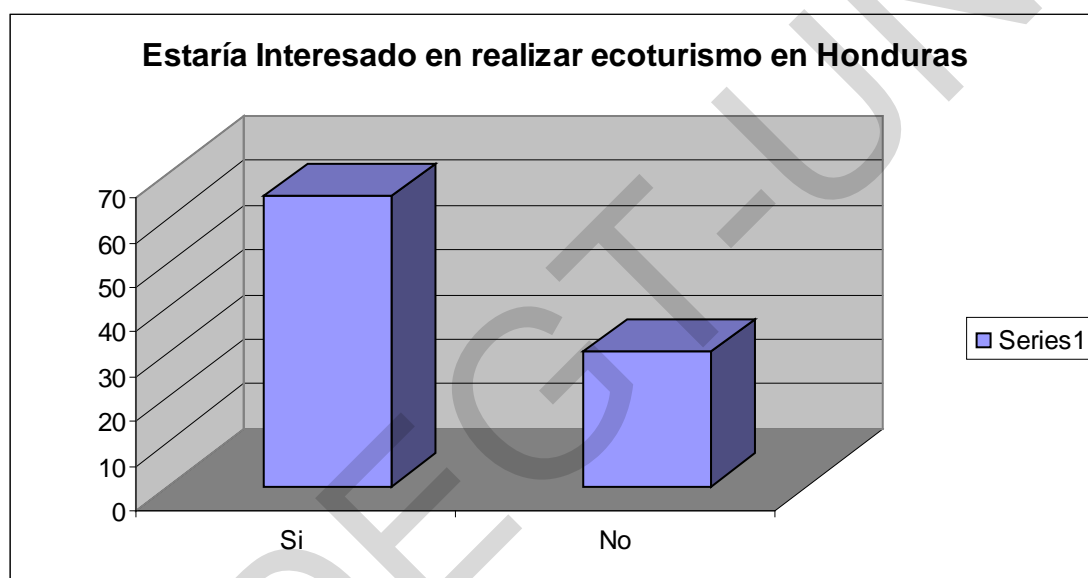
Boleto Aéreo	72	33.80%
Transporte de aeropuerto Hotel y viceversa	42	19.72%
Alimentación	35	16.43%
Entretenimiento	24	11.27%
Transporte a las zonas visitadas	32	15.02%
Otros	8	3.76%
<b>Total</b>	<b>213</b>	<b>100.00%</b>



Una de las preguntas claves en la encuesta, era si estaría interesado en hacer ecoturismo en Honduras, los resultados fueron muy interesantes ya que afianza la idea crear una empresa orientada a prestar este tipo de servicio, ya que el 68% de los entrevistados aseguro que si le gustaría realizar este tipo de turismo en el país.

**Tabla No. 18**

<b>Si</b>	65	68.42%
<b>No</b>	30	31.58%
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.00%</b>



### 4.1.3 Determinación de la Demanda

#### 4.1.3.1 Pronostico de Venta

Los datos obtenidos en la encuesta, sirvió de base para la determinación de la demanda insatisfecha, lo que a su vez proporciono la información necesaria para que Ecoaventura Caribbean Tours determinara una cobertura del 1% del mercado insatisfecho.

Datos Claves en la determinación de la demanda

85% de los turistas utilizan el Internet (T.U.I)

34% de los turistas compra paquetes turísticos por Internet (T.C.P.T.)

65% Turistas interesados en hacer ecoturismo (T.I.H.E.)

1.3% la parte del mercado insatisfecho que se desea cubrir

**Tabla No. 19**

Tasas de Crecimiento del turismo en Honduras

Año	Turistas
2003	610.5
2004	641.0
2005	673..0
2006	738.7
2007	831.4

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

$$\frac{\text{1er año}}{\text{Ultimo año}} = \frac{610.5}{831.4} = 0.735$$

Según la Tabla A-4, en el periodo 4, la tasa de crecimiento que tiene el turismo en Honduras es de 8% anual

**Tabla No. 20**  
**Demanda Insatisfecha**

						<b>Mercado</b>	<b>Participación</b>	<b>% de Part</b>
<b>Año</b>	<b>T. Pernotan</b>	<b>T. U. I.</b>	<b>T. C. P.T</b>	<b>T. I. H. E.</b>	<b>Oferta</b>	<b>Insatisfecho</b>	<b>del Proyecto</b>	<b>en la M.I.</b>
2008	289,720	246,262	83,729	56,936	5,950	50,986		
2009	312,898	265,963	90,427	61,491	6,426	55,065	716	1.3%
2010	337,929	287,240	97,662	66,410	6,940	59,470	773	1.3%
2011	364,964	310,219	105,475	71,723	7,495	64,227	835	1.3%
2012	394,161	335,037	113,912	77,460	8,095	69,366	902	1.3%
2013	425,694	361,840	123,025	83,657	8,743	74,915	974	1.3%

Actualmente en el país, no existe una estadística por parte de IHT, que detalle la cantidad de turistas que visitan el país en actividades ecoturísticas, y cuantos de estos son atendidos por los operadores turísticos y agencias de viaje, se realizo contacto vía teléfono con los 61 operadores registrados según el IHT, de los cuales solo se pudo contactar a 21 operadores turísticos del país, ya que los 40 restantes no están operando, han cambiado de teléfono o presenta avería en el mismo y no lo han reportado al ITH, para su modificación, se trato de hacer contacto con Asociación Hondureña de operadores turísticos, pero tienen su pagina electrónica en construcción y en el IHT no tiene los contactos con esta asociación.

A los Operadores contactados se les consulto sobre la cantidad de turistas de este tipo que atienden por año, y el promedio es de 98 ecoturistas que atendidos en el año. (Ver anexo 4)

#### **4.1.4 Análisis de la Competencia**

Actualmente en el país se encuentran 61 operadores turísticos, de los cuales 15 poseen paginas Web interactivas, donde el extranjero puede hacer sus consultas, ver precios, paquetes y hacer reservaciones de los mismos.

Los demás solo poseen correo electrónico para contactarlos, pero esto dificulta ya que estos correos no están publicado en ninguna pagina, lo que dificulta realizar algún contacto, esto es una de las causas de que este tipo de turismo presenta un bajo nivel de ingreso, ya que no existe una marketing adecuado, donde se promocióne este tipo de turismo en el país.

También existe infinidad de operadores turísticos mayoristas que tienen algún enlace o contacto con agencias de viaje Hondureñas, donde se subcontratan hoteles, restaurantes y actividades recreativas para los turistas que desean hacer turismo de playa en el país, la parte de ecoturismo aun no ha sido desarrollada en su totalidad ya sea por los operadores turísticos locales o agencias de viaje.

##### **4.1.4.1 Benchmarking Competitivo**

La mayoría de los Operadores turísticos en el país están dedicados al turismo emisor, y los que desarrollan turismo receptivo lo hacen en le área de playa y arqueología, y son pocos los dedicados al ecoturismo, cada uno de estos operadores turístico tiene practicas muy buenas, que deben considerarse al momento de hacer un benchmarking competitivo.

Las principales actividades de la competencia que serán puestas en práctica en Ecoaventura caribbean Tours son:

- La Subcontratación de cada uno de los servicios prestados a los turistas
- Crear una pagina Web dinámica e interactiva, que resulte interesante y fácil para el turista.
- Contratar personal altamente capacitado.

- Hacer alianzas estratégicas con operadores turísticos mayoristas.

#### **4.1.4.2 Estrategia para competir**

La estrategia para competir que utilizara Ecoaventura Caribbean Tours será a través de una variedad de paquetes ecoturísticos, ofreciendo en un inicio 5 destinos ecoturísticos diferentes, donde la mayoría de la competencia ofrece paquetes a un solo destino, lo que generara una ventaja competitiva a través de la variedad donde el turista podrá seleccionar la zona turística que mas se acople a sus necesidades.

#### **4.1.5 Estructura de Precios**

En la estructura de precios que se muestra a continuación, el promedio de precios de la competencia en 4 noches y 3 días es de \$500.00, un 5% menor con relación al que ofrece Ecoaventura Caribbean Tours que es de \$520.00, y de \$879.00 para 5 noches y 4 días a \$894.00, a simple vista los precios de la empresa son mas altos que la competencia, con la salvedad que la empresa ofrece un seguro de vida y de gastos médicos, lo que representa una ventaja competitiva que ninguno de los operadores existente ofrece, adicionalmente, el paquete incluye un souvenir y la alimentación, lo que facilita al turista no tener que estar buscando donde comer en cada uno de los tours, ya que la empresa coordinaría cada uno de estos detalles, a diferencia de la competencia que ofrece los paseos sin incluir la alimentación, y el turista tiene que buscarlos en los lugares visitados.

**Tabla No. 21**  
**Estructura de Precios de la competencia**

<b>Tours Operadores en Honduras</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Precio 3-4</b>	<b>Precio 4-5</b>
Barcelo Viajes	230	248	268	\$439.00	\$780.00
Buen Paso	265	286	309	\$390.00	\$783.00
Columbia	248	268	289	\$385.00	\$ 805.00
Columbia Tours	278	300	324	\$ 540.00	\$ 825.00
Destination de Éxito	190	205	222	\$ 521.00	\$ 805.00
Ecoviajes Guayacan	245	265	286	\$ 498.00	\$ 815.00
Garifuna Tours	230	248	268	\$ 520.00	\$ 865.00
Gloria Tours	245	265	286	\$ 465.00	\$ 795.00
Go Native Adventure Tour- Copan Ruinas	205	221	239	\$ 490.00	\$ 820.00
Celaque Aventuras Tour Lobby hotel Guancasco	289	312	337	\$ 504.00	\$ 850.00
Greko Tours	210	227	245	\$ 436.00	\$ 835.00
Jade Tours	245	265	286	\$ 525.00	\$ 880.00
La Moskitia Eco-Aventuras	264	285	308	\$ 605.00	\$ 915.00
Lenca Land Trails	245	265	286	\$ 501.00	\$ 841.00
Maya Tropic Tours	268	289	313	\$ 490.00	\$ 820.00
Mayan & Caribbean Tours Operator	230	248	268	\$ 497.00	\$ 845.00
MB Tours	247	267	288	\$ 480.00	\$ 810.00
Mesoamerica Travel	250	270	292	\$ 502.00	\$ 865.00
Tropical Voyages	236	255	275	\$ 478.00	\$ 830.00
Turtle Tours- Trujillo	236	255	275	\$ 458.00	\$ 856.00
Yax Pac Tour- Omoa	245	265	286	\$ 498.00	\$ 763.00
<b>Total</b>	<b>5101</b>	<b>5509</b>	<b>5950</b>	<b>\$ 428.95</b>	<b>\$ 754.29</b>
Alimentación				\$70.00	\$110.00
Gran Total				\$ 498.95	\$ 864.29
<b>Precios de Caribbean Tours</b>				<b>\$ 513.37</b>	<b>\$ 882.31</b>

Fuente propia (ver anexo 4)

#### 4.1.6 Plan de Mercadotecnia

##### 4.1.6.1 Objetivo y estrategias de Servicio

###### Objetivo de Servicio

- Lograr un servicio de calidad y excelencia, donde le turista disfrute de su estadía en el país y este dispuesto a regresar.

###### Estrategia de Servicio

- Capacitación constante al personal de la empresa.
- Medición de la satisfacción del cliente, a través de encuestas.
- Reuniones periódicas con el personal de la empresa, en busca de mejores prácticas.

#### **4.1.6.2 Objetivo y estrategias de publicidad y promoción**

Objetivo de publicidad y promoción

- Alcanzar un posicionamiento en la mente del turista interesado en realizar ecoturismo en Centroamérica.

Estrategias de Publicidad y Promoción

El tipo de mercado al que va dirigido Ecoaventura Caribbean Tours, es en primera instancia extranjero, por lo que el tipo de publicidad a utilizar, es la que este alcance del mismo, por lo que se utilizara ciertas estrategias:

- Utilizar la pagina <http://visitehonduras.com> la cual es completamente gratis, ligando el sitio Web de la empresa, para que el turista realice sus contactos.
- Se utilizará Adwords, el cual es una suscripción en el buscador Google, donde muestra un anuncio de la empresa de una manera emergente, y el interesado puede acceder a la página de la empresa con un simple clic.
- Suscripciones gratis al buscador Tuttogratis, donde el interesado en ecoturismo entra a esta página y va tener acceso a entrar a la página de la empresa, dicha suscripción es completamente gratis para la empresa.
- Suscripción en las revistas Come to Honduras y Honduras tips, las cuales son colocada en las habitaciones de la mayoría de los hoteles en nuestro territorio, el cual serviría de guía para aquel turista que esta de visita en el país, y esta interesado en realizar actividades ecoturísticas en el país.

#### **4.1.6.3 Objetivo y estrategias de precio**

Objetivos de Precio

- Establecer precios competitivos en los paquetes turísticos, considerando los precios de la competencia, obteniendo un rendimiento mayor del 45% de los costos.

Estrategias de Precio

Para establecer precios competitivos Ecoaventura Caribbean Tours utilizara las siguientes estrategias:

- Análisis de los precios de la competencia y su estructuración



- Alianzas estratégicas con Hoteles, restaurantes y centros de diversión, con el fin de obtener los mejores precios en reservaciones de grupos.
- Establecer tarifas mas bajas en paquetes de grupos, con el fin de motivar al turista a que viaje en grupo de amigos.

#### **4.1.6.4 Objetivo y estrategias de ventas**

##### Objetivo de Venta

- Obtener ventas superiores a los 600 paquetes turísticos en el año, en combinación de las cinco zonas seleccionadas.

##### Estrategias de Venta

Para lograr las ventas estimadas por la empresa, se desarrollaran varias estrategias que contribuirán a logro de las mismas.

- Se realizar suscripciones en buscadores de Internet, con el fin de promocionar los paquetes ecoturísticos ofrecidos por la empresa.
- Hacer de la pagina Web de la empresa una sala de venta virtual, donde le extranjero pueda ver una galería de fotos de los sitios turísticos del país, los precios y lo que incluye cada paquete, con el fin del que vea, todo lo que la empresa tiene al servicio del turista.
- Tener una sala de consultas en la pagina Web, con el fin del que el extranjero realice sus consultas y preguntas, y a su vez el coordinador de eventos de la empresa se encargara de contestar el mismo día o como máximo al día siguiente.

