

Universidad Nacional Autónoma de Honduras

Post Grado Centroamericano En Economía y Planificación del
Desarrollo

POSCAE

Maestría En Economía Y Desarrollo



Promoción XIV 2004-2005

**Desarrollo Sustentable del Turismo Alternativo en el Municipio de
Güinope,
El Paraíso, Honduras C.A.**

Presentado por: Ing. Diana Trejo

Previa Opción al Título: Máster en Economía y Desarrollo
Tegucigalpa M.D.C. Honduras C.A. Diciembre del 2014

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS

(UNAH)

Autoridades Universitarias

Rectora:

Lic. Julieta Castellanos Ruiz

Vicerrectora Académica:

Dra. Rutilia Calderón

Secretaria General:

Lic. Emma Virginia Rivera Mejía

Decana Facultad de Ciencias Sociales:

Msc. Martha Lorena Suazo

DIRECCION DEL SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

Coordinadora:

Dra. Mirna de Flores

**POSTGRADO CENTROAMERICANO EN ECONOMIA Y
PLANIFICACION DEL DESARROLLO**

Directora:

Lic. Leticia Sabillon

Asesor Técnico:

Msc. Gustavo Adolfo Torres

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE HONDURAS

**Postgrado Centroamericano en Economía y Planificación del
Desarrollo**

**MAESTRIA EN ECONOMIA Y PLANIFICACION DEL
DESARROLLO**

TERNA EXAMINADORA

Dr. Ramón Rivera

Asesor

Msc. Blass Barahona

Examinador

MSc. Julio Cesar Avilés

Examinador

Tegucigalpa, M.D.C., Honduras C.A

Diciembre del 2014

Dedicatoria

A mis princesas: Celeste, Ámbar y Dominik, por ser el motor de mi vida.

UDI-DEGT-UNAH

Agradecimientos

A Dios, por permitirme culminar exitosamente esta carrera.

A mis padres, por su incondicional apoyo.

A mí querida abuela Erlinda, hasta el cielo.

A mis amigos y colegas, por ser compañeros de este esfuerzo.

A mi asesor de tesis, por su valioso aporte a esta investigación.

A todas las personas e instituciones que colaboraron brindando información para este trabajo investigativo.

¡Un Gran Gracias!

Introducción

El presente trabajo investigativo, corresponde a una propuesta de desarrollo económico para el Municipio de Güinope, departamento El Paraíso, de la zona oriental de Honduras. Se pretende demostrar que Güinope tiene potencial para desarrollar un tipo de turismo, “el Alternativo” en sus formas ecoturismo, agroturismo, turismo de aventura y turismo rural. Pero que hay que desarrollarlo sustentablemente, es decir “el turismo para la comunidad y no la comunidad para el turismo”.

Se inicia planteando el problema de investigación en el capítulo I, para luego señalar las grandes teorías económicas que servirán como marco teórico de este trabajo (Capítulo II).

En seguida se hace referencia al desarrollo actual del turismo en Honduras, concluyendo esta sección con la exposición del caso de Desarrollo Turístico en los Municipios de La Esperanza e Intibucá, como experiencia hondureña en gestión turística alternativa. Con el propósito de rescatar elementos útiles y de aplicabilidad pragmática al tema centro de esta investigación.

Luego, en el capítulo IV, se expone la geografía turística actual de Güinope, haciendo uso de investigación de campo para enriquecer la exposición de este trabajo y así determinar in situ, los verdaderos potenciales, belleza de paisaje, así como las deficiencias que necesitan superarse.

Posteriormente en el capítulo V, basado en las potencialidades y debilidades encontradas en el capítulo IV, se plantea un estrategia de desarrollo turístico alternativo para Güinope, misma se espera sea de utilidad para el gobierno municipal y el comité de turismo.

Consecuentemente se plantea que, el desarrollo del turismo alternativo en Güinope, vendría a redundar en una mejora de las condiciones de vida de los

pobladores de este municipio, esto es, el objetivo de cualquier paradigma económico.

En espera que este trabajo sirva de ayuda para los que creemos en la industria de todos: El Turismo.

UDI-DEGT-UNAH

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. Planteamiento del Problema	10
Contexto Político del Turismo En Centro América	11
Antecedentes del Turismo Alternativo	12
Antecedentes del Problema.....	13
Problema de Investigación.....	20
Objetivos:.....	20
Justificación.....	21
Hipótesis:.....	22
Marco Conceptual	24
Marco Espacial:	29
Diseño Metodológico	29
CAPÍTULO II Marco Teórico	31
El Desarrollo Como Libertad (Amartyasen, 2000).....	32
Crisis En La AGRICULTURA (kautsky, 1898).....	35
Desarrollo del Turismo Sostenible (OMT, 2014).....	37
Sustentabilidad del Desarrollo Turístico (Cabrera Trimiño, 1997).....	39
Experiencia Costarricense como Paradigma de Desarrollo Turístico Alternativo (SECTUR, 2002).....	44
CAPÍTULO III Desarrollo Actual del Turismo en Honduras	53
Secretaria de Turismo (Diario oficial La Gaceta, 1998).....	54
Instituto Hondureño de Turismo (IHT) (Ley de Instituto Hondureño de Turismo)	54
Ley de incentivos al Turismo (La Gaceta, 2002)	55
Estrategia Nacional de Turismo Sostenible, ENTS-Honduras 2006-2021 (IICA, 2009).....	56
Estadísticas De Turismo Honduras	57
Establecimientos Dedicados.....	57

Perfil de la Demanda.....	59
Temporadas Turísticas en Honduras (IHT, 2005)	59
Procedencia de los turistas	59
Gasto y Estadía de Turistas	63
Contribución de La Industria turística a La Economía del país	64
Generación de Empleos	66
Experiencias Hondureñas En La Gestión Del Turismo Alternativo	68
Caso: Proyecto De Desarrollo Turístico En Los Municipios De La Esperanza E Intibuca (Swisscontact (SEC), 2005).....	68
CAPÍTULO IV Geografía del Turismo en Güinope.....	72
Geografía del Turismo (Instituto Nacional de Aprendizaje Nucleo del Turismo, 2002).....	73
Geografía Física de Guinope.....	74
Geografía Humana Y Economica.....	76
Geografía Historica de Interes Turistico de Guinope.....	84
CAPÍTULO V Estrategia de Desarrollo Turístico Alternativo Sustentable para Guinope	123
Estrategia de Desarrollo Turístico Alternativo Sustentable Para Güinope.....	124
Ejes de Acción (PNUD; AMBAR; GOBIERNO REGIONAL METROPOLITANO DE SANTIAGO, 2012):.....	125
Eje 1: Gobernanza y asociatividad.	125
Eje 2: Infraestructura de apoyo al desarrollo turístico.	126
Eje 3: Productos y servicios innovadores.	127
Eje 4: Formación e inclusión de Capital Humano.	129
Eje 5: Difusión y marketing turístico	131
Creacion de Rutas y Circuitos Turísticos.....	131
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

CONTEXTO POLÍTICO DEL TURISMO EN CENTRO AMÉRICA

Las actuales políticas económicas aplicadas a los países de América Latina obedecen al llamado modelo *neoliberal*, que atendiendo a su etimología significa nuevo liberalismo, quien siempre se apoya en su principio fundamental: *dejad hacer, dejad pasar* su original en francés *laissez faire, laissez passer* que desde el siglo XVIII fue planteado por el escocés Adán Smith.

Ya en la época contemporánea es el austriaco Frederick Hayec (premio Nobel de economía 1974) quien retoma las ideas de los clásicos plasmándolas en su libro: *él camino hacia la servidumbre* (1944) "considerada esta publicación la génesis del neoliberalismo y su autor como padre de dicha ideología.

Es el neoliberalismo, la "receta salvadora" que impusieron el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional a las economías centroamericanas a principio de la década de los ochenta, en respuesta a su incapacidad de pago de la deuda externa. Según, este modelo propiciaría un crecimiento económico interno para poder generar la capacidad de pagar la deuda, exigiendo a los países deudores (BCIE 2002):

- Ataque a la inflación
- Reducción del gasto público
- Reestructuración del sistema impositivo
- Privatización
- Desregulación financiera y comercial
- Fomento de los derechos de propiedad

Es a partir de 1990 que el modelo neoliberal se establece oficialmente en las ya de por sí empobrecidas economías centroamericanas, la consigna era trabajar unidos para promover las exportaciones, inversiones extranjeras y el turismo; dentro de la iniciativa turística se pretende posicionar a Centroamérica como un destino de clase mundial. (BCIE 2002)

Para el tema general que compete a esta investigación: “el turismo alternativo” es tan importante, que se vuelve necesario revisar algunos de sus antecedentes,

ANTECEDENTES DEL TURISMO ALTERNATIVO

El turismo tradicional de “sol y playa “se está agotando en el mundo entero. Esto debido a la degeneración de los entornos naturales, afectados por las inmensas construcciones físicas, contaminación del mar, deterioro de la capa de ozono, entre otros, que proscriben cada día más las exposiciones solares. En vista de esto ha surgido, a partir de la década de los 90’s un nuevo tipo de turismo, más “amigable” con la naturaleza: El **Turismo Alternativo** (García 2000). Los nuevos turistas buscan más que sol y playa, contacto con la naturaleza y mejores prácticas. Tabla 1.1 (Poon 1998)

Tabla 1.1 TURISMO EN METAMORFOSIS

Viejos Turistas	Nuevos Turistas
<ul style="list-style-type: none"> • Buscan el sol • Siguiendo las masas • Aquí hoy, ausentes mañana • Superioridad • Gustan de atracciones • Reactivos • Comen en el comedor del hotel 	<ul style="list-style-type: none"> • Buscan experimentar algo nuevo • Piensan en la capacidad de carga • Ven y disfrutan, pero no destruyen • Comprensibles • Gustan del deporte y la naturaleza • Aventuras • Prueban comida fuera de la localidad

Fuente: Poon, 1993: 23. Citado por Mow forth, Martin; Munt, Lana. Tourism and Sustainability, the new tourism in the third world, Page. 54

Se ha comprobado que a pesar de las diversas crisis económicas, el sector turístico ha mantenido su crecimiento hasta convertirse en uno de los pilares económicos de algunos países, y para el futuro se espera que siga esta tendencia al ascenso: "La Organización Mundial de Turismo (OMT) espera que el turismo alcance una tasa de crecimiento medio anual de llegadas de turistas internacionales del 3.3% para el periodo 2010-2030, esto significa que cada año como media, entraran en el mercado turístico 43 nuevos millones de turistas internacionales (OMT s.f.). Para el 2020 se espera un movimiento turístico de 1,600 millones, con ingresos turísticos de alrededor de dos billones de dólares (Zamorano 2003).

Así mismo, según las proyecciones de la OMT las economías emergentes podrían lograr un crecimiento de llegadas internacionales a un ritmo que duplicaría al de aquellos que se encuentran en economías avanzadas (4.4% al año frente al 2.2%). En términos absolutos las economías emergentes de Asia, América Latina, Europa Central y Oriental, Europa Mediterránea Oriental, Oriente Medio y África ganaran una media de 30 millones de llegadas al año, frente a los 14 millones de los destinos tradicionales de las economías avanzadas de América del Norte, Europa, Asia y el Pacífico (OMT s.f.).

Concretando más sobre el tema específico de este estudio, se detallan en seguida los antecedentes del problema de investigación.

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Según el reporte anual 2011 de la Organización Mundial de Turismo (OMT), un record de 982 millones de turistas internacionales viajaron por el mundo durante este año. Esto representó un incremento de 4.6% con respecto a 2010. Por su parte, el ingreso generado por turismo incrementó 3.8%, sobrepasando

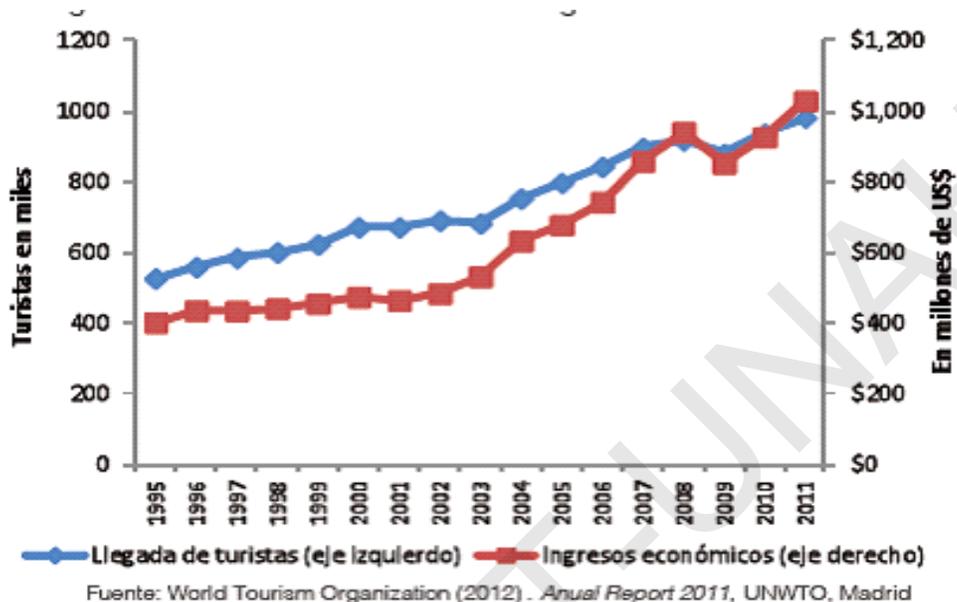
ligeramente el billón de dólares americanos por primera vez en la historia. Porcentualmente, del billón de dólares americanos generados por el turismo mundial, la mayor parte la recibió Europa (45%, lo cual representa US\$ 463 mil millones), seguido por Asia Pacífico (28%, US\$ 289 mil millones) y las Américas (19%, US\$ 199 mil millones). Por su parte, el Oriente Medio se quedó con el 4% (US\$ 46 mil millones) y África con el 3% (US\$ 33 mil millones) (ver Gráfico 1.1). (SITCA 2012)

En Centroamérica, el ingreso de turistas creció 4.4% en el 2011, alcanzando la cifra de 8.2 millones de turistas (Gráfico 1.2). En términos absolutos, esto significó la llegada de 347 mil turistas más que el año previo. Durante el 2011, el gasto promedio diario de los turistas ascendió a US\$ 103.4. Lo anterior significó un aumento de 2.4% respecto al año anterior. La generación de divisas por turismo en la región tuvo un incremento del 8.5%, ascendiendo a US\$ 8,130.2 millones durante el 2011 (Gráfico 1.3). La cantidad de empleos generados por el turismo en Centroamérica ascendió a 382 mil puestos trabajos, lo cual representó una disminución de 4.8% respecto al 2010. Lo anterior sin tomar en cuenta datos de Belice. (SITCA 2012).

Puede entonces notarse en estos tres gráficos sus tendencias crecientes:

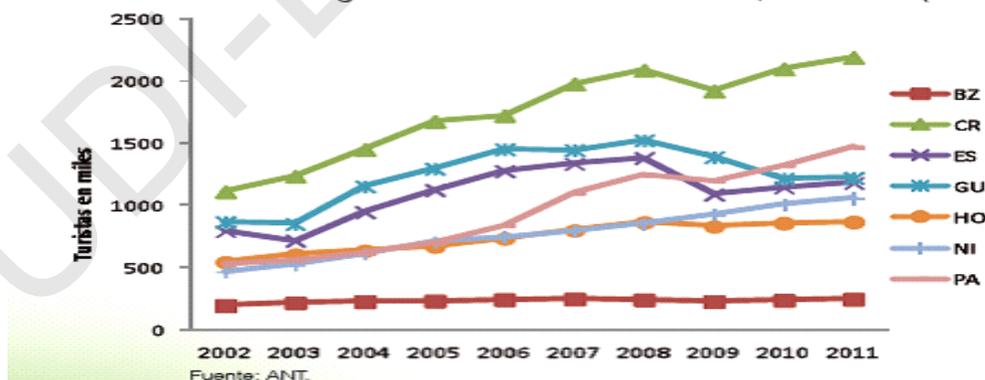
- Del gráfico 1.1 puede deducirse que en el transcurso de los quince años representados (1995-2011), se ha duplicado tanto la cantidad de turistas como los ingresos económicos en las diferentes regiones del mundo, es entonces una actividad muy rentable que genera millones de Dólares al año. Para Centro América la tendencia es la misma, esto puede verificarse en el gráfico 1.3
- En el gráfico 1.2 se puede ver que Costa Rica es el país que capta más ingresos que el resto de países centroamericanos, producto de la actividad turística, este país es conocido mundialmente por su turismo de naturaleza.

Gráfico 1.1 Llegada de Turistas Internacionales e Ingresos Económicos en el Mundo



Fuente: Secretaría de Integración turística CA (SITCA), Boletín de Estadísticas de CA 2011.

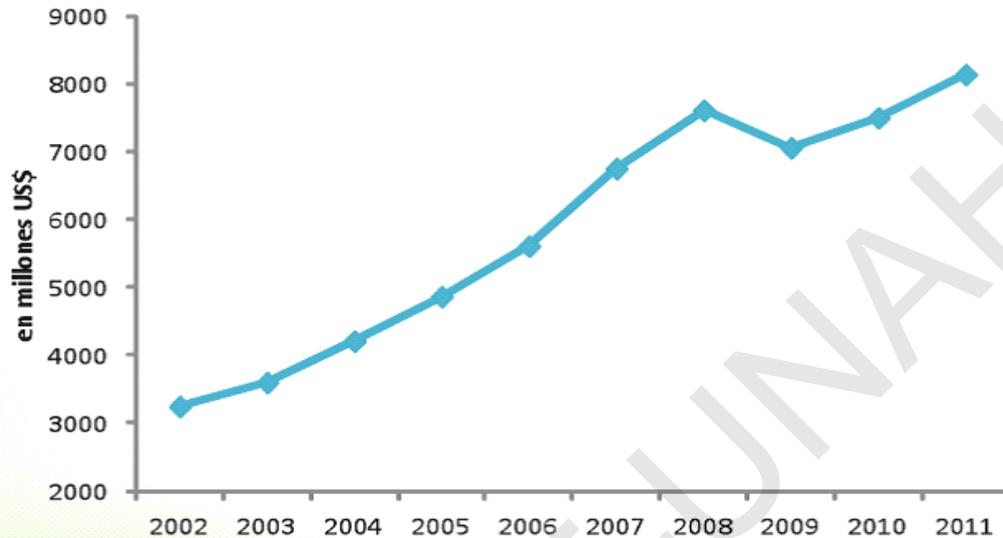
Gráfico 1.2 Llegadas de turistas Internacionales a CA 2002-2011(en miles)



País	Centroamérica	Belice	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
Abreviatura	CA	BZ	CR	ES	GU	HO	NI	PA

Fuente: Secretaría de Integración turística Centroamericana (SITCA), Boletín de Estadísticas de Centroamérica 2011.

Gráfico 1.3 Ingresos Económicos Generados Por el Turismo en CA
2002-2011 (Millones de US\$)



Fuente: Secretaría de Integración turística Centroamericana (SITCA), Boletín de Estadísticas de Centroamérica 2011.

La actividad turística en Centro América presenta tres grandes ventajas competitivas que pueden potenciar el desarrollo del Turismo Alternativo, en especial aquel tipo de actividades basadas en la naturaleza.

- Su ubicación geográfica, cercana a importantes mercados de consumo de viajes y vacaciones (Estados Unidos, Canadá, México y Brasil, principalmente). Los viajeros estadounidenses se consideran el principal mercado meta de los países de la región.
- La dotación de recursos naturales, lo cual le permite contar con una gran variedad de ecosistemas de interés para el turista.
- El clima, que facilita la realización de actividades turísticas a lo largo de todo el año.

Además, la región posee una reputación internacional como benefactor a la estabilidad climática del planeta a través de la fijación de carbono y la conservación del agua, por otro lado están presentes empresas transnacionales, organismos no gubernamentales extranjeros e internacionales, al igual que locales, centros de investigación nacionales, empresas operadoras de Turismo, dependencias del sector público y gobiernos locales, que generan programas, investigaciones e inversiones, algunas orientadas a la identificación de especies, es decir, biosprospección, ya que de sus bosques tropicales se extraen componentes básicos para la elaboración de productos medicinales. Generando a partir del uso sustentable de los recursos naturales, beneficios económicos.

Uno de los productos sobresalientes es el turismo basado en la naturaleza, ya que la región posee potencial para ello, y este es practicado en especial por turistas que tienen un elevado ingreso, logros académicos destacables, tendencia a continuar con su aprendizaje personal, aprecio por la naturaleza y un alto grado de responsabilidad ambiental.

Centroamérica contabiliza cinco grandes categorías de productos turísticos que la posicionan como un destino diferente a otras regiones del planeta:

- Naturaleza, destacando el sistema de áreas protegidas de Costa Rica;
- Arqueología, representada por las ciudades de Tikal y Copán, en Guatemala y Honduras, respectivamente;
- Ciudades coloniales, como sería el caso de Antigua, en Guatemala;
- Buceo, en las Islas de la Bahía, en Honduras, y en Belice;
- Culturas vivas, en donde cabe destacar los grupos garífunas de la costa Hondureña y guatemalteca, y las comunidades indígenas de Guatemala.

No obstante de sus logros, el clúster turismo centroamericano adolece de Limitantes:

- Altos costos de las tarifas aéreas tanto para viajar desde los Estados

Unidos como para movilizarse intrarregionalmente;

- Insuficientes recursos para definir e implementar planes de promoción, carencia, en algunos casos, de planes estratégicos de marketing, y falta de continuidad de los esfuerzos emprendidos;
- Insuficiente integración y eficiencia en los proyectos de colaboración entre el sector público y el sector privado;
- Insuficiente infraestructura para aprovechar los recursos y atractivos

Disponibles;

- Altos niveles de inseguridad en ciertas zonas de algunos países, con Riesgos potenciales de aumento de la criminalidad hacia turistas en otros;
- Falta de incentivos extendidos que contribuyan a un mejor desempeño en materia de gestión ambiental;
- Falta de opciones de financiamiento a largo plazo para proyectos que tienen un amplio horizonte de maduración;
- Carencia de programas de formación a nivel superior e insuficiente capacitación de los recursos humanos que se desempeñan en el turismo.

De acuerdo con estadísticas del Instituto Hondureño de Turismo (ITH) durante el año 2011, el país recibió más de ochocientos mil turistas, lo cual representó \$638.8 millones de dólares en divisas.

En el índice de estacionalidad del turismo receptor, existe un periodo de mayor afluencia de turistas y que corresponde a los cuatro primeros meses del año, así como también al periodo de julio y agosto, constituyendo estos meses la temporada alta. La región que más aporta turistas a Honduras es Centroamérica (47.0%), seguido de Norteamérica (36.3%), el cual representa un tercio del total de visitantes que ingresan al país. El mercado europeo representa un 10.9% de la demanda; el resto de turistas (5.8%) provienen de otros países del mundo. Según resultados de la Encuesta de Gasto y Perfil del Turista, el 34.3% visitó el país por “Negocios y motivos profesionales” seguido por el 33.9% que respondieron que las

“Vacaciones, recreo y ocio” representó la motivación para su desplazamiento. (SITCA 2012)

A nivel nacional y específicamente para el municipio de Güinope, la actividad turística se ha venido desarrollando, únicamente a través del festival nacional de la naranja que se celebra a principios del mes de marzo y en menor medida para el periodo feriado de semana santa, ya que en la zona hay muchos balnearios y pozas.

De esta forma el Municipio es visitado por excursionistas de Tegucigalpa, representantes de ONG`s, gobierno, empresas que realizan actividad comercial en la zona, universitarios de la Escuela Agrícola Panamericana, y demás universidades de Tegucigalpa y Danlí.

Dado su cercanía con la Escuela Agrícola Panamericana, también se desplazan a la zona profesionales extranjeros y nacionales de esta institución, para realizar trabajos de campo con sus estudiantes.

Sin embargo Güinope aún no ha podido posicionarse como un destino para realizar turismo alternativo, ya que no hay ninguna organización al respecto, actualmente no hay en ejecución ninguna política en torno al desarrollo turístico del Municipio y el tema se aborda de manera individual a través de pequeñas iniciativas de negocio.

Recientemente Güinope fue declarado destino Ecológico y geo turístico por el Congreso Nacional, con lo cual se espera la política turística del país sea extensiva hasta este Municipio.

A partir de aquí, se plantea el problema que motiva esta investigación:

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La industria turística, es un sector económico muy importante dentro de la economía hondureña ubicándose en el tercer renglón de la balanza de pagos. Sin embargo la falta de una política turística eficaz, que pueda potenciar el desarrollo de las comunidades rurales hondureñas, es un factor trascendental en los mínimos ingresos que genera este rubro en el municipio de Güinope, donde nos encontramos ante un incipiente desarrollo turístico.

Se intentara demostrar que este municipio tiene un potencial turístico no desarrollado, en cuanto a agricultura tradicional y cultivos exóticos, recursos naturales, acceso a la carretera Panamericana, servicios básicos, hoteles, posadas, balnearios. También cuenta con atractivos culturales, artísticos y gastronómicos, que más adelante tocaremos a profundidad.

Se hace necesario entonces, obscurtar tales potencialidades turísticas para poder aprovecharlas eficientemente, de tal forma que se traduzcan en empleos directos e indirectos que mejoren el nivel de vida de las familias que habitan en la zona.

Los objetivos que se pretenden alcanzar con este trabajo son los siguientes:

OBJETIVOS:

Objetivo General:

Sugerir estrategias que podrían aplicarse para el desarrollo sustentable del potencial turístico que posee Güinope, para convertirlo en un destino competitivo para hacer turismo alternativo.

