

Proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré

Gabriela Mercedes Garzón Tapia

ZAMORANO

Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente

Diciembre, 2001.

ZAMORANO
CARRERA DE DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y AMBIENTE

Proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguary

Proyecto especial presentado como requisito parcial para optar
al título de Ingeniero Agrónomo en el Grado
Académico de Licenciatura.

presentado por

Gabriela Mercedes Garzón Tapia

Honduras: Diciembre, 2001

El autor concede a Zamorano permiso
para reproducir y distribuir copias de este
trabajo para fines educativos. Para otras personas
físicas o jurídicas se reservan los derechos de autor.

Gabriela Mercedes Garzón Tapia

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2001

Proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré

presentado por

Gabriela Mercedes Garzón Tapia

Aprobada:

Pedro Quiel, M. Sc.
Asesor Principal

Peter Doyle, M. Sc.
Coordinador de la Carrera de
Desarrollo Socioeconómico y
Ambiente

Marco Granadino, M. Sc.
Asesor

Antonio Flores, Ph. D.
Decano Académico

George Pilz, Ph. D.
Coordinador PIA

Keith L. Andrews, Ph. D.
Director General

DEDICATORIA

Con todo mi amor y sinceridad dedico mi trabajo a:

Diosito por su presencia divina en todo momento y darme paz en momentos difíciles.

Mi papi, porque ha sido mi ejemplo de lucha y perseverancia.

Mi mami, por regalarme siempre su ternura y fortaleza.

Mis hermanos: Diego, Belén y Estefy, por su amor y confianza de siempre.

Martín Alberto, mi Amor Eterno, por darme la luz del amor.

Mi abuelita y mi tía, por comprenderme y apoyarme

Toda mi familia **por ser especiales.**

AGRADECIMIENTOS

Agradecer es uno de los sentimientos más nobles y bellos cuando es sincero y nace del corazón, por eso ésta es solo una muestra de cariño para aquellas personas que contribuyeron de una u otra manera con mi trabajo. Mil gracias :

Diosito, por regalarme cada día y enseñarme que es Su amor la base de mi vida y el eje de todo lo que hago.

Papi Diego, por ser mi papi, por darme fuerza y enseñarme que los momentos difíciles son experiencias, que pasan y que después serán solo un mal sueño, por todo este tiempo de esfuerzo y empeño.

Mami Cecy, por comprenderme y confiar en mí, gracias por ser mi amiga, mi hermana, mi mami, gracias por sonreír siempre, por regalarme la ternura y la sinceridad, la calidez humana y humildad que siempre sembró en mí.

Belén..., por tu apoyo, tus palabras, tu cariño, pero sobre todo gracias por estar conmigo y ser mi amiga y confidente, te quiero.

Diego, por sus palabras, su confianza y su cariño, gracias por entenderme tantas veces, Diosito me lo cuide y guíe siempre.

Estefanía..., chiquitita mía, gracias por ser mi bebé consentida, por darme tu cariño más que infinito y por ser esa lucecita que está siempre iluminando mi vida y dándome una razón para seguir luchando.

Mi Amor, Martín Alberto..., por tu apoyo, amor, transparencia, dulzura y ternura de siempre, por la calidez de tu alma, por haber dedicado tu tiempo y conocimientos que fueron parte de este éxito, por entenderme y darme confianza, serenidad y aliento para cruzar las últimas bayas de mi carrera. Por ser como eres, gracias mi Amor.

Abuelita Marcia, por su apoyo y empuje, por sus consejos, su amor y confianza, gracias por enseñarme que Jehová reina en nuestras vidas

Abuelita Teresa, por su apoyo para que iniciara esta carrera..

Tía Valeria, por su preocupación, su cariño y por tener a Jehová presente entre nosotras siempre.

Mis tíos: Carlos, Vinicio, Wilson, Ruth, Esperanza, María Dolores por su preocupación y apoyo; y un agradecimiento especial a mi tío Flavio y Teresita, por su apoyo y cariño

Sra. Patricia, Sra. Martha, Angélica, Marlen, Ana Ruth, Gloria por estar conmigo siempre y aconsejarme en momentos duros, un gracias inmenso por hacerme sentir como una hija.

Familia Larach, gracias por darme la oportunidad de tener un segundo hogar en Honduras, por abrirme las puertas de su hogar, pero sobre todo gracias por abrirme las puertas de su corazón, Dios les bendiga siempre.

ARCAMO (Luis, Rafael, Marco, Andrés y Julio), por permitirme conocer el valor de una verdadera amistad. **Rafael**, gracias por recordarme que la vida es linda, **Marco**, gracias por tu aprecio, apoyo, amistad y cariño de siempre; **Andrés**, por tu carisma y muestra de que la vida se hizo para vivir cada momento y mil gracias. **Luis**, por tu sinceridad y tus sabias palabras. **Julio**, por ser un amigo incondicional, un hombre para apoyarse y una persona dispuesta siempre a escuchar y a ayudar.

A mis amigos: Vinicio, Darwin, por su sinceridad y cariño, un gracias especial a **Alberto**, por su cariño y apoyo, por su amistad. **Carlos Rosero**, gracias por ser amigo y hermano, por escuchar, por regalarme momentos inolvidables y estar siempre conmigo a pesar de la distancia, por ser, especial; Diosito te bendiga y nunca cambies. **Nick**, gracias por confiar en mí. **Frank, Milton, Luis, Pedro**, gracias por ponerle música a mi vida. **Antonio, Abigail, Carlos Chango, Erick, Pablo, Marcel, Carlos Ardón, Carlos Muñoz, Manuel Gómez, Daniel, David, José Canavides, Reina, Liliams**, gracias amigos.

Hispano, Oscar, Gerardo, Arsenio, Hostilio, Nolban y Elizabeth, gracias por su paciencia y apoyo, durante el trabajo de grabación.