## 4.2 Componente Técnico

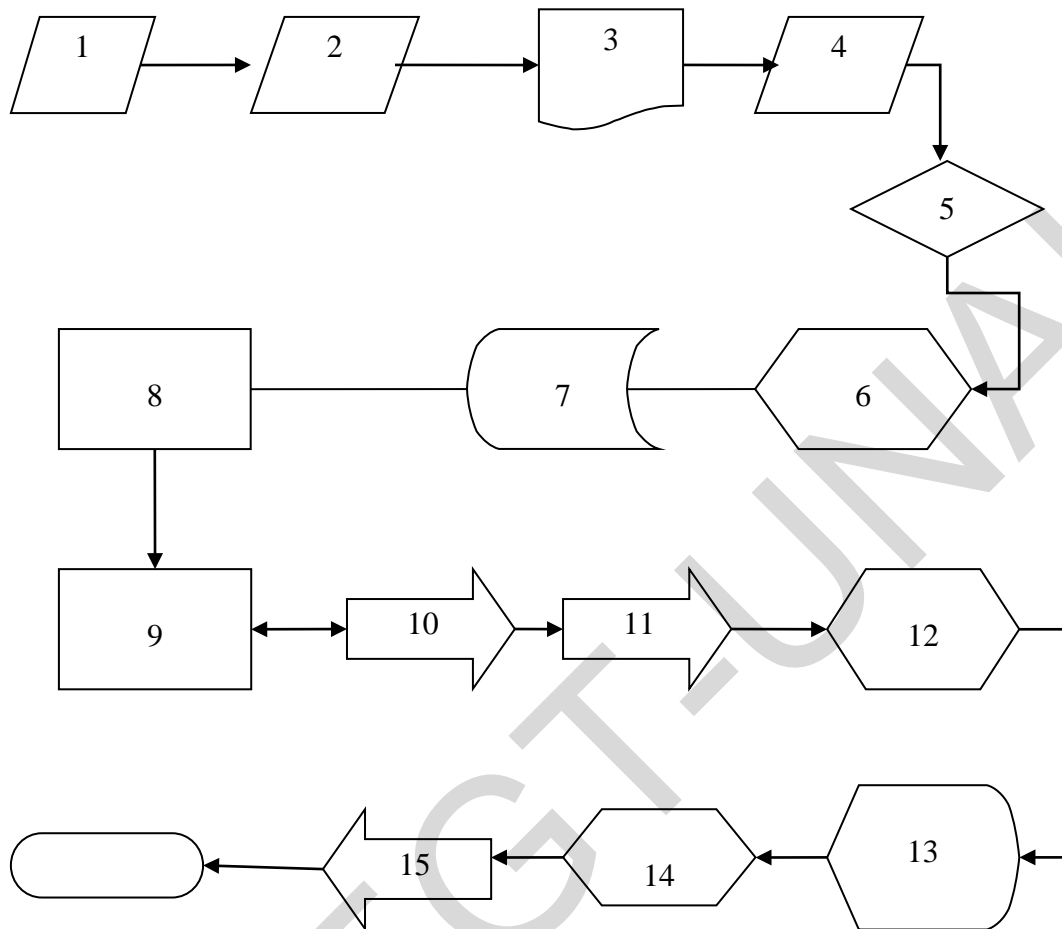
### 4.2.1 Localización del Proyecto CRITERIOS

Al realizar un análisis de las posibles localizaciones de la oficinas de Ecoaventura Caribbean Tours, la ubicación mas conveniente es en San Pedro Sula, debido a que cuenta con un aeropuerto, esta muy cerca de las zonas turísticas a explotar, las vías de comunicación se encuentra en muy estado, y existe mano de obra calificada, por lo que se tomo la decisión de poner las oficinas en dicha ciudad.

**Tabla No. 22**  
**Localización de Proyecto Ecoaventura Caribbean Tours**

		Tegucigalpa		San Pedro Sula		Ceiba	
Características	Factor	Puntos	Ponderado	Puntos	Ponderado	Puntos	Ponderado
Aeropuerto	10	10	100	10	100	9	90
Mano de obra	8	6	48	7	56	8	64
Comunicación	8	7	56	7	56	7	56
Transporte	9	8	72	8	72	7	63
Zonas Turísticas	7	5	35	7	49	6	42
<b>Total</b>			311		333		315

## 4.2.2 Diseño de proceso de producción



### Diseño del Proceso de Ecoturismo en el País

1. El turista busca en la Web información sobre ecoturismo
2. El buscador le muestra las paginas existentes
3. Entra a [www.ecoaventura.com](http://www.ecoaventura.com)
4. Revisa cada unos de los paquetes y las imágenes de los lugares
5. Selecciona el paquete ecoturístico que mas le guste
6. Hace sus reservaciones y selecciona la fecha de viaje.
7. Confirma la fecha de Viaje y hace la cancelación del Paquete
8. El Turista llega a Honduras
9. El Coordinador de eventos recoge a los turistas en el aeropuerto.
10. Los Turistas son trasladados al Hotel
11. Los Turistas son trasladados al Zonas selecciona
12. Se realiza un cóctel de bienvenida con los turistas y los guías
13. Se realiza el recorrido establecido en el paquete turístico.
14. Se realiza un cóctel de despedidas con los turistas y los guías

15. El Turista es Traslado al Hotel o El aeropuerto, según las disposiciones del mismo

### **4.2.3 Sistema de Higiene y Seguridad**

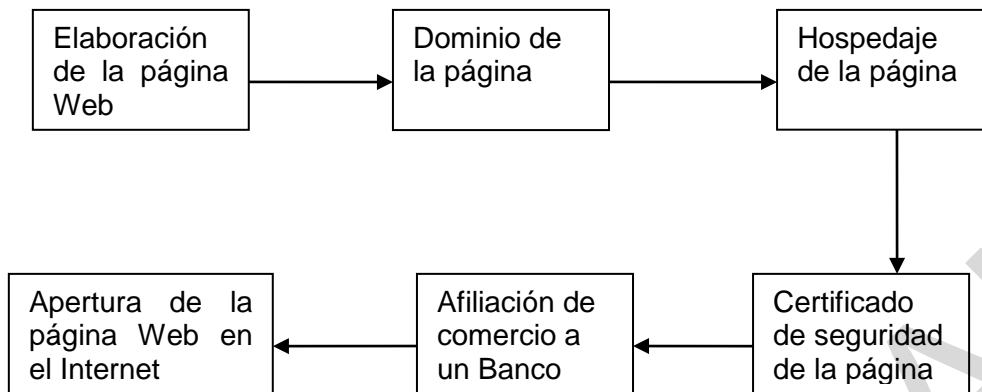
Ecoaventura Caribbean Tours será una empresa que velará por la higiene y seguridad de cada uno de los empleados así como de los clientes, por lo que se crearon políticas de Higiene y seguridad, para evitar accidentes tanto dentro de la empresa como en las áreas visitadas.

#### **Políticas de Higiene y Seguridad de Ecoaventura Caribbean Tours**

- Se tendrá dentro de las oficinas un Botiquín de primeros auxilios
- En casa excursión con los turistas se llevará el botiquín de primeros auxilios.
- Se le entregará al turista una guía de que actividades permitidas en la zona, y de que actividades no son permitidas, el cual deberá ser leído y firmado por el turista en confirmación de haber entendido las instrucciones del mismo.
- El guía turístico realizará su recorrido en base a lo establecido en el programa del paquete, en caso de alguna modificación, esta debe ser autorizada por el coordinador de eventos.
- Tanto el personal de la empresa como los turistas utilizarán zapatos de montaña, en cada caminata a realizar, de no contar el turista con ellos se le facilitará su compra.
- Antes de salir a excursión el coordinador de eventos, debe verificar que se cuente con todo el equipo de apoyo necesario.
- Tanto el personal de la empresa como los turistas utilizarán el cinturón de seguridad dentro del autobús.

### **4.2.4 Tecnología y equipo**

Ecoaventura Caribbean Tours será una empresa que venderá servicios de ecoturismo por Internet, por lo que para dicho proceso requiere de la creación de una página de Internet, la cual tiene varios pasos para su activación y uso (Ver anexo 4), los cuales se detallan a continuación:



### Elaboración de la Página Web

El diseño de sitio Web es realizado por una empresa o técnico especialista en el área, de acuerdo a los requerimientos del cliente así es el costo de la página.

#### Diseño

- Página Inicio (Portada)
- Hasta 30 páginas secundarias
- Costo \$600.00

#### Requerimientos

- Logotipo de la empresa (formato digital), 600X400 pixels.
- Fotos en formato, .jpg, .png, .gif
- Texto libre digitalizado en formatos: .doc, pdf, .xls
- Videos de ser necesarios formatos, avi, mov. mpg, .dlux
- Colores, requeridos para el diseño Web
- Textura ó ideas que tenga para el diseño.

### Dominio de la Página

El dominio de la página es la extensión que debe tener la página según la actividad de la empresa, por ser comercialización de servicios, se utilizara un dominio comercial (.com.), quedando la página [www.ecoaventuratours.com](http://www.ecoaventuratours.com)

El precio de Dominios es de \$150.00 por los dos, años adicionales \$50.00 anual.

## **Hospedaje de la Página**

El hospedaje de sitios Web o portal se puede adquirir en paquetes de acuerdo a la necesidad de la empresa, en el caso de Ecoaventura Caribbean Tours, se adquirirá un plan con los siguientes servicios:

### **Plan Básico**

- Hasta 2,000 MB de espacio
- 1 Cuenta FTP
- Hasta 50 cuentas de correo electrónico con el nombre de su dominio.
- Uso de Webmail
- Servicio de SMTP
- Panel de Control
- Transferencia mensual de 10 GB
- Uso de extensiones de Frontpage

Inversión Anual: \$160.00 (más el 12% de I.S.V.)

## **Certificado de seguridad de la página**

La tienda virtual requiere mecanismos de seguridad, solo que a nivel de seguridad informática, primeramente que la tienda tenga un certificado de seguridad SSL de un buen nivel (se sugiere 128 bits mínimo) ya que así se garantiza la seguridad que los clientes puedan tener de que ninguna persona pueda manipular su número de tarjeta, esto se logra asegurando la página donde se introducirán los datos personales del cliente y que cuando el cliente autorice el cobro se encripte el contenido de la página.

## **Firewalls**

Son sistemas de seguridad que protegen las redes de redes no confiables. Estos sistemas implementan políticas de acceso controlado que permiten a usuarios de cualquier red utilizar ciertos recursos en otra red.”

Los firewalls pueden determinar de donde esta accediendo un usuario y definir que permisos tiene para el.

### **Afiliación a comercio del banco**

Este es el último proceso en la creación de una la página Web comercial, una vez creada la página se debe firmar un contrato con cualquier banco que preste el servicio de remisión de facturas, por compras con tarjetas de crédito.

En honduras solo existen dos bancos que prestan este servicio, por la relación de los socios del proyecto se utilizara a BAC|Bamer en dicho proceso, al hacer el contacto con oficial de afiliación de este banco, solicito los siguientes requisitos:

- RTN
- Escritura de Constitución
- Punto de acta donde se designan a las personas autorizadas para firmar y manejar la cuenta
- Identidad de los firmantes
- 2 referencias bancarias o comerciales
- Contrato de apertura
- Certificado de seguridad de 128 bits como mínimo
- Política de Servicio

### **4.2.5 Plan de Inversión**

La empresa Ecoaventura Caribbean Tours iniciara operaciones con una inversión inicial de \$42,257.15 de los cuales el 40% será aportado por los socios y el 60% será financiado por una institución bancaria.

## **4.3 Componentes de Administración**

### **4.3.1 Visión**

Ecoaventura Caribbean Tours S. A. se propone ser en el 2013 la mejor opción en ecoturismo del país, en función de su servicios de vanguardia, con el fin de satisfacer las necesidades de sus clientes, promoviendo una cultura de calidad y servicio en cada uno de los paquetes turísticos ofrecidos a nuestros clientes, siendo referencia en el mercado local e internacional por la calidad y calificación de sus servicios de ecoturismo y turismo en general.

### 4.3.2 Misión

Facilitar con excelencia el turismo en el país, a través de una página Web novedosa, que contenga las mejores tarifas, promociones, senderos turísticos y aventura, que contribuya a la comodidad, diversión y aventura de nuestros clientes, contando con un personal que es la esencia de nuestra organización, la alta participación de los empleados, su capacitación y experiencia, permite un alto grado de satisfacción y desarrollo personal y profesional en la Empresa

### 4.3.3 Objetivos Institucionales

- Ecoaventura Caribbean Tours S. A. Tiene como metas ser una organización orientada al cliente, por medio de liderazgo y experiencia a través de la satisfacción del cliente que requiere excelencia en los servicios recibidos.
- Generar rentabilidad y con ésta asegurará su presencia en los mercados. basado en una alta calificación profesional, en la mejora continua de sus servicios y en sus paquetes de viajes innovadores

Valores de Ecoaventura Caribbean Tours

1. El cliente siempre está en primer lugar.
2. El respeto a la opinión y la retroalimentación del cliente.
3. Ser confiables y satisfacer las necesidades de nuestros clientes
4. Garantizar un servicio turístico de calidad internacional y promover la mejora continua para liderar el mercado.
5. Adecuarnos a las particulares demandas de cada cliente.
6. El profesionalismo de nuestros Recursos Humanos, su actitud, conocimiento, experiencia y constante capacitación

### 4.3.4 Políticas

**Ecoaventura Caribbean Tours** será un Tour Operador de turismo que comercializara paquetes de viajes y servicios turísticos en Honduras, asegurando el nivel de calidad, competitividad y servicio turístico de excelencia, estableciendo política de la calidad y políticas de servicio, para lograr la satisfacción del cliente.



## Política de Calidad

- La interpretación de los requerimientos de nuestros clientes.
- Dar una rápida respuesta a los requerimientos de nuestros clientes.
- El conocimiento profundo del país.
- El análisis y seguimiento de todos los procesos y la evaluación de la satisfacción de los clientes para la toma de decisiones.
- La evaluación de los proveedores.
- La evaluación de la satisfacción del personal.
- La excelencia de los procesos internos.
- El control de las prestaciones para la detección de acciones de mejora.
- El cumplimiento de las condiciones pactadas.
- La adecuada capacitación de nuestro personal.
- Promover la innovación constante de nuestros servicios, procesos y procedimientos.
- El análisis de las necesidades de nuevos servicios requeridos por el mercado.
- Promover la innovación constante en la prestación de viajes en Honduras.
- Ser altamente sensibles a la protección del medio ambiente en los destinos operados.

## Política de Servicio

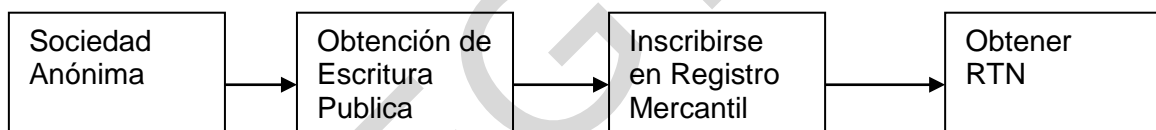
- Cada uno de los servicios incluidos en el paquete turístico, será cumplido en base al contrato firmado con el turista y a la empresa
- Los paquetes turísticos serán pagados por anticipado por el turista, antes de ser gozados por el mismo.
- Para el pago del paquete turístico será realizado a través de tarjeta de crédito o débito, previa autorización del banco emisor.
- El turista confirmara la fecha de toma del paquete turístico con dos semana de anticipación, de no hacer la confirmación la empresa no se hace responsable del agotamiento de los cupos, del paquete turístico seleccionado.
- El turista debe estar en Honduras un día antes del programa de las visitas a la zona seleccionada.
- El paquete no incluye la noches de Hotel antes de iniciar el programa de las zonas a visitar, si cliente lo desea la empresa le puede hacer las

reservaciones de dichas noches, sin ningún compromiso por parte de la empresa, por el servicio prestado.

- En caso de que el turista por motivos personales no puede realizar el viaje y tomar el paquete, la empresa realizara la devolución del pago, menos la comisión del 20% por gastos administrativos, siempre y cuando la cancelación sea realizada dentro de las dos semanas de confirmación del viaje.
- En el caso que el la cancelación se realice después del tiempo de confirmación, la empresa se reserva la devolución del mismo, por lo que del pago realizado por el turista se restaran todos los cobros realizados por los proveedores en cuestión de reservaciones.