Objetivos Específicos

- Mostrar el potencial competitivo en materia de turismo alternativo que posee Güinope.

- Sugerir estrategias para el desarrollo del turismo en Güinope y que sea de forma sustentable.
- Identificar recursos para el desarrollo del turismo

JUSTIFICACIÓN

Los cambios en la demanda turística mundial, las nuevas tecnologías de información y comunicación, la sensibilidad ambiental, más las profundas necesidades económicas de las comunidades rurales, han hecho que algunos países establezcan una política de desarrollo rural basada en el turismo, para de esta manera mitigar la migración, el desempleo y bajo nivel de vida. Así mismo de esta manera preservar las riquezas naturales y belleza de paisajes.

Los pioneros de este tipo de turismo, son los españoles y los franceses, nace entonces, el concepto de turismo rural que se basa en el respeto a la naturaleza, tradiciones y cultura, de quienes acogen a los visitantes, considerando también los intereses de los que visitan el lugar. Ahora este tipo de turismo es parte de un concepto más amplio: "Turismo Alternativo". Con nuestros vecinos costarricenses como paradigma regional centroamericano, donde los ingresos por este rubro representan la principal fuente de divisas y en el 2011 captaron el 30% de los ingresos turísticos de Centroamérica (Instituto Costarricense de Turismo 2011)

Siendo el Municipio de Güinope, una zona rural con evidentes atractivos turísticos, así como con profundos retos económicos, en especial el problema del desempleo. Se vuelve entonces, deseable la elaboración de investigaciones en torno a los potenciales generadores de empleo en la zona, ya que los estudios alrededor a esta temática son muy escasos. En este caso se plantea el desarrollo

del turismo alternativo, es así que esta investigación pueda servir de referencia para elaborar planes y proyectos, a las personas, empresas e instituciones que pretendan incursionar en la "industria sin chimeneas" en Güinope.

Igualmente se espera que sea de utilidad para otras investigaciones en la zona y que cuando al menos sirva de referencia a los estudiosos e intelectuales que lo consulten.

De esta forma entonces, se formula la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS:

El municipio de Güinope posee potencial para realizar turismo alternativo. Pero, se requieren políticas y estrategias para desarrollarlo sustentablemente, de forma tal que pueda posicionarse dentro de la oferta actual de destinos rurales con riquezas naturales, para poder generar nuevas fuentes de empleo en la zona, incrementar los ingresos percibidos por esta actividad económica. Lo cual vendría a mejorar el nivel de vida de los habitantes.

Para la demostración de esta hipótesis analizaremos las variables e indicadores mostrados en la tabla 1.2.

Tabla 1.2-VARIABLES e Indicadores

VARIABLE	FUNCION	INDICADOR	REFERENTE
Desarrollo Actual del Turismo en Honduras, Centroamérica	Variable Dependiente (Efecto)	Legislación Turística de Honduras Aporte del Turismo a la economía hondureña Experiencias hondureñas en la gestión del turismo alternativo.	- Ley de Incentivos al Turismo -Estrategia Nacional de Turismo (ENT) -Estadísticas de turismo en Honduras -Proyecto De Desarrollo Turístico En Los Municipios De La Esperanza E Intibucá
Geografía Turística de Güinope, Departamento El Paraíso	Variable Independiente (causa) Variable Independiente (Causa) Variable Independiente (Causa) Variable Dependiente (Efecto)	-Geografía Física -Geografía humana y económica -Geografía histórica y de interés turístico -Propuesta de Estrategias para el Desarrollo Sustentable del Turismo Alternativo en Güinope	-Ubicación Geográfica -Localización física -Limites físicos -Clima -Población -Infraestructura -Empleo -Calidad de vida -Índice de Desarrollo Humano -Seguridad Publica -Elementos históricos de Güinope -Inventario Turístico -Ejes de acción -Circuitos y rutas propuestas.

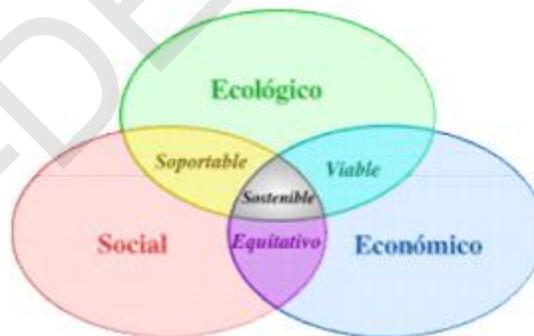
Basados en esta interrelación de variables, es necesario definir algunos conceptos básicos.

MARCO CONCEPTUAL

Sustentabilidad: En el campo del turismo el término sustentabilidad puede ser y ha sido usado por muchos para expresar rectitud moral y credenciales “verdes” a las actividades de los turistas (Poon 1998).

Desarrollo Sostenible y Sustentable (Izamar, 2013)

Desarrollo sostenible es el término que se le da al equilibrio del manejo del planeta en tres ámbitos ambiental, social y económico. Teniendo en cuenta que, ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación, ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente, ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible.



El desarrollo sustentable es un proceso integral que exige a los distintos actores de la sociedad compromisos y responsabilidades al aplicar mecanismos económicos, políticos, ambientales y sociales, así como en los patrones de consumo que determinan la calidad de vida. El desarrollo sustentable requiere manejar los recursos naturales, humanos, sociales, económicos y tecnológicos, con el fin de alcanzar una mejor calidad de vida para la población y, al mismo

tiempo, velar porque los patrones de consumo actual no afecten el bienestar de las generaciones futuras.

Según Johany Santodomingo, ingeniero ambiental que publica su artículo sobre desarrollo sustentable y sostenible, concluye: "La sostenibilidad y la sustentabilidad como modelos de desarrollo no se logran hacer realidad de la noche a la mañana, puesto que para ello hacen falta la implementación, adecuación y aplicación de estrategias eficaces y acordes al modelo de desarrollo que se quiera implementar, es imprescindible tener en cuenta que no basta con poseer riqueza si no se tiene un rumbo definido de que es lo que se quiere hacer, establecer y desarrollar en el tiempo".

Alexis Márquez Rodríguez hace una descomposición lingüística de las palabras sustentable y sostenible de la siguiente manera:

«Sostenible» y «sustentable» son de los llamados «adjetivos verbales» o «postverbales», porque derivan de sendos verbos: «sostener» y «sustentar».

Desarrollo sostenible es aquel tipo de desarrollo que se da en una nación que puede mantener o sostener el equilibrio en la parte social, económica y ambiental y desarrollo sustentable es el tipo desarrollo que genera una mejor calidad de vida, sin dejar que el consumismo afecte las generaciones futuras.

Entonces diremos que el desarrollo sostenible solo se mantiene en esa línea de estándares permitida, mientras que el sustentable es aquel que crea o genera una mejor calidad de vida.

Turismo Es la tendencia natural del ser humano a cambiar de sitio para beneficiarse de las bondades de otros lugares distintos de aquel donde usualmente vive y descansar en ambiente agradable, para esparcimiento y recreación (Ramírez s.f.)

Turismo Alternativo. Segmento del turismo basado en la visita a zonas naturales. Incluye sus formas (DSEA, Zamorano 2006).

Ecoturismo: definido por la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) como “Un viaje responsable a áreas naturales donde se conserva el ambiente y se sostiene la armonía de la gente local”. (DSEA, Zamorano 2006)

Agroturismo: Donde el turista participa en las labores tradicionales de un establecimiento o zona agropecuaria. Ejemplo: Ordeñar una vaca, observación de cultivos. (DSEA, Zamorano 2006)

Turismo de Aventura: Busca la vivencia de una situación especial que conlleve al riesgo. Un turista que hace Canopy, rafting, kayaking o realiza una cabalgata, ciclismo, no necesariamente está interesado en hacer ecoturismo especializado, esas son más bien actividades de Turismo de aventura en un espacio rural. (DSEA, Zamorano 2006)

Canopy: Consiste en una polea suspendida por cables montados en un declive, para que sean impulsados por la gravedad y deslizarse desde la parte superior hasta el fondo. (Wikipedia, 2014)



Rafting: El descenso de ríos o balsismo, conocido internacionalmente como rafting, es una actividad deportiva y recreativa que consiste en recorrer el cauce de ríos en la dirección de la corriente (río abajo), por lo general sobre algún tipo de embarcación, balsa o kayak (de aquí kayaking) (Wikipedia, 2014)



Trekking (Mundo Trekking, 2013): El Trekking o senderismo consiste en caminar por senderos sobre escenarios naturales como sierras, montañas valles y quebradas, bosques, playas, orillas de arroyos, ríos, lagos y lagunas; y por qué no, en el medio del campo y hasta en desiertos inhóspitos.

El fin de estas caminatas es obtener un mayor contacto con la naturaleza teniendo como objetivo una cumbre de media o alta montaña, el nacimiento o desembocadura de un arrollo o una simple caminata de observación de aves sobre terreno llano.

El Trekking nos acerca la posibilidad de avistar y fotografiar la flora y fauna del lugar sobre su paisaje natural.

La aventura de Trekking puede durar solo un par de horas de caminata moderada o prolongarse durante varios días de expedición acampando y trasladándose con todo el equipo necesario según lo planificado.



Fotos: Izquierda, www.clubmercuriovalpo.cl. Derecha: www.icaturismo.com

Turismo Rural: “El Conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas (Poveda y Picado 2003)

Prestadores de Servicios Turísticos: Son los entes que poseen un poder de oferta de servicios turísticos o con potencial para ello: parques turísticos, hoteles, balnearios, comedores, fincas agro turísticas. También incluye Grupos culturales, artísticos, guías, etc. (DSEA, Zamorano 2006)

Movimiento turístico Internacional: se refiere a la interrelación de los viajes que realizan los ciudadanos de los diferentes países del mundo hacia otros. La suma de todos estos viajes constituye el “movimiento turístico internacional” o “turismo mundial”. (Zamorano 2003)

Planta Turística

Ruta Turística: Es un recorrido de interés turístico mayor de 24 horas, con un lugar de salida distinto al lugar de llegada. Implica una permanencia temporal y la inclusión de servicios.

Circuito Turístico Son viajes o recorridos completos caracterizados por: tener contenido e interés turístico, ser permanentes, tener itinerarios previamente establecidos, incluyendo horarios fijos de salida y llegada, así como también paradas en determinados sitios para comidas, alojamientos, diversiones, recreación en general y visitas a lugares o monumentos nacionales. El punto de origen es común al punto de llegada y tiene una duración mayor de 24 horas.

MARCO ESPACIAL:

La investigación se limitará al Municipio de Güinope, Departamento del Paraíso, que está circunscrito a la Región del Yegüare (Franja territorial que comprende once municipios de los departamentos de Francisco Morazán y El Paraíso).

DISEÑO METODOLÓGICO

El método de investigación es análisis-Síntesis: el análisis descompone el todo en sus partes y las identifica, mientras que la síntesis relaciona los elementos componentes del problema y crea explicaciones a partir de su estudio. Son dos

procesos que se complementan en uno en el cual al análisis debe seguir la síntesis. (Méndez 2000).

Se utilizará las siguientes fuentes y técnicas de recolección de información:

- Fuentes Secundarias: Recopilar bibliografía sobre el tema en cuestión, datos estadísticos Banco Central de Honduras (BCH), Instituto Nacional de Estadística (INE), Instituto Hondureño de Turismo (IHT), etc. analizarla y clasificarla.
- Fuentes Primarias: Investigación de campo, encuestas, entrevistas, sondeos e inventarios turísticos.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

El objetivo último de cualquier paradigma de desarrollo es mejorar el bienestar humano, en este caso planteamos el desarrollo turístico como una opción para contribuir al progreso económico de Güinope y mejorar el bienestar de sus habitantes. Esto está directamente relacionado con la expansión de sus libertades reales para vivir por mucho tiempo y vivir bien, tal como lo reza la teoría “El desarrollo como Libertad” del premio nobel de economía: Amartya Sen.

Para mejorar los ingresos económicos, es necesario que la economía de las zonas rurales no descansa solamente en la actividad agrícola. Ya desde el siglo XIX el autor Karl Kautsky, manifiesta que la crisis en la agricultura es de tiempos antiguos y que es necesario actividades accesorias como el turismo.

No dejando de lado el hecho de que el turismo es una actividad muy sensible si no se toman las debidas previsiones, el tema debe enmarcarse desde el punto de vista de la sustentabilidad, por tanto se hará uso de la teoría de la Organización Mundial de Turismo OMT, según la cual el turismo sustentable es un derecho humano y que reporta beneficios sociales y económicos a las comunidades receptoras. También haremos referencia a la sustentabilidad, de acuerdo al autor Gilberto Cabrera Trimiño, quien señala los efectos negativos de la industria turística.

EL DESARROLLO COMO LIBERTAD (AMARTYASEN, 2000)

El desarrollo puede concebirse como un proceso de expansión de las libertades reales que disfrutan los individuos. Este hecho contrasta con las visiones más estrictas del desarrollo, como su identificación con el crecimiento del Producto Nacional Bruto (PNB), con el aumento de las rentas personales, con la industrialización, con los avances tecnológicos o con la modernidad social. El crecimiento del PNB o de las rentas personales puede ser desde luego, un medio muy importante para expandir las libertades de que disfrutan los miembros de la sociedad. Pero las libertades también dependen de otros

determinantes, como las instituciones sociales y económicas (por ejemplo los servicios de educación y atención médica), así como los derechos políticos y humanos (entre ellos, la libertad de participar en debates y escrutinios públicos). La libertad de participación política o la oportunidad de recibir una educación o asistencia sanitaria básica se encuentran entre los componentes constitutivos de desarrollo y también contribuyen muy eficazmente al progreso económico. La renta per cápita debe relacionarse con la libertad de los individuos para vivir mucho tiempo y para vivir bien.

El desarrollo exige la eliminación de las principales fuentes de privación de libertad: la pobreza y la tiranía, la escasez de oportunidades económicas y las privaciones sociales sistemáticas, el abandono en que pueden encontrarse los servicios públicos y la intolerancia o el exceso de intervención de los Estados represivos. A pesar de que la opulencia mundial ha experimentado un aumento sin precedentes, el mundo contemporáneo niega libertades básicas a un inmenso número de personas, quizá incluso a la mayoría

A veces la falta de libertades fundamentales está relacionada directamente con la pobreza económica, que priva a los individuos de la libertad necesaria para satisfacer el hambre, para conseguir un nivel de nutrición suficiente, para poner remedio a enfermedades tratables, para vestir dignamente o tener una vivienda aceptable o para disponer de agua limpia o servicios de saneamiento.

La contribución del mecanismo del mercado al crecimiento económico es importante. La falta de libertad económica, en forma de extrema pobreza, puede hacer de una persona una víctima indefensa de la violación de otros tipos de libertad.

Las libertades políticas (en forma de libertad de expresión y elecciones libres) contribuyen a fomentar la seguridad económica. Las oportunidades sociales (en forma de servicios educativos y sanitarios) facilitan la participación económica. Los servicios económicos (en forma de oportunidades para participar en el

comercio y la producción) pueden contribuir a generar riqueza personal general, así como recursos públicos para financiar servicios sociales.

En realidad, generalmente tenemos excelentes razones para querer poseer más renta o más riqueza, y no es porque la renta o la riqueza sean deseables en sí mismas, sino, porque, por norma, son admirables medios de uso general para tener más libertad con la que poder llevar el tipo de vida que tenemos razones para valorar.

La utilidad de la riqueza reside en las cosas que nos permite hacer, es decir, en las libertades fundamentales que nos ayuda a conseguir.

Rentas y Capacidades

Tienen una relación de doble sentido:

1. Una renta baja puede ser una importante causa de analfabetismo y de falta de salud, así como de hambre y desnutrición.
2. A la inversa, una mejora de la educación y la salud contribuye a ganar una renta más alta.

La perspectiva basada en la libertad guarda una similitud genérica con la preocupación habitual de “calidad de vida”, que también centra la atención en la forma en que transcurre la vida humana (quizá incluso en las opciones que tenemos) y no solo en los recursos o la renta que posee una persona. (Murria, 1982).

De acuerdo con esta teoría, en este trabajo investigativo, nos enfocaremos en la mejora de los ingresos. Tomando en cuenta que la economía Güinopeña descansa principalmente en la actividad agrícola, a continuación se enuncia la Teoría de Karl Kautsky, que sugiere la necesidad de otras actividades que generen ingresos.

CRISIS EN LA AGRICULTURA (KAUTSKY, 1898)

La economía de Güinope descansa básicamente en la agricultura de la pequeña finca, cultivando principalmente granos básicos y hortalizas, los que son usados tanto para auto-consumo como para comercialización en las ciudades más cercanas, en especial Tegucigalpa. Y en muy pocos casos se ve agricultura intensiva para exportación, de productos como: cebollas, chiles y café etc.

La crisis en la actividad agrícola no es reciente, el campesinado ha visto como los factores climáticos, los suelos, el mercado, han condicionado los ingresos que obtenía a través de la actividad agraria. A estos factores hay que sumar los siguientes:

En el verano la actividad agrícola se ve interrumpida, por lo que el campesino tiene que buscar una forma de “ocupación accesoria” siendo el trabajo asalariado agrícola el que se halla más a su alcance. La actividad agrícola de la gran hacienda requiere uso intensivo de mano de obra únicamente en la época de cosecha.

Desde que el campesino esta constreñido a ganar dinero, abandona su predio, cuya labor por otra parte es ya irracional en grado sumo, a causa de la pequeña extensión y la falta de medios:

En la zona rural el precio de la tierra aumenta así como su fraccionamiento; las heredades, las hipotecas, la necesidad de vender porciones de su propiedad, van reduciendo el tamaño de la finca del campesino, empeorando sus cultivos y reduciendo su medio de subsistencia y de generar ingresos.

Cuando el ingreso accesorio no le es ofrecido al campesino, a este no le resta otro recurso que marchar a buscarlo, aun a costa de separarse temporalmente de su tierra.

En la ciudad el nivel de vida es más alto que en el campo, y para un nivel de vida igual, los gastos de mantenimiento de la fuerza de trabajo son más altos a causa

de la carestía de la renta de las habitaciones, de los gastos de transporte, de los medios de subsistencia de la falta de propiedad cultivada por el obrero. Precisamente por esto los salarios en moneda deben ser más altos en la ciudad que en el campo. He aquí la falacia de algunos campesinos, que al ver pauperizada su vida en el campo, emigran hacia la ciudad en busca de un salario, mismo que consideran alto porque no toman en cuenta esta relatividad. Sin embargo, en el campo un aumento de los salarios es simplemente la consecuencia de la falta de obreros, estos han emigrado hacia la ciudad.

Pero no solo el salario es el motivante, sino también el hecho de que en la industria el trabajo es permanente para todo el año, no así en sus pequeñas fincas.

La emigración obrera atiende a las oportunidades que brinda la gran industria, el comercio, el sector informal en las urbes, el trabajo domestico, jornalero, etc., que ofrecen la posibilidad de una larga permanencia. También existen trabajos que por su naturaleza únicamente pueden desarrollarse al igual que la agricultura en el verano, ejemplo de ello son las construcciones urbanas.

Algunos emigran a otros países, donde llegan a acrecentar una masa laboral que obstaculiza el progreso, dado que provienen de países más pobres y atrasados económicamente, son ignorantes, muchas veces están en condiciones de ilegalidad que los obligan a ser menos exigentes y a someterse.

Conquistar mejores condiciones de trabajo y de vida, atrae a la ciudad al obrero agrícola.

Para reducir esta migración es necesario entonces, crear nuevas opciones para aprovechar la finca agrícola, como el turismo alternativo, y que se desarrolle de forma sustentable.

DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE (OMT, 2014)

La Organización del Turismo (OMT), define turismo sostenible como: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de hacer turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas, y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos medioambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.

4) El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de sus incidencias, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

5) El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.

"El turismo es riqueza para la persona, para la familia, para la comunidad y para el mundo entero". (Slogan comercial de la campaña turística de OMT, 2004):

La OMT señala como beneficios económicos del Turismo, los siguientes:

1.- El turismo internacional es el primer sector de exportaciones del mundo y un factor importante en la balanza de pagos de muchos países.

2.- El turismo es un importante generador de empleo, que da trabajo a millones de personas en el mundo.

3.- Oportunidades para las zonas rurales: los puestos de trabajo y las empresas de Turismo *se crean normalmente en las regiones menos desarrolladas*, lo que ayuda a equiparar las oportunidades económicas a lo largo y ancho del país e incentiva a los habitantes a permanecer en las zonas rurales, en lugar de emigrar a ciudades ya superpobladas.

4.- Los viajes y el turismo fomentan enormes inversiones en nuevas infraestructuras, la mayoría de las cuales ayudan a mejorar las condiciones de vida de los residentes locales, al mismo tiempo que las de los turistas.

5.- La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares a través de los impuestos

La riqueza no es sólo económica, el medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos y crean parques naturales para atraer a los visitantes. Al tiempo que aumenta el turismo, aumenta también la necesidad de los destinos de mejorar su infraestructura para atender esa afluencia. Entonces nacen nuevos aeropuertos, carreteras, puertos deportivos, plantas de tratamiento de aguas residuales, potabilizadoras de agua y decenas de otros adelantos, que aportan una mejora sustancial a la vida de los residentes locales, desde el acceso al agua potable hasta unas comunicaciones más rápidas.

Lo más importante: El turismo concierne al ser humano, enriquece a través de la cultura y de la sensibilización medioambiental y social, promueve la apertura y la amistad, ayuda a los familiares a pasar tiempo juntos, ya sea por ocio o por trabajo. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las Naciones y tiende puentes.

Pero como toda actividad económica, el turismo también tiene efectos negativos sobre las comunidades anfitrionas, mismas son mejor detalladas en la tesis del autor Gilberto Cabrera Trimiño, que se muestra enseguida.

SUSTENTABILIDAD DEL DESARROLLO TURÍSTICO (CABRERA TRIMIÑO, 1997).

La introducción de las dimensiones poblacional y ambiental en el desarrollo turístico, es imprescindible para lograr alcanzar el desarrollo sostenible en esta importante rama de la economía.

El turismo es un desafío para cualquier ecosistema y muchos especialistas coinciden al plantear que es un fenómeno irreversible, el cual cada día cobra un mayor espacio en las economías de gran cantidad de países en vías de desarrollo.

La sustentabilidad del desarrollo turístico implica la no violación de ciertas leyes naturales y sociales, para evitar que se produzcan desequilibrios en el ecosistema que provoquen la degradación ambiental y social, la cual en algunos casos suele ser irreversible.

Se necesita valorar a la población que habita en el entorno de los planes de desarrollo turísticos como objeto y sujeto del desarrollo. Esto implica la necesidad de valorar que metodología seguir para concebir el turismo para la comunidad y no la comunidad para el turismo.

Precisamente se trata de garantizar la compatibilización del desarrollo turístico con la conservación y el uso racional de los recursos naturales, para evitar focos de estrés socio ecológico y mantener no solo el capital o patrimonio natural, sino también la cultura, la identidad y la idiosincrasia de la población.

Existe una tendencia entre los estudiosos a señalar que los problemas ambientales aparecen como resultado de la presión ejercida por la explosión demográfica sobre los recursos limitados del planeta, y no toman en cuenta el destacado papel del impacto del turismo sobre la población y el medio ambiente de los países de economías débiles que dependen del turismo como fuente principal de obtención de recursos financieros.

Por otro lado, es importante señalar a los que abordan la problemática ambiental del turismo, quienes parten del reconocimiento del afecto de un proceso acumulación de capital y de las condiciones de maximización de la tasa de ganancia que indican patrones tecnológicos de uso y ritmos de explotación de la naturaleza, casi como normas de consumo que han ido agotando rápidamente las reservas naturales de recursos no renovables y degradando fuertemente la capacidad productiva y las condiciones de regeneración de los recursos bióticos del planeta.

Por, ejemplo la planeación de Cancún se consideró en su tiempo un modelo de vanguardia, porque racionalizo el uso del suelo para mantener el equilibrio ecológico. Sin embargo, no se aplicaron los postulados de la economía ecológica debido a que en la planeación urbana se sentaron las bases para el desarrollo de tres áreas que constituyen la expresión de un modelo que parte de las desigualdades sociales que moderan o alteran el paisaje; esto era lo que pretendía vender al turista.

Se desarrollo dicho modelo en Cancún tratando de evitar el contraste de turistas y pobladores pobres en un espacio común, cercano visiblemente enfrentado. Vale la pena recordar que en Acapulco se produjo un proceso que obligo a la población nativa a pasar de las calles junto al mar hacia los cerros, y convivió con los hoteles de lujo al estilo ya conocido de Río de Janeiro, donde las favelas son el escenario continental de los grandes hoteles de la Bahía de Guanabara.

En Cancún, dicho desarrollo turístico de vanguardia originó un modelo urbano donde convivían y conviven en un espacio común un hotel de cinco estrellas con una cantina popular o con la zona rosa. Esto que fue al inicio visto como una característica folklórica, terminó desatando serios conflictos sociales y ambientales. De aquí que se afirme que solo se reprodujo en el escenario de la modernidad una nueva ciudad tan contrastante como las antiguas, tan compleja como las más grandes y tan contaminada como las mas alteradas. Esto no ocurrió por falta de planeación, sino por la crisis de la gestión, por la irresponsabilidad de los empresarios quienes no tuvieron en cuenta la importancia de la Sostenibilidad ambiental para alcanzar el desarrollo.

En fin, los costos ambientales son bien conocidos y comprobados, al menos en sus primeras consecuencias, faltaría saber las que vendrán como efecto de las primeras en la larga cadena multi-causal que implica la lógica de la naturaleza, debido a que los diferentes modelos de Turismo terminan en un proyecto similar: *el masivo*.