A personas que más allá de amigas fueron hermanas: **Silvana A.**, gracias por tu confianza, tus consejos y por entenderme, por darme la oportunidad de ser parte de muchas de tus vivencias y por tu ejemplo de lucha. **Melissa**, por ser muestra de lo que una verdadera amistad puede lograr, por tu cariño y ternura, por abrirme las puertas de tu alma, mil gracias. **Xochilt**, gracias por todos estos años de amistad y hermandad que han marcado mi corazón, que Diosito mantenga su luz en tu vida y en la de tu familia, **Claudia**, creo que este gracias es solo una milésima parte de un agradecimiento eterno, por tu amistad, cariño, apoyo, compañía, preocupación y alegría, por demostrar tus sentimientos de una manera tan linda, por ser más que una amiga. **Silvana O.**, gracias por tu compañía, por llenarme de alegría tantas veces y por compartir todo este año vivencias y lindos momentos que no podré olvidar, siempre te llevaré en mi corazón. **Erika**, gracias por tu amistad, dulzura y apoyo. **Sandra**, por tu amistad de siempre, a pesar de todos estos años de distancia.

Alejandra, Karla, Becky, gracias por ser mis bebitas y confiar en mí.

Padrinos de Rubén Darío, Marco, Bertha y Marco Antonio Jr. por su cariño, y un gracias muy, pero muy especial a **Marco** por haberme tendido su mano y ayudarme a consolidar mis metas, gracias de veras.

Padrinos de Washington, Roger, Suyapa y sus bebés, Francisco, gracias por tu cariño, tu papel de hermanito mayor, gracias en serio. **Carolina P.**, por ser tan dulce, tierna y ser siempre tan sincera, al **Grupo Católico**, por darme fuerzas y llenarme de amor; **Danilo, Diana S., Melvin D. y Blanca A.**, gracias por regalarme paz y esperanza. **Hugo** gracias por tu compañía y caballerosidad, pero sobre todo gracias por tu amistad y ayuda de siempre. Un millón de gracias a **Jhilson** y a **Juan** por ayudarme a llegar hasta aquí, por estar presentes como mis hermanitos mayores, gracias también a **Rafael y Fabiola y Nilda**, gracias por tu amistad, al **Equipo FM 4.5**, gracias por tantos momentos de gran esfuerzo, pero de gran satisfacción en el trabajo y en nuestras vidas, por conocernos y lograr superar momentos difíciles, en especial a **Silvia** y un gracias también a **Xavier**, su esposo. Gracias también a las personas de los municipios que compartieron su cariño y ganas de aprender. **A la familia Reyes Peñaherrera**, por brindarme su apoyo y cariño desde hace tanto tiempo, por hacerme sentir parte de la familia, mil gracias. Gracias también a **Nora V., Nora L., Dubis, Familia. Castillo Lizardo, Verónica, Carlos D., Víctor, Luis, Arturo.**

Susana, gracias por sonreír y ser ejemplo de fortaleza y lucha, por su amistad sincera y su cariño, por compartir su dulzura en un Solo le Pido a Dios que será símbolo de un cariño inmenso siempre.

Peter Doyle, por su comprensión y apoyo, por ser una persona en quien se puede confiar y a quien sin duda admiro por su sinceridad y entereza.

Dr. Pilz, por enseñarme que no hay por qué preocuparse y por darme la oportunidad de estar donde estoy ahora, gracias por confiar en mí.

Pedro Quiel, por compartir su amistad y conocimientos, por contribuir con su ayuda como asesor y apoyarme hasta el final con la consolidación de mi carrera, gracias Pedro, qué Diosito le bendiga y le dé su luz divina en cada instante de su vida.

Alberto Solano, por su objetividad para ver las cosas, su paciencia y preocupación y por compartir sus conocimientos de una manera tan abierta, por ser la piedra angular de este trabajo, gracias y que Dios le bendiga siempre.

Marcio, por su aprecio y a mistad, y por permitirme disfrutar de lindos paseos a caballo. **Orfilia, Saúl, Reynieri, Pablo**, gracias y que Dios premie su esfuerzo y dedicación al trabajo.

A todas aquellas personas que de una u otra manera; colaboraron y estuvieron conmigo, Gracias de veras y que Dios los bendiga siempre.....

AGRADECIMIENTO A PATROCINADORES

A Dios, por ser el patrocinador oficial de mi vida.

A mis Padres, por patrocinar mi vida en la Tierra y por financiar parte de mi carrera, más que económicamente con su comprensión, amor y apoyo incondicionales.

A Alberto Solano, ex – funcionario del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), en Honduras C.A., quién aunque no patrocinó económicamente este estudio, contribuyó constantemente en la realización del mismo, con aportes mucho más valiosos que el dinero y que desde el principio, impulsó la elaboración estructurada y detallada de un buen trabajo.

A Martín Alberto, quién patrocina mi corazón con la pureza de su ser y su alma y contribuyó a la consolidación del estudio en el análisis financiero.

A la Fundación W.K. Kellogg y el Fondo Dotal de Zamorano, quienes financiaron mis tres primeros años de estudio en Zamorano.

Al Proyecto de Rehabilitación de la Parte Alta de la Cuenca del Río Choluteca USAID – ZAMORANO, con su Programa de Estudio Trabajo, que me permitió culminar mi carrera de Ingeniería.

A la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente

Al Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas (IECE), por apoyarme financieramente durante estos años de estudio.

RESUMEN

Garzón Tapia, Gabriela Mercedes. 2001. Proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré. Proyecto especial del programa de Ingeniero Agrónomo. Zamorano, Honduras. 100 p.