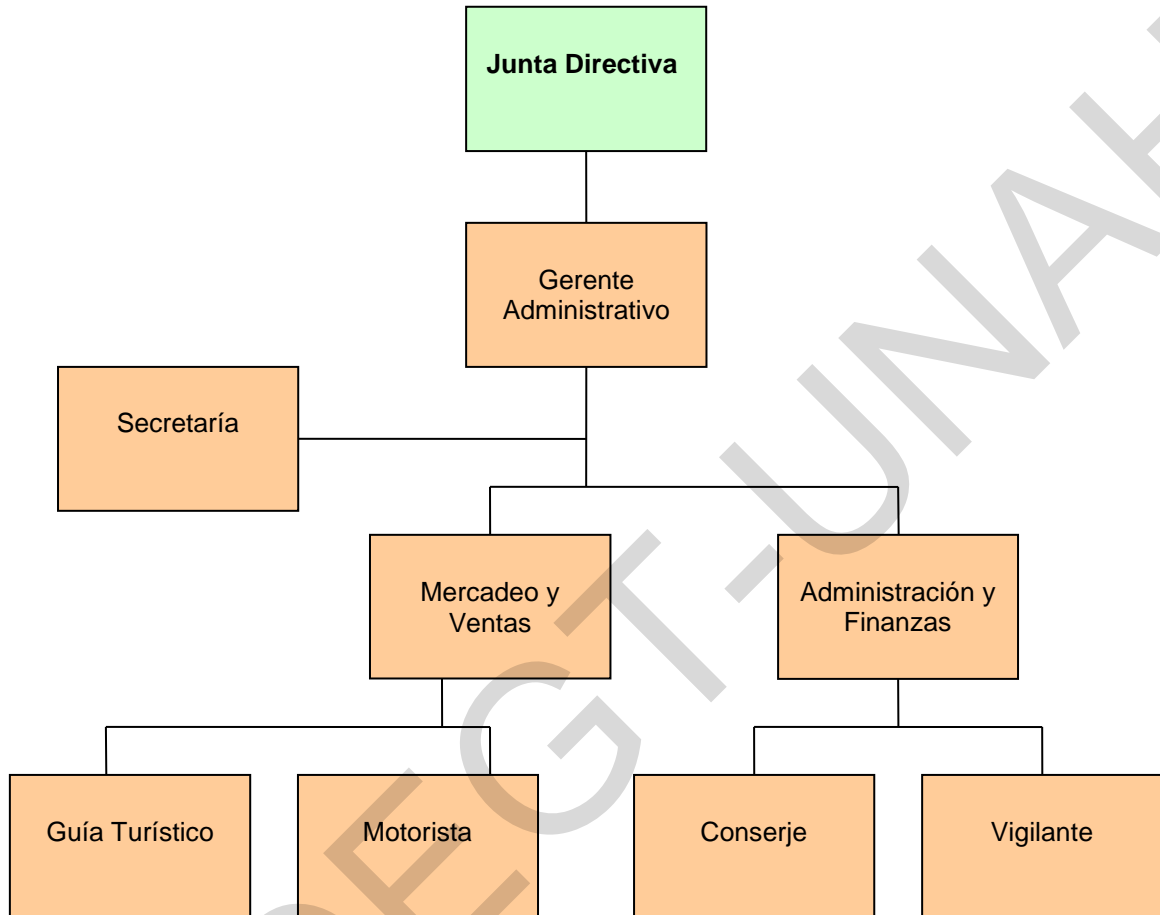
#### 4.3.5 Constitución Legal

El Proyecto **Ecoaventura Caribbean Tours** será constituida como una Sociedad Anónima, por lo que los pasos a seguir son los siguientes:



### 4.3.6 Estructura Orgánica

#### Organigrama de Ecoaventura Caribbean Tours



### 4.3.7 Descripción y perfiles de puesto

#### Gerente Administrativo

Objetivo del Puesto:

Fomentar la generación de Negocio de la empresa a través de las captaciones, ventas de paquetes turísticos. Asegurara la satisfacción del cliente a través de la excelencia en el servicio. Organizar, controlar y dirigir el trabajo de los colaboradores de la Empresa a fin de contribuir con los planes estratégicos de la Junta Directiva.

Requisitos:

Licenciatura en Administración de Empresas o afín.

Experiencia:

2 años en puesto similares.

**Competencias:**

- Organizacionales:
- Exigir eficiencia y calidad
- Fomento de espíritu de equipo
- Innovación
- Organización y planificación
- Orientación hacia el cliente
- Sensibilidad interpersonal

Ver Anexo # 4

**Coordinador de Eventos**

**Objetivo del Puesto:**

Supervisar el trabajo del guía turístico, personal de transporte, personal encargado de la alimentación de los turistas, velando porque se brinde un servicio de calidad, cumpliendo con los procedimientos y políticas establecidas.

**Requisitos:**

Tercer año universitario o Diplomado Para universitario.

**Experiencia:**

En Atención a clientes de 1 año a menos de 3 años.

**Competencias:**

- Exigir eficiencia y calidad
- Fomento de espíritu de equipo
- Innovación
- Organización y planificación
- Orientación hacia el cliente
- Sensibilidad interpersonal

Ver Anexo # 4

**Guía Turístico**

**Objetivo del Puesto:**

Brindar un servicio de excelencia a los clientes de la Empresa, Mostrándole, explicándole el ecosistema de las zonas visitadas y retroalimentando al turista de

forma inmediata y eficiente sus solicitudes, para contribuir al logro de los objetivos de la empresa.

Requisitos:

Estudiante Universitario en Administración de Empresas, Mercadeo o carrera a fin (30% cursado), bilingüe

Experiencia profesional:

Más de un año.

Competencias:

- Exigir eficiencia y calidad
- Fomento de espíritu de equipo
- Innovación
- Organización y planificación
- Orientación hacia el cliente
- Sensibilidad interpersonal

Ver Anexo # 4

### **Secretaría**

Objetivo del Puesto:

Realizar labores secretariales, llevar la agenda del Gerente y asistirle en las tareas que le solicite para contribuir al desempeño óptimo de sus funciones y al logro de los objetivos de la empresa.

Requisitos:

Académicos: Secundaria completa, Bilingüe

Experiencia: Técnica, de 1 año a menos de 3 años.

Competencias:

- Rapidez de aprendizaje
- Interés por el cliente
- Adquisición de conocimientos técnicos
- Organizador/a
- Motivación de otras personas
- Importancia en la acción
- Integridad y confianza

- Perseverancia

Ver Anexo # 4

### **4.3.8 Proceso de Selección de Personal**

#### **Reclutamiento y contratación**

##### Análisis de puesto

El análisis y requerimiento del puesto lo hará cada jefe de departamento, el cual determinara las necesidades de su área, los requisitos y capacidades de cada puesto, con el fin de la selección mas idónea del la vacante.

##### Planeación y reclutamiento de personal

Cada jefe de área debe de informar de las necesidades de personal al gerente administrativo, así como los nuevos requerimientos que se presenten debido a incapacidades, vacaciones o maternidad.

##### Las pruebas y selección de empleado

Las pruebas psicométricas serán practicadas por un profesional de psicología este será subcontratado por la empresa, el cual dará su dictamen psicológico de cada candidato, dicho informe será la base para la selección de personal de la empresa.

##### Entrevista de los candidatos

La primera entrevista de los candidatos a puesto de la empresa será realizada por el jefe de cada área, y este determinara si se realizan la segunda entrevista de evaluación.

Las pruebas de conocimiento serán colocadas por cada jefe de área según sea el caso. La entrevista de contratación será realizada por el jefe administrativo de la empresa, según el dictamen del jefe de área y psicólogo.

#### **Capacitación y desarrollo**

##### Capacitación y desarrollo

La capacitación que requiera cada empleado de la empresa será de determinada por el jefe del área, así mismo hará la planificación de horarios en el cual serán

desarrollados dichas capacitaciones con el fin de no afectar el horario de producción de la empresa.

El desarrollo de cada empleado de la empresa esta en manos del gerente administrativo, el cual creara planes de carrera en la empresa, con el fin de aprovechar al máximo las habilidades de los empleados.

#### Evaluación del desempeño

La evaluación de desempeño de cada empleado será realizada por el jefe inmediato, en base al desempeño y metas alcanzadas durante el año, las cuales serán establecidas por el jefe de área y gerente administrativo.

#### **Compensaciones**

Definición de políticas de incremento salarial e incentivos de personal

El incremento salarial será del 10% anual, en base a la inflación establecida por el Banco Central de Honduras, dicho aumento será proporcional a la nota obtenida por cada empleado en su evaluación del desempeño anualmente.

### **4.3.9 Criterio para la aplicación del proceso administrativo**

#### **Planificar**

La Junta Directiva establecerá las metas y normas, elaborara las reglas y procedimientos, elaborara planes y pronósticos, es decir, realizara proyecciones de la empresa y el mercado.

#### **Organizar**

Cada jefe de área debe asignar las tareas específicas a cada subordinado, delegar funciones en los subordinados, establecer canales de autoridad y de comunicación, coordinar el trabajo de los subordinados.

#### **Dirigir**

Cada jefe de área debe encargarse de que los subordinados cumplan con su trabajo, así mismo conservar la moral y motivar a los subordinados.

#### **Controlar**

El gerente administrativo debe establecer estándares como cuotas de venta, estándares de calidad o niveles de producción, comparar el desempeño real contra estos parámetros; tomar las medidas correctivas necesarias.

## **4.4 Componentes Legales**

### **Legislación de Honduras asociada al Turismo**

Al desarrollar un proyecto de ecoturismo en Honduras se debe conocer las leyes generales a tener en cuenta, las cuales son:

#### **Ley del IHT**

La finalidad es estimular y promover el turismo como una actividad económica que impulse el desarrollo de Honduras por medio de la conservación y aprovechamiento racional de los recursos naturales nacionales.

#### **Ley para declaratoria, planeamiento y desarrollo de las zonas de turismo**

El objetivo es atender prioritariamente las zonas de turismo, proveyendo una adecuada planificación.

#### **Ley general del ambiente**

La finalidad es la protección, conservación, restauración y manejo sostenible del ambiente y de los recursos naturales por medio del Estado. Dentro de esta ley podemos encontrar el SINAPH (Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Honduras)

#### **El Registro Nacional de Turismo del IHT**

El IHT cuenta con un Registro Nacional de Turismo que otorga beneficios al estar inscrito.

No se necesita ser parte de este registro para operar el servicio turístico como en el caso de hoteles, operadoras de turismo y guías. Pero se recomienda inscribirse para obtener los beneficios que se le otorgan y estar en concordancia con la ley.

En este caso el ecoturismo es cubierto bajo el término de turismo en general y servicios turísticos.

#### **Registro Nacional de Turismo de IHT**

El Registro Nacional de Turismo es el instrumento de información, estadística, programación y regulación de los equipos turísticos que se prestan en Honduras. Es manejado por el IHT.



## **Beneficios de inscribirse al Registro Nacional de Turismo del IHT**

Los prestadores de servicios turísticos al inscribirse obtienen los siguientes beneficios:

- Ser incluidos en catálogos, directorios y guías que elabore el IHT
  - Recibir capacitación turística que promueva o lleve a cabo el IHT
  - Recibir asesoría para la ejecución de proyectos e investigaciones de mercado.
  - Adquirir el reconocimiento de categoría de acuerdo con la calidad del servicio
- 10

## **Requisitos de inscripción**

Debe retirar el formulario de inscripción en la oficina de Registro Nacional Turístico en el segundo piso de IHT. Al formulario completo le debe anexar fotocopias de los siguientes documentos:

- Escritura pública de declaración de comerciante individual o de constitución de comerciante social
- Permiso de operación extendido por la municipalidad
- Licencia o permiso de sanidad según el caso
- Escritura de propiedad del inmueble en el que opera o el contrato de arrendamiento en su caso
- Balance general (estado de situación financiera) del último ejercicio fiscal extendido por un perito mercantil autorizado

### **4.4.1 Constitución Legales**

#### **4.4.1.1 Proceso de Escritura y registro**

La Escritura Pública es un instrumento o documento público y legal que contiene: los nombres de las personas que conforman la organización; el nombre o razón social de la organización y de qué tipo es; el capital inicial; su duración; su naturaleza y objeto.

El trámite lo realiza un notario público, tiene un tiempo promedio de Veinte días hábiles, con un costo de tres mil a cinco mil lempiras, dependiendo del tipo de sociedad a constituir en el caso de Ecoaventura Caribbean Tours, se constituirá como

una Sociedad Anónima. También hay que pagar honorarios al apoderado legal, según el arancel del Colegio de Abogados, de acuerdo al monto del capital social.

### **Requisitos**

- Entregar al notario público los siguientes datos y documentos:
- El nombre o la razón social del comerciante o la sociedad.
- Descripción de la actividad a la que se dedicará la empresa.
- Domicilio o dirección de la empresa.
- Capital inicial, que dependerá de la personalidad jurídica a adoptar.
- Fotocopia de los documentos personales de los socios: Tarjeta de identidad,
- Registro Tributario Nacional (RTN) y Solvencia Municipal.

Con estos datos y documentos, el notario público elabora la escritura de constitución. Para ello deberá adquirir timbres fiscales según el monto de la inversión y, después, publicar el aviso de declaración de comerciante individual o sociedad en el Diario Oficial La Gaceta, o en uno de los diarios de mayor circulación en la localidad.

### **4.4.1.2 Inscripciones**

#### **Registro en la Cámara de Comercio**

De acuerdo con el artículo 384 del Código de Comercio, es obligatorio que todo comerciante y/o sociedad mercantil se registre en la Cámara de Comercio e Industria correspondiente al municipio en el cual funcionará la nueva empresa.

Sin este registro, las alcaldías no autorizan el permiso de operación. Pero, además, al registrarse, la empresa forma parte de la base de datos de la localidad, lo cual es útil para establecer contactos comerciales.

El trámite lo realiza el empresario, en la Cámara de Comercio e Industria del municipio o ciudad donde operará la empresa, este trámite se hace en tiempo promedio de un día hábil, el costo será de L3,000.00.

#### **Trámites:**

Presentar en la ventanilla de atención al público:

- Solicitud de registro debidamente completada

- Escritura original
- Fotocopia del RTN
- Recibo de pago por el registro

### **Afiliación a la Cámara de Comercio (opcional)**

Aunque este paso no es obligatorio, al afiliarse a la Cámara de Comercio el empresario contará con una mayor representación gremial. Además, tendrá acceso a información comercial, jurídica y económica, a actividades de capacitación, y a participar en ferias y otros eventos organizados por las cámaras.

Dicho trámite es realizado por el empresario, en la Cámara de Comercio e Industria del municipio donde operará la empresa, los costos de suscripción será de L480.00 anualmente.

### **Trámites:**

Presentar en la ventanilla de atención al público:

- Copia del registro mercantil
- Solicitud de afiliación debidamente completada.
- Cancelar el valor de tres meses de la membresía, por adelantado.

### **Requisitos para registrar sociedades mercantiles:**

Además de los requisitos anteriores, las sociedades mercantiles deberán presentar copia del depósito bancario por concepto del capital de constitución de la empresa. Este valor debe coincidir con el que aparece en la escritura de constitución.

Si por alguna razón no se puede presentar copia del depósito bancario, en la escritura de constitución el notario dará fe de haber tenido a la vista el depósito de la cantidad relacionada, y esto también sirve para cumplir con el requisito.

### **4.4.1.3 Registro Tributario**

El Registro Tributario Nacional es el mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a las personas naturales o jurídicas que tienen obligaciones ante la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI).

El empresario es quien realiza el trámite, lo realiza en las oficinas de la DEI, también se puede realizar en la cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa, este trámite se tarda aproximadamente tres días hábiles y es completamente gratis.

Requisitos para obtener el RTN de un comerciante individual:

- Formulario de inscripción (Forma DEI 410), debidamente completado. Este formulario se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público de la DEI.
- Fotocopia de tarjeta de identidad.
- Fotocopia de la escritura de constitución como comerciante individual.
- Acreditación del domicilio con una factura o recibo de la ENEE, HONDUTEL, SANAA u otro servicio público.

Para obtener el RTN de una empresa mercantil:

- Formulario de inscripción (Forma DEI 410), debidamente completado. Este formulario se obtiene gratuitamente en las ventanillas de atención al público de la DEI.
- Fotocopia de escritura de constitución o carta de autorización extendida por notario.
- Fotocopia del RTN del notario que autorizó la escritura de constitución.
- Fotocopia de las tarjetas de identidad de los socios.
- Copia de identidad y RTN del gerente o presidente.

#### **4.4.2 Permiso de Operaciones**

Este documento lo extiende la municipalidad para garantizar que la empresa funciona conforme a las leyes municipales.

Algunas municipalidades, como las de San Pedro Sula, Comayagua, Choluteca, Choloma, Santa Rosa de Copán y el Distrito Central han implementado procesos de simplificación administrativa. Con ello, el trámite para obtener un permiso de operación es mucho más sencillo y rápido.