El desarrollo sostenible implica que la tasa de uso resultante de cada forma de capital no exceda su propia tasa de reproducción, habida cuenta de las relaciones de sustitución o complementariedad existentes entre ellas.

En algunos países subdesarrollados el turismo constituye una forma más de explotación de transnacionales y cadenas hoteleras dueñas de las instalaciones, el mercado y de gran parte de los beneficios que genera la explotación de dichos ecosistemas.

La mundialización de la problemática ambiental del turismo, es consecuencia lógica de la eco-interdependencia planetaria. La base de una estrategia de desarrollo sostenible para el turismo , requiere no solo de la necesidad de caracterizar la dinámica de una racionalidad productiva para entender sus impactos socio-ambientales, demográficos y económicos que afectan o repercuten en el capital más importante que es el humano, sino también centrar la discusión sobre los problemas cruciales, los cuales surgen de la lógica del funcionamiento de la dinámica económica basada en la obsolescencia creciente de productos a fin de garantizar *altas tasas de consumo*.

Precisamente, vale la pena recordar que dichas altas tasas de consumo, son un factor de gran importancia a tener en cuenta porque propician el agotamiento de los recursos, generan degradación ambiental, el incremento de todos los síntomas de deterioro y presión que históricamente se han evidenciado sobre la naturaleza y las condiciones de vida de la población.

Por otra parte, algunos campesinos abandonan su contexto originario para dirigirse al mercado turístico, lo cual va acompañado en la gran mayoría de los casos por un cambio en la dinámica poblacional y una pérdida acelerada de su identidad cultural, derivada de los propios requerimientos de la nueva área turística, la cual produce afectaciones en la calidad y cantidad de la fuerza laboral necesarias para el buen desenvolvimiento de otros programas y proyectos de desarrollo regionales.

También, dichos procesos generan las transformaciones y los cambios estructurales en el funcionamiento de sus ecosistemas; en las capacidades productivas de la población; en su dependencia cultural y tecnológica; en sus motivaciones para la innovación de sus actividades productivas y el cambio social, y en sus formas que sirven de base a la identidad y a los sentimientos de pertenencia.

Además, es preciso destacar que la visión existente en muchos países cuyas economías dependen del turismo, evidencia la necesidad de puntualizar en la importancia del desarrollo sostenible y, sobre todo, la del capital humano como riqueza fundamental de un ecosistema. Ello se debe a que en la práctica se suele restar importancia a las consecuencias ecológicas y demográficas del turismo, porque el mismo, debido a las condiciones socioeconómicas imperantes, es la principal fuente de empleo para dichas economías y constituye una importante alternativa frente a la gran masa de desempleados de estos países.

En la actualidad la contradicción entre población, ambiente, desarrollo turístico y economía de mercado, se exagera cada día más cuando se considera el problema de la degradación socio ambiental desde la perspectiva de la demografía ambiental y de la economía ecológica. Ello conlleva a valorar, o al menos tratar de internalizar, los costos de la contaminación de los comportamientos naturales de uso colectivo por efecto de la actividad turística (aire, agua, cuerpos y cursos de agua) y los efectos socioculturales (perdidas de la identidad cultural, prostitución, drogas, SIDA, etc.).

Un país que a criterio propio es un excelente referente empírico de la puesta en marcha de un proceso de desarrollo turístico en el marco de la sostenibilidad, es Costa Rica, país centroamericano, que ha vendido al mundo una imagen de turismo de naturaleza.

EXPERIENCIA COSTARRICENSE COMO PARADIGMA DE DESARROLLO TURÍSTICO ALTERNATIVO (SECTUR, 2002)

Al estar ubicados en la misma región Geográfica Costa Rica y Honduras comparten características similares en cuanto a clima, cultura, fauna, flora, también el contexto político-económico, entre otros.

Por esta razón se hará mención de algunas de las características de la estrategia turística costarricense, para poder analizar su potencial aplicabilidad en Honduras y más específicamente en el Municipio de Güinope:

Costa Rica actualmente es un país considerado como paradigma regional del desarrollo del turismo alternativo, el que se define como: Segmento del turismo basado en la visita a zonas naturales e incluye en sus formas al turismo rural, ecoturismo, turismo de aventura y agroturismo (DSEA, Zamorano 2006).

Su riqueza natural, le ha permitido a Costa Rica vender una imagen mundial de naturaleza, con solo 51,100 km² de superficie terrestre (0.03% de la mundial) y 589,000 km² de mar territorial, Costa Rica es considerado uno de los 20 países con mayor biodiversidad del mundo, cuando antes de 1980 ni siquiera figuraba en el mapa mundial de Turismo, hoy por hoy es la cuna del ecoturismo debido a dicha biodiversidad. La biodiversidad es un recurso que tiene un enorme potencial para cualquier país, ya sea con fines intelectuales, económicos, académicos o de investigación científica.

Aunque el término ecoturismo no se conoce muy claramente por las personas que realizan esta actividad, los denominados ecoturistas disfrutan del contacto con la naturaleza combinado con otros componentes como: el grado de desarrollo, la infraestructura y el equipamiento, entre otros. Según el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) el porcentaje de visitantes que se consideran realmente ecoturistas no pasa del 10% del total. El Instituto Costarricense de Turismo (ICT) establece que el desarrollo del turismo en Costa Rica ha comprendido tres grandes etapas:

- Período Pionero de Turismo Ecológico, que transcurrió entre 1980 y 1988;
- Período de Crecimiento, entre 1989 y 1994;
- Período de Evolución de Destino de Turismo Ecológico a Destino de turismo con base en la Naturaleza, manifestado desde 1995 a la fecha.

En este último periodo, el país experimento cierto estancamiento en la llegada de turistas internacionales, es a partir de 1998 que se retorna al crecimiento, gracias a la promoción, al vender una imagen diferente, al liderazgo del país en materia de turismo sustentable y al desarrollo, fortalecimiento y ajuste del sector empresarial y a las transformaciones del turismo internacional.

Muchos de los logros han sido obtenidos en el segmento ecoturismo, por lo que ,el país se ha lanzado hacia un turismo que abarca diversas actividades basadas en la naturaleza, con expectativas más genéricas, y que por lo tanto responde al uso de una amplia gama de sitios naturales.

En este marco, la oferta de productos de sol y playa, ha estado creciendo en los últimos años, gracias a su calidad y a la mejora de conectividad aérea internacional con el Pacífico Norte y Norteamérica, esta trayectoria apunta a la necesidad de combinarlos con paseos a parques nacionales, deportes de aventura e historia natural, entre otros. Lo cual necesariamente implica que Costa Rica debe competir con otros países de la región como es México, para aumentar su cuota de mercado.

La ventaja competitiva del *clúster* ecoturismo Costa Rica está apoyada por una red que integra:

- Empresas locales, de cobertura nacional y compañías trasnacionales,
- Organismos no gubernamentales locales, extranjeros e internacionales,
- Centros de investigación nacionales,

- Dependencias del sector público y gobiernos locales.

Todas estas organizaciones, como se ha dicho anteriormente, tienen intereses económicos específicos, basados en la explotación sustentable de los recursos naturales.

Entre ellos, se destaca la participación del Instituto Costarricense de Turismo, que evolucionó de dedicarse exclusivamente a la promoción turística a ser ahora responsable del seguimiento, monitoreo, definición de políticas y planificación turística, en el marco de la sustentabilidad. Sus planes actuales contemplan un plan de Regionalización turística que procura la descentralización de los servicios turísticos y se compone de los programas: senderos ticos, ferias del agricultor, centros de información turística y el de la gestión turística para el desarrollo que incluye microempresas, capacitación y promoción. En el campo privado se encuentran organizaciones muy preponderantes como: Cámara Nacional de Turismo (CANATUR), Cooperativa Eco turística Nacional (COOPENA), la Cámara de la Micro y Pequeña Empresa turística (CANAMET). (Cálix, Muñoz, & Navarro, 2002)

Uno de los grandes baluartes del turismo en Costa Rica lo representan sus áreas protegidas. Las mas de 500,000 especies que se supone se encuentran en este pequeño territorio representan cerca del 4% de especies estimadas a nivel mundial, de estas poco mas de 300,000 son insectos. Con el afán de preservar esta riqueza el país posee más del 25% de su territorio bajo la categoría de área protegida, lo cual ha sido y sigue siendo posible gracias a la iniciativa privada al crear reservas dedicadas a la investigación y el ecoturismo.

En los últimos 5 años en Costa Rica se han venido desarrollando investigaciones en torno a: el turismo ecológico, la pesca, flora medicinal, la identificación de especies, es decir biosprospección y el pago de servicios ambientales, entre otros.

A si mismo se llevan a cabo programas de Concientización a la sociedad en general, programas para el sector educativo, se aprobó la ley de biodiversidad a partir de 1998; a nivel internacional y regional existen varios convenios firmados y ratificados por Costa Rica, como el de Diversidad biológica, que controla el tráfico de especies en peligro.

La gestión del turismo alternativo en Costa Rica, presenta las siguientes peculiaridades, que han sido determinantes para su éxito:

1. Desde San José, la capital del país, se comercian paquetes turísticos mayormente de áreas naturales protegidas, o a áreas naturales que incorporan criterios de conservación.
2. La comercialización de excursiones en San José está dirigida, prácticamente, a turistas interesados en la naturaleza, pero que no son especialistas. Los turistas especializados en viajes a la naturaleza adquieren sus giras desde el extranjero, comprándolas a empresas especializadas en este tipo de Turismo, no se arriesgan a efectuar la compra localmente.
3. La mayor parte de las áreas protegidas son propiedad del gobierno, pero también se observa que emprendedores privados desarrollan proyectos de ecoturismo con criterios de conservación, ya sea en emplazamientos vecinos a las áreas naturales del gobierno, o en superficies relativamente alejadas de ellas.
4. En este sentido, las áreas en donde se realizan las visitas asumen la función de zonas de amortiguamiento, provistas, en función de los lineamientos establecidos en sus planes de manejo, de infraestructura y servicios de buena calidad (sanitarios, cafeterías, tienda de *suvenir*, centros de información, teléfonos públicos). De esta manera el área núcleo aumenta sus posibilidades de protección al mantenerse limitado el tránsito de personas.
5. La mayoría de las excursiones tienen una duración de 10 a 12 horas, se realizan en autobuses de tamaño pequeño y mediano, a cargo de un chofer-guía,

normalmente con conocimientos generales de las características ambientales, aunque también hay excursiones directamente operadas por guías naturalistas preparados por el Instituto Nacional de Aprendizaje, por medio de programas de tres años de duración.

6. Las probabilidades de observar flora, y sobre todo fauna de interés para el excursionista promedio es alta: tucanes, cocodrilos, perezosos, monos carablanca son algunas especies que se pueden apreciar en diferentes excursiones, hecho que contribuye a elevar la satisfacción de los visitantes.

7. Las excursiones integran cadenas de valor a partir de la prestación de servicios de pequeños y medianos emprendedores, que asumen la responsabilidad de operar la transportación en ríos, el servicio de comida en puntos de escala, y de alojamiento si fuera necesario, la venta de *Souvenirs*.

8. Se observa que las prestaciones a los turistas integran encadenamientos del Sector ecoturismo con *industrias del souvenir* (playeras, gorras, llaveros, plumas, estuches, etc.), con agroindustrias generadoras de diversos productos orgánicos (café, jabones, entre otros) y con productores de fibras naturales para aplicarlas a diversas prendas de vestir.

9. Los agentes productivos que integran estos encadenamientos tienen un altísimo grado de formalidad. En efecto, prácticamente todas las compras de los consumidores – aún tratándose de consumos que requieren la erogación de pequeñas cantidades de dinero – generan facturas o recibos de máquinas registradoras, emitidos con sus respectivos códigos fiscales.

10. Las ofertas de la mayoría de las excursiones comprenden visitas activas: Caminatas y aventura Light. Los elementos tecnológicos agregados a las Actividades tradicionales de ecoturismo (observar, por ejemplo), le otorgan a la oferta un rasgo distintivo y singular: es el caso del teleférico en el Bosque Lluvioso, que permite observar el dosel del bosque.

11. Esta permanente búsqueda por agregar valor a la oferta evita problemas de *Canibalización* entre operadores: las constantes innovaciones empujan a las Empresas hacia nuevos segmentos y nichos.

12. Desarrollo de nuevos productos de Ecoturismo, articulados con elementos de aventura Light. El *Canopy*, por ejemplo, que consiste en el desplazamiento en la parte alta Del bosque a través de un sistema de cuerdas, apoyado por plataformas Elevadas que se ubican en árboles de 20 a 30 metros de altura. Los *puentes colgantes*, situados en árboles de gran altura, permiten que Visitantes de todas las edades aprecien la diversidad ecológica de los Bosques a partir de recorridos efectuados en el dosel o estrato superior del Bosque.

Por otro lado es menester señalar algunos problemas de los que enfrenta el turismo de naturaleza en Costa Rica:

1. Aunque en las áreas de conservación en términos generales existe una buena calidad ambiental, se observan algunas obras de infraestructura que utilizan materiales metálicos y cemento, Al igual que otros cuyo origen no es local; es decir, no existe una difusión extensa de técnicas y materiales de bajo impacto ambiental.
2. La iniciativa de la certificación para el turismo sostenible, promovida por el Instituto Costarricense de Turismo, es todavía marginal.
3. Existen dos fuerzas enfrentadas: los *ambientalistas* que pugnan por un turismo controlado y de bajo impacto, estrechamente vinculado a las características de la biodiversidad, y los llamados *libertarios*, un grupo que apoya un crecimiento más acelerado, la búsqueda de nuevos segmentos de mercado, la eliminación de trabas ambientales para la inversión en infraestructura y equipamiento, y que cuestiona la falta de posicionamiento actual de Costa Rica en el mercado de sol y playa. Este grupo reivindica la necesidad de incursionar en mercados de mayor volumen y de situar al país con una imagen fuerte en sol y playa, por ejemplo.

4. El Instituto Costarricense de Turismo estima que en los siguientes 10 años el volumen de llegadas de turistas internacionales al país se duplicará, lo cual deja de manifiesto que las tensiones ambientales que generará el turismo irán gradualmente en aumento.

Puede concluirse entonces, que el éxito de la gestión del turismo de naturaleza en Costa Rica se debe a una excelente articulación de: la filosofía de mercadeo que incluye la creación de productos diferenciados que satisfacen las necesidades del turista: contacto directo con la naturaleza, con las culturas vivas y dentro de un ambiente sano, limpio y seguro; estrategias a nivel público y privado, capacitación de los recursos humanos, políticas y leyes, formalidad, tecnología incorporada a los productos (Canopy, puentes colgantes, rafting, rapelling, mountain bike, bungee), innovación, integración. Justamente sobre una tierra con biodiversidad, infraestructura y un nivel de desarrollo de los servicios.

Es así que el turismo en Costa Rica es uno de los principales sectores económicos y de más rápido crecimiento del país y desde 1995 representa la primera fuente de divisas de su economía. En 2010 el turismo contribuyó con un 5,5% del PIB del país y un 21,2% de las divisas generadas por las exportaciones totales, En 2009 el turismo atrajo un 17% de la inversión extranjera directa, la cual representó una media del 13% entre 2000 y 2009. En 2005 fue responsable por un 13,3% de los empleos directos e indirectos y según un informe de la CEPAL de 2007, el turismo ha contribuido a una reducción de la pobreza del país del 3%. (PNUD y OMT, 2011) (ver Tablas 4.1 y 4.2)

Tabla 4.1- Participación del Turismo Alternativo en Indicadores Selectos de la Economía Costarricense

Año	Indicador	% de Participación
2005	Generación de empleos	13,30%
2007	Reducción de la pobreza	3%
2009	Inversión Extranjera Directa	17%
2010	Contribución al PIB	5,50%
2010	Generación de divisas	21,20%

Elaborado en base a datos de (PNUD y OMT, 2011)

Tabla 4.2 Costa Rica, Paradigma de Desarrollo Turístico Alternativo Sustentable

Estrategia	Actores	Desafíos	Logros
Promoción continua del recurso natural como un medio alternativo para la generación de fuentes de empleo mediante su preservación y conservación	<ul style="list-style-type: none"> -Gobierno -La comunidad -Empresas locales, nacionales y transnacionales. - ONG`s -Centros de Investigación Nacionales 	El crecimiento de la competencia, debido al pujante esfuerzo por desarrollar ofertas turísticas en los demás países de la región.	Actualmente es el referente a seguir como pionero regional del turismo alternativo y además considerado uno de los 20 países con mayor biodiversidad del mundo.

Elaborado en base a documento (SECTUR, 2002)

CAPÍTULO III DESARROLLO ACTUAL DEL TURISMO EN HONDURAS.

Es importante señalar las dos instituciones que son la máxima autoridad de la actividad turística en Honduras: La Secretaría de turismo y el Instituto Hondureño de Turismo (IHT).

SECRETARIA DE TURISMO (DIARIO OFICIAL LA GACETA, 1998)

Es un órgano de la administración pública centralizada, que depende directamente del presidente de la república. Cuyas funciones fundamentales concierne la formulación, coordinación, ejecución y evaluación de las políticas relacionadas con el turismo, así como fomentar el desarrollo de la oferta turística y promover su demanda, regular y supervisar la prestación de servicios turísticos y en general desarrollar toda clase de actividades que dentro de su competencia, tiendan a favorecer e incrementar las inversiones y las corrientes turísticas nacionales y del exterior.

INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO (IHT) (LEY DE INSTITUTO HONDUREÑO DE TURISMO)

El Instituto Hondureño de Turismo, es el organismo ejecutor de todas las acciones y políticas establecidas por la Secretaría de Turismo y relacionadas con el desarrollo sostenible y equilibrado del Sector en particular. Se constituye entonces, en una entidad de carácter permanente, con Personalidad Jurídica y patrimonio propio, con autonomía administrativa y financiera para efectos de facilitación de su accionar operativo. El IHT tiene como eje de acción principal la elaboración, formulación y ejecución de la Política Nacional de Turismo, ajustándola a la Política General del Estado. Para tal efecto, prepara, formula y ejecuta los planes de desarrollo turístico; arbitra los medios necesarios para la contratación de la cooperación técnica y financiera con organismos nacionales e internacionales de conformidad a las regulaciones y normativas vigentes; brinda los servicios de asesoría necesarios a todas las entidades prestadoras de servicios turísticos; establece la plataforma metodológica y de ejecución para el desarrollo sistematizado de la oferta turística nacional, potenciando el proceso de

promoción de esa demanda a nivel nacional e internacional; regula y supervisa la prestación de los servicios turísticos; establece las sanciones a la violación de la Ley de Turismo y demás leyes incluidas en su campo de competencia.

Asimismo, ejecuta todas las acciones tendientes a la estimulación y desarrollo de la identidad nacional en su espacio o hábitat natural, resaltando sus tradiciones y herencia cultural. Fomenta el establecimiento en el país, de toda la infraestructura del tipo turístico fortaleciendo y diversificando la oferta turística. Regula y coordina los sistemas de transporte, vías de comunicación, preservación del medio ambiente y demás obras que conforman el proceso de desarrollo y modernización turístico; coordina la ejecución de todas aquellas acciones tendientes a garantizar la protección y auxilio a turistas, garantizándole a estos las mejores condiciones de estadía y comodidad, incrementando con estas y otras acciones complementarias y que son de su competencia, las corrientes turísticas nacionales y del exterior.

Dentro del plan de gobierno del ITH se contempla el apoyo al desarrollo turístico Municipal/regional, potenciando el turismo alternativo, en especial los proyectos relacionados con el turismo rural, de aventura y naturaleza. El ITH es el encargado de promocionar y mercadear el turismo a nivel de país.

De estas instituciones emana la más importante ley del Turismo en nuestro país, “La ley de incentivos al Turismo” así como la “Estrategia Nacional de Turismo Sostenible ENTS-Honduras”

LEY DE INCENTIVOS AL TURISMO (LA GACETA, 2002)

Siendo el sector turístico uno de los grandes generadores de empleos directos e indirectos, además, uno de los pilares fundamentales de la balanza de pagos debido a la captación de divisas que genera y por su contribución con los tributos al Estado, ha sido establecido como una industria prioritaria para Honduras.

El gobierno en su afán de buscar acciones estratégicas que agilizaran la recuperación del país después del paso del huracán Mitch, establece la actividad turística como operativa inmediata, al haberse conservado el noventa y dos por ciento (92%) de su infraestructura y el noventa por ciento (90%) de la oferta de atractivos turísticos naturales y culturales del país. Es así que según decreto ejecutivo No. 314-98 de La Gaceta del 23 de abril de 1999, reformado mediante Decreto No. 194-2002 de La Gaceta del 05 de junio del 2002, se crea la Ley de incentivos al turismo y se reconoce entonces, a la Secretaria de Estado en el despacho de Turismo, como la máxima autoridad en temas relacionados con dicha a ley.

La ley de incentivos al turismo, busca promover el desarrollo del sector turístico, mediante un incremento de las inversiones nacionales y extranjeras, estimuladas por los incentivos fiscales listados en el Título II De Los Incentivos, CAPÍTULO I, De La Exoneraciones y Beneficiarios, de la misma ley. Así mismo su aplicación está sujeta a la ubicación de los negocios, textualmente dice: “todos los prestadores de servicios turísticos deberán estar ubicados en zonas y lugares de interés turístico, de acuerdo con la calificación del ITH...”

ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE, ENTS-HONDURAS 2006-2021 (IICA, 2009)

El Instituto Hondureño de Turismo, (IHT) ha elaborado la *Estrategia Nacional de Desarrollo Sostenible del Sector Turismo en Honduras, 2006-2021*, la cual es resultado de una amplia participación en la que mujeres y hombres, provenientes de las regiones con vocación turística del país, pusieron su conocimiento, esfuerzo y compromiso. La Estrategia Nacional de Turismo Sostenible de Honduras; se ha realizado de una manera simple, sintética y sinóptica, con el objetivo último de mostrar la situación futura que puede alcanzar el sector turístico en Honduras, su posición de liderazgo a nivel regional, los principales ejes de desarrollo y objetivos, los productos estratégicos que debe desarrollar en función de la demanda y del

posicionamiento y diferenciación a nivel regional, los mercados emisores a los cuales debe dirigirse el sector y por segmentos, y las cuestiones transversales que afectan al desarrollo del turismo: salud, sanidad, ambiente etc.; se trata de un desarrollo sectorial y transversal del turismo como pieza clave del motor económico del país. El modelo turístico futuro es una imagen del sistema turístico territorial para el horizonte temporal al 2021, representado sobre un plano en el que se muestra de forma sintética y simplificada la estructura y el funcionamiento del turismo a largo plazo; las áreas homogéneas turísticas por productos, las relaciones entre las mismas, y las cuestiones transversales de desarrollo del sector: sanidad, seguridad, ambiente, ordenamiento territorial. Dentro de esta estrategia se identifican las Áreas Homogéneas Turísticas, con los productos turísticos (buceo, sol y playa, ecoturismo etc.) que pretenden consolidar, desarrollar o iniciar; los productos turísticos se han orientado a la demanda, agrupado por regiones geográficas. No obstante, de esta prioridad, en la matriz diseñada sobre el desarrollo del turismo nacional, el turismo rural aparece con una prioridad baja, considerando sólo la modalidad del ecoturismo como un producto a desarrollar.

También el IHT es la institución generatriz de las estadísticas del turismo en Honduras, que se resumen en la siguiente sección:

ESTADÍSTICAS DE TURISMO HONDURAS

ESTABLECIMIENTOS DEDICADOS

En general todos los establecimientos que ofrecen algún tipo de servicio al turista o visitante, han mostrado un crecimiento numérico en el país, en especial los relacionados con la preparación de alimentos y bebidas, y los centros de recreación que sextuplicaron su oferta. Dicha afirmación se traduce

necesariamente en un aumento de las fuentes de empleo, pero más que eso en una permanencia de los puestos ya existentes. (IHT, 2009)(Tabla 3.1)

Tabla 3.1 Establecimientos Relacionados Con El Turismo

Rubro	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	% Participación 2007
Alimentos Y Bebidas	3134	3413	3617	3833	4082	4344	5381	69.4%
Alojamiento	*	*	*	*	*	*	949	12.2%
Agencia de Viajes y Tour Operadores	160	162	164	166	168	170	114	1.5%
Arrendadores de Autos	37	38	41	44	47	48	76	1%
Tiendas de artesanías	256	256	262	268	274	278	318	4.1%
Centros de Recreación	75	80	82	84	86	89	578	7.5%
Museos y Galerías	41	43	45	46	47	48	46	0.6%
Transporte interurbano	*	*	*	*	*	*	261	3.4%
Centros de Buceo	*	*	*	*	*	*	30	0.4%
TOTALES	*	*	*	*	*	*	7,753	100%

Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2009, Instituto Hondureño de Turismo, Secretaria de Turismo * Estadística no disponible.

PERFIL DE LA DEMANDA

El perfil del turista internacional que visita Honduras es el siguiente: (IHT, 2009)

- 37.3% son Baby Boomers: personas nacidas durante 1946 a 1964, año en que algunos países experimentaron un repunte en sus tasas de natalidad, fenómeno conocido como “baby boom”.
- 35.3% son de la generación X: es decir personas nacidas tras la generación de los baby boomers, entre los años 1965 y 1976.
- 48.4% tienen una educación superior.
- 59.6% son casados.
- 47.4% viajan solos.
- 63.9% se hospeda en hotel o similar.
- 35.7% de los turistas por vía aérea tienen ingresos entre 10 mil y 50 mil dólares; mientras que un 11.8% tiene ingresos superiores a 70 mil dólares al año.
- 32.3% viajan por negocios o motivos profesionales.
- 36.0% viajan por placer o vacaciones.
- 18.6% viajan para visitar amigos o parientes.