El turismo rural es una actividad relativamente nueva en Honduras, por tal razón se considera que este proyecto será una herramienta útil para su desarrollo. El objetivo del estudio fue diseñar un proyecto de turismo rural en la región del Yeguaré, como una herramienta alternativa de combate a la pobreza, bajo los lineamientos de nueva ruralidad. Se hizo la descripción técnica del proyecto y el análisis financiero de la oficina de enlace para los primeros cinco años y se sondeó la demanda para conocer algunos parámetros que ayudarán a obtener indicadores de necesidades y exigencias de un mercado potencial que necesita ser atendido. La estrategia general del proyecto diseñado es apoyar la identificación y organización de la demanda y fortalecer la oferta de servicios turísticos. Además busca mejorar la calidad de vida y la competitividad de quienes pertenecen a la red, a través de seis componentes con objetivos y funciones específicas para cada uno, el enlace será una oficina central de cobertura regional, descentralizada e integral. El análisis financiero de la oficina se elaboró para cinco años (2001 – 2005), y se determinó que los costos que se incluyeron para el primer escenario eran altos para el nivel de ingresos que se proponía, por lo que se planteó un segundo escenario con costos más bajos. En este último se obtuvo un retorno (VAN) de \$55,634 con un capital inicial de \$70,343 cuya TIR no se calcula por tener un flujo inicial negativo. El proyecto es una buena alternativa siempre y cuando se logre la eficiencia técnica y financiera. Gracias al sondeo de demanda se reconoce la importancia de esta actividad en la región, lo cual refuerza la importancia de la implementación de este estudio.

Palabras clave: Integrador, nueva ruralidad, pobreza.

Nota de Prensa

TURISMO RURAL: Una herramienta alternativa de combate a la pobreza.

El turismo en los últimos años ha cruzado fronteras inimaginables y se está posicionando como una de las ventanas más amplias para la generación de ingresos a escala mundial. Honduras posee altas expectativas viables y es así como surge el turismo rural en la región del Yeguaré.

Se ha definido la Región del Yeguaré como protagonista del estudio gracias a los antecedentes de desarrollo turístico que tiene desde hace ya casi tres años, durante los cuales se ha trabajado con varios actores, coordinados por el Programa de Turismo Rural de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente de Zamorano.

El establecimiento de la red de turismo en la Región del Yeguaré se inició a principios del año 2000, concluyéndolo a finales del año 2001, presentando un abanico de expectativas en el tema, que permitirán incluir nuevos ideales en el aspecto de participación comunitaria, base de los lineamientos de nueva ruralidad.

El Proyecto se realizó con un enfoque integral en donde se detallan las herramientas, habilidades y destrezas para asegurar el éxito del mismo en la parte técnica, financiera y comercial.

La necesidad de crear una identidad entre quienes participan en actividades de turismo rural en la Región fue uno de los incentivos para desarrollar este trabajo, además se lo consideró como una herramienta alternativa de combate a la pobreza, al valorar el trabajo de quienes participan en el Proyecto, en doble vía, es decir que sus labores cotidianas, serán a la vez el atractivo turístico que genere un ingreso adicional, lo cual permitirá mantener el sello de cada lugar; sin descuidar que es la participación activa de cada uno la que definirá la sostenibilidad y el éxito de cualquier actividad.

Lcda. Sobeyda Alvarez

CONTENIDO

Portadilla.....	i
Autoría.....	ii
Página de firmas.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos.....	v
Agradecimiento a patrocinadores.....	viii
Resumen.....	ix
Nota de prensa.....	x
Contenido.....	xi
Índice de cuadros.....	xiv
Índice de figuras.....	xv
Índice de anexos.....	xvi
 1. INTRODUCCIÓN.....	 1
1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.1.1 Programa de Desarrollo Sostenible de la Región del Yeguaré.....	1
1.1.2 Influencia del proyecto UNIR – ZAMORANO.....	2
1.1.3 Programa de turismo rural en la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente.....	2
1.1.4 Descripción de experiencias puntuales que ha tenido el programa de turismo rural de Zamorano en la región del Yeguaré.....	2
1.1.5 Mapa de ubicación de los lugares turísticos con los que trabaja el programa de turismo rural de Zamorano en la región del Yeguaré.....	4
1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	5
1.4 LIMITANTES DEL ESTUDIO.....	5
1.5 OBJETIVOS.....	5
1.5.1 Objetivo general.....	5
1.5.2 Objetivos específicos.....	5
 2. REVISIÓN DE LITERATURA.....	 7
2.1- INTEGRACIÓN DEL TURISMO RURAL, POBREZA Y NUEVA RURALIDAD COMO HERRAMIENTAS DE DESARROLLO.....	7
2.1.1 Turismo alternativo y turismo rural una realidad con nuevas expectativas	7
2.1.2 ¿Qué es turismo rural.....	7
2.1.3 Importancia y objetivos del turismo rural.....	7
2.1.4 Problemática para el desarrollo del turismo rural.....	8
2.1.5 La municipalidad en el desarrollo turístico local.....	9