En Tegucigalpa, por ejemplo, el artículo 98 del Plan de Arbitrios dispone que los contribuyentes, naturales o jurídicos, pagarán anualmente, según sus ingresos

declarados o verificados, según las proyecciones Ecoaventura Caribbean Tours pagara una tasa de L500.00 anuales.

Además por cada inspección de campo, emisión de dictámenes, extensión constancias y autorizaciones, se pagaran L.200.00 (de acuerdo al Artículo 95 del Plan de Arbitrios Vigente).

### **Trámites:**

En el caso de Tegucigalpa y Comayagüela, el empresario deberá solicitar los requisitos que debe cumplir, en el Centro de Atención al Ciudadano (AER) de la Oficina de Permisos de Operación de la Alcaldía del Distrito Central; ahí también solicitará el formulario único de Declaración Jurada. Estos documentos son gratuitos.

### **Requisitos para abrir un negocio:**

1. Llenar el formulario único, o la Forma 05 cuando se presente más de un negocio (Es una Declaración Jurada de las ventas que espera realizar en el año de operación, de enero a diciembre)
2. Constancia de dónde se ubica el negocio. Se adjunta el croquis del local y su respectiva clave catastral.
3. Fotocopia de tarjeta de identidad del representante legal, en caso de ser hondureño.
4. Fotocopia del pasaporte o carné de residencia, si es extranjero.
5. Fotocopia de Solvencia Municipal vigente del dueño o del representante legal del negocio.
6. Fotocopia de la escritura de constitución de comerciante individual o de sociedad con el sello de la Cámara de Comercio y el RTN.
7. Recibo de pago del Impuesto de Bienes Inmuebles del local donde operará la empresa, si es propio. Si es alquilado, presentar el contrato de arrendamiento del local donde funcionará la empresa, con su número de clave catastral.

El permiso de operación se renueva en enero de cada año.

### **Requisitos para renovar permisos de operación:**

1. Presentar el Formulario Único de Declaración Jurada anual del Impuesto sobre Industria, Comercio y Servicios para Permiso de Operación de Negocio,

con toda la información requerida, marcando la casilla de renovación correspondiente al trámite.

2. Fotocopia de la tarjeta de identidad del dueño o representante legal.
3. En caso de ser extranjero, presentar fotocopia de carné de residencia o pasaporte del dueño o representante legal.
4. El contribuyente deberá estar solvente en el pago del Impuesto sobre Industrias, Comercio y Servicios de años anteriores, de lo contrario, tendrá que ponerse al día.

#### **4.4.3 Notificación de Inicio de Operación**

Este trámite se realiza en Dirección General de Ingreso (DEI) por el empresario, se debe llenar el formulario correspondiente y es entregado en las oficinas de la DEI, no tiene ningún costo para el empresario.

#### **4.4.4 Autorización de Libros**

La Secretaría Municipal autoriza los libros contables, por lo que para realizar este trámite deberá presentarse en la oficina de la Secretaría Municipal; en el caso de Tegucigalpa, está ubicada en el Plantel de la AMDC de la Colonia 21 de Octubre y solicitar los requisitos respectivos a esta dependencia.

Este trámite es realizado por el empresario, en la Secretaría Municipal, tarda aproximadamente diez días hábiles y el costo es de acuerdo al plan de arbitrios de cada municipalidad.

#### **Requisitos**

El empresario debe presentar en el Departamento de Control Tributario:

1. Permiso de operación de la Alcaldía
2. Recibo de pago en la Tesorería municipal por volumen de ventas

#### **4.4.5 Registro de la Propiedad Industrial**

Como parte de los trámites necesarios para utilizar el nombre y protección de la marca se debe realizar gestiones ante el Registro de la Propiedad Industrial, el que depende del Registro de la Propiedad, conforme a la Ley de Propiedad Industrial, el siguiente artículo especifica lo requerido.

ARTICULO 85. - La solicitud de registro de marca será presentada ante el Registro de la Propiedad Industrial e indicará los datos relativos al solicitante y al mandatario.

Esta solicitud será acompañada de:

- Veinte (20) ejemplares de la reproducción de la marca, indicando la lista completa de los productos o servicios para los cuales se solicita el registro de la marca, la clase internacional y adjuntando los timbres de ley correspondientes.
- Una completa descripción de la marca, en la que se determine con claridad y precisión la parte esencial o su principal signo distintivo y se inserten traducidas al español las leyendas y menciones que contengan escritas en otro idioma.
- El documento de mandato.
- Certificado de origen cuando reivindique la prioridad.

El solicitante podrá ser una persona natural o jurídica, nacional o extranjera, y deberá acompañar los documentos relativos.

#### **4.4.6 Licencia Sanitaria**

Debido al rubro del negocio, este no debe solicitar licencia sanitaria, ya que se desarrollara ningún proceso de elaboración de productos alimenticios o similares, por lo que para un operador turístico no es necesario dicha licencia.

#### **4.4.7 Afiliación en el I.H.S.S.**

Deben inscribirse en el IHSS todas las personas o empresas legalmente constituidas, que cuenten con permiso de operación. Para que los empleados estén cubiertos por el IHSS, hay que pagar mensualmente el 10.5% de los salarios, que se distribuye así: el 3.5% se le deduce al trabajador, y el 7% lo paga el patrono.

No existe ninguna restricción con el numero de trabajadores a cargo, y a su vez debe llevarse un registro (nomina o listas especiales) en los que se asentaran el numero de días trabajados para cada empleado y lo salarios percibidos por estos.

Dicho trámite lo realiza el empresario, en el Instituto Hondureño de Seguridad Social (IHSS). En el departamento de Cobertura, tarda aproximadamente un día.

Requisitos de inscripción para patronos

1. Fotocopia de la escritura de constitución de la sociedad o declaración de comerciantote individual.
2. Documento que acredite el nombre del patrono
3. Documento que acredite al responsable legal del patrono.
4. Dirección exacta del patrono
5. RTN de la empresa
6. Teléfono de la empresa
7. Correo electrónico
8. Fotocopia de tarjeta de identidad del patrono o gerente
9. Fotocopia del documento de inicio de operaciones extendida por la municipalidad.
10. Lista de trabajadores indicando:
  - Nombre y apellido completo, número de afiliación del IHSS y el número de tarjeta de identidad.
  - Fecha de inicio de labores de cada empleado
  - Puesto que desempeña
  - Salario que devenga mensual, quincenal o semestral.

#### **4.4.8 Afiliación al INFOP**

Deberán afiliarse al INFOP las empresas que empleen cinco o más trabajadores, o tengan un capital mayor de veinte mil lempiras.

El patrono tendrá que pagar una cuota mensual del 1% sobre el total de sueldos y salarios, incluyendo horas extras, vacaciones, decimotercero y decimocuarto mes, bonificaciones y comisiones sobre ventas. Debe pagarse el 30 de cada mes, y hay diez días hábiles como periodo de gracia. Después de ese periodo, se recargará el 10% sobre el total a pagar.

El empresario o cualquier otra persona puede realiza el trámite, en las oficinas del INFOP, el tramite tarda aproximadamente media hora y no tiene ningún costo.



## Requisitos

1. Llenar el formulario que facilitan en las oficinas del INFOP.
2. Fotocopia de la escritura de constitución y documentos personales del representante legal.
3. Permiso de operación vigente.
4. RTN de la empresa.
5. Lista de los empleados: Nombres completos, sueldos y datos generales del o la empresario.

### 4.4.9 Afiliación al RAP

Deben inscribirse las empresas con más de 10 empleados y es voluntaria la inscripción para empresas de menos de cinco empleados. El empleado paga 1.5% e igual porcentaje el patrono. Se puede hacer la inscripción de forma individual siempre y cuando la persona haya estado en el sistema y pague el 3%.

Los requisitos que necesita una empresa para inscribirse en el RAP son las siguientes:

1. Fotocopia del acta de constitución o documento que ampare personalidad jurídica.
2. Fotocopia del poder legal de Presentación.
3. Fotocopia de la tarjeta de identidad del representante legal de la empresa.
4. Fotocopia del R.T.N. de la Empresa.
5. Llenar solicitud de registro de Afiliación Patronal.
6. Llenar formato planilla mensual de cotización Formulario RAP o elaborar cuadro de empleados que contenga:
- 7.

**Tabla No. 23**  
**Cuadro de Empleados**

No. Tarjeta de Identidad	Nombre Completo según Tarjeta de Identidad	Salario Ordinario y Comisiones	Cotización		
			1.5% del empleado	1.5% patrono	Total 3%
		<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>	<b>Total</b>

8. Fotocopia de la tarjeta de identidad de cada empleado.
9. Fotocopia de planilla del mes anterior de los salarios pagados a los empleados.
10. Llenar hojas de afiliación de trabajadores.
11. Solicitud por escrito de la elaboración de los carnés de empleados.

Si la empresa cuenta con menos de 10 empleados se puede inscribir de forma voluntaria.

Si la empresa va a dejar de cotizar por alguna razón contemplada en el artículo 20 de la Ley del FOSOSVI, debe enviar a las oficinas del RAP una notificación acompañada de los documentos que la amparen, para extenderle el finiquito de solvencia.

#### **4.4.10 Ministerio de Trabajo**

##### **Secretaría de Trabajo y Seguridad Social**

##### **a) Reglamento Interno de Trabajo**

Todo patrono está obligado a tener un reglamento interno de trabajo cuando ocupe:

- Más de cinco trabajadores, de carácter permanente, en empresas comerciales;
- Más de diez en empresas industriales;
- Más de veinte en empresas agrícolas forestales y,
- Más de diez en empresas mixtas.

El Reglamento de Trabajo debe someterse a la aprobación de la Secretaría de Trabajo y Seguridad Social, por medio de un profesional del Derecho (artículos 87, 88 y 89 del Código de Trabajo).

Presentada la solicitud con todos los documentos y requisitos exigidos, la Secretaría tarda un promedio de 30 días hábiles en aprobarlo y extender la certificación correspondiente.

El incumplimiento de este requisito da lugar a que la Secretaría imponga una sanción administrativa, consistente en una multa de entre 50 y 500 lempiras.

### **b) Reglamento Especial**

Cuando la actividad de la empresa no esté contemplada en el Reglamento General de Medidas Preventivas de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, se requiere de la aprobación de un reglamento especial. Este debe regular los riesgos existentes en la empresa y también es aprobado por la Secretaría de Trabajo.

Un profesional del Derecho presentará la solicitud con todos los documentos y requisitos. La Secretaría tarda un promedio de 30 días hábiles en aprobarlo y extender la certificación correspondiente.

El incumplimiento de este requisito da lugar a que la Secretaría imponga una sanción administrativa, consistente en una multa de entre 50 y 500 lempiras, dependiendo de la capacidad económica de la empresa y de la gravedad de la infracción.

### **c) Otras obligaciones laborales**

Los patronos también están obligados a:

- Conceder vacaciones remuneradas a los trabajadores después de cada año de trabajo continuo, de conformidad con lo establecido en el Capítulo III del Título IV del Código del Trabajo.
- Los comerciantes deberán llevar un libro de inscripción de empleados con todos sus datos. Para más detalles, ver lo que establecen los artículos 310 y 312 del Código del Trabajo.
- Pagar el Bono Educativo a los trabajadores que devengan hasta dos salarios mínimos. Este bono se hará efectivo una vez al año, después de la primera prueba trimestral de los educandos, como compensación a los padres de hijos en edad escolar. No se pagará el bono a quienes laboren en la pequeña y microempresa; o sea, las que no tienen más de 15 trabajadores permanentes (Decreto N° 43-97 del 29 de mayo de 1997).

- Pagar a cada trabajador el décimo tercer mes de salario en concepto de aguinaldo. Este pago debe hacerse en diciembre (Decreto Legislativo 112-82, del 28 de octubre de 1982).
- Pagar a cada trabajador el décimo cuarto mes de salario en concepto de compensación social. Este pago debe hacerse en el mes de junio (Decreto Legislativo N° 135-94, del 30 de junio de 1995).
- Exigir carné de trabajo a las personas extranjeras para contratarlas. Hay que recordar que se prohíbe emplear menos del 90% de trabajadores hondureños y no se les podrá pagar menos del 85% del total de la planilla de salarios (Decreto Ley N° 110, del 1 de noviembre de 1966, artículo 11 del Código del Trabajo).
- Solicitar autorización del permiso de trabajo a los niños de catorce años y más que ingresan a la fuerza laboral. Esta autorización se concede a solicitud de los padres, hermanos o representante legal del menor (artículos 115, 119, 120 y 122, del Código de la Niñez y Adolescencia).
- Pagar el salario mínimo y cumplir los decretos ejecutivos que, para su reajuste, se aprueban cada año.

El incumplimiento de cualquiera de estas obligaciones da lugar a que la Secretaría imponga al patrono una sanción administrativa consistente en una multa de entre 50 y 5000 lempiras por cada infracción comprobada, de acuerdo con las circunstancias del caso, la reiteración de la falta, y la capacidad económica de la empresa infractora.

En resumen, los empresarios tienen el deber de conocer el Código del Trabajo y demás disposiciones laborales, tanto para cumplir sus obligaciones como para exigir sus derechos.

#### **4.4.11 Registro en la Cámara Nacional de Turismo**

La Inscripción en la Cámara Nacional de Turismo es necesaria para las empresas interesadas en desarrollar turismo en el país:

##### **Empresas que deben realizarlo:**

- a. Guías especializadas o guías conductores de automóviles.

- b. Agencias de viajes y operadoras de turismo receptivo.
- c. Arrendadoras de vehículos automotores, embarcaciones y aeronaves.
- d. Transporte terrestre, marítimo, fluvial, lacustre y aéreo para el servicio exclusivo del turismo.
- e. Hoteles, albergues, habitaciones con sistema de tiempo compartido o de operación hotelera.
- f. Restaurantes y cafeterías.
- g. Discotecas y casinos. Los casinos deberán estar ubicados en hoteles de primera categoría.
- h. Balnearios, campamentos, paradores de casas rodantes, marinas y centros de recreación.
- i. Talleres de artesanos y tiendas de artesanía.
- j. Centros de convenciones.
- k. Establecimientos de buceo.

Esto se realiza en la Cámara Nacional de Turismo en Tegucigalpa, se tarda de dos a tres semanas. Depende de la documentación presentada, tiene un costo de:

- Comerciante Individual: L 500
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: L 1,000
- Sociedad Anónima: L 2,000

### **Trámites**

Este paso es previo a la solicitud de los incentivos. Los documentos que a continuación se detallan debe presentarlos el representante de la empresa en fotocopia y autenticados, en las oficinas de la Cámara Nacional de Turismo:

1. Solicitud de Inscripción en el registro con los fundamentos de ley correspondientes.
2. El formulario de inscripción correspondiente al prestador de servicios turísticos, firmada por el propietario de la empresa.
3. Escritura Pública de Declaración de Comerciante Individual o de Constitución Social, donde la actividad principal sea la actividad turística a desarrollar.

4. Permiso de operación extendido por la municipalidad donde opera. En caso de tener oficinas en varias municipalidades, se presentarán los permisos de operación correspondientes.
5. Licencia Sanitaria para restaurantes y cafeterías.
6. Escritura de propiedad del inmueble en el que opera o el contrato de arrendamiento, según el caso.
7. Copia de la tarjeta de identidad o carné de residente del representante de la empresa.
8. Copia del RTN del negocio.

### **Para obtener los beneficios de Ley de Incentivos al Turismo**

De acuerdo a la Ley de Incentivos al Turismo, los comerciantes individuales o sociales, cuya actividad o giro esté vinculada directamente con el turismo y presten los servicios de hoteles, transporte aéreo o acuático de personas, centros de recreación, tiendas de artesanía hondureña exclusivamente, agencias de turismo receptivo, centros de convenciones y arrendadoras de vehículos automotores, podrán gozar de los incentivos fiscales que otorga la Ley. Estos pueden ser hasta de exoneraciones por pago de impuestos.