TEMPORADAS TURÍSTICAS EN HONDURAS (IHT, 2005)

Alta: Enero, (Marzo ó Abril), Junio, Julio, Agosto y Diciembre.

Baja: Febrero, (Marzo ó Abril), Mayo, Septiembre, Octubre y Noviembre.

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

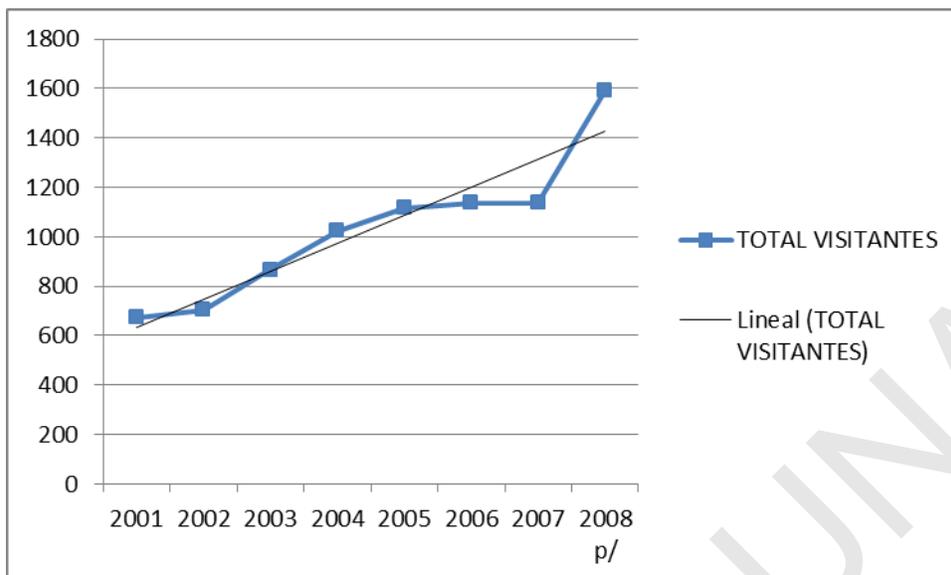
De acuerdo con el ITH, un promedio de 1,246,500 personas por año visitaron Honduras en los últimos cuatro años, siendo la mayoría de ellos considerados como turistas, ya que de alguna forma pernoctaron en el país. Tabla 3.2.

Puede observarse el turismo receptor tiene una tendencia al ascenso (Gráfico 3.1), el repunte del 2008 represento un incremento del 50%, respecto al 2007. Puede entonces decirse y basados en la tendencia los 8 años mostrados en el gráfico, que el mercado del turismo tiene amplia demanda en Honduras, lo que se requiere son productos únicos y diferenciados para captar la atención de los turistas.

Tabla 3.2. Turismo Receptor (Miles de personas)

Clasificación	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 p/
Turistas(visitantes que pernoctaron)	517,9	549,5	610,5	641,0	673,0	738,7	831,4	899,3
Excursionistas (crucevistas y visitantes de día)	154,1	154,1	276,1	384,5	444,6	397,7	505,2	692,5
TOTAL VISITANTES	672	703,6	866,6	1025,	1,117	1,136	1,137	1,592

Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2003,2004 y 2009 Instituto Hondureño de Turismo, Secretaría de Turismo.

Gráfico 3.1 Turismo Receptor Honduras (Miles de Visitantes)

Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2003, 2004 y 2009 Instituto Hondureño de Turismo, Secretaría de Turismo.

La mayor cantidad de turistas han sido los procedentes del resto de países centroamericanos (50% en el 2008), favorecido en parte por el convenio de CA-4, que permite movilidad de fronteras entre: El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Así mismo la corriente europea, ha mostrado un valioso crecimiento porcentual acumulado de 54% en los últimos 8 años (Tabla 3.3).

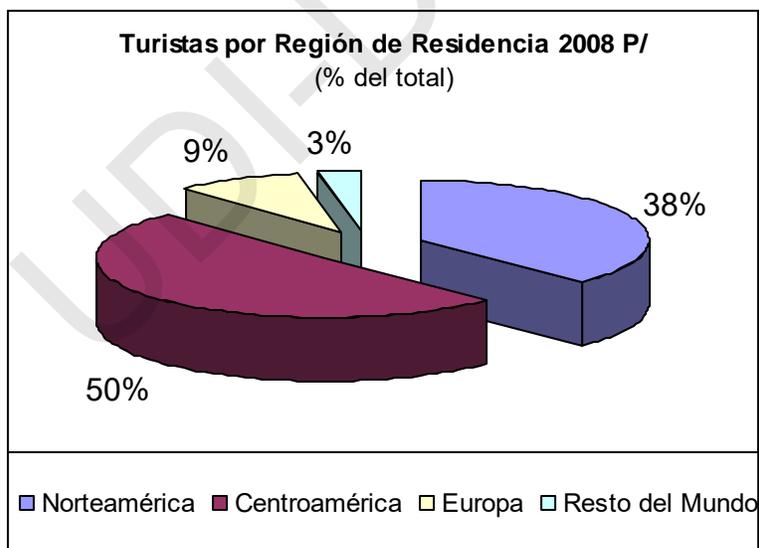
En cuanto a la afluencia de turistas norteamericanos, esta también ha mostrado un crecimiento sostenido, alcanzó un porcentaje de participación de 38% en el 2008, con respecto al total y un 3% de otras regiones del mundo. Gráfico 3.2

En general puede observarse que la cantidad de turistas que visita Honduras tiene una tendencia al ascenso independientemente de su región de procedencia. Gráfico 3.3

Tabla 3.3 Turistas Por Región de Residencia (Miles de Personas)

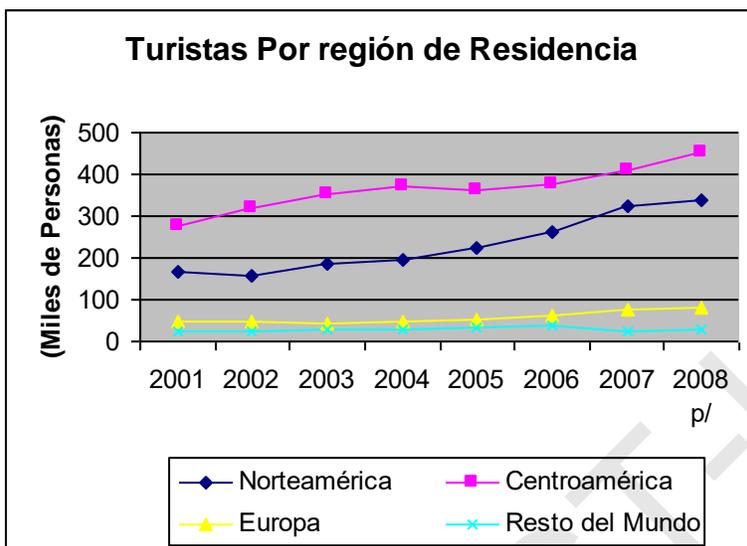
Región	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 p/
Norteamérica	168,1	157,7	185,4	194,4	225,8	260,9	322,2	338
Centroamérica	275,4	318,6	353,1	370,7	360,8	377,9	408,8	453,0
Europa	49,4	47,7	44,1	46,4	52,2	60,3	74,6	80,5
Resto del Mundo	25	25,4	27,9	29,5	34,2	39,6	25,8	27,7
Total	517,9	549,4	610,5	641	673	738,7	831,4	899,2

Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2003, 2004 y 2009 Instituto Hondureño de Turismo.

Gráfico 3.2 Turistas por Región de Residencia 2008

Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2009
Instituto Hondureño de Turismo, Secretaría de Turismo.

Gráfico 3.3 Turistas por Región de Residencia



Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2003, 2004 y 2009 Instituto Hondureño de Turismo.

GASTO Y ESTADÍA DE TURISTAS

El gasto promedio por turista en los últimos 5 años fue de \$650.68, siendo inferior al máximo del quinquenio: en el 2006, \$667.7. No obstante, la estadía promedio es de 11.8 días superior en un 30% a la del 2006, por lo que el descenso en el gasto puede deberse a otros factores ajenos a la menor pernoctación de los visitantes. Tabla 3.4

Tabla 3.4 Gasto y Estadía de Turistas

Indicador	Unidad	2004	2005	2006	2007	2008	promedio
Gasto Promedio	US\$	646	665.1	667.7	623.4	651.2	650.58
Estadía Promedio	Noches	13	11	9	13	12.8	11.8

Elaboración propia en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2009 Instituto Hondureño de Turismo, Secretaría de Turismo.

CONTRIBUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA A LA ECONOMÍA DEL PAÍS

En los últimos cinco años el turismo ha tenido una tasa de crecimiento promedio en materia de ingreso de divisas del 11%, anual (Instituto Hondureño de Turismo, 2009), esto refleja lo prometedor de este sector para el desarrollo del país. En cuanto al Producto Interno Bruto PIB se puede observar en la Tabla 3.5 que la participación porcentual del turismo se ha mantenido casi constante, el PIB ha ido ascenso por lo que el valor agregado bruto turístico (VABT) también. Esto gracias al impulso que el gobierno le ha dado al turismo, a la promoción internacional tanto por cuenta del país, como por cuenta de otras instituciones que han fijado su atención en Honduras.

Remesas, maquilas y turismo, en ese orden son los sectores que más divisas generan a la nación (Tabla 3.6), compensando los déficit en la balanza de bienes y servicios; déficit estructurales que se mantienen debido a una insuficiente producción-exportación contra un gran volumen de importaciones.

Tabla 3.5 Valor Agregado Bruto Turístico Vrs. PIB

Años	Valor Agregado Bruto Turístico (VABT)	Producto Interno Bruto	% de participación (VABT/PIB)
2004	9,005	161,507	5.6%
2005	9,741	183,749	5.3%
2006 p/	10,861	206,289	5.3%
2007 p/	12,314	234,622	5.2%
2008 p/	14,275	270,597	5.3%

Elaborado en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2009 Instituto Hondureño de Turismo.

Tabla 3.6 Comparación del Turismo entre los principales Rubros de Exportación (1998-2007) Cifras en Millones

Rubro	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004-2005	2006.2007
Maquilas	454.9	538.5	575.4	560.8	612.8	704.7	830.7	
Remesas	220	320	409.6	533.7	711.13	860.4	1135	
Turismo	167.6	195	259.8	274.6	341.5	373.2	401.2	470
Café	429.8	256.1	339.4	160.7	182.5	183.3	251.8	
Banano	219.6	38.1	124.2	204.2	172.4	132.7	208.3	
Camarón y langosta	188.7	189.3	185.3	190.7	172.4	191.8	194.3	
Plomo y zinc	39.54	54	57.79	41.83	31.79	29.95	45.2	
Madera	17.11	27.5	33.5	33.9	33.7	30.99	32.9	

Fuente: Instituto Hondureño de Turismo y Banco Central de Honduras

.En el 2008 el ingreso por divisas del turismo, significó el 9.1% del total de ingresos por exportaciones de bienes y servicios de la balanza de pagos de Honduras, superando 1.02 veces a las exportaciones de café del País. (IHT, 2009)

Es entonces el turismo (en cualquiera de sus formas), una parte medular de la economía hondureña, razón por la cual todo proyecto en esta area, deberia ser apoyado por la Secretaria de Turismo, mas aun, tratandose de un turismo rural que mitigara la migracion del campo a la ciudad, como en el caso de Guinope.

GENERACIÓN DE EMPLEOS

En lo concerniente a la generación de empleos totales, para el año 2008, la directos. Puede verse también una tendencia al ascenso. Grafico 3.4

Grafico 3.4 Empleos Directos En Actividad Turística Honduras



Elaborado en Base a Datos de Datos del Compendio Estadístico de Turismo 2009 Instituto Hondureño de Turismo.

Honduras con un 36% de turistas internacionales que viajan por placer, con un turismo receptor en ascenso y por ende generando más de 155,000 mil puestos

de trabajo, son solo unas de las estadísticas que nos llevan a reconfirmar la viabilidad y oportunidad que tiene Güinope de insertarse en la industria sin chimeneas.

El IHT apoya proyectos de turismo alternativo en la zona rural, pero se en la mayoría de los casos se requiere de propuestas que vengan desde dentro de los municipios, la participación de las autoridades municipales, ciudadanos, intelectuales y prestadores de servicios turísticos, se vuelve crucial para generar propuestas en torno a esta temática.

Uno de los proyectos turísticos en la zona rural promovidos por el IHT y que representa una de las mejores experiencias hondureñas en el desarrollo del turismo alternativo, ya que fue realizado en una de las zonas más pobres del país, es el proyecto de desarrollo turístico en los municipios de la Esperanza e Intibucá.

EXPERIENCIAS HONDUREÑAS EN LA GESTIÓN DEL TURISMO ALTERNATIVO

CASO: PROYECTO DE DESARROLLO TURÍSTICO EN LOS MUNICIPIOS DE LA ESPERANZA E INTIBUCA (SWISSCONTACT (SEC), 2005)

Este es un proyecto que busca desarrollar el turismo en La Esperanza e Intibucá, dentro de una iniciativa más grande: La Ruta Lenca y la Estrategia de promoción Turística Nacional. Estos dos Municipios se encuentran ubicados en el departamento de Intibucá, categorizados con “alta pobreza” y “muy alta pobreza”, respectivamente. La Esperanza con 7,380 habitantes, 75% de los cuales se encuentra bajo la línea de pobreza; e Intibucá con 38,626 habitantes, 57% bajo la línea de pobreza. (INE, 2001) resulta obvio por que se requieren soluciones para generar ingresos, como lo es este proyecto.

Lo que se expondrá en esta parte son algunas de las recomendaciones planteadas por un experto en turismo nacional e internacional de Swisscontact:

El plan operativo de la estrategia se compone de los siguientes elementos:

1. Oferta Turística de la Zona

La oferta turística de la zona es esencialmente naturaleza, aguas termales, aire puro, paisajes, bosques, sierras, espacio libre y la cultura lenca.

2. Productos Turísticos Potenciales

- a. Estancia en las ciudades de Esperanza e Intibucá, y visita a la región
- b. Circuito turístico ruta Lenca
- c. Circuito turístico organizado Copan y Ruta Lenca
- d. Trekking (senderismo) en las sierras de la Ruta Lenca: se trata de un producto muy especial, muy apremiante y debe ser muy preciso. Se trata de una caminata a pie o caballo, de varios días, siguiendo un camino espectacular, principalmente en las sierras, sobre cuestas y cumbres de montañas.

Para el desarrollo de estos productos es necesario:

- a. Mejorar el aspecto de ciudad y de los servicios públicos
- b. Mapa de la Ciudad, lista de Hoteles y casas de huéspedes.
- c. Oficina de información
- d. Lista y mapa de atractivos turísticos.
- e. Tour operador (TO) profesional, con gran conocimiento de la cultura, la geografía y los lugares de interés.
- f. Senderos seguros y bien señalizados
- g. Transporte en auto del cliente o del TO

Todos estos productos, se espera que puedan formar parte de un circuito más grande a nivel nacional

3. Mercado

Regional

Nacional

Centro América

América del Norte

Europa

Otros continentes

No olvidando que el mercado puede cambiar por: la situación política y económica, costumbre de consumo, moda, nuevos descubrimientos, nuevos deportes, etc.

4. Información

Se consideran dos partes de la información turística:

a. Información interna:

- Catalogo general para toda la región con informaciones completas y otro ejemplo CD ROM.
- Sitio Web con implementación de links.
- Listas precisas de hoteles, casas de huéspedes y restaurantes para turistas.

- Listas de atractivos turísticos
- Lista de servicios para turistas como: servicios médicos, dentistas, banco, oficina de cambio, etc.
- Información de los miembros con la necesidad de formar y capacitar al personal
- Presentación del producto a todas las empresas/prestadores integrantes.
- Comprobar si el producto es en adecuación con sus puntos de vista.
- Confirmar todas las ofertas de todos los integrantes y los precios correspondientes.
- Mapas precisos de: ciudades, región, zona, país.

b. **Información externa:** Tiene el objetivo de colocar el producto en el nivel más alto posible, por medio de la invitación y organización de viajes para medios de comunicación procedentes de países y mercados importantes. Organizar asociaciones de periodistas en diferentes sectores en relación con el producto.

El sitio Web debe ser absolutamente controlado y adaptado con regularidad a todos los cambios de la oferta e infraestructura y definir palabras claves para trabajar con el motor de búsqueda de Internet.

5. Promoción

Debe preparar e incitar a los turistas potenciales a comparar el producto y a las tour operadoras a hacer la venta de los productos en:

- Mercados interesados por América latina y Centroamérica
- Mercados interesados por la naturaleza, deporte de montañas, países insólitos y exóticos, aventura, descubrimiento, culturas, indígenas, eco y agroturismo.

La promoción debe ser coordinada con otras instituciones, para estar presente en ferias turísticas importantes: ITH, Cámara de Turismo, etc.

6. Venta

Implica informaciones exactas para cada componente del producto, del principio y al final del contrato (condiciones de transporte, seguridad, comidas, alojamientos, guías, diferentes visitas, condiciones físicas, clima, la ropa, etc.). Debe incluirse las condiciones normales para un producto turístico, las condiciones jurídicas validas en el país. También

las condiciones de pago, condiciones de anulación, el fuero jurídico. No olvidar que la venta puede ser hecha por Internet., por lo que debe incluirse precios exactos, contingentes permanentes, tamaños de los grupos, fechas adecuadas para cada grupo, región, ciudad, etc.

7. Organización/ Institución Responsable

La Comisión Bi-Municipal de turismo de La Esperanza e Intibucá, que debe ser sin fines de lucro.

8. Calidad – La palabra maestra

Cada persona que está en contacto con turistas tiene una responsabilidad dentro de la cadena de productos y servicios que el turista necesita, ya sea en la calle, en la estación de servicios, etc. También las Municipalidades. Un servicio de calidad satisface las necesidades del cliente de un modelo consistente y confiable. Solo servicios de calidad pueden contribuir al desarrollo turístico de la zona, un turista satisfecho hará la promoción.

El informe concluye que el turismo en la zona puede desarrollarse y señala entre algunas de las necesidades absolutas:

- Una oficina de información turística
- Tour operadores locales más eficientes y profesionales, con conocimientos de otros idiomas (inglés, alemán, etc.)
- Colaboración entre organización responsable y tour operador, muy profesional para realizar los productos.
- Una señalización turística (IHT y SOPTRAVI).

CAPÍTULO IV GEOGRAFIA DEL TURISMO EN GÜINOPE

UDI-DEGT-UNAH

GEOGRAFIA DEL TURISMO (INSTITUTO NACIONAL DE APRENDIZAJE NUCLEO DEL TURISMO, 2002)

Se debe recordar que todo espacio turístico es geográfico, pero no todo espacio geográfico es turístico.

La Geografía es la ciencia que estudia la organización del espacio terrestre, analiza las variaciones espaciales de la cultura, la economía, la política y la distribución, organización y relación del hombre con el medio natural, o bien, la ciencia que estudia la distribución y la ordenación de los elementos en la superficie terrestre.

La Geografía Turística abarca aquellos temas de tipo geográfico mencionados anteriormente que son de interés turístico y motivan el desplazamiento de visitantes. De otra manera puede definirse como la relación entre el espacio geográfico y las actividades turísticas.

Ya que el estudio geográfico comprende el medio físico de la superficie terrestre y la relación de los humanos con este medio físico, se incluyen los rasgos geográficos físicos y humanos o culturales, pudiéndose dividir en geografía física, geografía humana y económica y geografía histórica.

Los elementos de la geografía física son entre otros los terrenos y el agua mientras que la geografía humana estudia los asentamientos, líneas de comunicación, transportes, construcciones y otras modificaciones del medio geográfico. La geografía económica, un campo de la geografía humana, estudia la utilización industrial del medio geográfico.

Existen otros campos en la geografía humana como la geografía histórica.

Entonces, se desarrollaran los temas que llevan al entendimiento de la Geografía de Güinope, al integrar tres temas principales:

- Geografía física,
- Geografía humana y económica,
- Geografía histórica de interés turístico

GEOGRAFIA FISICA DE GUINOPE

Se define como geografía física el entendimiento y la comprensión de los fenómenos naturales que modelan las formas de un espacio geográfico, incluyendo especialmente los aspectos topográficos y las cuencas hidrográficas.

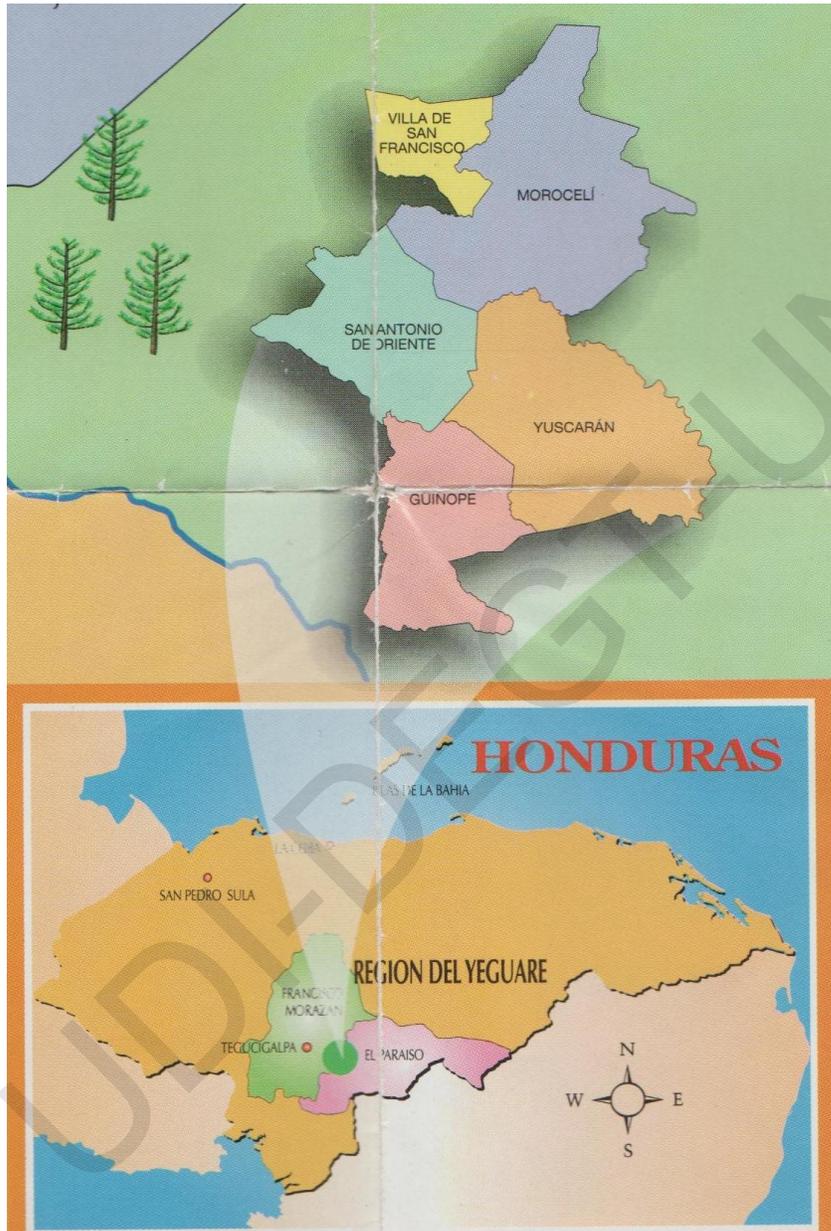
UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Con una extensión territorial de 204 kilómetros cuadrados, Güinope está ubicado a 54 Km. al oriente de Tegucigalpa carretera a Danlí, tomando el desvío que se encuentra a la altura del kilómetro 30 en la Escuela Agrícola Panamericana del Zamorano. Como medio de transporte se puede utilizar un autobús interurbano que sale de la ciudad de Tegucigalpa, cuya capacidad en su mayoría es de 60 pasajeros con un costo de 40 lempiras por persona. También se puede utilizar vehículo particular, tomando en cuenta que en todo tiempo es una calle de tierra, que conduce por un pintoresco camino hasta llegar a Güinope. Una vez allí, se puede hacer uso de moto taxis, que cobran entre 10 y 20 Lps.

LOCALIZACIÓN FÍSICA (HERRERA, 1991)

El Municipio de Güinope está ubicado al noroeste del departamento de El Paraíso, dentro de la región centro oriental de Honduras, entre el paralelo 13°53'11", latitud norte; entre el meridiano 86°56'15" longitud este. La cabecera Municipal, lleva el

mismo nombre y se encuentra en una meseta intramontana, rodeada por estribaciones de la montaña de Navijupe, ramal importante de la sierra de Lepaterique



Localización Física de Güinope (Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, 2007)

LÍMITES FÍSICOS (HERRERA, 1991)

Al norte: Municipio de San Antonio de Oriente, Departamento de Francisco Morazán.

Al sur: Municipio de San Lucas, Departamento de El Paraíso.

Al este: Municipios de Oropolí y Yuscarán, Departamento de El Paraíso.

Al oeste: Municipio de Maraita, Francisco Morazán.

CLIMA (HERRERA, 1991)

El clima es un dato muy importante de una región, ya que dependiendo de los intereses, puede convertirse en un complemento del atractivo turístico, así mismo, caracteriza la forma de vida de una zona, ya que a él atenderá la forma de vestir y comer de sus habitantes, la construcción de viviendas, las actividades económicas y la producción agrícola.