2.1.6	Impactos generados por la actividad turística en el ámbito	10
2.1.6.1	Impactos económicos.....	10
2.1.6.2	Impactos socioculturales.....	11
2.1.6.3	Impactos ambientales.....	12
2.2	DEFINICIÓN DE POBREZA.....	12
2.2.1	La pobreza rural.....	13
2.2.2	Pobreza rural en América Latina.....	13
2.3	ENFOQUE DE NUEVA RURALIDAD.....	13
2.3.1	Nueva ruralidad: desafíos y metas.....	13
2.4	TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA DE COMBATE A LA POBREZA BAJO LOS PARÁMETROS DE NUEVA RURALIDAD.....	14
2.4.1	Actividades de turismo rural como alternativas en la generación de ingresos.....	14
2.4.2	Cómo el turismo rural dentro del enfoque de nueva ruralidad puede ayudar a combatir la pobreza.....	15
3.	MATERIALES Y MÉTODOS.....	16
3.1	DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO.....	16
3.1.1	Descripción del área de estudio.....	16
3.1.2	Selección de los integrantes del Proyecto.....	17
3.1.3	Diseño del Proyecto.....	17
3.1.4	Socialización del Proyecto.....	17
3.2	ANÁLISIS FINANCIERO DE LA OFICINA.....	17
3.3	SONDEO DE LA DEMANDA.....	18
3.3.1	Población objeto de estudio y periodo de recolección de datos.....	18
3.3.2	Perfil de encuestados.....	18
3.3.3	Unidades de observación y análisis.....	18
3.3.4	Tamaño de la muestra.....	18
3.3.5	Variables de la encuesta.....	19
3.3.6	Análisis de la información.....	19
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	20
4.1	DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO.....	20
4.1.1	Antecedentes.....	22
4.1.1.1	La solicitud.....	22
4.1.1.2	El solicitante: Zamorano.....	23
4.1.1.3	El organismo ejecutor.....	24
4.1.2	Justificación del Proyecto.....	26
4.1.3	Descripción del proyecto.....	27
4.1.3.1	Generalidades del proyecto.....	27
4.1.4	Ámbito.....	27
4.1.5	Clientes.....	27
4.1.6	Beneficiarios.....	28
4.1.7	Descripción de los Componentes del Proyecto.....	28
4.1.7.1	Componente I: Constitución de la oficina central de enlace turístico de la	29

	red de turismo rural de la región del Yeguaré.....	
4.1.7.2	Componente II: Caracterización turística de los municipios involucrados en el proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	35
4.1.7.3	Componente III: Capacitación y extensión turística.....	38
4.1.7.4	Componente IV: Mercadeo y promoción.....	40
4.1.7.5	Componente V: Evaluación, seguimiento y control.....	42
4.1.7.6	Componente VI: Sostenibilidad.....	43
4.2	ANÁLISIS FINANCIERO DE LA OFICINA.....	44
4.3	SONDEO DE DEMANDA EN ZAMORANO.....	51
4.4	SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	58
5.	CONCLUSIONES.....	60
6.	RECOMENDACIONES.....	61
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	62
8.	ANEXOS.....	64

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro

1	Número de beneficiarios indirectos por municipio en el proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	29
2	Detalle de costos del componente (I) de constitución de la oficina de enlace turístico del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	36
3	Detalle de costos del componente (II) de caracterización turística del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	38
4	Detalle de costos del componente (III) de capacitación y extensión turística del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	40
5	Detalle de costos del componente (IV) de mercadeo y promoción turística del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	42
6	Detalle de costos del componente V: Evaluación, seguimiento y control de las actividades del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	43
7	Contrapartida detallada del costo del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	44
8	Descripción del costo total del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré según el aporte de cada una de las partes involucradas.....	45
9	Flujo neto del primer escenario.....	46
10	Flujo neto del segundo escenario.....	46
11	Flujo de caja del primer escenario.....	47
12	Flujo de caja del segundo escenario.....	47
13	Estado de resultados del primer escenario.....	48
14	Estado de resultados del segundo escenario.....	48
15	Proyección de ventas totales y comisión sobre ventas.....	49
16	Proyección de los costos por la compra de productos.....	49
17	Proyección de inversiones en los activos necesarios para la operación básica de la oficina.....	50
18	Costos de operación y proyectados del primer escenario.....	51
19	Costos de operación y proyectados del segundo escenario.....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura

1.	Organigrama de la oficina de enlace del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.....	35
2	Lugares de procedencia de las personas encuestadas en Zamorano.....	53
3	Motivación de las personas encuestadas para visitar Zamorano.....	53
4	En compañía de quién hacen la visita las personas encuestadas en Zamorano.....	54
5	¿Cómo definen turismo rural las personas encuestadas?.....	54
6	Preferencias gastronómicas de las personas encuestadas.....	55
7	Preferencias de las personas encuestadas con relación al tipo de alojamiento.....	55
8	Comunidades preferidas para ser visitadas.....	56
9	Lugares turísticos de preferencia para los turistas dentro del campus de Zamorano.....	56
10	Disponibilidad de pago por tres días y dos noches por parte de las personas encuestadas.....	57
11	Disponibilidad de gasto extra durante tres días y dos noches por parte de las personas encuestadas.....	57
12	Disponibilidad de pago de las personas encuestadas por un día de recorrido en Zamorano y sus alrededores.....	58
13	Disponibilidad de gasto extra durante un día de recorrido en Zamorano y sus alrededores por parte de las personas encuestadas.....	58
14	Rango de edad de las personas encuestados.....	59
15	Nivel de educación de las personas encuestadas.....	59

INDICE DE ANEXOS

Anexo		
1	Encuesta a visitantes.....	65
2	Formato de inventarios.....	67
3	Descripción de los primeros ocho talleres.....	80
4	Apoyo para la contrapartida.....	88
5	Análisis financiero.....	89
6	Base de datos para la demanda.....	98

1. INTRODUCCIÓN

Turismo rural es un tema relativamente nuevo en Honduras, sin embargo la visión integradora que se maneja en este trabajo, pretende presentarlo como una actividad social alternativa que permita a los miembros del cluster de turismo de la región del Yeguaré, a las comunidades de este mismo sitio y a los demás actores involucrados (autoridades locales, agencias de viaje y operadores turísticos), trabajar de una manera más organizada, concreta y eficaz a través del establecimiento de la red regional de turismo rural en la región del Yeguaré.

El desarrollo de este estudio es una herramienta de trabajo para quienes conformen la red ya que en él se detallan seis componentes, que garantizarán el funcionamiento y la sostenibilidad del proyecto en mención, una vez que sus miembros inicien la ejecución de las actividades que se presentan.