El apoderado legal deberá realizar una **Solicitud de Beneficios de la Ley de Incentivos de Turismo** en el Instituto Hondureño de Turismo. Esta debe contener una amplia descripción del proyecto, en la que se incluirá el nombre completo, dirección, teléfono, fax, correo electrónico u otro medio de localización del empresario y del apoderado legal. Se le adjuntará:

1. Carta poder original otorgada a un profesional del Derecho.
2. Original del Estudio de Factibilidad Económica del proyecto, en idioma español, firmado y sellado por un profesional hondureño en el área de la economía o mercadotecnia debidamente colegiado y con los timbres de Ley.

Este documento debe contener, como mínimo:

- Descripción detallada del proyecto
- Análisis de mercado
- Análisis económico financiero
- Justificación del proyecto.

## **4.5 Componentes Ambientales**

### **4.5.1 Proceso para obtener licencia Ambiental**

Este tramite lo realiza el apoderado legal, en la Secretaría de Recursos Naturales y Ambiente, en el caso de Ecoaventura Caribbean Tours, no se solicitaría dicha licencia, debido a que la empresa no procesara ningún bien, si no prestara un servicio, no requiere de la licencia ambiental, para realizar sus actividades comerciales.

### **4.5.2 Disposición de Desechos**

La actividad principal de Ecoaventura Caribbean Tours será la venta de paquetes ecoturísticos a través de la Internet, por lo que no existe ningún proceso productivo y de desecho en el mismo, por lo que la empresa no solicitara dicho permiso.

### **4.5.3 Contaminación**

Como se menciona anteriormente la actividad principal de Ecoaventura Caribbean Tours será ecoturísticos, por lo cual no se realizara ningún proceso de producción que involucre contaminación, por lo que la empresa no solicitara dicho permiso.

## 4.6 Componentes Financieros

### 4.6.1 Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento

El proyecto Ecoaventura Caribbean Tours tendrá una inversión inicial de **\$43,664.93**, de los cuales el 40% será aporte de los socios, y el 60% será a través de financiamiento con una institución bancaria. La cual se detalla a continuación:

**Tabla No. 24**  
**Plan de Inversión y Fuentes de Financiamiento**

Rubro de Inversión	Costo Total	Imprevistos	Coso Final	Precio Dólares	Fondos Propios	Prestamos Bancos
Vehiculo	L. 418,000.80	L. 41,800.08	L. 459,800.88	\$22,990.04	\$9,196.02	\$13,794.03
Escritorio	L. 13,440.00	L. 1,344.00	L. 14,784.00	\$739.20	\$295.68	\$443.52
Sillas secretariales	L. 5,040.00	L. 504.00	L. 5,544.00	\$277.20	\$110.88	\$166.32
Silla de Espera	L. 5,040.00	L. 504.00	L. 5,544.00	\$277.20	\$110.88	\$166.32
Muebles de Espera	L. 4,480.00	L. 448.00	L. 4,928.00	\$246.40	\$98.56	\$147.84
Micro ondas	L. 3,360.00	L. 336.00	L. 3,696.00	\$184.80	\$73.92	\$110.88
Fax	L. 3,360.00	L. 336.00	L. 3,696.00	\$184.80	\$73.92	\$110.88
Teléfonos	L. 1,344.00	L. 134.40	L. 1,478.40	\$73.92	\$29.57	\$44.35
Impresora	L. 4,480.00	L. 448.00	L. 4,928.00	\$246.40	\$98.56	\$147.84
Archivos	L. 6,720.00	L. 672.00	L. 7,392.00	\$369.60	\$147.84	\$221.76
Aire Acondicionado	L. 16,800.00	L. 1,680.00	L. 18,480.00	\$924.00	\$369.60	\$554.40
Computadoras	L. 44,800.00	L. 4,480.00	L. 49,280.00	\$2,464.00	\$985.60	\$1,478.40
					\$0.00	\$0.00
Gtos de Instalación	\$2,502.50	\$250.25	\$2,752.75	\$2,752.75	\$1,101.10	\$1,651.65
					\$0.00	\$0.00
Capital de Trabajo:				\$11,934.62	\$4,773.85	\$7,160.77
<b>Total de Inversión:</b>		<b>\$43,664.93</b>			\$17,465.97	\$26,198.96
<b>PARTICIPACION:</b>					<b>40.00%</b>	<b>60.00%</b>

Para la estimación de los costos de inversión, se recurrió a investigaciones mediante cotizaciones de empresas proveedoras de reconocido prestigio en la ciudad capital, las cuales forman parte anexa del presente documento(ver anexo 4). El detalle de los gastos de Gastos de instalación se detalla en anexo 4



## 4.6.2 Proyecto de Estudio Financiero

Tabla No. 25

Estado de Resultado Pro Forma de Proyecto Ecoaventura Caribbean Tours

CONCEPTO	TOTAL 2009	TOTAL 2010	TOTAL 2011	TOTAL 2012	TOTAL 2013
<b>VENTAS</b>					
Lago de Yojoa	\$ 62,032.47	\$ 75,598.05	\$ 92,195.17	\$ 112,515.39	\$ 137,411.05
Ceiba	\$ 234,068.38	\$ 284,218.95	\$ 345,351.47	\$ 419,923.29	\$ 510,953.07
Choluteca	\$ 29,803.51	\$ 36,321.10	\$ 44,295.19	\$ 54,058.04	\$ 66,019.17
Bahía de Tela	\$ 116,760.77	\$ 142,552.46	\$ 174,163.89	\$ 212,934.65	\$ 260,518.17
Trujillo	\$ 34,916.76	\$ 42,675.09	\$ 52,193.84	\$ 63,880.25	\$ 78,237.45
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$ 477,581.89</b>	<b>\$ 581,365.65</b>	<b>\$ 708,199.56</b>	<b>\$ 863,311.63</b>	<b>\$ 1,053,138.93</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Lago de Yojoa	\$ 43,379.35	\$ 52,865.77	\$ 64,472.14	\$ 78,682.09	\$ 96,091.65
Ceiba	\$ 163,684.18	\$ 198,754.51	\$ 241,504.52	\$ 293,652.65	\$ 357,309.84
Choluteca	\$ 20,841.62	\$ 25,399.37	\$ 30,975.66	\$ 37,802.83	\$ 46,167.25
Bahía de Tela	\$ 81,650.89	\$ 99,687.03	\$ 121,792.93	\$ 148,905.35	\$ 182,180.54
Trujillo	\$ 24,417.31	\$ 29,842.72	\$ 36,499.19	\$ 44,671.50	\$ 54,711.50
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 333,973.35</b>	<b>\$ 406,549.41</b>	<b>\$ 495,244.44</b>	<b>\$ 603,714.42</b>	<b>\$ 736,460.79</b>
<b>UTILIDAD BRUTA . . .</b>	<b>\$ 143,608.54</b>	<b>\$ 174,816.25</b>	<b>\$ 212,955.11</b>	<b>\$ 259,597.20</b>	<b>\$ 316,678.14</b>
<b>GASTOS DE OPERACION</b>					
Salarios	\$ 36,600.00	\$ 40,260.00	\$ 44,286.00	\$ 48,714.60	\$ 53,586.06
TRECEAVO MES	\$ 18,300.00	\$ 40,260.00	\$ 44,286.00	\$ 48,714.60	\$ 53,586.06
CATORCEAVO MES	\$ 36,600.00	\$ 40,260.00	\$ 44,286.00	\$ 48,714.60	\$ 53,586.06
Energía Eléctrica	\$ 360.00	\$ 396.00	\$ 435.60	\$ 479.16	\$ 527.08
Sanaa	\$ 180.00	\$ 198.00	\$ 217.80	\$ 239.58	\$ 263.54
Teléfono	\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 726.00	\$ 798.60	\$ 878.46
Suscripciones y Licencias	\$ 1,651.00	\$ 1,816.10	\$ 1,997.71	\$ 2,197.48	\$ 2,417.23
Internet	\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 726.00	\$ 798.60	\$ 878.46
ALQUILER	\$ 6,000.00	\$ 6,600.00	\$ 7,260.00	\$ 7,986.00	\$ 8,784.60
MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 1,001.92	\$ 1,102.11	\$ 1,212.32	\$ 1,333.56	\$ 1,466.91
DEPRECIACION	\$ 5,737.56	\$ 6,311.31	\$ 6,942.44	\$ 7,636.69	\$ 8,400.36
OTROS GASTOS	\$ 3,111.00	\$ 3,422.10	\$ 3,764.31	\$ 4,140.74	\$ 4,554.82
INFOP	\$ 915.00	\$ 1,006.50	\$ 1,107.15	\$ 1,217.87	\$ 1,339.65
Reserva de pasivo laboral	\$ 3,050.00	\$ 3,355.00	\$ 3,690.50	\$ 4,059.55	\$ 4,465.51
Seguro de vida	\$ 5,905.68	\$ 6,378.14	\$ 6,888.39	\$ 7,439.46	\$ 8,034.62
Comisión de Comercio Afiliado	\$ 19,103.28	\$ 23,254.63	\$ 28,327.98	\$ 34,532.47	\$ 42,125.56
Vigilancia	\$ 3,500.00	\$ 3,850.00	\$ 4,235.00	\$ 4,658.50	\$ 5,124.35
Gastos de Instalación	\$ 2,752.75				
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACION</b>	<b>\$ 145,968.19</b>	<b>\$ 179,789.89</b>	<b>\$ 200,389.21</b>	<b>\$ 223,662.05</b>	<b>\$ 250,019.31</b>
<b>UTILIDAD DE OPERACION</b>	<b>\$ (2,359.65)</b>	<b>\$ (4,973.64)</b>	<b>\$ 12,565.90</b>	<b>\$ 35,935.16</b>	<b>\$ 66,658.83</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
BANCO XXX	\$ 1,267.22	\$ 1,039.33	\$ 785.07	\$ 501.38	\$ 184.87
BANCO XXY	\$ 1,671.31	\$ 1,382.14	\$ 1,053.05	\$ 678.54	\$ 252.33
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 2,938.53</b>	<b>\$ 2,421.47</b>	<b>\$ 1,838.12</b>	<b>\$ 1,179.92</b>	<b>\$ 437.20</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE ISR</b>	<b>\$ (5,298.18)</b>	<b>\$ (7,395.11)</b>	<b>\$ 10,727.79</b>	<b>\$ 34,755.24</b>	<b>\$ 66,221.63</b>
<b>IMPUESTO SOBRE LA RENTA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 2,405.16</b>	<b>\$ 8,384.34</b>	<b>\$ 16,220.50</b>
<b>U. DISPONIBLE ACCIONISTAS</b>	<b>\$ (5,298.18)</b>	<b>\$ (7,395.11)</b>	<b>\$ 8,322.63</b>	<b>\$ 26,370.90</b>	<b>\$ 50,001.14</b>
<b>DIVIDENDOS PAGADOS A</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 790.65</b>	<b>\$ 2,505.24</b>	<b>\$ 4,750.11</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (5,298.18)</b>	<b>\$ (7,395.11)</b>	<b>\$ 7,531.98</b>	<b>\$ 23,865.66</b>	<b>\$ 45,251.03</b>

Anteriormente se presentaron el Estado de Resultado en el cual se puede observar una perdida en los dos primeros años del proyecto, pero a partir del 3er año

presenta ganancias, debido a que las ventas estimadas para los primeros dos años, son insuficientes para sostener el costo operativo derivado del proyecto, no obstante estos resultados adversos en los primeros dos años, el proyecto ha sido considerado con ventas estimadas de manera conservadora, con el propósito de adecuar las cifras a los posibles resultados reales en condiciones pesimistas, para que los inversionistas no coloquen demasiadas expectativas de rentabilidad durante la curva de aprendizaje del negocio que es de aproximadamente dos años. A partir del tercer año, el apalancamiento operativo del negocio, reacciona de manera positiva ante los crecimientos en las ventas.

**Tabla No. 26**  
**Tasas de Crecimiento del IPC (Inflación) en Honduras**

Año	IPC
2004	8.1
2005	8.8
2006	5.6
2007	6.9
2008	11.01

Fuente: Banco Central de Honduras, Honduras en Cifras 2008

$$\frac{\text{1er año}}{\text{Ultimo año}} = \frac{8.10}{11.01} = 0.7356$$

Según la Tabla A-4, en el periodo 4, la tasa de crecimiento que tiene el IPC (Inflación) en Honduras es de 8% anual

**Tabla No. 27**  
**Tasas de Crecimiento del rubro del Transporte en Honduras**

Año	Turistas
2004	12.5
2005	14.3
2006	5.3
2007	3.2
2008	22

Fuente: Banco Central de Honduras, Honduras en Cifras 2008

$$\frac{\text{1er año}}{\text{Ultimo año}} = \frac{12.50}{22.30} = 0.5605$$

Según la Tabla A-4, en el periodo 4, la tasa de crecimiento que tiene el transporte en Honduras es de 16% anual

**Tabla No. 28****Balance General Consolidado Pro Forma de Proyecto Ecoaventura Caribbean Tours**

<b>ACTIVO</b>	<b>31/12/2009</b>	<b>31/12/2010</b>	<b>31/12/2011</b>	<b>31/12/2012</b>	<b>31/12/2013</b>
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>					
CAJA Y BANCOS	\$ 14,112.44	\$ 11,228.52	\$ 23,224.26	\$ 51,562.38	\$ 101,103.84
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>\$ 14,112.44</b>	<b>\$ 11,228.52</b>	<b>\$ 23,224.26</b>	<b>\$ 51,562.38</b>	<b>\$ 101,103.84</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
MOBILIARIO Y EQUIPO	\$ 4,801.99	\$ 3,616.46	\$ 2,430.93	\$ 1,245.40	\$ 59.88
OTROS ACTIVOS FIJOS	\$ 18,438.02	\$ 13,885.99	\$ 9,333.96	\$ 4,781.93	\$ 229.90
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 23,240.01</b>	<b>\$ 17,502.45</b>	<b>\$ 11,764.89</b>	<b>\$ 6,027.33</b>	<b>\$ 289.78</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>					
ACTIVO DIFERIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 37,352.45</b>	<b>\$ 28,730.97</b>	<b>\$ 34,989.15</b>	<b>\$ 57,589.71</b>	<b>\$ 101,393.62</b>
<b>PASIVO Y CAPITAL</b>					
<b>PASIVO A CORTO PLAZO</b>					
ISR POR PAGAR	\$ -	\$ -	\$ 200.43	\$ 698.70	\$ 1,351.71
<b>TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 200.43</b>	<b>\$ 698.70</b>	<b>\$ 1,351.71</b>
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>					
PRESTAMOS A L. PLAZO	\$ 22,134.65	\$ 17,553.28	\$ 12,388.56	\$ 6,565.64	\$ -
<b>TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 22,134.65</b>	<b>\$ 17,553.28</b>	<b>\$ 12,388.56</b>	<b>\$ 6,565.64</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 22,134.65</b>	<b>\$ 17,553.28</b>	<b>\$ 12,588.99</b>	<b>\$ 7,264.33</b>	<b>\$ 1,351.71</b>
<b>CAPITAL</b>					
CAPITAL SOCIAL	\$ 17,465.97	\$ 17,465.97	\$ 17,465.97	\$ 17,465.97	\$ 17,465.97
UTILIDAD DEL PERIODO	\$ (5,298.18)	\$ (7,395.11)	\$ 7,531.98	\$ 23,865.66	\$ 45,251.03
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (5,298.18)	\$ (12,693.29)	\$ (5,161.31)	\$ 18,704.35
RESERVA DE PASIVO LABORAL	\$ 3,050.00	\$ 6,405.00	\$ 10,095.50	\$ 14,155.05	\$ 18,620.56
<b>TOTAL CAPITAL</b>	<b>\$ 15,217.80</b>	<b>\$ 11,177.69</b>	<b>\$ 22,400.17</b>	<b>\$ 50,325.38</b>	<b>\$ 100,041.91</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>\$ 37,352.45</b>	<b>\$ 28,730.97</b>	<b>\$ 34,989.15</b>	<b>\$ 57,589.71</b>	<b>\$ 101,393.62</b>

Se observan algunas particularidades En el Balance General del Proyecto, que son propias del negocio de los operadores turísticos:

- a) No se cuenta con inventario, ya que no realiza ninguna actividad manufacturera,
- b) así mismo no tendrá cuentas por cobrar, ya que todas las compras que se realizan por Internet son canceladas antes de recibir el producto, por lo que Ecoaventura Caribbean Tours no será diferente.
- c) Se incluye la reserva para prestaciones sociales y otras reservas legales, que son calculadas en base a las leyes vigentes.