Por lo anterior, es relevante mencionar que el clima de Güinope, es subtropical o tropical de altura; siendo los meses más lluviosos junio y septiembre, los meses más secos son febrero y marzo. Específicamente la cabecera municipal: Güinope, está ubicado en una meseta o altiplanicie con una altura promedio sobre el nivel del mar de 1250 msnm, una temperatura promedio de 19.78°C; vientos moderados del norte, con dos periodos bien marcados: el seco, de enero a abril y el lluvioso, de mayo a octubre con una precipitación anual de 1,096.44 mm.

GEOGRAFIA HUMANA Y ECONOMICA

La geografía humana y económica se entiende como la interrelación del ser humano con el entorno natural. De esta manera su impacto y transformación del medio para el uso y beneficio, genera un paisaje característico.

Es importante recalcar que el paisaje, ya sea urbano o rural es el resultado de la actividad humana y su relación con los recursos naturales aprovechables, lo cual influye sobre el potencial de desarrollo turístico de una región.

POBLACIÓN

El municipio cuenta con una población de 6,936 habitantes, distribuidos en 12 aldeas listadas en la tabla 4.3 (Instituto Nacional de Estadística INE, 2001):

INFRAESTRUCTURA (HERRERA, 1991)

En lo concerniente a la red vial, que comunica las aldeas de Güinope, está constituida por 7 caminos de tierra muy pintorescos:

1. Güinope – Casitas – Galeras – Lizapa – Zamorano
2. Güinope – Lavanderos
3. Galeras – Lavanderos
4. Güinope – Silisgualagua – Loma Verde
5. Güinope – Caserío la Cienega (Yuscarán)
6. Güinope – Pasando por los Caseríos de Oropolí: Chagüite, Corralito, Las Mesas y El Barro.
7. Manzaragua – Santa Rosa – Ocotales – Quebrachos

El primer circuito de 24 KM, conduce a la carretera Panamericana, desde la cual se puede trasladar hacia Tegucigalpa, que se encuentra a 30 KM.

Tabla 4.3- Población de Güinope por Aldeas

Aldea	Total de Habitantes	Hombres	Mujeres
1.Güinope	2,830	1455	1375
2.Arrayanes	373	194	179
3.Casitas	220	124	96
4.Galeras	930	445	485
5.Liquidambar	208	108	100
6.Lavanderos	571	280	291
7.Manzaragua	644	354	290
8.Pacayas	286	157	290
9.Santa Rosa	541	274	267
10.Silisgualagua	333	177	156

Elaborado en base a datos del Instituto Nacional de Estadística INE, Censo de Población y vivienda 2001.

EMPLEO

No se dispone de datos para todas las aldeas solo para la cabecera Municipal del mismo nombre, Güinope. En la tabla 4.4 se encuentran las ramas de ocupación de de la Población para dicha cabecera Municipal.

Tabla 4.4- Ramas de Actividad de la Población de la Cabecera Municipal de Güinope

Ramas de Actividad	
PEA Ocupada	868
PEA Desocupada	6
PEI	703
jubilados y pensionados	6
estudiantes	419
oficios domésticos	656
incapacitados	62
otros	110
TOTAL	2830

Elaborado en base a datos del Instituto Nacional de Estadística INE, Censo de Población y vivienda 2001

CALIDAD DE VIDA

Para efectos de esta investigación se planteará el concepto de calidad de vida, como una medida del bienestar de los individuos (Alarcón, 2000), para medir la calidad de vida de los pobladores del Municipio de Güinope haremos uso del Índice de Desarrollo Humano (IDH):

ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO

El índice de desarrollo Humano IDH, sirve para comparar el nivel de desarrollo entre países, el Programa Para el Desarrollo de la Naciones Unidas (PNUD) considera que la importancia de este índice radica en establecer la forma en que se está utilizando la producción de un país para que pueda traducirse en desarrollo humano (Alarcón, 2000). Esta definición, entonces, la trasladaremos al escenario Municipal como la forma en que esta utilizándose la producción de Güinope para que pueda traducirse en desarrollo humano.

Según el Informe de Desarrollo Humano 2006 del PNUD, El Municipio de Güinope tuvo un IDH de 0.653, lo cual es considerado como un Desarrollo humano Medio, de acuerdo con la clasificación que se muestra en la tabla 4.5

El IDH trata de medir algunas de las capacidades más importantes para la vida de una persona, centrándose en tres, conocidas como las dimensiones básicas del desarrollo humano (Ver tabla 4.6):

- Disfrutar de una vida larga y saludable, medida a través de la esperanza de vida al nacer.
- Tener acceso a conocimiento, medida a través de la tasa de alfabetismo en adultos y la tasa de escolaridad para los mayores de 7 años.
- Disfrutar de un nivel de vida digno, medido a través del ingreso per cápita en términos de Paridad del Poder Adquisitivo (PPA) en dólares estadounidenses (US\$).

Mismos se describen a continuación:

Tabla 4.5 Tabla de Clasificaciones Según El Desarrollo Humano

Desarrollo Humano Alto	IDH igual o superior a 0.800
Desarrollo Humano Medio	IDH entre 0.500-0.799
Desarrollo Humano Bajo	IDH inferior a 0.500

Elaborado en base a (PNUD, 2004)

Tabla 4.6 Cálculo del Índice de Desarrollo Humano:

Componente	Una Vida Larga y Saludable	Educación		Un Nivel de Vida Digno
		Tasas de alfabetización de adultos	Tasa bruta de Matriculación (TBM)	PIB per cápita PPA en US\$
Indicador	Esperanza de vida al nacer	Índice de alfabetización de adultos	Índice de TBM	
Índice del Componente	Índice de esperanza de vida	Índice de educación		Índice del PIB
Resultado	Índice de Desarrollo Humano IDH			

Fuente: Elaborado en base a Informe sobre Medición de Condiciones de Vida de Diana Alarcón, INDES Mayo de 2000

ESPERANZA DE VIDA AL NACER

Esperanza de Vida al nacer, por medio de este indicador se intenta medir la capacidad de las personas de tener una vida larga y saludable. Se define como el número de años que vivirá en promedio cada recién nacido de un conjunto hipotético sometido durante su vida a una determinada ley de mortalidad. (Alarcón, 2000)

Para Güinope, la esperanza de vida promedio es de 67.3 años (PNUD, 2006).

EDUCACIÓN

La alfabetización es la base del progreso social, económico y medioambiental en los países en desarrollo y no obstante se ha prestado muy poca atención a su medición. Intenta medir la capacidad de las personas para conocer y entender su entorno (Alarcón, 2000).

Según la definición del Banco Mundial, la tasa (%) de alfabetización de adultos (15+), total. Corresponde al porcentaje de la población mayor de 15 años que es capaz de leer y escribir, con entendimiento, una proposición simple y breve sobre su vida diaria. En general, el término “alfabetización” incluye también habilidades aritméticas, es decir, la capacidad de hacer cálculos matemáticos sencillos. Para calcular este indicador se divide el número de personas alfabetizadas mayores de 15 años por la población del correspondiente grupo y se multiplica por 100 (Banco Mundial, 2014).

La tasa de alfabetismo en Güinope fue de 0.844 (PNUD, 2006).

Es decir, que tenemos en Guinope mas de 1000 personas analfabetas, un reto que hay que superar y que deja entrever los nichos para proyectos educativos en esta zona.

NIVEL DE VIDA

El nivel de vida de la población se mide a través del valor real del Producto Interno Bruto cápita, mejor conocido como PIB per cápita.

En Güinope el PIB real per. Cápita estimado en 2,121 (PPA en USD) (PNUD, 2006) Lo cual es considerado un ingreso medio, de acuerdo a la tabla de clasificación del PNUD. (Ver tabla 4.7)

Tabla 4.7 Tabla de Clasificaciones Según los ingresos

Ingresos Altos	Ingreso nacional bruto per cápita igual o superior a USD 9,076
Ingresos Medios	USD736 a USD9,075
Ingresos Bajos	Iguales o inferiores a USD735

Elaborado en base a (PNUD, 2004)

El hecho de pertenecer a un país que posee dos de las ciudades más peligrosas del mundo (San Pedro Sula y Tegucigalpa), se vuelve fundamental revisar algunos aspectos relacionados con la seguridad pública de Güinope.

SEGURIDAD PUBLICA (COMISIONADO NACIONAL DE LOS DERECHOS HUMANOS , 2012)

La violencia en el país se ha convertido en unos de los mecanismos y practicas más frecuentes, cualquier persona, en cualquier lugar y circunstancia, puede convertirse en víctima de violencia, llegando inclusive a ser víctima de la privación de la vida.

De acuerdo a la Organización Mundial de la Salud (OMS), el estándar normal son 8.8 homicidios por cada 100,000 habitantes y califica de “epidemia” cuando la tasa sobrepasa ese límite.

Honduras registró una tasa de 85.5 homicidios por cada 100,000 habitantes en 2012, lo cual es considerado una “epidemia”. La tasa más alta la registro San Luis Comayagua que fue de 341.9.

En el departamento del Paraíso al cual pertenece Güinope, la tasa de homicidios por cada 100,000 habitantes fue de 30.8 en el 2012, de las menores tasas a nivel nacional según CONADEH.

GEOGRAFÍA HISTÓRICA DE INTERÉS TURÍSTICO DE GUINOPE

La geografía histórica se caracteriza por la identificación y documentación de todos aquellos espacios y hechos realizados en el transcurso de los años por los distintos pueblos y personas que marcaron la identidad.

Desde la perspectiva de la actividad turística, los hitos históricos de mayor relevancia constituyen rasgos distintivos de la idiosincrasia del Güinopeño, por lo que se convierten en información de interés turístico.

HISTORIA DE GÜINOPE (DURÓN, 1991)

Güinope fue fundado en el año 1700 de acuerdo a datos obtenidos en la biblioteca Nacional de Honduras en el libro de geografía histórica de Honduras; pero existe otra versión de que fue fundado en 1806 (Somoza Vivas, 1991) y según la tradición popular data desde 1747, cuando el señor Esteban Rodríguez, originario del Municipio de Maraita y residente en la aldea Manzaragua, andaba buscando un ganado que se le había extraviado, llegando hasta una meseta de fértiles tierras, donde decidió asentar su residencia, construyendo una casa de rajas y teja, con una pequeña hermita donde colocó la imagen de San Isidro, misma que fue traída desde España. (Durón, 1991)

El origen del nombre Güinope, ha sido muy discutido, traducido del dialecto lenca significa: “nido de palomas” o “Guarida de fieras”, pero traducido de lenguas mexicanas significa “en el agua de las palomas”. (Herrera, 1991)

Hasta 1801 Güinope fue una reducción adscrita a la subdelegación de Tegucigalpa con el nombre de *Caridad de Güinope*, posteriormente pasó a formar parte del mineral de San Antonio de Oriente que pertenecía al Departamento de Tegucigalpa, hoy Francisco Morazán. El 16 de mayo de 1821 le dieron categoría de Municipio; en 1851, siendo alcalde Don Timoteo Flores, los residentes de Güinope hicieron la solicitud para pertenecer al Distrito de Yuscarán, misma que

fue aprobada el 10 de abril de 1852. Luego en 1869 cuando se hace una nueva división territorial y se crea el Departamento de El Paraíso, Güinope pasa a ser parte de él.

Durante estos cambios políticos, en la década de 1830, llega a Güinope, el Padre Francisco Antonio Márquez, sacerdote que había contribuido eficazmente a la independencia de Centro América, a su proclamación en 1821 y a su declaratoria absoluta en 1823.

PRESBITERO FRANCISCO ANTONIO MÁRQUEZ- PRÓCER INDEPENDISTA (EL
HERALDO, 2014)

Uno de los próceres independentistas que se debe rescatar es el presbítero Francisco Antonio Márquez, quien influyó sobre el pensamiento de Francisco Morazán, sostuvo el historiador Mario Argueta. A Márquez se le considera el prócer olvidado. Su nacimiento también es un poco confuso. La biografía escrita por Rómulo E. Durón cuenta que un día de septiembre de 1787 don José Manuel Márquez salía de la casa de su hermano el presbítero Juan Francisco Márquez cuando en el zaguán un hombre le entregó una cestilla, dentro estaba un niño dormido. Junto con su esposa María Francisca Márquez criaron al pequeño dándole el nombre de Francisco Antonio Márquez. Fue enviado a estudiar a Guatemala y el 10 de marzo de 1804 obtuvo el grado de bachiller en filosofía. Tras la muerte de su protectora María Francisca Márquez se vio obligado a regresar a Tegucigalpa donde escandaliza a la sociedad cuando decide dar libertad a los esclavos que formaban parte de la servidumbre de la familia. Tras conocer la situación de los mineros en el oriente del país, y aún con una opinión general que era contraria, Márquez sostuvo que debería haber ayuntamiento en Yuscarán y que se debía reconocer a los mulatos su voto activo y pasivo en las elecciones del mismo. Otro hecho que registró Durón es que en 1821 tras la independencia, Tegucigalpa y Comayagua se dividen. Comayagua exigía la adhesión a México, Tegucigalpa prefería la independencia absoluta. Honduras se anexó a México el 5

de enero de 1822. En septiembre de 1823 Márquez se traslada a Guatemala y el 19 de octubre ratificó el acta de la independencia de México firmada en julio de 1823.

Fue el Padre Márquez, quien introdujo el cultivo de la naranja, el membrillo de carnes, el durazno de pomos, el perote de pulpa agridulce y el Café. Pidió permiso a sus superiores para casarse y aunque le fue negado tuvo seis hijos con doña Ramona Sánchez, siendo estos los antecesores del periodista Paulino Valladares, actualmente una figura destacada a nivel nacional, orgullo de Güinope. (Terzo, 1996)

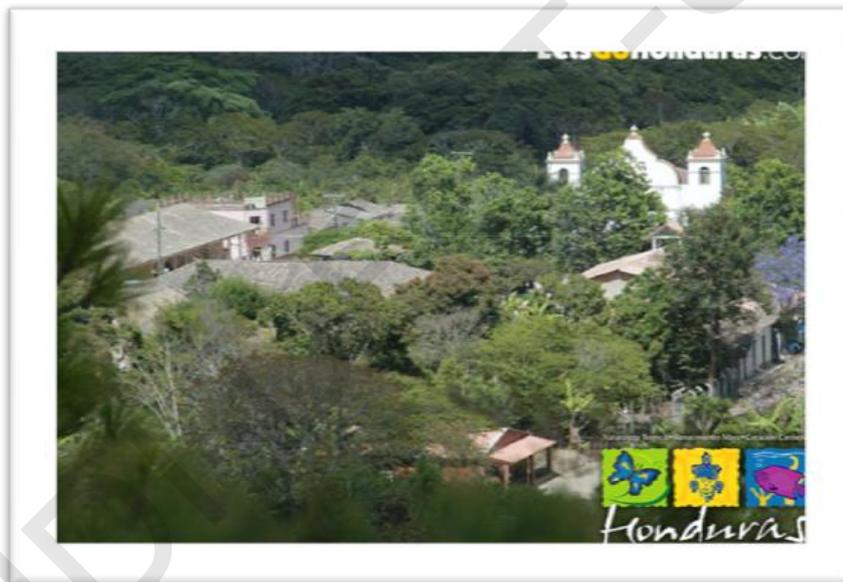
Finalmente en 1842 la vida del Padre Márquez llegó a su final, siendo sepultado en el cementerio de la aldea de Güinope, al pie de un árbol de naranjo, como fuera su última voluntad.

La Iglesia Católica de Guinope

Está ubicada frente al parque central, fue inaugurada en mayo de 1821. Es una iglesia con atrio frontal de fachada sencilla pintada en color melón, con dos torres en una de las cuales está instalado el campanario.



Vista de la Iglesia Católica de Güinope en 2004. (Instituto Hondureño de Turismo IHT)



Vista de La Iglesia Católica de Güinope, desde el Cerro La Cruz (Foto del IHT)



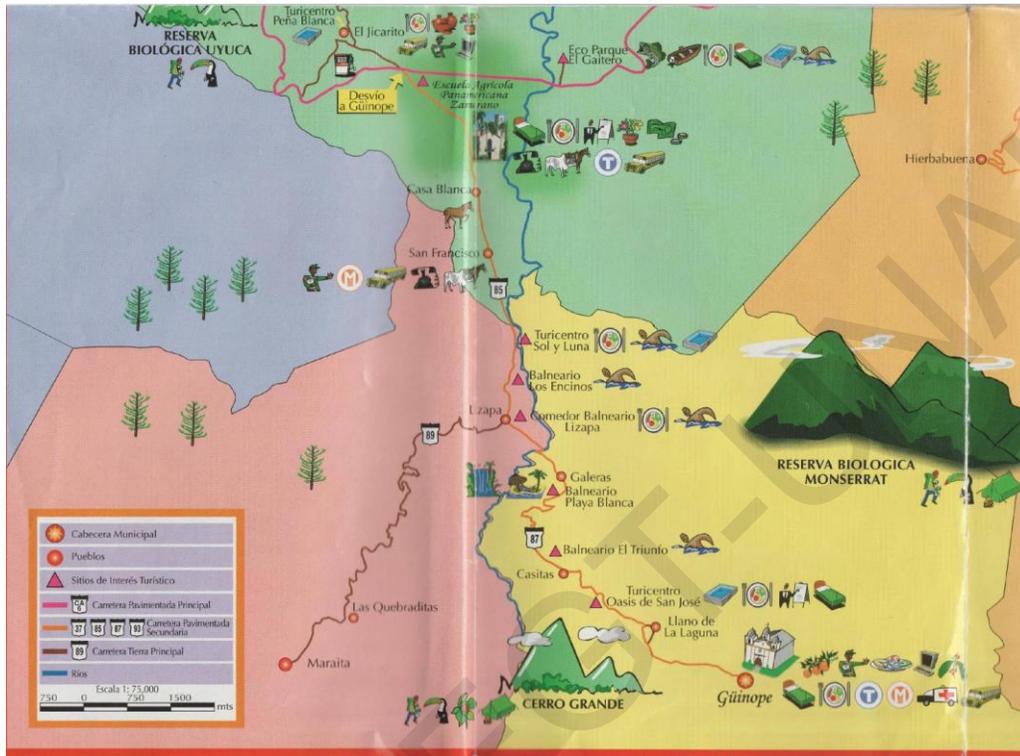
Vista
de la Iglesia Católica de Güinope desde el corredor de la Alcaldía Municipal de Güinope.
(Foto ITH)

INVENTARIO TURÍSTICO DE GÜINOPE

Teniendo presente la importancia cultural e histórica del municipio de Güinope, se considera necesario desarrollar actividades que sean potenciales generadores de empleos en la zona, mediante el aprovechamiento sustentable de las riquezas naturales de Güinope.

El logro de lo antes expuesto parte, de conocer las características y gran riqueza en recursos naturales y culturales que existen en Güinope, es decir un inventario turístico.

El punto de partida será el mapa turístico de Güinope, desarrollado por la Escuela Agrícola Panamericana Zamorano (EAP) en 2005 (Foto inserta)



Mapa Turístico de Güinope (Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, 2007)

Para la realización del inventario turístico del Municipio de Güinope se aplicaron cuestionarios de acuerdo a la actividad turística a emprendedores prestadores de servicios y bienes turísticos en tres comunidades (aldeas): Lizapa, Galeras y Güinope. También se realizaron visitas de campo a sitios naturales. (Ver tabla 4.8)

Tabla 4.8- Cantidad de Cuestionarios aplicados por actividad

(Municipio de Güinope 2012)

CUESTIONARIO	Total
Alimentos y Bebidas	7
Hoteles	1
Recreación	3
Sitios Naturales	1
Artesanías	5
Totales	17

Elaboración propia en base a resultados de cuestionarios aplicados

RESTAURANTES, COMEDORES Y AFINES

Hay en la zona 7 sitios donde ofrecen servicios de alimentación haciendo un total de:

- 174 Sillas
- 44 mesas

Las alternativas de los menús son variadas, pudiendo encontrar:

Comida típica: Carne asada, frijoles, chilmol y tortillas, pinchos, mondongo, pollo en porciones, burritas.

Golosinas: pastelitos de perro, catrachas, tortillas con quesillo, pasteles, café, dulces y pan de casa.

Horarios

Todos tienen convenientes horarios ya que están abiertos de lunes a domingo.

Precios de los Productos

Bebidas entre L. 4.00 y L. 24.00

Comidas entre L. 5.00 y L. 60.00

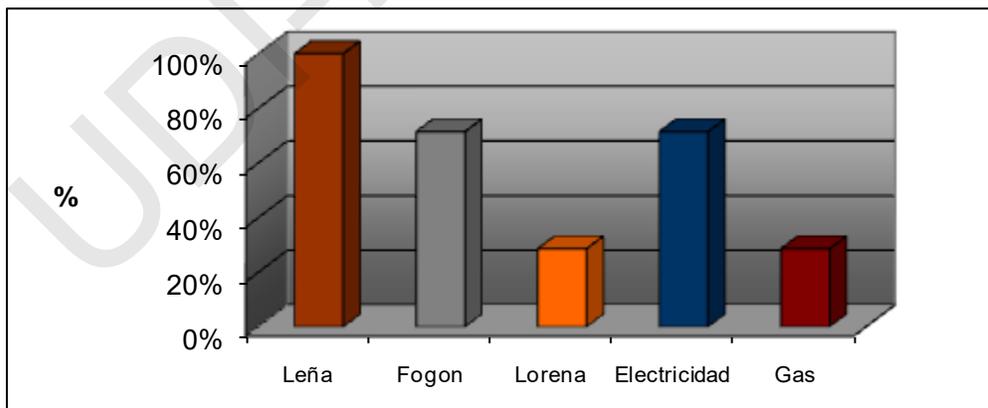
Crecimiento

6 de 7 entrevistados manifestaron tener interés en hacer crecer sus negocios, para lo cual consideran necesario los recursos económicos, alianzas y capacitaciones.

Fuentes de Energía

Es preocupante saber que el 100% de estos negocios utilizan leña para cocinar los alimentos, de estos un 71% la usan para cocinar en fogón y un 29% en estufa Lorena, un 71% utiliza electricidad y un 29% gas, tal como lo podemos ver en el grafico 4.1

Grafico 4.1 Fuente De Energía Usada Para La Preparación De Alimentos



Fuente: Elaboración propia en base a cuestionario

Cafeterías y Comedores Recomendados:

- Comedor Lizapa
- Típicos El Rinconcito
- Golosinas Frim
- Cafetería y repostería Sandra
- Comedor Central
- Comedor Mary



Delicias preparadas artesanalmente, Comedor Lizapa, Lizapa (Foto EAP)

HOTELES

El Municipio cuenta con 4 hoteles y ambos se encuentran ubicados en la cabecera Municipal: Güinope. Haciendo un total de 74 camas, como capacidad de carga de alojamiento

- **Hotel Gesiel**

10 habitaciones dobles.

Tiene un horario de atención de 7 a.m.-10 p.m.

El precio de las habitaciones es de L. 60.00-L. 80.00, lo cual incluye el uso de toallas, papel higiénico y jabón.

- **Turicentro Oasis de San José**

Con capacidad para alojar a 30 personas. Y que ofrece además los servicios de recreación como ser piscina, billar, canchas deportivas, ciclismo y senderismo.



Turicentro Oasis de San José, foto de Mario López

- **La Posada de Güinope**

- Cuenta con 6 habitaciones dobles.
- Tiene un horario de atención de 6 a.m.- 8 p.m.
- El precio de las habitaciones es de L. 120.00-L. 150.00 diarios, lo cual incluye el uso de toallas, papel higiénico y jabón. Además hay agua caliente, baños privados, cancha de básquet, parqueo y servicio de comida.
- Ubicación: Barrio La Cruz, sector 1, calle Cabañas Tel. 2787-6818



- Habitaciones de La Posada de Güinope, Foto de Vilma Zelaya



Sala de estar y habitación unipersonal La Posada de Güinope, (Foto Diana Trejo)

- **Hotel Henry Jordana**

Ubicado en el Barrio Arriba de Güinope, es un establecimiento relativamente nuevo, que ofrece muy buenas condiciones, 6 habitaciones con 2 camas cada una, televisión por cable, agua caliente, teléfono, closet, privacidad, parqueo y seguridad.

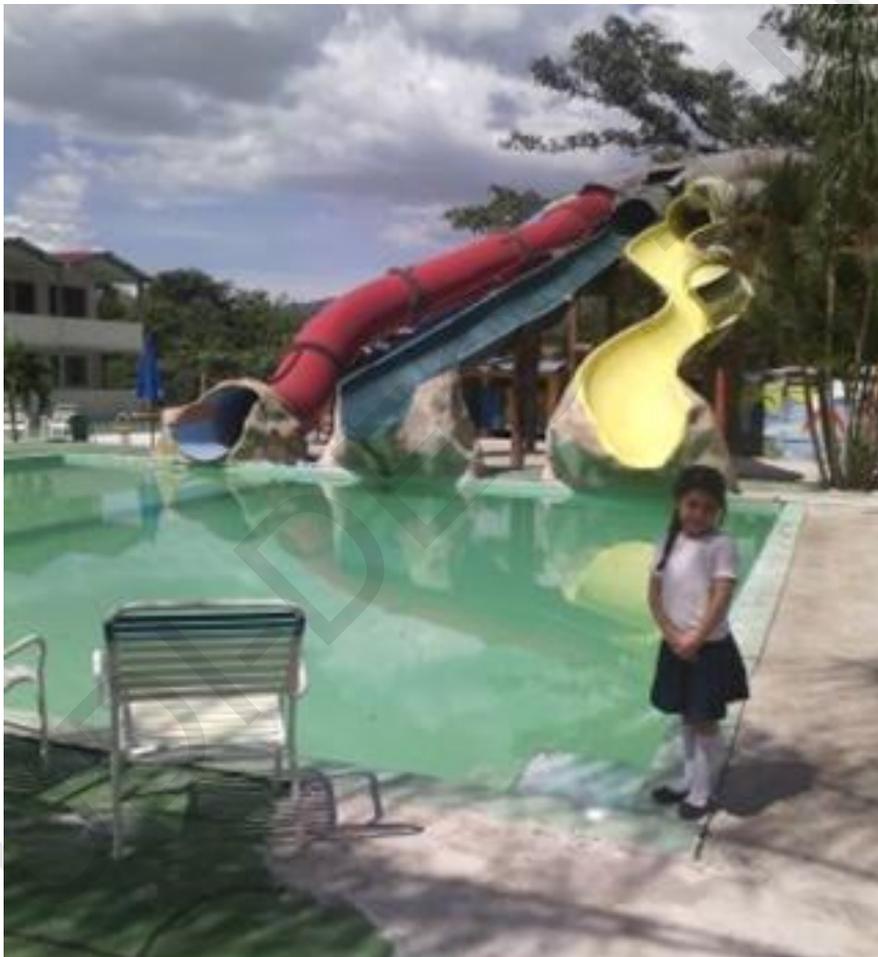
Precios: 200 lempiras diarios por persona.