1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 Programa de Desarrollo Sostenible de la Región del Yeguaré

Los antecedentes que hay en trabajos de desarrollo en la Región son según Aguilar y Ramírez, (1999): actividades de apoyo que se iniciaron en 1996, con la creación del Programa de Desarrollo Sostenible de la Región de Yeguaré, que consta de 72 aldeas de seis municipios (Tatumbula, Maraita y San Antonio de Oriente en el Departamento de Francisco Morazán; Yuscarán, Oropolí y Güinope en el Departamento del Paraíso). En este mismo año gracias a la ayuda de la Fundación W.K. Kellogg, se dio lugar a la implementación del proyecto UNIR – Zamorano, que realizó actividades de organización, motivación, capacitación y desarrollo durante tres años en la Región.

La presencia de UNIR, permitió la conformación de clusters de pequeños empresarios que se constituyeron de acuerdo a su actividad económica, y permitieron generar una nueva forma de conservación y utilización sostenible de los recursos naturales, y maximizar esfuerzos del recurso humano y cultural. Uno de los grupos dirigió sus intereses y esfuerzos al desarrollo turístico y es a ellos que se quiere fortalecer y apoyar con este proyecto, considerando también el amplio efecto multiplicador que se tendrá al trabajar con las municipalidades, comunidades, agencias de viaje y operadores turísticos.

Cabe destacar la participación de instituciones como: UNISA, PRONADERS, FAO, PMA, USAID – ZAMORANO, quienes han manejado un enfoque de participación comunitaria, beneficiando el desarrollo de cada municipio en la parte económica y social.

Las actividades de apoyo a Zamorano en la parte de Desarrollo, se iniciaron en 1996, con la creación del Programa de Desarrollo Sostenible de la Región de Yeguaré, que abarca 72 aldeas de seis municipios (Tatumbla, Maraita y San Antonio de Oriente en el departamento de Francisco Morazán; Yuscarán, Moroceli y Güinope en el departamento del Paraíso).

1.1.2 Influencia del Proyecto UNIR-Zamorano

Con la ayuda financiera de la Fundación W. K. Kellogg se implementó el proyecto UNIR-Zamorano, el cual ha realizado actividades de organización y desarrollo desde 1997 al 2000 en la Región del Yeguaré. La presencia de UNIR, permitió la conformación de clusters de pequeños empresarios, que se constituyeron de acuerdo a su actividad económica, con ello se han buscado nuevas formas de conservación y utilización sostenible de los recursos naturales y la maximización de los recursos humanos y culturales que la región dispone (Aguilar; Ramírez, 1999)

1.1.3 Programa de turismo rural en la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente

A partir de 1999, en la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente se empezó a trabajar con lo que se conoce como turismo rural, concepto en el cual Bote (1998), dice que además de ser un componente de la calidad de vida de la población urbana, es también un instrumento de rehabilitación del patrimonio sociocultural y de revitalización de la economía local, en definitiva, se constituye en un nuevo diálogo entre el hombre y su entorno natural y sociocultural para alcanzar un mayor entendimiento y solidaridad entre el medio rural y urbano que coadyuva a superar la crisis de valores de la sociedad urbana e industrial. Bajo éste y otros enfoques se ha trabajado desde la fecha en mención en la región del Yeguaré con el Programa de turismo rural, algunos de los resultados que se pueden presentar como ejemplo están los municipios de: Yuscarán, Güinope, San Lucas y San Antonio de Oriente.

1.1.4 Descripción de experiencias puntuales que ha tenido el programa de turismo rural de Zamorano en la región del Yeguaré

El programa de turismo rural de la región del Yeguaré ha trabajado desde 1999 en la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente y algunos de los trabajos en donde se reflejan los esfuerzos del Cluster se observan en el trifoldio elaborado por la Lic. Martha Calix, 2001, quien habla de algunos servicios que se ofrecen en la región están:

El municipio de Yuscarán, conocido por formar parte del circuito de las Reales Minas y tener en su casco el museo “Casa Fortín” a pocos metros del parque central; ofrece varios atractivos turísticos, de ellos algunos ofrecen servicio de alojamiento como: Hospedaje “Claudia” y Cabañas amuebladas “Villas de Montaña”.

Los sitios con servicio de alimentación son: Comedor Lita, Cafetería Matute que tiene comidas rápidas, servidas en casa de arquitectura colonial y “Turicentro Segoviano”, que además de alimentación tradicional e internacional, tiene salas para atención de eventos y un amplio espacio de recreación.

Para complementar el círculo de servicios y con la finalidad de dar a conocer este hermoso lugar la oficina de servicios turísticos “ El Güiris”, ofrece a los turistas la posibilidad de giras guiadas y a la vez promueve el desarrollo local con la venta de artesanías de Yuscarán.

En el municipio de Morocelí, destino de turismo religioso, apreciado desde la antigüedad por su Santo Patrono, el Cristo Negro “Señor de las Aguas”, cuyas fiestas se celebran el 14 de enero de cada año; cuenta con el “Comedor Bella Vista”, que tiene comida casera y golosinas y está también la “Cafetería Morocelí” que tiene también golosinas y comida tradicional.

El municipio de Güinope, en donde las actividades agro turísticas constituyen un elemento importante en el desarrollo, brinda la oportunidad de visitar los siguientes lugares: finca agroturística integrada “Finca El Tejar”, que tiene alojamiento, alimentación, práctica de la vida rural y tours agroturisticos, está también el hotel “La Posada” que tiene alojamiento y alimentación.

Algunos otros sitios son: “Comedor Lizapa”, que tiene comida típica, casa de campo “ El Retiro”, sobresale por sus áreas verdes y paisajismo, acompañadas de exquisitos alimentos de los cuales destaca el churrasco; en la finca Quebrada Grande, se pueden observar prácticas de agricultura tradicional y / o tecnificada, además de manejo de ganado y uso de productos derivados de la leche.