### 4.6.3 Indicadores Financieros

En los cinco años de actividad proyectada de Ecoaventura Caribbean Tours, se prevee que la empresa tendrá las siguientes razones financieras.

**Tabla No. 29**

Razones Financieras Proyectadas de Ecoaventura Caribbean Tours

RAZON FINANCIERA	31/12/2009	31/12/2010	31/12/2011	31/12/2012	31/12/2013
<b>Liquidez</b>					
Razón circulante	0	0	115.87	73.80	74.80
Razón rápida / Prueba de Acido	0	0	115.87	73.80	74.80
<b>Administración de Activos</b>					
Rotación de los Activos Fijos	20.55	33.22	60.20	143.23	3634.33
Rotación de los Activos Totales	12.79	20.23	20.24	14.99	10.39
<b>Administración de Deudas</b>					
Razón de Deuda	0.59	0.61	0.36	0.13	0.01
Rotación de cobertura de Intereses pagados	-1.80	-3.05	5.84	29.46	151.47
<b>Rentabilidad</b>					
Margen de Utilidad sobre Neta	-1%	-1%	1%	3%	4%
Margen de Utilidad Bruta	30%	30%	30%	30%	30%
Margen de Utilidad de Operaciones	0%	-1%	2%	4%	6%
Rendimiento sobre los Activos T. (ROA)	-14%	-26%	22%	41%	45%
Rendimiento sobre el Capital C. (ROE)	-30%	-42%	43%	137%	259%

#### Liquidez

En el cuadro anterior se puede observar que el Proyecto Ecoaventura Caribbean Tours presenta una Razón Circulante en los dos primeros años de cero debido a que no cuenta con pasivos a corto plazo, como resultado de una utilidad operativa negativa, puesto que el ISR es el principal pasivo proyectado a corto plazo, lo contrario en los siguientes años donde se observa una Razón Circulante en promedio de 88.

#### Administración de Activos

La rotación de Activos en el primer año es de 20 aumentando crecientemente en los años siguientes del proyecto debido a la disminución del valor en libros de los activos fijos y el aumento de las ventas.

## Administración de Deudas

Al comienzo del proyecto el nivel de endeudamiento del proyecto es de 59%, y muestra una tendencia a disminuir debido a que los recursos que genera el proyecto son suficiente para el repago de las deudas complementado con la estabilidad de la inversión inicial, que no requiere de incrementos sustanciales a lo largo del periodo de evaluación del proyecto.

## Rentabilidad

El Margen de Utilidad bruta es del 30%, debido a la ROA presenta un comportamiento en los dos primeros años negativo, lo que cambia en los siguientes años mostrando un promedio de 36% de rendimiento sobre los activos totales, de igual manera el ROE presenta un comportamiento similar ya que en los primeros dos años presenta valores negativos, y a medida que la empresa aumenta su ingresos los siguientes años presentan un Rendimiento sobre Capital positivo.

### 4.6.4 Puntos de Equilibrio

A continuación se detalla el Punto de Equilibrio Operativo del proyecto Ecoaventura Caribbean Tours para cada año, ya que los costos fijos varían cada año debido a la tasa de crecimiento del IPC (Inflación), para la estimación de la inflación para los próximos años, se utilizo el crecimiento histórico durante los cinco años anteriores el cual se situó en 10%.

**Tabla No. 30**

Punto de Equilibrio = 2009	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribucion}}$	=	$\frac{143,215.44}{752.07}$	=	190
Punto de Equilibrio = 2010	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribucion}}$	=	$\frac{179,789.89}{1023}$	=	176
Punto de Equilibrio = 2011	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribucion}}$	=	$\frac{200,389.21}{1155}$	=	174
Punto de Equilibrio = 2012	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribucion}}$	=	$\frac{223,662.05}{1059}$	=	211
Punto de Equilibrio = 2013	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Margen de Contribucion}}$	=	$\frac{250,019.31}{1475}$	=	170

#### 4.6.5 Recuperación de la Inversión

La inversión inicial de Ecoaventura Caribbean Tours se recuperara en 3 años y 8 meses.

**Tabla No. 31**  
**Recuperación de la Inversión**

PERIODO	FLUJOS	INVERSIÓN
AÑO 0	\$ (43,664.93)	\$ (43,664.93)
AÑO 1	\$ 14,112.44	\$ (29,552.49)
AÑO 2	\$ (2,883.92)	\$ (32,436.41)
AÑO 3	\$ 12,786.39	\$ (19,650.02)
AÑO 4	\$ 30,843.35	\$ 11,193.33
AÑO 5	\$ 66,226.19	\$ 77,419.52

#### 4.6.6 Flujo de caja proyectada

El Flujo de efectivo Pro forma muestra una condición favorable para los 5 años del proyecto ya que se logra obtener un nivel de flujos positivos, donde se puede observar en el primer año un saldo positivo debido al capital de trabajo que se obtiene de restar de la compra de los activos y sumar el desembolso de los prestamos, en los flujos de efectivo se esta considerando una reserva de pasivo laboral, con el fin de cubrir cualquier despido o separación de algún empleado de la empresa, también se puede observar la recuperación del capital de trabajo . Esto se muestra a continuación:

**Tabla No. 32**  
**Flujo de caja proyectada**

CONCEPTO	2009	2010	2011	2012	2013
<b>SALDO INICIAL</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad Neta	\$ (5,298.18)	\$ (7,395.11)	\$ 7,531.98	\$ 23,865.66	\$ 45,251.03
Depreciación	\$ 5,737.56	\$ 5,737.56	\$ 5,737.56	\$ 5,737.56	\$ 5,737.56
PRESTAMOS DESEMBOLSADOS	\$ 26,198.96				
APORTACIONES DE CAPITAL	\$ 17,465.97				
ABONOS A PRESTAMOS	\$ (4,064.31)	\$ (4,581.37)	\$ (5,164.72)	\$ (5,822.92)	\$ (6,565.64)
PAGO DE DIVIDENDOS	\$ -	\$ -	\$ 790.65	\$ 2,505.24	\$ 4,750.11
COMPRA ACTIVOS	\$ (28,977.56)				
Reserva de pasivo laboral	\$ 3,050.00	\$ 3,355.00	\$ 3,690.50	\$ 4,059.55	\$ 4,465.51
Impuesto S/R por pagar	\$ -	\$ -	\$ 200.43	\$ 698.70	\$ 1,351.71
Impuesto S/R Pagado		\$ -	\$ -	\$ (200.43)	\$ (698.70)
Recuperación de Capital de Trabajo					\$ 11,934.62
<b>SALDO FINAL</b>	<b>\$ 14,112.44</b>	<b>\$ (2,883.92)</b>	<b>\$ 12,786.39</b>	<b>\$ 30,843.35</b>	<b>\$ 66,226.19</b>

## 4.6.7 Escenario pesimista y optimista

### Escenario Optimista

Colocando al proyecto en un escenario Optimista donde las ventas se verían incrementadas en un 5%, adicional al crecimiento que tiene el turismo en el país que es del 8% anual, nos da como efecto un proyecto muy atractivo y rentable, ya que presentaría un VPN positivo de \$110,266.70 y una TIR de 71%, sumamente competitiva con relación al 9.5% de los bonos de BCH, tomando siempre en consideración el incremento en los costos de un 10%, según la tasa de inflación del BCH, si se diera este tipo de crecimiento el proyecto sería sumamente rentable.

**Tabla No. 33**  
**Escenario Optimista**

PERIODO	FLUJOS	Factor	VP
<b>AÑO 0</b>	\$ (43,664.93)		\$ (43,664.93)
<b>AÑO 1</b>	\$ 32,153.50	0.913242	\$ 29,363.93
<b>AÑO 2</b>	\$ 17,240.68	0.834011	\$ 14,378.92
<b>AÑO 3</b>	\$ 31,661.81	0.761654	\$ 24,115.34
<b>AÑO 4</b>	\$ 53,316.33	0.695574	\$ 37,085.47
<b>AÑO 5</b>	\$ 93,609.46	0.635228	\$ 59,463.32

<b>Tasa de los Bonos de BCH.</b>	9.50%
----------------------------------	-------

<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	\$ 110,266.70
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	71%
<b>TIR MODIFICADA</b>	56%

### Pesimista

Colocando al proyecto en un escenario Pesimista donde los costos se verían incrementadas en un 5%, adicional al crecimiento que tienen los costos de un 10%, según la tasa de inflación del BCH, sin incrementar el precio de venta, nos da como efecto un proyecto poco atractivo y rentable, ya que presentaría un VPN negativo de \$36.663.43 y una TIR negativa de 12%, sumamente desfavorable con relación al 9.5% de los bonos de BCH, por lo que de verse incrementado los costos en un 15%, es recomendable que los socios coloquen su capital en bonos del estado, los cuales le presentan una oportunidad de invertir con un riesgo menor.



**Tabla No. 34**  
**Escenario Pesimista**

PERIODO	FLUJOS	Factor	VP
<b>AÑO 0</b>	\$ (43,664.93)		\$ (43,664.93)
<b>AÑO 1</b>	\$ (2,586.22)	0.913242	\$ (2,361.85)
<b>AÑO 2</b>	\$ (23,211.39)	0.834011	\$ (19,358.56)
<b>AÑO 3</b>	\$ (6,301.15)	0.761654	\$ (4,799.30)
<b>AÑO 4</b>	\$ 8,091.07	0.695574	\$ 5,627.94
<b>AÑO 5</b>	\$ 38,470.64	0.635228	\$ 24,437.61

<b>Tasa de los Bonos de BCH.</b>	9.50%
----------------------------------	-------

<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	\$ (36,638.43)
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	-12%

#### 4.6.8 Evolución económica del proyecto

El Flujo de efectivo que muestra el proyecto es favorable para los años del proyecto, ya que se logra obtener un nivel de flujos positivos a diferencia del 2do año que presente un flujo negativo, dividido a que es en este año donde los egresos son cubiertos por los ingresos de la empresa de una manera real, a diferencia del 1er año donde el flujo es positivo debido a la puesta en marcha del proyecto, ya que ingresa a la empresa el aporte de los socios y le hacen los desembolsos de los prestamos por parte de los banco, quedando disponible el capital de trabajo, lo que hace que el flujo de ese año sea positivo, del 3er año en adelante los ingresos son suficientemente grandes para cubrir los egresos y generar excedente dando lugar a flujos positivos.

Considerando que la Tasa de Rendimiento Minima Aceptada (TREMA) aceptada por los socios, está determinada por las inversiones libres de riesgo, en este caso, representadas por la tasa de los Bonos de BCH, para inversión de un año, se puede observar una VAN positivo de \$ 36,602.08, lo que hace muy atractivo al proyecto.

**Tabla No. 35**  
**Evolución económica del proyecto**

PERIODO	FLUJOS	Factor	VP
<b>AÑO 0</b>	\$ (43,664.93)		\$ (43,664.93)
<b>AÑO 1</b>	\$ 14,112.44	0.913242	\$ 12,888.08
<b>AÑO 2</b>	\$ (2,883.92)	0.834011	\$ (2,405.22)
<b>AÑO 3</b>	\$ 12,786.39	0.761654	\$ 9,738.81
<b>AÑO 4</b>	\$ 30,843.35	0.695574	\$ 21,453.84
<b>AÑO 5</b>	\$ 66,226.19	0.635228	\$ 42,068.71

<b>Tasa de los Bonos de BCH.</b>	9.50%
----------------------------------	-------

<b>VALOR PRESENTE NETO</b>	\$ 36,602.08
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	30%
<b>TIR MODIFICADA</b>	19%

El proyecto presenta una TIR de 30%, lo que muestra que el poner en marcha dicho proyecto es factible y generara rentabilidad para sus socios, por encima de actividades de inversión con riesgos menores o similares.

## 5.1 Conclusiones de la Evaluación Financiera del Proyecto

- Según los resultados obtenidos en el estudio de mercado El proyecto Ecoaventura Caribbean Tours es factible desde el punto de vista financiero, ya que el mercado ecoturístico presenta una demanda insatisfecha del 89%, de la demanda total, complementado por un crecimiento del 8% anual, lo que muestra un buen panorama para el desarrollo y puesta en marcha este tipo de proyectos.
- Al revisar detalladamente los resultados obtenidos en el estudio financiero se puede observar una VAN positivo de \$ 36,602.08, lo que hace muy atractivo al proyecto, tomado la tasa de los bonos de BCH, para inversión de un año, el proyecto es conveniente ya que presenta una TIR de 30%, lo que muestra que el poner en marcha dicho proyecto es rentable y generara beneficios económicos para sus socios, ya que adicionalmente de pagar dividendos en los tres últimos años del proyecto, de un 9.5% de las utilidades disponibles para los socios, tendrá utilidades retenidas muy atractivas para la empresa, con el fin de asegurar su continuidad como un negocio en marcha con duración indefinida.
- En el Estado de Resultado se observa una perdida en los dos primeros años del proyecto, pero a partir del 3er año presenta ganancias, lo que es normal en este tipo de proyectos.
- En promedio el Punto de Equilibrio del proyecto Ecoaventura Caribbean Tours por cada año es de 184 turistas
- La inversión inicial de Ecoaventura Caribbean Tours se recuperara en 3 años y 8 meses.
- El Flujo de efectivo que muestra el proyecto en el 2do año presente un flujo negativo, debido a que en este año los egresos son cubiertos por los ingresos de la empresa de una manera normal, al contrario del 1er año donde el flujo

es positivo debido a que ingresa a la empresa los desembolsos de los préstamos por parte de los banco el aporte de los socios, quedando disponible el capital de trabajo, lo que hace que el flujo de ese año sea positivo, del 3er año en adelante los ingresos son suficientemente grandes para cubrir los egresos y generar excedente dando lugar a flujos positivos.

- A pesar de que la evaluación financiera en condiciones pesimistas muestra resultados no atractivos (VAN y TIR negativa), las posibilidades reales de que se conjunten esas dos variables o condiciones, son bajas debido a que en el proyecto ya se está considerando un aumento en los costos del 10%, porcentaje que fue tomado del IPC (Inflación) del BCH.

## 6.1 Recomendaciones

- Una vez revisando la información anterior se recomienda poner en marcha el proyecto, ya que sería un proyecto que muestra niveles de rentabilidad por encima de inversiones de menor o similar riesgo, lo que traería desarrollo económico tanto a los socios como a las comunidades visitadas, lo que a su vez traería progreso a al crecimiento de nuestro país.