Hotel Henry Jordana, Foto propiedad del Hotel

RECREACIÓN

- **Turicentro Sol Y Luna,**
Aldea Arocha del Municipio de Güinope.
 - Tiene capacidad para 300 personas.
 - Piscinas, Canchas deportivas y billar.
 - Horario de 9 am – 4 pm, de lunes a domingo.
 - Tarifas: Adultos Lps. 120.00 y niños Lps. 60.00



Aventura en toboganes, Turicentro Sol y Luna (Fotografía Diana Trejo)



¡Disfrutar de un buen balneario!, Turicentro Sol y Luna, Arocha, (fotos Diana Trejo)

- **Balneario Playa Blanca,**

Ubicado en la comunidad de Galeras a 12 Km. de El Zamorano.

- Tiene capacidad para 1000 personas
- Piscinas, Canchas de voleibol deportivas, juegos para niños, caballos y agroturismo.
- Tarifas: Lps. 50.00/persona
- Horario de 9 am – 4 pm, de lunes a domingo.

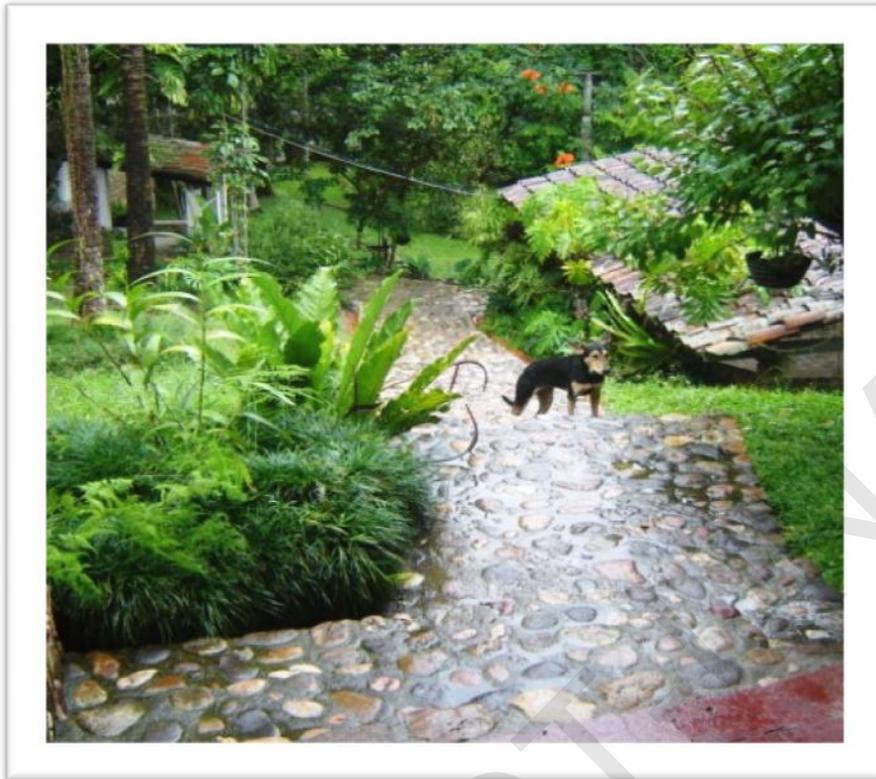
(Fotografías en las páginas siguientes)



Balneario Playa Blanca, Galeras, Foto Propiedad del Balneario.



¡Palmeras, sol, arena y agua! Centro Recreativo Playa Blanca
(Foto Diana Trejo)



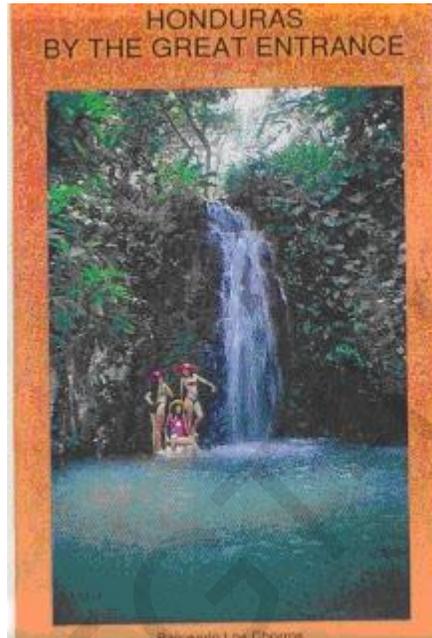
Senderos exóticos, Centro recreativo Playa Blanca (Foto de Escuela Agrícola Panamericana, EAP)



Siéntase como en la costa, Centro recreativo Playa Blanca (Foto EAP)

- **Balneario Los Chorros**

Se localiza a 16 KM de El Zamorano, en la Aldea Galeras, cuenta con una cascada de 100 mts de altura, hay piscinas, canchas deportivas, parqueo y vestidores.



Balneario los Chorros, portada de libro Honduras By the Great Entrance

- **Turicentro Oasis de San José**

Funciona en la entrada de la Cabecera Municipal, Güinope, a 19 Km. de El Zamorano.

- Tiene capacidad para hospedar a 30 personas.
- Piscinas, Canchas deportivas, juegos para niños, ciclismo, senderismo y billar. Con capacidad para 80 personas.
- Tarifas por grupos.
- Trabaja con el sistema de reservaciones

GASTRONOMÍA

Dentro de la oferta gastronómica güinopeña sobresale:

- Producción de frutas y verduras
- Producción de jaleas de frutas y alcitrones de naranja



Alcitriones de Naranja preparados en Comedor Central por doña Martha Lopez, (Foto El Heraldo)

- Repostería tradicional. (Quesadillas, totopostes, rosquillas, tortas)
- Elaboración de Nacatamales
- Cultivo de Frutas exóticas como fresas y duraznos
- Producción de Vinos y otros envasados

Hay tres fábricas artesanales de vinos que se ubican dentro de la categoría de microempresas familiares, los precios oscilan entre 80 Lps. A Lps.100:

- Fabrica de Vinos la trilla de doña Carmen Rivera: vino de naranja y mora.
- Fabrica de Vinos Flor de María: vino de naranja, uva, ciruela, papa, café, nance, fresa y durazno. Jaleas y mermeladas de frutas, duraznos en almíbar.
- Fabrica de vinos y envasados de Doña Ada Ponce: Vinos de naranja, jaleas y mermeladas de frutas, duraznos en almíbar.
- Producción, empaque y venta de Café molido. Las fábricas de vino mencionadas arriba, también se dedican a la comercialización de café molido, tradicional o aromatizado con chocolate o pimienta. Los precios van de 50 Lps. Hasta 70 Lps.



Vino de Naranja *La Trilla*^{MR} (Foto old.latribuna.hn)



Instalaciones de la Fábrica Artesanal de Vinos la Trilla. Inferior: Bodega de barriles de Cedro con reservas de vino desde 1986 (Fotos Diana Trejo)



Vinos La Trilla, Foto El Heraldo



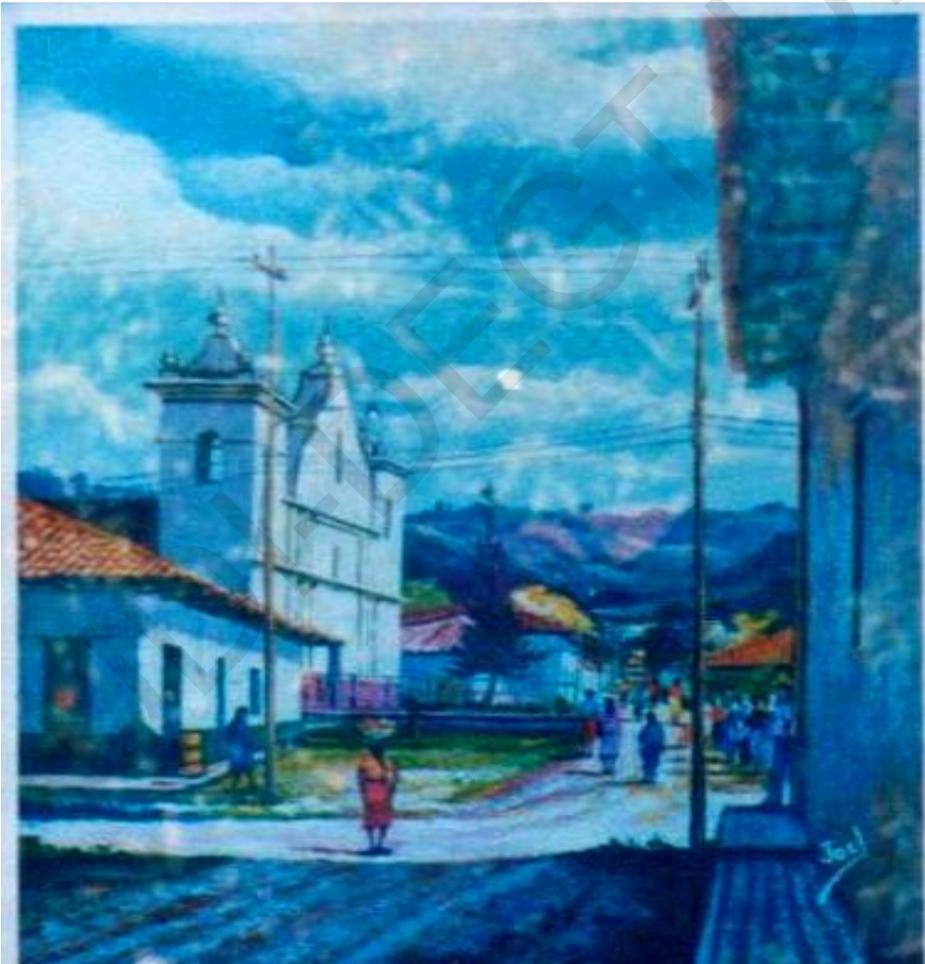
Variedad de Vinos:

Izquierda: Vinos de Ada Ponce (foto turismoenguinope.es.tl). Derecha: Vinos y Envasados de la Fabrica Güinopeña Flor de María (Foto El Heraldo)

ARTESANÍAS

Otro potencial importante que tiene Güinope, son las personas que hacen artesanías: pinturas al oleo, tallado en madera y marroquinería.

Joel Castillo: Cabe resaltar el trabajo del laureado pintor guinopeño Joel Castillo cuyas obras son reconocidas a nivel nacional e internacional, pintor paisajista y con arte abstracto, ha realizado exposiciones de sus obras en Washington, New York, entre otros, también recibió un reconocimiento del gobierno de Israel en mayo de 2004 por su participación en la exposición “El antiguo testamento en ojos de artistas Hondureños” (La Tribuna, 2007).

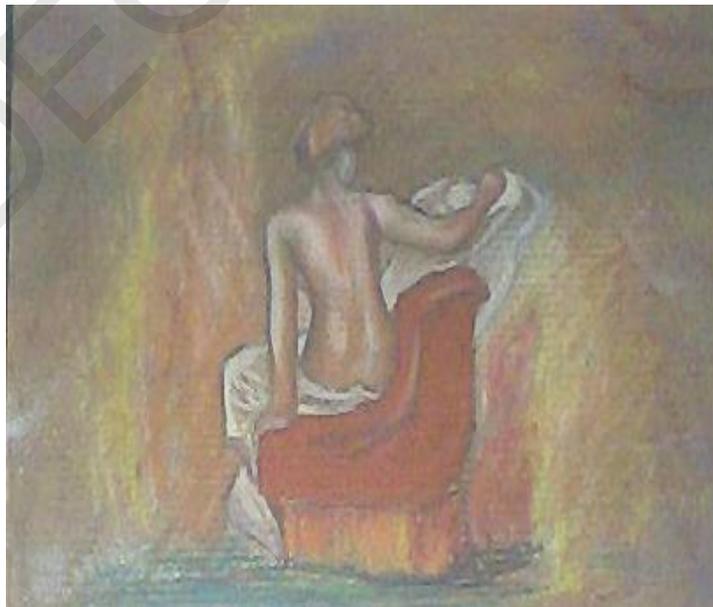
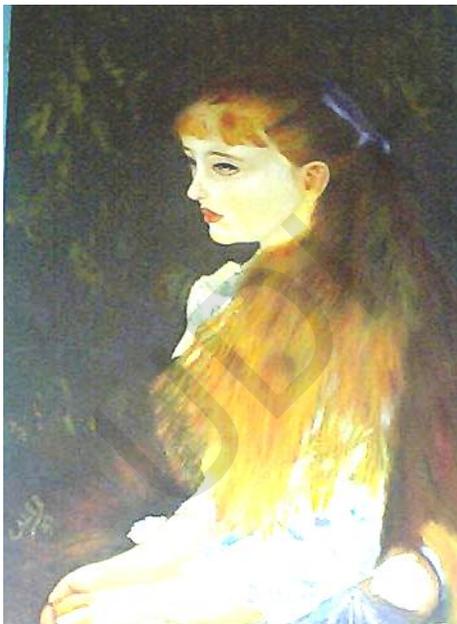


Pintura de la Iglesia de Güinope, Artista Güinopeño: Joel Castillo

Caleb Alemán: También destaca el trabajo de este artista en pintura y tallado en madera



Pintura al óleo, Artista Güinopeño: Caleb Alemán, foto Diana Trejo



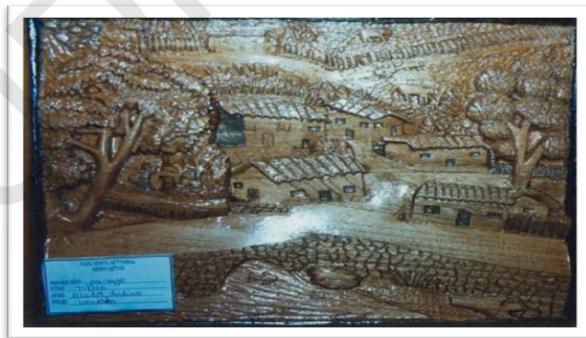
Pintura al óleo, Artista Güinopeño: Caleb Alemán, foto Diana Trejo



Tallado en Madera, Artista Güinopeño Caleb Alemán, Foto de Diana Trejo

Salvador Rivera: maestro de artes plásticas y otro habilidoso pintor Güinopeño

Gladys Andino: Artista del Tallado en madera



Tallado en madera Artista Güinopeña Gladys Andino, fotos Gladys Andino

Eda Rivas: Artista de Marroquinería, es decir, trabajos en Cuero u otros materiales: carteras, fajas, billeteras, llaveros y otros Souvenirs.



Marroquinería Eda Rivas, fotos: Diana Trejo

SITIOS NATURALES

- **Balneario Aquasol:**

Ubicado en la comunidad de Galeras, a una altura aproximada de 1000 Mts SNM, con una temperatura promedio de 27 0C, posee tres piscinas, champas y una vista completamente natural, conformada por encinos, pinos, árbol de nances, mangos, plátanos, pajarillos e insectos.



Acceso al Balneario Aquasol, Aldea Galeras, Güinope. Foto Diana Trejo

- **La Fortuna y Los Tres Chorros**

Camino al volcán se encuentra el Rio La Fortuna y recorriendo un sendero en aproximadamente 20 minutos esta la poza los tres chorros, sitios naturales donde se puede bañar y disfrutar del agua helada y la vegetación.

- **Catarata El Barro**

Conduciéndose en vehículo a 11 Km de Güinope, en la aldea El Barro, se encuentra el acceso a pie para llegar a la catarata el Barro, la caminata dura aproximadamente 30 minutos, esta caída de agua tiene una altura de 130 – 150 metros.

- **Reserva Biológica Yuscarán,**

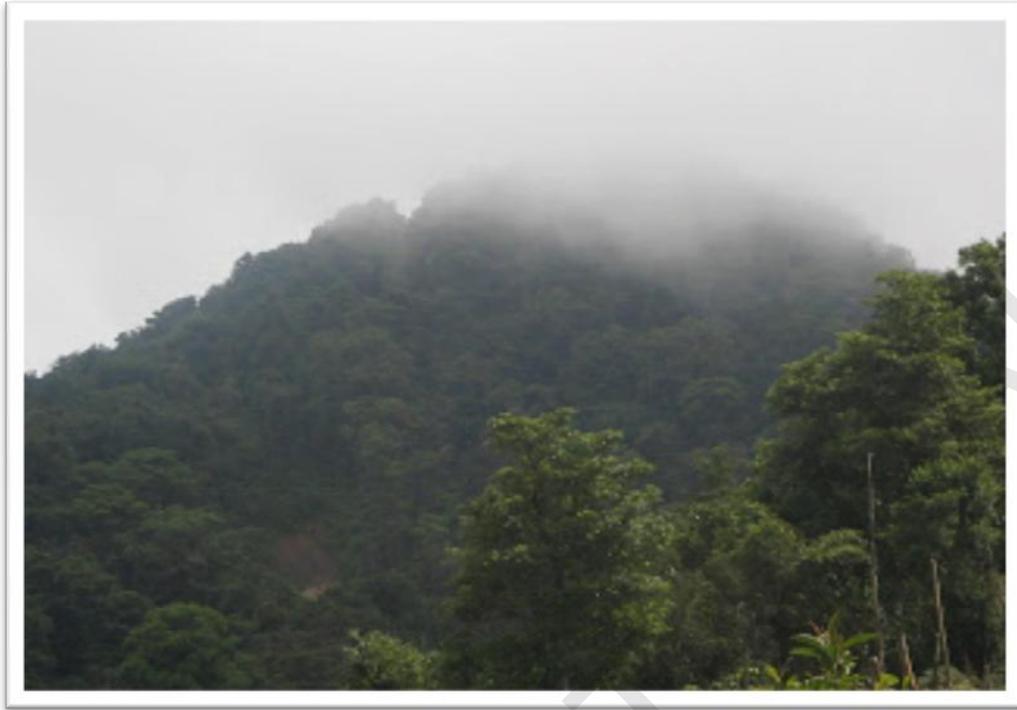
Situada entre los Municipios de Güinope, Yuscarán y Oropolí. Se encuentra a 1,888 Mts SNM. Está formada por los cerros El Volcán y El Sentado, se requiere una caminata de aproximadamente hora y media para llegar a la cima del cerro El Volcán, desde donde se tiene una excelente vista panorámica. Conformado por un bosque húmedo subtropical, con variedad de flora y fauna. Se pueden apreciar animales en peligro de extinción como el quetzal, venado cola blanca y chanco de monte. (Terzo, 1996)

Esta reserva de 41.87 km² forma parte de los 31,636 km² de áreas protegidas de Honduras, el 13.9% del territorio nacional es área protegida. (Banco Centroamericano de Integración Económica, 2010)

Actualmente se realizan estudios para conocer mejor la reserva Yuscarán, con el apoyo de instituciones como GTZ, Zamorano, AFE-COHDEFOR/ USAID, UNAH con la coalianza de la Fundación Yuscarán.

Los resultados del estudio realizado el equipo herbario “Cyril Hardy Nelson Sutherland” (TEFH) de la Escuela de Biología de la UNAH en los sitios cerro El Volcán, El Tamarindo, Oropolí, El Pericón, Güinope y El Rodeo, Yuscarán, El Paraíso. En los cinco viajes a los distintos sitios se colectaron un total de 735 muestras, 137 plantas en cerro Monserrat, 135 en El Tamarindo y Oropolí, 139 en El Pericón, 138 en Güinope y 186 en El Rodeo. (Fundación Yuscarán, 2011)

El Cerro El Volcan también posee una reserva de agua que provee este vital líquido a pobladores de Güinope, Yuscarán y Oropolí.



Biodiversidad por descubrir, Cerro El Volcán, Güinope. Reserva Biológica Yuscarán, Foto, Diana Trejo



Reserva Biológica Montserrat (Foto de Fundación Yuscarán)



Biodiversidad por descubrir, Variedades de Orquídeas encontradas en la Reserva Biológica Yuscarán, (Dueñas, 2002)



Reserva Biológica Montserrat (Foto de Fundación Yuscarán)

RIQUEZAS NATURALES



La abundancia de obsidiana que se puede ver en Güinope, requiere especial atención ya que se puede observar en casi todas las calles, esta piedra es un vidrio volcánico que se forma naturalmente al enfriarse rápidamente la lava, impidiendo que esta se cristalice. (Authentic Maya, 2005)

Piedra Obsidiana (Wikipedia.org)

En el pasado esta piedra era usada para hacer mascararas y joyas que se usaban para decorar a los difuntos para ir a su última morada.

La obsidiana es usada como ornamento. En ciertas culturas de la Edad de Piedra, era muy valorada, porque con ella se podían hacer cuchillas muy afiladas, usadas como cuchillos y puntas de flecha o lanza. Como todos los vidrios volcánicos y algunos tipos de rocas, la obsidiana se rompe con fractura concoidea. Puede golpearse con piedras más duras para modificar su forma. La obsidiana también se puede pulir para crear espejos rústicos. Actualmente, se utilizan cuchillas de obsidiana en cirugía cardíaca y ocular porque su filo es mucho más delgado que el de los escalpelos de acero, siendo hasta cinco veces más afilados que éstos últimos. Entre otros usos, esta hermosa y enigmática piedra, es ampliamente usada en la joyería y en tratamientos terapéuticos que practican en algunos SPA. (Wikipedia, 2014)

Ideas de productos de Obsidiana



Navajas de Obsidiana
(anagabrielagonzales.com)



Ornamento de Obsidiana
(mercadolibre.com.mx)



Joyería de Obsidiana
(mercadolibre.com.mx)



Mascara Antigua de Obsidiana
(monografias.com)

EVENTOS FESTIVOS

- **Festival Nacional de la Naranja**

Güinope es reconocido por sus naranjas, por su festival de la naranja, que año a año se celebra los primeros días de marzo.

Durante el festival se ofrece a los turistas naranjas y sus derivados: alcitriones, vinos y jugos.

También se desarrollan las siguientes actividades:

- Elección de la Reyna del festival
- Eventos deportivos
- Eventos musicales
- Presentación de su talentoso cuadro folklórico
- Desfiles de caballos y carrozas
- Venta de frutas y verduras
- Juegos mecánicos y juegos de azar
- Fiestas bailables

Este evento dura aproximadamente 2 semanas, los tres días de cierre, es cuando las calles de Güinope lucen llenas de turistas, en su mayoría nacionales.

Es cuando los hoteles, restaurantes, transporte de buses y demás comercios, resultan insuficientes, y cuando reportan sus mejores ventas del año.



Carroza del Festival de la Naranja Güinopeña (foto Diana Trejo)



Venta de naranjas y derivados en Plaza Central de Güinope, (Foto C.M. sarmiento 2007)



Desfile de Carrozas, Festival de la Naranja Güinopeña (foto de restaurantsoftheworld.net)



Actividades artísticas Festival de la Naranja (Izquierda: Foto eventoshn.mforos.com; derecha: foto de El Heraldo)



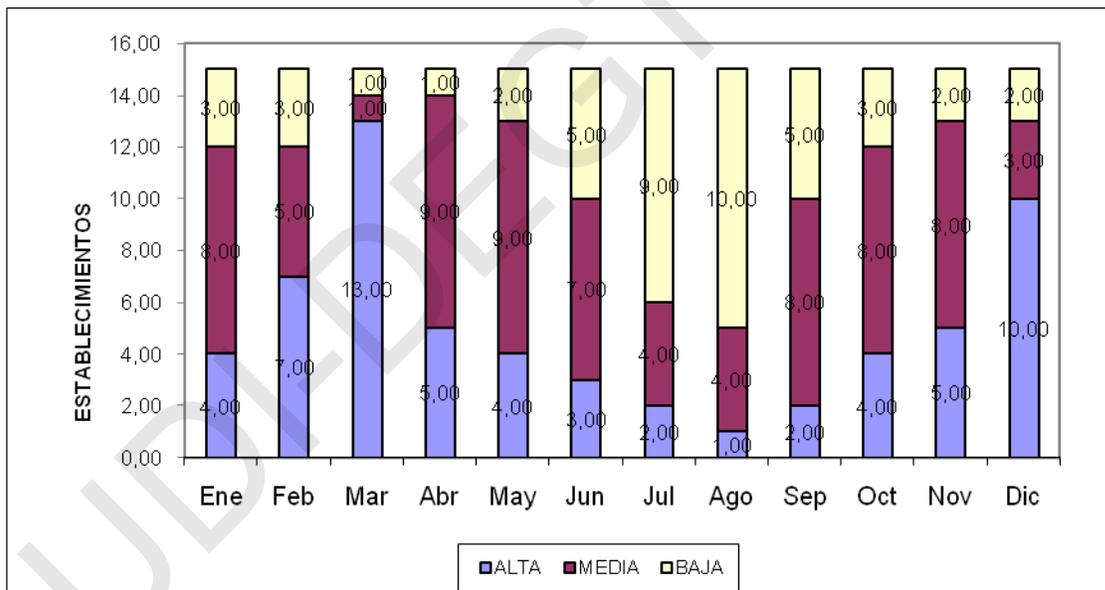
Esplendida Presentación del Cuadro de Danzas Folklóricas Instituto Técnico Güinope (Foto Diana Trejo)

DEMANDA DE BIENES Y SERVICIOS DEL MUNICIPIO

Resultado de la investigación de campo y de acuerdo con las entrevistas aplicadas, se obtuvieron algunos datos del comportamiento de la demanda actual de bienes y servicios relacionados con el turismo en el municipio de Güinope.