El desarrollo del turismo se presenta en Güinope también el “Turicentro Oasis de San José”, que tiene alojamiento, alimentación y gracias a su capacidad instalada permite la práctica de deporte al aire libre y la recreación de los pequeños con lindos juegos infantiles: el centro turístico “Hueso Quebrado”, rompe el esquema de la tradición al tener piscinas naturales, playa artificial de arena blanca, canchas deportivas, cascadas y prácticas de senderismo, todo en el mismo lugar.

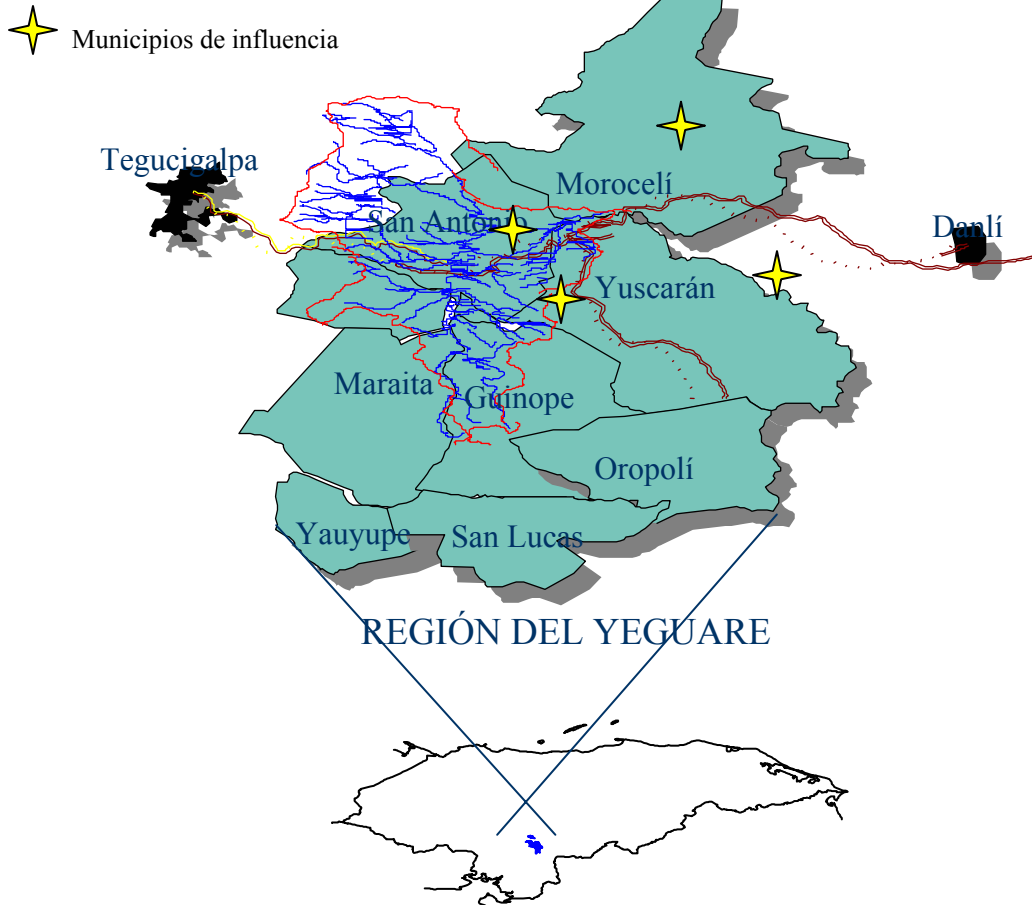
No podría dejarse por fuera la casa de hacienda vinícola artesanal “Vinos la Trilla” en donde la experiencia de la elaboración artesanal de licor de naranja, acompañada del deleite de observar la arquitectura de la casona colonial, utilizada para eventos y celebraciones, se constituyen en un atractivo inolvidable.

Por último, pero no menos importante en el municipio de Güinope, está “El Gran Jardín”, es un área amplia, con condiciones propicias para acampar y disfrutar de la naturaleza.

Por otra parte Zamorano, ofrece la oportunidad de participar en paquetes agro turísticos, como un nuevo método de vinculación entre la población de la ciudad, la naturaleza y la vida rural como es el caso del restaurante “ Típicos Linda Vista”, ubicado a pocos

minutos de Zamorano con capacidad para atender eventos y recreación en piscinas al aire libre.

1.1.5 Mapa de ubicación de los lugares turísticos con los que trabaja el programa de turismo rural de Zamorano en la región del Yeguaré.



1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La problemática de este estudio está enfocada a lo que se vive actualmente en la región del Yeguaré, y esto es la existencia de un cluster de turismo que ha venido trabajando gracias a iniciativas del programa de turismo rural de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente y los miembros del mismo, pero en quienes se ha visto la necesidad de organizarse y establecerse de tal manera que adquieran su propia identidad y un cierto nivel de compromiso como grupo de trabajo, que busque el bienestar común, velando por el desarrollo de quienes se benefician directa e indirectamente de las actividades que se realizan, involucrando además a los miembros de las comunidades, autoridades locales, agencias de viaje y operadores turísticos interesados en trabajar en actividades de turismo rural como una alternativa de desarrollo.

1.3 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La situación de pobreza que se vive en Honduras, permite conocer que es un país en donde la piedra angular del desarrollo debe ser la participación comunitaria, base del enfoque de nueva ruralidad.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, se realiza este proyecto, planteándolo como una herramienta que permita a los actores involucrados (Cluster de Turismo, miembros de las comunidades, autoridades locales, agencias de viaje y operadores turísticos); fortalecer sus capacidades en el ámbito de turismo rural, no contemplándolo desde el punto de vista comercial solamente, sino ubicándolo como una alternativa social de desarrollo, concreta y organizada que motive y amplíe las expectativas de quienes formen parte de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Se cree además que este trabajo permitirá despertar entre las personas involucradas un espíritu de trabajo y una conciencia social, en el sentido de que este rubro implica no solo una generación de ingresos, sino que también permite ampliar sus expectativas valorando su trabajo y sus esfuerzos como únicos en el mercado

1.4 LIMITANTES DEL ESTUDIO

La principal limitante ha sido la falta de conocimiento de lo que en realidad implica el trabajar con turismo rural y la importancia de involucrar a los miembros de la comunidad y autoridades locales en el desenvolvimiento de las mismas. Sin embargo se han logrado grandes avances que han permitido posicionar de cierta manera estas actividades y es eso lo que respalda la realización de este proyecto.