UDI-DEGT-UNAH

## 7.1 Bibliografía

- OMT” (extraído de “FITUR”, Feria Internacional de Turismo, 2007
- Antropología y Turismo, V. Smith, 1977, P 33
- Campaña de sensibilización presentada por la Organización Mundial del Turismo (WTO-OMT, 2004)
- Secretaria de Turismo (SETUR), boletín Informativo, marzo 2008,
- Barómetro Organización Mundial del Turismo 2007
- Ley de Incentivo al Turismo bajo el decreto 314-98 reforma mediante decreto 194-2002, La Gaceta del 5 de junio de 2002, P 2 en sus artículos 1,2,3,y 4
- El turismo rural en Latinoamérica, Eduardo Barrera , 1988
- CEPAL, LC/G.2157 (SES.29/3), Brasilia, Brasil, 6 al 10 de mayo de 2002
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Departamento de Desarrollo Sostenible, S944.5 .G78G56 2006
- Ley General del Ambiente (decreto 104-93)
- AFC/COHDEFOR
- Experiencias Turísticas, Ryan, 1997, P 33
- Krippendorf (1999: 19)
- (Pearce 1987 y Leoper 1995, ambos en Swarbrooke *et al.*, 2003).
- The social psychology of tourist behaviour, Pearce, 1982, P 9-17
- Calidad y satisfacción en el sector turístico, E. Ortega, 2003, P 233-260
- Ecoturismo / Turismo Responsable, Báez, Ana. 1996, P 35
- Comercialización del Turismo, Cádenas Tabares, Fabio. 1983, P 68
- Código de Comercio, artículo 384
- Plan de Arbitrios, artículo 98
- Ley de Propiedad Industrial, artículo 85
- Ley del FOSOFI, artículo 20
- Código de Trabajo
- Investigación de Mercado, Kinnear, Thomas / Taylor, James, Quinta Edición
- Programa Nacional de Turismo Sostenible (PNTS), HO-0195, Secretaría de Turismo (SETUR).
- Revista El Economista Regional, artículo “Honduras Busca Cambios”, Abril, 2008.
- [http://turismo-sostenible.rds.hn/documet/turismo\\_medioambiente.doc](http://turismo-sostenible.rds.hn/documet/turismo_medioambiente.doc)

- [http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/guia\\_ecoturismo.pdf](http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/guia_ecoturismo.pdf)
- <http://www.incae.ac.cr/EN/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen630.pdf>
- <http://www.iadb.org/projects/Project.cfm?project=HO0195&Language=Spanish>
- <http://www.turismodecordoba.es/archivos/eventos/evento-4982/JOSEP%20F.%20VALLS.pdf>
- <http://www.centralamerica-smallhotels.com/diagnostico-PAPH-2.pdf>
- <http://www.turismodecordoba.es/archivos/eventos/evento-4982/JOSEP%20F.%20VALLS.pdf>
- [http://www.nature.org/aboutus/travel/ecotourism/files/tarifas\\_de\\_uso\\_turistico\\_cfa.pdf](http://www.nature.org/aboutus/travel/ecotourism/files/tarifas_de_uso_turistico_cfa.pdf)
- [http://www.crc.uri.edu/download/PRO\\_003D.PDF](http://www.crc.uri.edu/download/PRO_003D.PDF)
- <http://www.visitehonduras.com/>
- <http://visitehonduras.com/iht/>
- <http://www.amhon.hn/>
- <http://www.cepal.org/estadisticas/bases/>
- <http://www.iadb.org/sds/doc/ENV-GestionAreasProtegidas2-S.pdf>
- <http://www.paamul.com.ar/ciudades.php?ciudad=Los%20Naranjos%20-%20El%20Puente&pais=Honduras>
- <http://info.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/boletin/cont/96/art/art5.pdf>
- <http://www.agendaforestalhn.org/documentos/Estrategia%20Nacioanal%20de%20Bienes%20Y%20Servicios%20Ambientales.pdf>
- <http://www-ilo-mirror.cornell.edu/public/spanish/region/ampro/cinterfor/ifp/infop/index.htm>
- <http://www.ihss.hn/>
- <http://www.rap.hn/>
- [http://www.gob.hn/portal/poder\\_ejecutivo/secretarias/salud/](http://www.gob.hn/portal/poder_ejecutivo/secretarias/salud/)
- <http://www.salud.gob.hn/>
- <http://www.sic.gob.hn/>
- [http://test.bch.hn/bchest/honduras\\_en\\_cifras.php](http://test.bch.hn/bchest/honduras_en_cifras.php)
- <http://bch.hn/>
- <http://www.verisign.es/ssl/index.html>
- <http://www.opturh.com/>
- <http://www.hondurastips.honduras.com/spanish/index.htm>

- [http://www.tuttogratis.es/internet/suscripcion\\_en\\_buscadores\\_gratis.html](http://www.tuttogratis.es/internet/suscripcion_en_buscadores_gratis.html)
- <http://www.arrecifetours.com/paquetesHonduras.htm>
- <http://www.destinosdeexito.com/cities/ceiba/ceiba1.htm>
- [www.hondurasmarketing.com](http://www.hondurasmarketing.com)
- <http://www.mctours-honduras.com/hotels.html>
- [http://www.mesoamerica-travel.com/honduras/actividades/expediciones\\_y\\_excursiones/espanol/](http://www.mesoamerica-travel.com/honduras/actividades/expediciones_y_excursiones/espanol/)
- <http://www.honduras-caribbean.com/>
- [http://www.mctours-honduras.com/ht\\_tgu.html](http://www.mctours-honduras.com/ht_tgu.html)
- <http://www.jctourshonduras.com/jctours/hn/destinos/Tegucigalpa.php>
- <http://www.grekotours.net/>
- <http://www.garifunatours.com/>
- <http://www.hondurascoco.com/etrajet%20nomade.htm>
- <http://www.turtle-tours.com/>



## Bibliografías

- OMT” (extraído de “FITUR”, Feria Internacional de Turismo, 2007
- Antropología y Turismo, V. Smith, 1977, P 33
- Campaña de sensibilización presentada por la Organización Mundial del Turismo (WTO-OMT, 2004)
- Secretaria de Turismo (SETUR), boletín Informativo, marzo 2008,
- Barómetro Organización Mundial del Turismo 2007
- Ley de Incentivo al Turismo bajo el decreto 314-98 reforma mediante decreto 194-2002, La Gaceta del 5 de junio de 2002, P 2 en sus artículos 1,2,3,y 4
- El turismo rural en Latinoamérica, Eduardo Barrera , 1988
- CEPAL, LC/G.2157 (SES.29/3), Brasilia, Brasil, 6 al 10 de mayo de 2002
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Departamento de Desarrollo Sostenible, S944.5 .G78G56 2006
- Ley General del Ambiente (decreto 104-93)
- AFC/COHDEFOR
- Esperiencias Turísticas, Ryan, 1997, P 33
- Krippendorf (1999: 19)
- (Pearce 1987 y Leoper 1995, ambos en Swarbrooke *et al.*, 2003).
- The social psychology of tourist behaviour, Pearce, 1982, P 9-17
- Calidad y satisfacción en el sector turístico, E. Ortega, 2003, P 233-260
- Ecoturismo / Turismo Responsable, Báez, Ana. 1996, P 35
- Comercialización del Turismo, Cádenas Tabares, Fabio. 1983, P 68
- Código de Comercio, artículo 384
- Plan de Arbitrios, artículo 98
- Ley de Propiedad Industrial, articulo 85
- Ley del FOSovi, artículo 20
- Código de Trabajo
- Investigación de Mercado, Kinnear, Thomas / Taylor, James, Quinta Edición
- Programa Nacional de Turismo Sostenible (PNTS), HO-0195, Secretaría de Turismo (SETUR).
- Revista El Economista Regional, articulo “Honduras Busca Cambios”, Abril, 2008.
- [http://turismo-sostenible.rds.hn/documet/turismo\\_medioambiente.doc](http://turismo-sostenible.rds.hn/documet/turismo_medioambiente.doc)

- [http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/guia\\_ecoturismo.pdf](http://www.cdi.gob.mx/ecoturismo/guia_ecoturismo.pdf)
- <http://www.incae.ac.cr/EN/clacds/nuestras-investigaciones/pdf/cen630.pdf>
- <http://www.iadb.org/projects/Project.cfm?project=HO0195&Language=Spanish>
- <http://www.turismodecordoba.es/archivos/eventos/evento-4982/JOSEP%20F.%20VALLS.pdf>
- <http://www.centralamerica-smallhotels.com/diagnostico-PAPH-2.pdf>
- <http://www.turismodecordoba.es/archivos/eventos/evento-4982/JOSEP%20F.%20VALLS.pdf>
- [http://www.nature.org/aboutus/travel/ecotourism/files/tarifas de uso turistico cfa.pdf](http://www.nature.org/aboutus/travel/ecotourism/files/tarifas_de_uso_turistico_cfa.pdf)
- [http://www.crc.uri.edu/download/PRO\\_003D.PDF](http://www.crc.uri.edu/download/PRO_003D.PDF)
- <http://www.visitehonduras.com/>
- <http://visitehonduras.com/iht/>
- <http://www.amhon.hn/>
- <http://www.cepal.org/estadisticas/bases/>
- <http://www.iadb.org/sds/doc/ENV-GestionAreasProtegidas2-S.pdf>
- <http://www.paamul.com.ar/ciudades.php?ciudad=Los%20Naranjos%20-%20El%20Puente&pais=Honduras>
- <http://info.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/boletin/cont/96/art/art5.pdf>
- <http://www.agendaforestalhn.org/documentos/Estrategia%20Nacioanal%20de%20Bienes%20Y%20Servicios%20Ambientales.pdf>
- <http://www-ilo-mirror.cornell.edu/public/spanish/region/ampro/cinterfor/ifp/infop/index.htm>
- <http://www.ihss.hn/>
- <http://www.rap.hn/>
- [http://www.gob.hn/portal/poder\\_ejecutivo/secretarias/salud/](http://www.gob.hn/portal/poder_ejecutivo/secretarias/salud/)
- <http://www.salud.gob.hn/>
- <http://www.sic.gob.hn/>
- [http://test.bch.hn/bchest/honduras\\_en\\_cifras.php](http://test.bch.hn/bchest/honduras_en_cifras.php)
- <http://bch.hn/>
- <http://www.verisign.es/ssl/index.html>
- <http://www.opturh.com/>
- <http://www.hondurastips.honduras.com/spanish/index.htm>

- [http://www.tuttogratis.es/internet/suscripcion\\_en\\_buscadores\\_gratis.html](http://www.tuttogratis.es/internet/suscripcion_en_buscadores_gratis.html)
- <http://www.arrecifetours.com/paquetesHonduras.htm>
- <http://www.destinosdeexito.com/cities/ceiba/ceiba1.htm>
- [www.hondurasmarketing.com](http://www.hondurasmarketing.com)
- <http://www.mctours-honduras.com/hotels.html>
- [http://www.mesoamerica-travel.com/honduras/actividades/expediciones\\_y\\_excursiones/espanol/](http://www.mesoamerica-travel.com/honduras/actividades/expediciones_y_excursiones/espanol/)
- <http://www.honduras-caribbean.com/>
- [http://www.mctours-honduras.com/ht\\_tgu.html](http://www.mctours-honduras.com/ht_tgu.html)
- <http://www.jctourshonduras.com/jctours/hn/destinos/Tegucigalpa.php>
- <http://www.grekotours.net/>
- <http://www.garifunatours.com/>
- <http://www.hondurascoco.com/etrajet%20nomade.htm>
- <http://www.turtle-tours.com/>

## **Glosario**

### **Hábitat**

Es el lugar de condiciones apropiadas para que viva un organismo, especie o comunidad animal o vegetal.

### **Garifunas**

Son todos los individuos de un pueblo producto de la mezcla de arahuacos, caribes insulares y negros africanos esclavos de las Antillas que los ingleses deportaron de las Islas de San Vicente a Roatán, en 1797, y después se extendieron por la costa Atlántica de Honduras, Belice, Guatemala y Nicaragua.

### **Catering**

### **Áreas Protegidas**

Cualquier categoría de terreno que está oficialmente protegida por un gobierno nacional o internacional, estado, organización o agencia. Por definición, un área protegida debería estar segura del uso irrestricto de sus recursos.

### **Áreas Silvestres**

Áreas poco urbanizadas que no han sido intensamente manejadas o manipuladas. Ellas incluyen bosques, desiertos, montañas, pastizales y otras extensiones de tierras. A través de un largo uso, se aplica a aquellas tierras establecidas que presentan una apariencia natural. "Áreas Silvestres" pueden ser sinónimos o asociadas con: Áreas Protegidas; Parques Nacionales; Reserva Natural; Bosques o Refugios Silvestres; Bosques Nacionales; Cuencas; Pastizales; Reservas de la Biosfera; Áreas de Uso Múltiple (o reservas, zonas); Reservas indígenas; Reservas Extractivas. En el ámbito internacional, las áreas silvestres pueden comprender todas o cualquiera de las clasificaciones arriba mencionadas.

### **Atractivo turístico**

Cualquier punto o elemento del patrimonio natural y cultural de un sitio que sea capaz de motivar la visita por parte de los turistas. Punto o elemento atractivo para el turista.

## **Biodiversidad. O Diversidad Biológica**

La biodiversidad es la variabilidad de las existencias de material genético encontradas en la flora y fauna en una localidad.

## **Hotel**

Es un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los viajeros, alojarse durante sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento.

## **Hotel de Montaña**

Hotel situado en una Montaña. Mantienen la calidad hotelera, gastronómica y de entretención, ubicados generalmente en terrenos rústicos o rurales. Suelen ser edificaciones tradicionales, rehabilitadas y en ocasiones incluyen o están próximas a explotaciones agropecuarias.

## **La Comunidad**

Representada por el sector local que participan directamente de la actividad, o sea los actores, y aquellos que no se involucran o lo hacen en una forma indirecta y que se les podría denominar espectadores.

# Anexo 1

UDI-DEG-UNAH

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



We are students of the National Autonomous University of Honduras, and we are conducting an investigation about the sale of goods and services on the Internet, so we are asking for your valuable collaboration to answering this survey:

**Instructions: Here are presented a series of questions, please check the box that corresponds to your answer:**

**1. Do you use the Internet to buy products or services?**

- Yes
- No

**2. Would you be interested in buying on the Internet:**

- Tour Packages all over Honduras
- Honduran Products
- Others
- Not Interested

**3. How have you selected the tour packages you've purchased? (Check all that apply)**

- By Internet
- Travel Agencies
- Magazines
- Recommended by a relative
- Tour operators

**4. With whom have you regularly travels?**

- Alone
- Wife
- Wife and kids
- Friends
- Work Partners

**5. The tour packages you've purchased contained: (Check all that apply)**

- Air Tickets
- Transportation from the airport to hotel
- Food
- Entertainment activities
- Transport to a specific area
- Other \_\_\_\_\_

**6. Your travels out of your country in a year are? (on average)**

- 1 - 2
- 3 - 4
- 5 +

**7. Would you interested be in realizing ecotourism in Honduras?**

- Yes
- No

**8. What is your average budget to spend on a trip and how much days does the trip last (on average)?**

	<u>Budget</u>	<u>Number of Days</u>
<input type="checkbox"/>	Up to U.S. \$ 1,000.00	_____
<input type="checkbox"/>	From \$ 2,000.00 to \$ 3,000.00	_____
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

From \$ 3,000.00 to \$ 5,000.00 \_\_\_\_\_

Other \_\_\_\_\_

**9. When you buy something online, you pay: (Check all that apply)**

- Cash
- Credit Card / Debit
- Through a bank
- Other \_\_\_\_\_

**10. What kind of products would you be willing to buy on the Internet? (Check all that apply)**

- Wood furniture
- Honduran Crafts
- Jewelry
- Apparel
- Other: \_\_\_\_\_

**11. How much would you be willing to spend in an online purchase?**

- Up to U.S. \$ 50.00
- From \$ 50.00 to U.S. \$ 100.00
- From U.S. \$ 100.00 to \$ 200.00
- Over U.S. \$ 200.00
- Other: \_\_\_\_\_

**12. The purchases you made online met your expectations?**

- Yes
- No,
- Reason: \_\_\_\_\_

**13. Which websites that sell products/services on line you know:**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**14. How did you get to know about them? (Check all that apply)**

- Internet browser
- Newspaper Ad / magazine
- Another Web site
- Other \_\_\_\_\_

**15. Purchases you made in a year (On average)**

- 1 - 5
- 5 - 10
- 10 +

**16. What kind of products do you buy on the Internet?**

\_\_\_\_\_

- Occupation: \_\_\_\_\_
- Your Gender:  Male /  Female
- Age:  Under 25 /  25-45 /  45-54 /  55 and over