Podemos observar en el grafico 4.2 el comportamiento de la demanda a lo largo del año para 15 establecimientos encuestados. En el mes de marzo es que la mayoría de negocios registra un repunte en sus ventas, influenciado por el Festival de La Naranja y la semana santa, en los meses de julio y agosto, es que la mayoría de ellos registran las demandas más bajas del año.

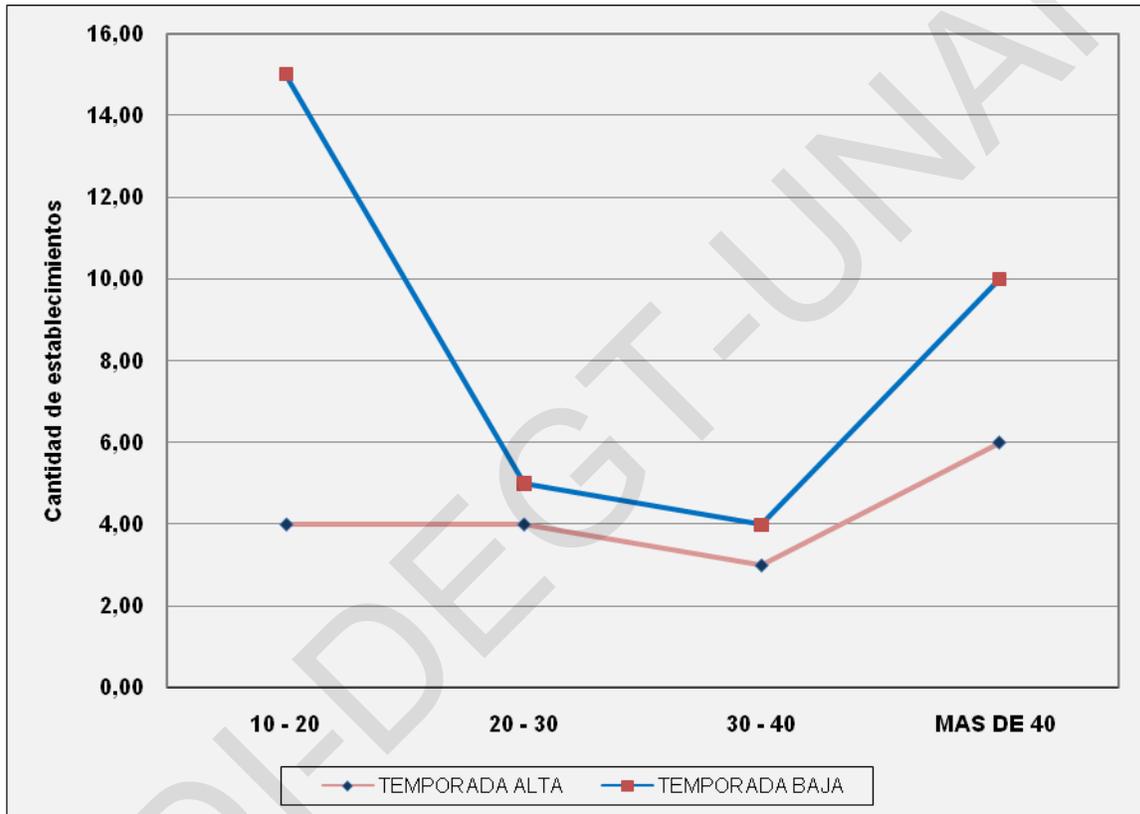
Grafico 4.2- Comportamiento de la Demanda de Bienes Y Servicios Turísticos durante el año (Municipio de Güinope)



Elaboración propia en base a resultados de la encuesta aplicada

También se concluyó que el 67% de los establecimientos encuestados recibe de 10 - 20 visitantes diarios en temporada baja y un 37% de los mismos recibe más de 40 visitantes en temporada alta Grafico 4.3

Grafico 4.3- Cantidad de Visitantes Diarios por Temporada (Negocios encuestados en Güinope 2012)

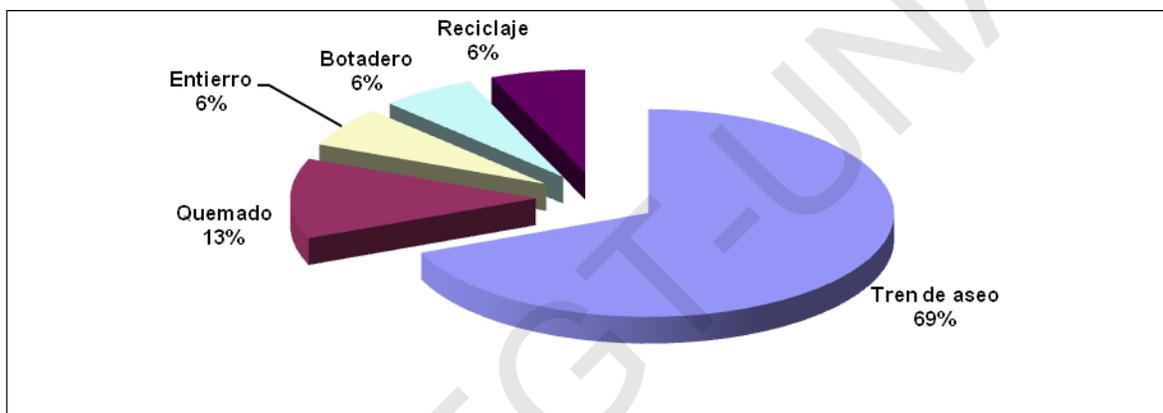


Elaboración propia en base a resultados de la encuesta aplicada

OBSERVACIONES SOBRE LA LIMPIEZA

En lo concerniente al manejo de desechos, un 69% de los negocios utiliza los servicios del tren de aseo, aunque este pase cada 10 días, también se usa los métodos que se muestran en el grafico 4.5

Grafico 4.5 -Manejo de Desechos



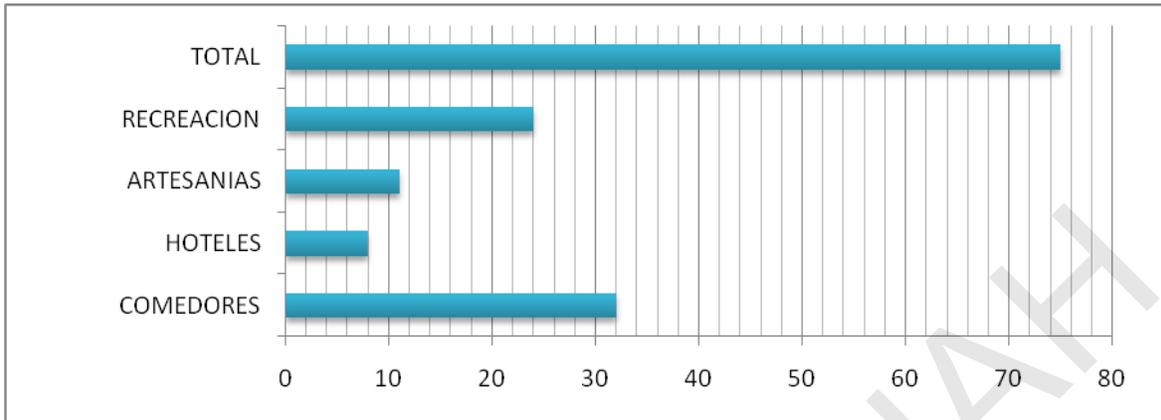
Elaboración propia en base a resultados de la encuesta aplicada

Todos los encuestados manifestó tener problemas con la presencia de animales, entre los cuales mencionaron: ratones, cucarachas, zancudos, moscas y arañas.

Así mismo todos usan las fosas sépticas para el tratamiento de aguas residuales.

GENERACIÓN DE EMPLEOS DIRECTOS

En lo referente a la generación de empleos directos hay un total de 75 puestos de trabajo relacionados con la actividad turística. Grafico 4.6

Grafico 4.6- Generación de Empleos Directos de la Actividad Turística de Güinope

Elaboración propia en base a resultados de la encuesta aplicada

**CAPÍTULO V ESTRATEGIA DE DESARROLLO
TURISTICO ALTERNATIVO SUSTENTABLE PARA
GUINOPE**

ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO ALTERNATIVO SUSTENTABLE PARA GÜINOPE

La presente sección corresponde a una propuesta de Estrategia para el Desarrollo Turístico Alternativo sustentable en el Municipio de Güinope.

Esta propuesta se ha estructurado con la información resultante del inventario turístico así como de los diversos elementos recopilados a lo largo de este trabajo investigativo: las directrices teóricas, así como la experiencia costarricense en turismo de naturaleza y la experiencia nacional con el proyecto de desarrollo turístico en los Municipios de la Esperanza e Intibucá.

Así, la elaboración de esta estrategia pretende ser una herramienta para el desarrollo de la actividad turística, a fin de que el Municipio de Güinope pueda ser incorporado a la estrategia regional y nacional, permitiendo el mejoramiento de la calidad de vida de cada una de las comunidades que integran su área de influencia.

Es indispensable que los múltiples actores públicos, privados y la comunidad en sí misma, estén preparados y practiquen una serie de normas básicas (estrategias) para asegurar al visitante una experiencia turística significativa, entregándole la mejor calidad posible. Además, se requiere organizar las comunidades, preparar sus poblados y crear el equilibrio necesario para poder resistir a los impactos que la actividad turística, irremediablemente trae.

Se pretende, entonces elaborar una estrategia de desarrollo turístico alternativo para el municipio de Güinope, que oriente dicha actividad a fin que sea un instrumento de desarrollo económico y social para el territorio, considerando que para ello requiere de atractivos que motiven los viajes y de servicios apropiados

que lo sustenten y que estos deben insertarse en un concepto de calidad integral que transforme a este territorio en un producto – destino turístico competitivo.

EJES DE ACCIÓN (PNUD; AMBAR; GOBIERNO REGIONAL METROPOLITANO DE SANTIAGO, 2012):

“La estrategia de desarrollo turístico es de carácter multidimensional, por lo que debe abarcar los siguientes ejes:

Eje 1: Gobernanza y asociatividad

Eje 2: Infraestructura de apoyo al desarrollo turístico

Eje 3: Productos y servicios innovadores.

Eje 4: Formación e inclusión de Capital Humano.

Eje 5: Difusión y marketing turístico”

A continuación se presenta una relación de estos enunciados teóricos con respecto a la realidad de Güinope:

EJE 1: GOBERNANZA Y ASOCIATIVIDAD.

Para poder transformar al Municipio de Güinope en un destino turístico reconocido en el mercado nacional e internacional, se requiere el trabajo conjunto de todos los actores turísticos (públicos y privados). Hoy queda de manifiesto que la asociatividad no es un concepto muy practicado dentro del municipio, lo que ha conllevado a esfuerzos aislados por parte de las distintas organizaciones presentes a escala comunal.

Acciones estratégicas Eje 1:

1. Fortalecer el trabajo asociativo y de gobernanza, a través del apoyo y la reconfirmación del comité de desarrollo turístico. Involucrar actores publico-

privados, así como la Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, creadora del primer comité turístico de Güinope.

2. Promover en las autoridades del Municipio la contratación de encargados de turismo, con dedicación exclusiva en tareas de planificación, coordinación y gestión turística.

EJE 2: INFRAESTRUCTURA DE APOYO AL DESARROLLO TURÍSTICO.

Existe carencia en algunos aspectos básicos que dificultan el desarrollo óptimo de la actividad turística en el lugar, como por ejemplo el estado de la calle de acceso, el déficit en señalización turística, falta de oficinas de información turística, problemas asociados a falta de alcantarillado y agua potable, y problemas sanitarios. Para poder contar con un destino de calidad y acorde a las exigencias del mercado, se hace necesario entregar servicios regularizados, con más comodidades para los turistas, que incentiven su estadía y entretenimiento, satisfaciendo así las expectativas de viaje.

Se hace necesario desarrollar el equipamiento, las instalaciones e infraestructura en los espacios públicos orientados a dar soporte a los turistas que visitan los distintos atractivos o prestaciones de servicios turísticos y que se encuentran distribuidos en el Municipio de Güinope

Acciones

1. Se hace indispensable la mejora y mantenimiento de la calle de acceso desde El Zamorano hasta Güinope, actualmente 24 KM de calle de tierra, que en la época de invierno el acceso se dificulta. Así también los caminos que conducen a los atractivos turísticos.



Foto de la Tribuna.hn

En este punto se requiere el liderazgo del Alcalde Municipal, identificando socios y patrocinadores para el desarrollo de este proyecto.

En algunos casos el acceso por calle de tierra puede ser atractivo, si se le da un buen mantenimiento, sin embargo se hace necesario concretar la inversión en una carretera pavimentada al pueblo Güinopeño.

2. Instalar unidades de señalización turística, de carácter informativo, interpretativo y motivante/inductora.
3. Instalar Oficinas de Información Turística en cada una de las comunidades que conforman el municipio.
4. Aplicar las regularizaciones de ley a los servicios turísticos en el Municipio de Güinope, en lo referente a la implementación de soluciones sanitarias: manejo de desechos, servicios sanitarios, agua, etc.

EJE 3: PRODUCTOS Y SERVICIOS INNOVADORES.

Como elemento fundamental para lograr el fortalecimiento de la competitividad en la oferta turística alternativa de Güinope, los objetivos de este eje, se enfocan en consolidar la oferta turística, desarrollando productos turísticos y servicios

innovadores, capaces de impactar positivamente a la industria, orientado a potenciar nuevos emprendimientos.

La actual desarticulación entre los servicios y las actividades turísticas complementarias que se presentan dentro de Güinope, hace necesaria la creación de una oferta turística unificada que aglutinen los servicios y actividades de manera coherente e integral del Municipio.

Acciones

1. Dotar de planta turística (conjunto de empresas que trabajan alrededor del destino) y servicios complementarios (establecimientos de alojamiento, alimentación, tour operación, guiado, artesanía, etc.), aumentando la oferta de servicios turísticos con sentido rural y patrimonial.
2. Diseñar productos y circuitos turísticos con identidad local, que potencien diferentes experiencias turísticas complementarias entre sí, destacando los atractivos naturales, patrimoniales y de tradición local existentes en el destino.
3. Crear un pabellón artesanal donde puedan exponerse los diferentes trabajos de los artesanos de Güinope, pinturas, mochilas, fajas, cofres, vinos, etc.
4. Se necesita un proyecto amplio de investigación de la biodiversidad existente en el cerro El volcán, parte de la reserva Biológica Monserrat.
5. Así mismo es muy interesante una investigación en cuanto a dicho cerro El Volcán, ya que realmente se trata de un volcán inactivo. Prueba de ello es

la abundancia de obsidiana, piedra de la cual se pueden elaborar productos artesanales. Por lo que sería muy productivo capacitar a un grupo de locales para el procesamiento de la obsidiana.

6. Introducir nuevas tecnologías a los prestadores de servicios turísticos básicos y complementarios, acordes con los requerimientos y exigencias de la demanda. Por ejemplo Güinope, posee algunos espacios en los cuales se podría instalar un canopy como en el cerro el Volcán:



Oportunidad de Canopy Cerro El Volcán, Foto de Fundación Yuscarán

EJE 4: FORMACIÓN E INCLUSIÓN DE CAPITAL HUMANO.

Para la aplicación de una estrategia de desarrollo turístico y el posterior funcionamiento de un Modelo de Gestión es indispensable que el recurso humano cuente con capacidades técnicas y habilidades que le permitan poner en práctica las acciones que de la estrategia se generen, sobretodo relacionado a la formulación y postulación de proyectos. Muchas veces el fracaso de las propuestas se debe a la falta de personal calificado y a la incapacidad de estos de ejecutar ciertas acciones.

Así mismo, en el Municipio de Güinope se detectó no tan solo esta brecha en el capital humano, sino también la falta de encargados de turismo en la mayoría de las comunidades y los dobles roles que éstos desempeñan, lo que les impide dedicarse de manera exclusiva al tema turístico. Por ello, es fundamental dotar al personal de empresas relacionadas con el turismo, de conocimientos y destrezas que le permitan desenvolverse en sus actividades laborales, entregándoles las herramientas necesarias que les permitan desarrollar y optimizar la operación de sus negocios, así como también empoderar a los encargados de turismo municipales de las capacidades técnicas para formular y postular proyectos y contar con personal encargado del tema turístico.

Acciones:

1. Formular y ejecutar consecutivamente un plan de capacitación continua para grupos de empresarios, emprendedores y empleados del sistema turístico. En especial en los siguientes temas:
 - a. Gestión y elaboración de proyectos turísticos
 - b. Servicio al Cliente
 - c. Calidad en el Servicio
 - d. Elaboración y presentación de platillos
 - e. Inocuidad de los alimentos y presentación adecuada
 - f. Comercialización y marketing
2. Formular y Ejecutar un programa de prácticas profesionales, que permita acelerar la incorporación de estudiantes de las escuelas de turismo y de educación superior, para apoyar la propuesta de valor de los servicios turísticos del destino
3. Incorporar a la oferta de estudios del Instituto Técnico Güinope, la carrera de Turismo.

4. Patrocinar estudiantes para el estudio de Guías turísticas y el aprendizaje del idioma Inglés.

EJE 5: DIFUSIÓN Y MARKETING TURÍSTICO

Este eje estará orientado a entrelazar eficazmente los productos que se generen y servicios con la demanda, posicionando la oferta turística en el mercado nacional e internacional,

Acciones:

1. Formular y desarrollar un plan de marketing turístico para el Municipio de Güinope, con recursos suficientes para canalizar flujo turístico nacional y a largo plazo internacional
2. Buscar patrocinio de instituciones como el Instituto Hondureño de Turismo, Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Universidad Pedagógica, universidades privadas, fundación Yuscarán, municipalidades vecinas y el socio estratégico: la Escuela Agrícola Panamericana para el fortalecimiento de este eje.

A modo de ampliación del eje 3: “Productos y Servicios Innovadores”, se realizó el siguiente diseño de una ruta turística dentro de Güinope, misma que podría incorporarse dentro de un circuito más grande en la región del Yegüare.

CREACION DE RUTAS Y CIRCUITOS TURÍSTICOS

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) “los turistas suelen seguir una ruta que enlaza diferentes atracciones y servicios turísticos, viajando en coche, como parte de un grupo en un autobús, en barco o en tren, incluso a pie o en

bicicleta u otros medios. La ruta puede ser lineal, y llevarles desde un destino que se considera el principio de la misma hasta un destino final, o bien una ruta circular que conecta varios destinos. Los circuitos y rutas <<pueden considerarse como uno de los elementos más importantes del proceso de planificación turística. Abarcan atracciones, transporte, alojamiento, comida, distintas actividades, etc. Los turistas siguen teniendo opciones entre las que elegir en este tipo de trayecto, pero dentro de una región geográfica y, a menudo según un tema.

Para Güinope diseñaremos un circuito con un recorrido muy variado a lo largo de dos días por el Municipio, le llamaremos la Ruta de la Naranja Dorada, en honor a tan valiosa fruta por la que se conoce Güinope.

RUTA DE LA NARANJA DORADA

Es un circuito cuyo punto de partida es Tegucigalpa y el punto de llegada puede ser de nuevo Tegucigalpa o Yuscarán, Incluye actividades de tipo eco turístico con la visita al cerro El Volcán, visita a sitios históricos de la época independiente, presentaciones artísticas, degustación de comidas y diversión.

Duración del Recorrido: 2 noches y 3 días

Medio de transporte: Microbús

Capacidad de carga: 15-20 personas

Mercado meta: Turistas Nacionales

Objetivo General

Mostrar todos los sitios de interés turístico, belleza paisajística, cultura, riqueza natural y demás que posee Güinope, de forma tal que los turistas sostengan una grata experiencia en el destino.

Promoción y Ventas

1. A través de tours operadoras en las principales ciudades del país y en especial Tegucigalpa.
2. Promover excursiones en las principales universidades: UNAH, UPNFM, UTH, UNITEC, etc.

UDI-DEGT-UNAH

Ejemplo de itinerario para una ruta de Turismo Alternativo en el Municipio de Güinope- Ruta de La Naranja Dorada

Día	Hora	Lugar	Motivo	Actividad
Día 1	7:00	Plaza Miraflores, Tegucigalpa, FM		salida
	8:00	Escuela Agrícola Panamericana Zamorano, San Antonio de Oriente, FM	Resaltar la importancia de la Escuela Agrícola y las diferentes actividades allí realizadas.	charla
	9:00	Comedor Lizapa, Lizapa, Güinope	Desayuno	Gastronomía
	10:00	Turicentro Oasis de San José, Güinope	Instalación en hotel	Hotel
	12:00	Comedor Mary, Güinope	Almuerzo	Gastronomía
	13:00	Visita a la Alcaldía Municipal y reunión con el Alcalde Municipal de Güinope	Destacar las actividades económicas de Güinope	Geografía Económica
	14:00	Visita a la Iglesia Católica de Güinope	Resaltar los atractivos históricos de Güinope	Atractivo Histórico
	15:00	Repostería Sandra	Cofee break	Gastronomía
	16:00	Visita a la tumba del padre Márquez	Resaltar la importancia del Padre Márquez en la historia de la independencia de Honduras	Atractivo Histórico
	17:00	Recorrido por el pabellón artesanal de Güinope	Destacar los diferentes productos artesanales de Güinope	Artesanías
	18:00	Vinos La Trilla	Cena, degustación y compra de Vinos	Gastronomía
	19:00	Traslado al hotel	Fin del día 1	Hotel

Día 2	7:00	Turicentro Oasis de San José, Güinope	Desayuno	Gastronomía
	8:00	Traslado en vehículo a la zona de amortiguamiento del Cerro El Volcán.	Charla sobre las medidas de seguridad en el Cerro El Volcán	
	9:00	Trekking ó excursión al Cerro El Volcán, Reserva Biológica Monserrat (zona núcleo)	Observación de diferentes especies animales y vegetales.	Trekking
	11:00	Cima del Volcán	Observación de curso de agua	Trekking
	12:00	Cima del Volcán	Almuerzo	
	13:00	Descenso de la cima	Aventura	Trekking
	14:00	Zona de amortiguamiento	Salida en vehículo hacia Güinope	
	15:00	Turicentro Oasis de San José, Güinope	Descanso y cofee break	Gastronomía
	17:00	Visita a Fabrica de Vinos de Flor de María	Degustación y compra de Vinos	Artesanías
	18:00	Comedor Central	Cena, degustación y compra de alcitrones y dulces	Gastronomía, Artesanías
	19:00	Noche Cultural y Fiesta Bailable en Alcaldía Municipal	Presentación de cuadro de danzas folklóricas de Güinope, y luego fiesta bailable	Cultura
	23:00	Transporte disponible hacia el hotel a partir de las 11:00 pm		
	7:00-			
Día 3	9:00	Turicentro Oasis de San José, Güinope	Tiempo de desayuno	Gastronomía
	9:00	Turicentro Oasis de San José, Güinope	Viaje de retorno	
	9:30	Típicos el Rinconcito, Galeras	Cofee break	Gastronomía
	10:30	Turicentro sol y luna	Piscinas, sol y toboganes	Aventura
	12:30	Turicentro sol y luna	Almuerzo	Gastronomía
	14:00	Turicentro sol y luna	Salida hacia Tegucigalpa	Fin de la Ruta

CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. Se demuestra la hipótesis de investigación planteada sobre que el Municipio de Güinope posee potencial para realizar turismo alternativo ya que ofrece las características que facilitan su viabilidad: alojamiento, restaurantes y comedores, centros de recreación, riqueza histórica, cultural, gastronómica y principalmente la biodiversidad por descubrir en la reserva Biológica. Sin embargo aun no ha podido posicionarse como destino turístico, encontrándonos apenas con un incipiente desarrollo de esta industria.

Es hora de pasar a las acciones, el gobierno Municipal debe liderar el proceso de convertir a Güinope en un destino turístico, aprovechar los beneficios que reporta esta actividad tanto a nivel mundial, como regional y nacional, usando su mejor carta de presentación:

“Güinope fue declarado **destino ecológico y Geo-turístico** por el Congreso Nacional de Honduras en marzo de 2014”.

2. La situación socioeconómica de Güinope requiere de soluciones que potencien la generación de ingresos para sus pobladores, es por ello que se plantea el desarrollo del turismo alternativo como un mecanismo que dinamice la economía güinopeña, cuyo efecto sean los beneficios medibles en la calidad de vida.
3. Hoy queda de manifiesto que la asociatividad no es un concepto muy practicado dentro del municipio, lo que ha conllevado a esfuerzos aislados por parte de las distintas organizaciones presentes a escala comunal.
4. Existe carencia en algunos aspectos básicos que dificultan el desarrollo óptimo de la actividad turística en el lugar, como por ejemplo el estado de la calle de acceso, el déficit en señalización turística, falta de oficinas de información

turística, problemas asociados a falta de alcantarillado y agua potable, y problemas sanitarios.