Algo que también ha frenado muchas veces la realización de actividades ha sido la insuficiencia de recursos económicos para la implementación de los proyectos de esta naturaleza.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Diseño de un proyecto de turismo rural en la región del Yeguaré, como una herramienta alternativa de combate a la pobreza bajo el enfoque de la nueva ruralidad.

1.5.2 Objetivos específicos

Hacer la descripción técnica del proyecto, siguiendo los lineamientos del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

Realizar el análisis financiero de establecimiento de la oficina central de la red y su funcionamiento durante los primeros cinco años.

Presentar un sondeo de demanda para conocer la influencia de turismo rural en la región.

Socializar el proyecto con el cluster de turismo de la región del Yeguaré y con posibles integrantes de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 INTEGRACIÓN DEL TURISMO RURAL, POBREZA Y NUEVA RURALIDAD COMO HERRAMIENTAS DE DESARROLLO

2.1.1 Turismo alternativo y turismo rural, una realidad con nuevas expectativas

Según Zamorano (s.f.), el turismo alternativo se manifiesta a través de la atención personal que pretende la búsqueda de vivencias y experiencias únicas, no repetibles, personales y en un entorno de calidad, que encierra en su contexto actividades de turismo rural, que en el caso de Honduras ha permitido desarrollar la microempresa turística en comunidades y lugares pintorescos que están aprovechando sus potenciales turísticos, sin dejar de lado sus actividades cotidianas.

2.1.2 ¿Qué es turismo rural?

Turismo rural no es únicamente un componente de la calidad de vida de la población urbana, sino también un instrumento de rehabilitación del patrimonio sociocultural y de revitalización de la economía local y, en definitiva, un nuevo diálogo entre el hombre y su entorno natural y sociocultural y que persigue un mayor entendimiento y solidaridad entre el medio rural y urbano en orden a superar la crisis de valores de la sociedad urbana e industrial (Bote, 1988).

Según Bote (1988), la Comisión de Comunidades Europeas considera como turismo rural “no solamente el turismo en fincas o explotación agraria, sino cualquier actividad turística en espacio rural”.

2.1.3 Importancia y objetivos de turismo rural

Zamorano (s.f.), dice que el espacio rural es uno de los sitios donde se puede encontrar refugio ante las presiones y frustraciones de la vida moderna, un lugar en donde recuperar la capacidad de asombro así como un acercamiento a las raíces y manifestaciones socioculturales de una región, pero además presenta la posibilidad de articular una serie de estrategias y objetivos que le diferencian de manera tajante con el modelo convencional pasivo y estandarizado entre los que se pueden citar los siguientes:

- Compatibilizar la conservación y el desarrollo de los servicios turísticos; es decir, entender la necesidad de proteger las manifestaciones socio-culturales y naturales, sin dejar de lado la productividad que deben generar.
- Crear una oferta de alojamiento y recreación no concentrada y de pequeña escala, pero coordinada en el ámbito local y comercial que permita constituir su propia personalidad, sus propias formas de gestión y organización, para lo cual se requiere de la creación de infraestructura, personal que trabaje con un alto grado de calidad mediante la continua capacitación y la creación de experiencias en torno de la vivencia rural de manera planificada, para no rebasar la cantidad de visitantes adecuada (capacidad de carga), que no afecte la calidad de vivencia del visitante así como de la comunidad receptora y del entorno natural.
- Activar la economía regional para recuperar las inversiones realizadas a través de la recuperación y / o rehabilitación de los espacios, la creación de las experiencias y vivencias para el visitante, así como la comercialización y prestación misma de los servicios, en donde la punta de lanza sea la creación de actividades de intenso contacto con la naturaleza, así como la creación de experiencias socioculturales, que enriquece a visitantes y visitados, desde el punto de vista humanístico y social, además de la obvia derrama económica que se genera por la actividad turística de manera directa en la población local.
- Organización y gestión local.- Estos dos puntos garantizan el crecimiento sano de la actividad turística por ser concertada y desarrollada localmente por parte de los beneficiarios de la misma, por los dueños o los “guardianes” directos o indirectos de los diversos atractivos regionales. El desarrollo regional sustentable, sólo se puede dar si se reúnen tres condiciones que son: desarrollo y crecimiento económico, equidad social y sustentabilidad ambiental, que para que se puedan dar, precisan de una participación en la organización y gestión de la población local.

2.1.4 Problemática para el desarrollo del turismo rural

De acuerdo a Zamorano (s.f.), el problema más grande que existe para el desarrollo de una oferta y comercialización de servicios de turismo rural radican en la gran cantidad de personas que se tienen que involucrar. Menciona además algunos aspectos indispensables para el logro de esta actividad:

- La necesidad de consenso y adhesión de la población rural para la conservación y desarrollo de los recursos naturales.
- La gestión y promoción integrada de las inversiones y productos turísticos.
- La concertación de administración (Federal, Estatal y Municipal), para definir y ejecutar una política específica sobre turismo en espacio rural.

Se observa entonces la necesidad de considerar el turismo rural como una actividad social alternativa que requiere fundamentos de organización planificación, gestión y compromiso, sobre todo en el ámbito local.