**Thank you for your help !!**



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS  
MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



Somos estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras y estamos realizando una investigación sobre la venta de productos y/o servicios por Internet, por lo que solicitamos su valiosa colaboración contestando la presente encuesta:

**Instrucciones:** A continuación se le presentan una serie de preguntas, favor seleccione la casilla que corresponda a su respuesta:

**1. Utiliza el Internet para comprar productos o servicios?**

- Si  
 No

**2. Le interesaría adquirir por Internet:**

- Paquetes de viaje  
 Productos Hondureños  
 Otros  
 No le interesa

**3. De qué manera ha seleccionado los paquetes de viaje que ha adquirido?  
(Puede seleccionar varios incisos)**

- Por Internet  
 Agencias de viajes  
 Revistas  
 Recomendación Familia  
 Operadores turísticos

**4. Con quién viaja regularmente?**

- Solo  
 Esposa  
 Esposa e hijos  
 Amigos  
 Compañeros de trabajo

**5. Qué contenían los paquetes de viaje que ha adquirido? (Puede seleccionar varios incisos)**

- Boletos aéreos  
 Transporte aeropuerto hotel y viceversa  
 Alimentación  
 Entretenimientos  
 Transporte a las zonas visitadas  
 Otros \_\_\_\_\_

**6. Cual es el promedio de viajes que realiza al año?**

- 1 - 2  
 3 - 4  
 5 +

**7. Estaría interesado en realizar ecoturismo en Honduras?**

- Si  
 No

**8. Cuánto es el promedio de su presupuesto que destina para realizar viajes y de cuantos Días?**

\_\_\_\_\_ Promedio \_\_\_\_\_ Numero de Dias

- Hasta U.S. \$ 1,000.00 \_\_\_\_\_
- De \$ 2,000.00 a \$ 3,000.00 \_\_\_\_\_
- De \$ 3,000.00 a \$ 5,000.00 \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_

**9. Como efectúa los pago de lo que adquiere a través del Internet?**

- Efectivo
- Tarjeta de crédito/debito
- Extrafinanciamiento
- Otro: \_\_\_\_\_

**10. Que tipo de productos estaría dispuesto a comprar por Internet? (Puede seleccionar varios incisos)**

- Muebles de madera de elaboración artesanal
- Artesanías típicas hondureñas
- Joyería artesanal
- Productos textiles
- Otros: \_\_\_\_\_

**11. Cuánto estaría dispuesto a gastar en las compras por Internet?**

- Hasta US\$ 50.00
- De US\$ 50.00 a US\$ 100.00
- De US\$ 100.00 a US\$ 200.00
- Más de US\$ 200.00
- Otro: \_\_\_\_\_

**12. Las adquisiciones que ha realizado por Internet cumplieron sus expectativas?**

- Si
- No
- Porque?: \_\_\_\_\_

**13. Qué sitios Web conoce usted que vendan productos/servicios en línea?**

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**14. Como supo de la existencia de estos sitios Web? (Puede seleccionar varios incisos)**

- Buscador de Internet
- Anuncio de periódico o revista
- Otro sitio Web
- Otro: \_\_\_\_\_

**15. Cual es el promedio de compras que realiza al año?**

- 1 - 5
- 5 - 10
- 10 +

**16. Qué tipo de productos usualmente comprar por Internet?**

- \_\_\_\_\_

Profesión / ocupación \_\_\_\_\_

Sexo: M: \_\_\_\_\_ F: \_\_\_\_\_

Edad:  Menor de 25 /  25-45 /  45-54 /  más de 55

**Muchas gracias por su tiempo**

**Tabla No. 33**  
**Llegadas de Turistas a Nivel Mundial**  
 Millones de Turistas  
 Años: 2003-2007

Continente	2003	2004	2005	2006	2007	Δ% 07 /06	Cuota de Mercado 2007
<b>África</b>	<b>31.0</b>	<b>33.8</b>	<b>37.3</b>	<b>40.9</b>	<b>44.2</b>	<b>8.1</b>	<b>4.9</b>
Norte de África	11.1	12.8	13.9	15.1	16.4	8.6	1.8
Subsariana África	19.9	21.1	23.4	25.9	27.8	7.3	3.1
<b>América</b>	<b>113.1</b>	<b>125.7</b>	<b>133.5</b>	<b>135.7</b>	<b>142.1</b>	<b>4.7</b>	<b>15.8</b>
Norte América	77.4	85.7	89.9	90.7	95.0	4.7	10.6
Caribe	17.1	18.1	18.9	19.4	19.3	-0.5	2.1
Centro América	4.9	5.7	6.5	6.9	7.7	11.6	0.9
Sur América	13.8	16.2	18.2	18.7	20.2	8.0	2.3
<b>Asia y el Pacífico</b>	<b>113.3</b>	<b>144.2</b>	<b>155.4</b>	<b>167.8</b>	<b>184.9</b>	<b>10.2</b>	<b>20.6</b>
Noreste de Asia	61.7	79.4	87.6	94.3	104.2	10.5	11.6
Sureste de Asia	36.1	47.1	49.3	54.0	60.4	11.9	6.7
Oceanía	9.0	10.1	10.5	10.5	10.7	1.9	1.2
Sur Asia	6.4	7.6	8.0	9.0	9.7	7.8	1.1
<b>Europa</b>	<b>407.1</b>	<b>424.4</b>	<b>441.0</b>	<b>460.8</b>	<b>480.1</b>	<b>4.2</b>	<b>53.5</b>
Norte de Europa	45.8	49.6	52.9	54.9	56.0	2.0	6.2
Oeste de Europa	136.1	139.0	142.6	149.8	155.0	3.5	17.3
Centro/Este de Europa	78.5	86.3	87.1	91.3	92.8	1.6	10.3
Meridional/Medit.	146.8	149.5	158.4	164.8	176.3	7.0	19.6
Europa	29.5	36.3	39.2	41.0	46.4	13.2	5.2
<b>Mundo</b>	<b>694.0</b>	<b>764.0</b>	<b>806.0</b>	<b>846.2</b>	<b>897.7</b>	<b>6.1</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Barómetro Organización Mundial del Turismo 2007

**Tabla No. 34**

**Gráfico 1**  
**Entrada de Visitantes a Honduras, según Clasificación Internacional**  
 Años: 2003 – 2007  
 (Miles de personas)

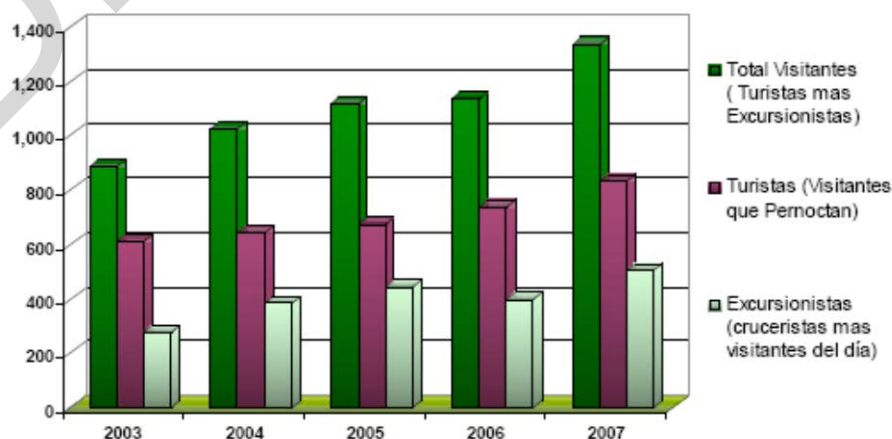


Tabla No. 35

Tabla 53  
Empleos Directos Generados en el Sector Turístico por Año, Según Actividad  
Años 2003-2007

Actividad	2003	2004	2005	2006	2007 <sup>P/</sup>
<b>Sector Privado</b>	<b>128,735</b>	<b>126,238</b>	<b>139,583</b>	<b>143,271</b>	<b>148,017</b>
- Hoteles	31,481	30,870	34,133	34,614	35,323
- Alimentos y Bebidas	73,455	72,031	79,645	80,768	82,421
- Agencias de Viajes y Tour Operadoras	4,629	4,539	5,019	5,425	5,980
- Renta Autos	1,215	1,191	1,317	1,423	1,568
- Tiendas de Artesanías	1,758	1,724	1,906	2,059	2,101
- Transporte Interurbano	10,795	10,586	11,705	12,650	13,943
- Centros de Recreación	4,163	4,082	4,514	4,879	5,148
- Museos y Galerías	1,239	1,215	1,344	1,453	1,533
<b>Sector Gubernamental</b>	<b>103</b>	<b>116</b>	<b>130</b>	<b>146</b>	<b>195</b>
<b>Total</b>	<b>128,838</b>	<b>126,354</b>	<b>139,713</b>	<b>143,417</b>	<b>148,212</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

P/ = Cifras Preliminares

Nota: los datos de empleos corresponden a estimaciones del IHT en base a los resultados de la Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples, realizada por el INE, las cuales fueron ajustadas tomando en cuenta el comportamiento de otras variables.

Tabla No. 36

Llegada anual de Turistas: estructura porcentual por nivel de ingreso, según región de residencia  
Año 2007

Nivel de Ingreso	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
\$5,000 o menos	15.6	3.1	32.1	5.0	3.1
\$5,001 a \$10,000	13.8	6.5	23.1	8.5	9.2
\$10,001 a \$20,000	12.7	10.4	16.0	10.6	9.2
\$20,001 a \$30,000	13.1	16.3	8.8	17.0	13.8
\$30,001 a \$50,000	13.7	18.2	7.8	17.0	18.5
\$50,001 a \$70,000	8.5	12.3	2.8	15.6	15.4
\$70,001 o más	13.6	22.6	2.3	17.7	21.5
Dependiente	8.9	10.6	7.2	8.5	9.2
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Tabla No. 37

Llegada Anual de Turistas: Estructura porcentual por nivel educativo según región de residencia  
Año 2007

Nivel Educativo	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Primaria	10.1	9.6	12.8	2.5	2.5
Secundaria	31.3	34.1	32.4	17.2	16.0
Superior	46.2	40.8	48.2	61.3	56.8
Postgrado / Maestría / Doctorado	11.3	14.6	5.0	18.6	24.7
Otro	1.1	1.0	1.6	0.5	0.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

**Tabla No. 38**  
**Año 2007**

Llegada anual de Turistas: estructura porcentual por frecuencia de visita, según región de residencia,  
Año 2007

Frecuencia de Visita	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Visitó Honduras por primera vez	25.9	27.5	16.0	57.7	50.6
Visitó Honduras por mas de una vez	74.1	72.5	84.0	42.3	49.4
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo, boletín estadístico, marzo de 2008

Tabla No. 39

**Llegada de Turistas, Según Motivo Principal del Viaje  
Año: 2007**

Motivo principal del viaje	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Placer	268,259	109,416	104,388	23,048	11,798
Visitar Amigos / Parientes	258,691	122,883	124,735	5,247	2,949
Negocio / Trabajo	233,061	51,902	186,660	8,432	9,831
Misioneros	29,389	20,761	4,423	375	0
Motivo Religioso	13,669	3,086	11,943	0	655
Congresos / Seminarios	12,986	2,525	10,616	375	983
Salud	5,468	3,086	2,212	0	0
Estudio / Docencia	4,101	2,245	883	374	0
Otros Motivos	5,809	2,244	2,654	375	329
<b>Total</b>	<b>831,433</b>	<b>318,148</b>	<b>448,514</b>	<b>38,226</b>	<b>26,545</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Nota: Estimación aproximada según resultados de la Encuesta del Gasto y Perfil del Turista

Tabla No. 40

**Llegada anual de Turistas: estructura porcentual por modalidad del viaje, según región de residencia, Año 2007**

Modalidad del Viaje	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Paquete Turístico	4.8	5.5	1.8	14.2	9.9
Independiente	95.2	94.5	98.2	85.8	90.1
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Tabla No. 41

**Llegada anual de Turistas: estructura porcentual por expectativas de regresar a Honduras, según región de residencia, Año 2007**

Deseos de regresar a Honduras	Total	Norte América	Centro América	Europa	Resto del Mundo
Sí	98.8	98.8	99.4	96.0	100.0
No	1.2	1.2	0.6	4.0	0.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo

Tabla No. 42

**Llegada de Turistas del Resto del Mundo, Según Motivo Principal del Viaje  
Año 2007**

Motivo principal del viaje	Turistas	Participación Porcentual
Placer	11,798	44.4
Negocio / Trabajo	9,831	37.0
Visitar Amigos / Parientes	2,949	11.1
Congresos / Seminarios	983	3.7
Motivo Religioso	655	2.5
Misioneros	0	0.0
Salud	0	0.0
Estudio / Docencia	0	0.0
Otros Motivos	329	1.2
<b>Total</b>	<b>26,545</b>	<b>100.0</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Tabla No. 43

**Llegada Anual de Turistas, Según Vía de Ingreso  
Años: 2003-2007**

Vía de Ingreso	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Vía Aérea</b>	<b>247,537</b>	<b>259,348</b>	<b>301,445</b>	<b>351,916</b>	<b>382,878</b>
Ramón Villeda M.	115,484	122,030	134,955	156,466	178,625
Toncontín	94,644	98,735	118,319	139,130	146,391
Juan M. Galvez	28,368	29,305	34,705	40,899	43,878
Golosón	6,866	7,020	10,815	12,539	10,620
Otros Aéreos	2,175	2,258	2,651	2,882	3,364
<b>Vía Terrestre</b>	<b>344,232</b>	<b>361,598</b>	<b>348,439</b>	<b>360,886</b>	<b>420,672</b>
El Amatillo	122,131	129,519	111,085	109,714	149,251
El Poy	50,341	51,898	77,909	78,445	61,520
Agua Caliente	45,965	46,942	38,182	43,384	56,172
Las Manos	34,236	37,128	32,701	35,130	41,838
El Florido	32,740	34,047	40,207	46,952	40,010
Fraternidad	29,161	32,041	15,575	15,764	35,636
Guasaule	22,238	22,487	22,355	22,916	27,176
Otros Terrestres	7,420	7,536	10,425	8,581	9,069
<b>Vía Marítima</b>	<b>18,766</b>	<b>20,035</b>	<b>23,151</b>	<b>25,865</b>	<b>27,883</b>
Puerto Cortés	16,928	18,530	21,644	23,934	25,152
Otros Marítimos	1,838	1,505	1,507	1,931	2,731
<b>Total</b>	<b>610,535</b>	<b>640,981</b>	<b>673,035</b>	<b>738,667</b>	<b>831,433</b>

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo.

Nota: La desagregación por vía de ingreso se estimó en base a la estructura presentada en años anteriores

P/ = Cifras Preliminares

UDI-DEGT-UNAH



Tabla No. 44

Nombre de la Empresa	Contacto	Teléfono
Arrecife Tours	Lía Rodríguez	207-4081 al 88
Ecotour Aventuras	Erika Mejía	235-5997/ 255-4023
Guaka Tours	Eloisa Sánchez	239-4603 al 05
Honduras Traveling	Luis Galindo	238-3077 al 79
Mayan Caribbean Travel	Gloria Tavora	551-4391/ 551-4393
M.C. Tours	Alexa Salguero	651-4161/551-8639
TAKESHITAS Tours		251-1459/2063367
Destinos de Éxito	Sonia Moncada	236-9651/2366752
Episco Tours		448-1611/4153101
Gray Line Tours-Honduras	Dilce Torres	220-1552/220-7257
JADE Tours		221-0328/221-0332
Land Tours	Astrid Elvir	221-1410/221-1613
Maya Temple Tours	Victoria Erazo	509-0555/556-9465
Mesoamerica Travel S. A.		557-8447/557-8410
Turasel		236-9003/236-7694
Travel Internacional		558-0518/5581350

Fuentes de Propia