5. En el Municipio de Güinope se detectó una brecha en cuanto a formación del capital humano, la falta de encargados de turismo en la mayoría de las comunidades y los dobles roles que éstos desempeñan, les impide dedicarse de manera exclusiva al tema turístico.

UDI-DEGT-UNAH

RECOMENDACIONES

1. Güinope debe aprovechar sustentablemente las potencialidades turísticas que posee, desarrollando productos turísticos y servicios innovadores, capaces de impactar positivamente a la industria y orientado a potenciar nuevos emprendimientos. El turismo en Güinope debe ser alternativo, es decir basado en la visita a zonas naturales. En sus formas: Ecoturismo (el de mayor potencial), turismo de aventura, agroturismo y turismo rural.
2. Realizar la planificación turística de Güinope, pensando en su fin último: “mejorar las libertades fundamentales de los Güinopeño”, el planteamiento del desarrollo turístico de Güinope debe ubicar al capital humano como la riqueza fundamental del ecosistema. Para ello las variables siguientes deben de ser de especial atención:
 - a. Calidad de Vida
 - b. Salud
 - c. Educación
 - d. Empleo e Ingresos
 - e. Libertad para participar en debates, escrutinios públicos y política
3. Para poder transformar al Municipio de Güinope en un destino turístico reconocido en el mercado nacional e internacional, se requiere el trabajo conjunto de todos los actores turísticos públicos y privados, buscar instituciones patrocinadoras e identificar socios estratégicos como la Escuela Agrícola Panamericana y municipalidades vecinas.
4. Para poder contar con un destino de calidad y acorde a las exigencias del mercado, se hace necesario entregar servicios regularizados, con más comodidades para los turistas, que incentiven su estadía y entretención, satisfaciendo así las expectativas de viaje. Desarrollar el equipamiento, las

instalaciones e infraestructura en los espacios públicos orientados a brindar el mejor de los turistas que visitan los distintos atractivos o prestaciones de servicios turísticos y que se encuentran distribuidos en el Municipio de Güinope

5. Es fundamental dotar al personal de empresas relacionadas con el turismo, de conocimientos y destrezas que le permitan desenvolverse en sus actividades laborales, entregándoles las herramientas necesarias que les permitan desarrollar y optimizar la operación de sus negocios, así como también empoderar a los encargados de turismo municipales de las capacidades técnicas para formular y postular proyectos y contar con personal encargado del tema turístico.

BIBLIOGRAFIA

1. Alarcón, D. (2000). *Medición de Condiciones de Vida*. INDES.
2. Amartyasen. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Mexico: Editorial Planeta.
3. Authentic Maya. (2005). *Mayas Autenticos*. Recuperado el 30 de junio de 2014, de <http://www.mayasautenticos.com/Obsidian.htm>
4. Banco Centroamericano de Integración Económica. (2010). *Ficha Estadística de Honduras*.
5. Banco Mundial. (2014). *Banco Mundial*. Recuperado el 4 de septiembre de 2014, de <http://datos.bancomundial.org/indicador/SE.ADT.LITR.ZS>
6. Cabrera Trimiño, G. (1997). Economía ecológica, demografía ambiental y desarrollo. En *Economía ecológica, demografía ambiental y desarrollo* (págs. 193-224). La Habana: Editorial de Ciencias sociales, La Habana, 1997. Pág. 193-224.
7. Cálix, M., Muñoz, J., & Navarro, C. (2002). Módulo De Turismo en El Espacio Rural. *Colección de Módulos Prácticos* , 12.
8. Casa Presidencial. (2005). *Casa Presidencial*. Recuperado el 5 de noviembre de 2005, de http://www.casapresidencial.hn/2005/07/25_2.php, 5/nov/05
9. Casa presidencial de Honduras. (2005). *Casa Presidencial*. Recuperado el 5 de noviembre de 2005, de <http://www.casapresidencial.hn/turismo/030503.php> 5/nov/05
10. Comisionado Nacional de los Derechos Humanos . (2012). *Informe Anual del Comisionado Nacional de los Derechos Humanos* . Tegucigalpa.
11. Diario La Nación. (11 de 03 de 2013). *La Nación*. Recuperado el 1 de junio de 2014, de http://www.nacion.com/archivo/Visitas-turisticas-altas-ultimos-anos_0_1328067181.html
12. Diario oficial La Gaceta. (25 de marzo de 1998). *La Gaceta* , pág. 26.
13. Dornbusch, R., Fischer, S., & Starz, R. (2002). la inflación y el ciclo económico. En R. Dornbusch, S. Fischer, & R. Starz, *Macroeconomía* (pág. 16). España: McGraw-Hill, companies Inc.

14. Dueñas, R. A. (2002). *Guía Ilustrada de 55 especies de Orquídeas Encontradas en la Reserva Biológica Yuscaran, Honduras*. Zamorano, Honduras: Escuela Agrícola Panamericana Zamorano.
15. Duron, R. (1991). *Biografía del Padre Marquez*.
16. El Heraldo. (13 de septiembre de 2014). Recuperado el 21 de septiembre de 2014, de El Heraldo: <http://www.elheraldo.hn/alfrente/747596-331/m%C3%A1rquez-y-el-cacique-cicumba-h%C3%A9ros-a-rescatar>
17. Escuela Agrícola Panamericana Zamorano. (2007). *Mapa Turístico de la Región del Yegüare*. Honduras: Editorial Josue.
18. Fundación Yuscaran. (2011). *Fundación Yuscaran*. Recuperado el 2014 de Julio de 29, de <http://www.yuscaran.org/biodiversidad.html>
19. Herrera, Z. M. (1991). *Monografía del Municipio de Guinope*. Guinope.
20. Honduras, B. N. (1991). *Libro de geografía histórica de Honduras*. Tegucigalpa.
21. IHT. (2005). *Compendio Estadístico de Turismo 2005*. Tegucigalpa: Instituto Hondureño de Turismo.
22. IHT. (2009). *Honduras: Compendio estadístico de Turismo*. Tegucigalpa MDC: Instituto Hondureño de Turismo.
23. IICA. (2009). *Estudio sobre Turismo Rural en Honduras*. Tegucigalpa, Honduras: Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola.
24. INE, I. N. (2001). *Censo de Población y vivienda 2001*,.
25. INSTITUTO COSTARRICENSE DE TURISMO (ICT). (2013). *INFORME ESTADÍSTICO SEMESTRAL, SEGUNDO SEMESTRE 2013 (IIS-2013)*. SAN JOSE.
26. Instituto Hondureño de Turismo. (2009). *Compendio Estadístico de Turismo*.
27. Instituto Nacional de Aprendizaje Nucleo del Turismo. (2002). *Geografía del Turismo en Costa Rica*. San Jose, Costa Rica.
28. Instituto Nacional de Estadística INE. (2001). *Censo Nacional de Población y Vivienda*.
29. Izamar, F. (2013). *Desarrollo Sostenible o Sustentable*. Recuperado el 22 de octubre de 2014, de udes.edu.com:

portalcucuta2.udes.edu.co/.../DESARROLLOSOSTENIBLEYSUSTENTABLE

30. Kautsky, K. (1898). Formas de Ocupación Accesorias del Campesino. En K. Kautsky, *La Cuestión Agraria* (págs. 210-211).
31. La Gaceta, Ley de Incentivos al Turismo. (5 de junio de 2002). Ley de incentivos al Turismo. *La Gaceta*, págs. Decreto 194-2002.
32. La Tribuna. (10 de Abril de 2007). *La Tribuna.hn*. Recuperado el 2014 de Diciembre de 2, de www.latribuna.hn/2007/04/10/post10009002
33. Ley de Instituto Hondureño de Turismo. (s.f.). Ley del IHT.
34. Mundo Trekking. (2013). Recuperado el 21 de septiembre de 2014, de mundo trekking:
http://www.mundotrekking.com/manual_trekking/que_es_trekking.htm
35. Murria, J. (1982). Malthus, A Summary View of the Principle of Population. Londres: Penguin Classics.
36. National Geographic. (14 de enero de 2006). www.nationalgeographic.com. Recuperado el 14 de Diciembre de 2014, de www.nationalgeographic.com/travel/sustainable
37. OMT. (2014). *DEFINICION DE TURISMO SOSTENIBLE*. Recuperado el 8 de ABRIL de 2014, de OMT: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
38. Perez de Heras, M. (2012). *Manual Del Turismo Sostenible*. Recuperado el 4 de noviembre de 2012, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible
39. PNUD. (2003). *Informe de Desarrollo Humano 2003*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
40. PNUD. (2004). *Informe de Desarrollo Humano*. Tegucigalpa: Programa Nacional de las Naciones Unidas.
41. PNUD. (2006). *Informe de Desarrollo Humano 2006*. Tegucigalpa.
42. PNUD y OMT. (2011). «*Tourism - Investing in Energy and Resource Efficiency*». PNUD Y OMT.
43. PNUD; AMBAR; GOBIERNO REGIONAL METROPOLITANO DE SANTIAGO. (2012). *Estrategia de Desarrollo Turístico*.
44. Programa de Asignación de Familiar (PRAF). (2002). *Censo de Talla en Niños de Primer Grado 2002*. Tegucigalpa.

45. SECTUR. (2002). *Ecoturismo en Costa Rica, Dirección De Análisis Prospectivo Serie De documentos Análisis De Mejores Prácticas* .
46. Slogan comercial de la campaña turística de OMT. (2004). *Organización Mundial de Turismo OMT, "El turismo es Riqueza"*. Recuperado el 3 de octubre de 2005, de OMT: www.world-tourism.org
47. Somoza Vivas, F. (1991). *Geografía General de Honduras*. (Z. Herrera, Recopilador)
48. Swisscontact (SEC). (2005). *Estrategia de Desarrollo turístico en los Municipios de Esperanza e Intibucá. 17 de mayo 2005*. Tegucigalpa: Swisscontact (SEC).
49. Terzo, C. (1996). *Diagnostico Ecoturístico de la Comunidad de Guinope*. Zamorano: Escuela Agrícola Panamericana.
50. Wikipedia. (2014). Recuperado el 30 de junio de 2014, de es.wikipedia.org/wiki/Obsidiana
51. Wikipedia. (agosto de 2014). *Wikipedia*. Recuperado el 21 de septiembre de 2014, de <http://es.wikipedia.org>
52. WIKIPEDIA. (2014). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 1 de JUNIO de 2014, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Costa_Rica
53. WIKIPEDIA. (2014). *WIKIPEDIA*. Recuperado el 8 de ABRIL de 2014, de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible#cite_note-Sustainable_Development_of_Tourism-3

ANEXOS

UDI-DEG-UNAHT

Decreto No. 314-98, La Gaceta del 23 de abril de 1999

Reformado mediante Decreto No 194-2002, La Gaceta del 05 de junio de 2002

**AÑO CXXV TEGUCIGALPA, M.D.C., HONDURAS VIERNES 23 DE ABRIL DE
1999 Y LAS REFORMAS DEL MIÉRCOLES 5 DE JUNIO 2002**

PODER EJECUTIVO

EL CONGRESO NACIONAL

CONSIDERANDO: Que la fuerza destructiva con que el Huracán y Tormenta Tropical Mitch atacó al país, ha traído como consecuencia graves daños a la base económica de la nación, particularmente en sectores, que como el agrícola, requerirán de un largo ciclo de recuperación,

CONSIDERANDO: Que se requieren de acciones estratégicas que viabilicen la recuperación económica del país y alivien la urgencia de captación de divisas necesarias para financiar las labores que demanda el proceso de recuperación.

CONSIDERANDO: Que dentro del espectro de los sectores productivos de la actividad turística de encuentra en condiciones de operatividad inmediata, al haberse conservado en noventa y dos por ciento (92%) de su infraestructura y el noventa por ciento (90%) de la oferta de atractivos turísticos naturales y culturales del país.

CONSIDERANDO: Que para estimular un mayor ingreso de corrientes de visitantes internacionales y por ende una mayor captación de gasto turístico en moneda dura, se requiere de mayor inversión en la construcción de infraestructura hotelera y de servicios turísticos complementarios.

CONSIDERANDO: Que con vistas de permitir una participación más equitativa de las comunidades receptoras de turismo, es necesario crear mecanismos de financiamiento que permitan el desarrollo de empresas y actividades turísticas a nivel nacional.

CONSIDERANDO: Que aunado a los esfuerzos orientados a estimular el crecimiento de la demanda turística, debe planificarse el desarrollo de servicios competitivos que permitirán la movilización de las corrientes de viajero hacia los destinos nacionales.

POR TANTO:

D E C R E T A:

La siguiente.

LEY DE INCENTIVOS AL TURISMO

TITULO 1

DE LA NATURALEZA Y OBJETIVOS

CAPITULO 1

OBJETOS Y PROPÓSITOS

ARTÍCULO 1.- La presente Ley tiene como objetivo primordial propiciar el desarrollo de la oferta turística del país, mediante el otorgamiento de incentivos fiscales que viabilicen una mayor participación de la inversión privada nacional y extranjera en el proceso de desarrollo de productos turísticos, creando facilidades para lograr la generación de empleo, la inversión, ingreso de divisas y tributos al Estado.

ARTÍCULO 2.- Se considera el turismo como una actividad económica interrelacionada con el desarrollo cultural y social de la sociedad hondureña de utilidad pública y de prioridad nacional.

La Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo será la autoridad competente para conocer todos los asuntos relacionados con la presente ley.

ARTÍCULO 3.- El turismo estará orientado a procurar el desarrollo sustentable, con el objeto de traer visitantes que produzcan el menor impacto posible en sus recursos naturales y culturales, y, que beneficien al máximo a las comunidades receptoras del mismo.

ARTÍCULO 4.- La presente Ley pretende establecer en el país una planta de servicios turísticos de alto nivel y de competitividad en procura de aumentar la oferta de servicios y atractivos, para lograr potenciar los recursos existentes a favor de la sociedad hondureña.

TITULO II

DE LOS INCENTIVOS

CAPITULO I

DE LAS EXONERACIONES Y BENEFICIARIOS

ARTÍCULO 5.- Los incentivos que otorga esta Ley consisten y se regulan por las reglas siguientes:

- 1) Exoneración del pago de Impuesto Sobre la Renta por diez (10) años a partir del inicio de operaciones. Esta incentivo será otorgado exclusivamente a proyectos nuevos, entendiéndose como tales, aquellos establecimientos turísticos que inicien operaciones por primera vez y que no impliquen ampliación, remodelación, cambio de dueño, cambio de nombre, razón o denominación social o cualquier otra situación similar;
- 2) Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de los bienes y equipos nuevos necesarios para la construcción e inicio de operaciones de los proyectos enmarcados en las actividades enumeradas en el Artículo 8 de esta Ley. Se exceptúan los insumos, repuestos, equipo de construcción, armas, municiones, amenidades, alimentos, bienes fungibles y productos tóxicos;
- 3) Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de todo material impreso para promoción o publicidad de los proyectos o del país como destino turístico;

4) Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación para la reposición por deterioro de los bienes y equipos, durante un período de diez (10) años, previa comprobación.

5) Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de vehículos automotores nuevos, como: Bus, pick-up, panel, camión y los que adquieran las arrendadoras de vehículos automotores, todos para el uso exclusivo en el giro del negocio y previa evaluación de la actividad, tipo de establecimiento, capacidad, magnitud y ubicación; y,

6) Exoneración del pago de impuestos y demás tributos que cause la importación de aeronaves o embarcaciones nuevas y usadas, para el transporte aéreo, marítimo y fluvial, siempre que reúnan los requisitos de seguridad, comodidad y calidad, así como las condiciones técnicas de operación para su utilización en el giro específico del turismo.

ARTÍCULO 6.- Los comerciantes individuales o sociales establecidos o existentes cuyo giro se encuentre en el marco de las actividades turísticas estipuladas en el Artículo 8, podrán gozar de los beneficios contenidos en el Artículo 5 numerales 2), 3), 4), 5), 6) de la presente Ley, siempre que presenten los respectivos proyectos de ampliación, remodelación o reposición, a ser calificados por la Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo.

ARTÍCULO 7.- Por excepción, se exonerará del pago de impuestos de bienes inmuebles Municipal para proyectos de rescate patrimonial y de conservación natural, previo dictamen favorable de la Municipalidad correspondiente y del

Instituto Hondureño de Antropología e Historia o de la Secretaría de Estado en los Despachos de Recursos Naturales y Ambiente, según corresponda.

ARTÍCULO 8.- Los beneficiarios de los incentivos estipulados en el Artículo 5 de la Ley, serán los comerciantes individuales o sociales cuya actividad o giro este vinculada directamente al turismo y presten los servicios turísticos siguientes:

- 1) Hoteles, albergues, habitaciones con sistema de tiempo compartido o de operación hotelera;
- 2) Transporte aéreo de personas;
- 3) Transporte acuático de personas;
- 4) Centros de recreación. Se excluyen los casinos, clubes nocturnos, centros de juego de maquinitas, video, tragamonedas o similares, salas de cine, televisión, televisión por cable y similares, clubes privados, billares, gimnasios, saunas y similares (SPA), café Internet, discotecas, centros de enseñanza bajo cualquier modalidad, fundaciones y cualquier otro no vinculado al turismo;
- 5) Talleres de artesanos y tiendas de artesanía hondureña exclusivamente, se excluye los talleres de carpintería, ebanistería, balconería, enderezado, pintado, joyería y cualquier otro no vinculado al turismo;
- 6) Agencias de Turismo receptivo;
- 7) Centros de convenciones; y,
- 8) Arrendadoras de vehículos automotores para los vehículos destinados al giro estricto del negocio.

Todos los prestadores de servicios turísticos deberán estar ubicados en zonas y lugares de interés turístico, de acuerdo a calificación del Instituto Hondureño de Turismo y su actividad o giro deberá enmarcarse dentro de la moralidad y buenas costumbres.

Las disposiciones reglamentarias que sean necesarias para la correcta aplicación de este Artículo, determinarán los requisitos que deben reunir los beneficiarios por cada tipo de prestador de servicios turísticos, ello comprende la clasificación, registro y control.

ARTÍCULO 9.- Sin perjuicio de lo establecido en la Ley de Procedimiento Administrativo, los interesados en acogerse a los incentivos previstos en esta Ley, deberán presentar ante la Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo, una solicitud que describa ampliamente el proyecto a desarrollar, adjuntando los documentos siguientes:

- 1) Testimonio de Escritura Pública de constitución de sociedad o de declaración de comerciante individual, inscrita en el Registro correspondiente;
- 2) Testimonio de Escritura Pública de propiedad del terreno en el que desarrollará el proyecto, inscrita a favor del comerciante individual o social peticionario;
- 3) Contrato de arrendamiento del local comercial, en su caso;
- 4) Estudio de Factibilidad del proyecto;

- 5) Plano topográfico con el cuadro de rumbos, distancias y área del terreno en el que se desarrollará el proyecto, con firma responsable y timbres de conformidad a la ley respectiva.
- 6) Planos de la obra a realizar, con firma responsable y timbres de conformidad a la ley respectiva;
- 7) Cronograma de inversión y ejecución de la obra;
- 8) Evidencia de disponibilidad financiera para ejecutar el proyecto;
- 9) Constancia de inscripción en el Registro Nacional de Turismo; y,
- 10) Listado de bienes y equipo a importar con su respectiva nomenclatura, adjuntando copia electrónica en la que se encuentra el listado referido.

La Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo remitirá la solicitud junto con los documentos acompañados al Instituto Hondureño de Turismo el que, para emitir su dictamen, requerirá del peticionario además de lo antes indicado, datos generales del desarrollador del proyecto y consideraciones sobre el impacto ambiental y cultural según sea el caso, emitidas por la Secretaría de Estado en el Despacho de Recursos Naturales y Ambiente y la Secretaría de Estado en los Despachos de Cultura, Artes y Deportes. Para su Resolución la Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo exigirá la correspondiente Licencia Ambiental.

ARTÍCULO 10.- En caso que el proyecto se realice en el casco histórico de una ciudad, población o en un sitio donde se detecten vestigios arqueológicos, se requerirá, además, la opinión del Instituto Hondureño de Antropología e Historia.

ARTÍCULO 11.- Una vez recibida la solicitud junto con la documentación a que se hace referencia el Artículo 9, la Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo, requerirá las opiniones y dictámenes legales y técnicos que sean necesarios y practicará las inspecciones del caso, debiendo emitir la Resolución correspondiente dentro del término que para tales efectos establece la Ley de Procedimiento Administrativo.

ARTÍCULO 12.- Emitida la Resolución favorable en la que se autoricen los beneficios, el interesado solicitará la dispensa correspondiente a la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas debiendo adjuntar la Resolución de autorización.

Si debido a la complejidad y magnitud del proyecto, no es posible para el interesado presentar de una sola vez la lista completa de los bienes a importar con dispensa, podrá hacerlo en forma parcial, en cuyo caso la Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo resolverá, previo análisis, lo procedente.

ARTÍCULO 13.- Todos los interesados en aplicar a los beneficios que establece la presente Ley, presentarán en la misma solicitud, el proyecto turístico, para su aprobación.

ARTÍCULO 14.- Si al término de tres (3) años de emitida la Resolución de autorización del proyecto y de otorgados los incentivos correspondientes, no ha iniciado su operación, el interesado podrá solicitar una renovación de autorización hasta por un año, explicando los motivos que le han impedido iniciar la prestación de los servicios; de no hacerlo, la autorización y los beneficios que se derivan de la misma caducarán de pleno derecho.

CAPITULO II

DE LAS SANCIONES

ARTÍCULO 15.- Si se constata el desvío de bienes o el uso indebido de los mismos y cualquier acto doloso que constituya defraudación fiscal en perjuicio del Estado, la Dirección Ejecutiva de Ingresos (DEI), aplicará a los prestadores de servicios turísticos responsables, las sanciones que establecen el Código Tributario, el régimen aduanero y las demás leyes aplicables.

ARTÍCULO 16.- Sin perjuicio de lo dispuesto en el Artículo anterior, la Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo, en caso que los beneficios otorgados no se utilicen para los fines que establece la presente Ley, podrá aplicar las siguientes sanciones:

- 1) La cancelación de la Resolución respectiva sin responsabilidad para el Estado y la consiguiente pérdida del derecho del beneficiario para acogerse nuevamente a los incentivos que otorga la presente Ley; y,
- 2) Cierre del establecimiento en el caso de determinarse violaciones a lo establecido por la presente Ley.

TITULO IV

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO I

DISPOSICIONES FINALES Y TRANSITORIAS

ARTICULO 17.- Conceder a los extranjeros con residencia legal en aquellos países con que Honduras tiene convenios de ingresos sin visa, los mismos derechos reconocidos a los ciudadanos de esos países.

En los casos no contemplados en el párrafo anterior, se instruye a las Secretarías de Estado en los Despachos de Relaciones Exteriores, Gobernación y Justicia, y Seguridad, para que en un plazo no mayor de noventa (90) días al entrar en vigencia la presente Ley, se emitan las disposiciones que faciliten el ingreso de turistas al país.

ARTÍCULO 18.- Sin perjuicio de lo establecido en ésta y otras leyes, los contribuyentes de otras actividades económicas que no se beneficien de los incentivos a los que se refiere el Artículo 5 de esta Ley, podrán deducir hasta un quince por ciento (15%) de la renta neta gravable correspondiente, por concepto de inversión de sus utilidades en proyectos nuevos, de remodelación o ampliación de Centros de Convenciones y Hoteles, por un período de diez (10) años.

La Secretaría de Estado en el Despacho de Turismo en conjunto con la Secretaría de Estado en el Despacho de Finanzas, emitirán las disposiciones reglamentarias que sean necesarias para la correcta aplicación de este Artículo.

ARTÍCULO 19.- Reformar el literal ch) del Artículo 5 de la Ley del Instituto Hondureño de Turismo, contenida en el Decreto No. 103-93 del 27 de mayo de 1993, el que deberá leerse así:

ARTÍCULO 20.- Las personas que a la entrada en vigencia de la presente Ley, gocen de los beneficios que otorga la Ley Constitutiva de las Zonas Industriales de Procesamiento para Exportaciones (ZIP) y Zonas Libres Turísticas (ZOLT) y el Reglamento al capítulo IV-A de la misma, continuarán disfrutando de los beneficios hasta su vencimiento.

ARTÍCULO 21.- Derogar el Decreto No. 84-92 de fecha 29 de mayo de 1992 y el Decreto No. 98-93 de fecha 27 de mayo de 1993 referentes a la Ley Constitutiva de las Zonas Industriales de Procesamiento de Exportaciones (ZIP) y Zonas Libres Turísticas (ZOLT), así como el Acuerdo No. 188-96 de fecha 17 de octubre de 1996, que contiene el Reglamento al Capítulo IV-A de la Ley de las Zonas Industriales del Procesamiento para Exportaciones (ZIP) y Zonas Libres Turísticas (ZOLT).

Las solicitudes que a la entrada en vigencia de la presente Ley se encuentre en trámite de amparo de la Legislación que se deroga, se resolverán conforme a la misma hasta la finalización del trámite.

ARTÍCULO 22.- El Poder Ejecutivo por medio de las Secretarías de Estado en los Despachos de Turismo; y, Finanzas, emitirán el reglamento relativo a esta Ley, dentro de un plazo de noventa (90) días contados a partir de la fecha en vigencia de esta Ley.

ARTÍCULO 23.- El presente Decreto entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial La Gaceta.

Dado en la ciudad de Tegucigalpa, Municipio del Distrito Central, en el Salón de Sesiones del Congreso Nacional, a los dieciocho días del mes de diciembre de mil novecientos noventa y ocho.

UDI-DEGT-UNAH

UDI-DEGT-UNAH