2.1.5 La municipalidad en el desarrollo turístico local

El gobierno local se constituye en la pieza clave del desarrollo de las comunidades y es la base para lograr éxito en el desempeño de actividades turísticas. Para un mejor entendimiento del rol de la municipalidad se describen algunas funciones que según Leiva (1997), se deberían cumplir para lograr un importante avance en el campo turístico, estas son:

- Hacer un seguimiento al desarrollo de la actividad turística y un control de la calidad de los bienes y servicios entregados.
- Velar por la utilización racional del ambiente natural y cultural de la comuna.
- Promocionar la comuna estratégicamente.
- Fomentar la asociatividad entre los empresarios turísticos y otros comerciantes locales.
- Ofrecer y / o informar sobre posibilidades de capacitación en el rubro a los actores involucrados.
- Obtener y entregar información permanente sobre la actividad turística regional y nacional e internacional.
- Gestionar y / o realizar mejoramientos de infraestructuras que vayan en beneficio del turismo, por ejemplo: accesos, rutas, puentes, servicios básicos (agua potable, alcantarillado, energía eléctrica).

Todas estas funciones permiten introducir los parámetros que enmarcan la dimensión comunal del turismo involucrando tanto a la comunidad como a la municipalidad que de acuerdo con Leiva (1997), esta última es la responsable en cada localidad de asegurar la participación de la comunidad en el progreso económico, social y cultural de su comuna y quienes deben intervenir tempranamente en el desarrollo del turismo comunal.

Una vez reconocido el papel de las municipalidades Leiva (1997), presenta el tema de “El turismo en el nivel comunal” y dice que cada localidad posee características propias que la distinguen y a la vez constituyen las potencialidades del desarrollo turístico, y son las que permiten prolongar la estadía del visitante en la zona, generando beneficios al

conjunto de comunas implicadas. Sin embargo es necesario recalcar que si el turismo no se desarrolla de manera planificada puede, en el mediano y largo plazo, llegar incluso a tener más consecuencias negativas que positivas sobre la economía, la sociedad y el medio ambiente.

2.1.6 Impactos generados por la actividad turística en el ámbito local

La descripción de los impactos que genera la actividad turística localmente Leiva (1997) la describe de una manera clara y precisa, y son:

- Impactos económicos
- Impactos socioculturales
- Impactos ambientales

Dice también que la actividad turística no es posible ni deseable en todas las comunas y tampoco es una solución mágica a los problemas sociales y económicos. Más aún, un crecimiento espontáneo de la actividad turística podría ser un espejismo de bonanza económica que en el mediano y largo plazo puede acarrear más problemas que beneficios a la comunidad local.

De igual forma Leiva (1997), indica que el turismo en sus aspectos económicos ha sido muy bien estudiado desde hace varias décadas. Pero recién hace 15 ó 20 años han recibido atención sus efectos sobre otros aspectos tales como la vida social y el medio ambiente. A continuación se describen de acuerdo a Leiva (1997), de una manera más amplia los principales impactos económicos, sociales y ambientales que son necesarios de conocer cuando se planifica el desarrollo turístico comunal.

2.1.6.1 Impactos económicos. Se puede afirmar según Leiva (1997), que el turismo es una importante actividad generadora y distribuidora de recursos económicos, sin embargo se distinguen impactos económicos positivos y negativos.

Impactos económicos positivos del turismo:

- Transferencia de divisas entre países gracias al turismo internacional
- Distribución espacial de recursos económicos producto del turismo interior
- Aumento de los ingresos del municipio por el aumento de permisos de construcción, de patentes comerciales y el aumento de ventas del comercio general, permiten una mayor recaudación de impuestos.
- Ayuda a justificar el desarrollo de ciertas infraestructuras y servicios
- Generación de empleo

Impactos económicos negativos del turismo:

- Exportación de la riqueza
- Disminución de mano de obra
- Inflación estacional generada por alzas en los precios de los servicios y productos de consumo diario debido a la llegada masiva de visitantes

2.1.6.2 Impactos socioculturales. La OMT (1994), plantea que el desarrollo del turismo puede tener tanto impactos positivos como negativos sobre las prácticas sociales y culturales de las comunidades donde éste se desarrolla y Leiva (1997), complementa y dice que hablar de impactos socioculturales implica involucrar variables altamente vulnerables que generan beneficios y perjuicios al proceder turístico, así:

Los impactos socioculturales positivos son:

- Mejora de la calidad de vida gracias al acceso a instalaciones de infraestructura y de servicios locales que facilitan el desempeño de las actividades turísticas.
- Da lugar a la creación y/o mantenimiento de infraestructura.
- Fortalece la identidad y cultura locales debido al interés mostrado por los visitantes con relación a ciertas manifestaciones locales en la población residente y su deseo de preservarlas.
- Favorece el intercambio cultural entre los turistas y la población residente, lo que permite un mejor conocimiento y respeto mutuo.

En los impactos socioculturales negativos se ubican:

- Rechazo hacia los visitantes de los cuales se dice que “invaden” “su” ciudad o pueblo y privan a los residentes – o al menos les dificultan - del acceso a los servicios, calles, comercio o restaurantes.
- Uso turístico intensivo no controlado de algunos atractivos culturales que puede ser causada de graves alteraciones o deterioros.
- Pérdida o deterioro de la identidad cultural cuando los visitantes superan en número a los habitantes locales, impulsando a adoptar algunos de los comportamientos y/o hábitos (música estridente, consumo de drogas, forma de vestir y hablar estandarizadas) de los visitantes, lo que atenta contra la riqueza de la diversidad cultural local.
- Agravamiento de problemas sociales tomando en cuenta que los delincuentes, traficantes, comerciantes sexuales, “siguen” el desplazamiento de los consumidores.

2.1.6.3 Impactos ambientales. En cuanto a los impactos ambientales Leiva (1997), menciona que existe una clara interdependencia entre turismo y medio ambiente. Por una parte, el último es el sustento para el desarrollo del primero; por otra, el desarrollo del turismo puede generar recursos para la manutención, mejoramiento y puesta en valor de los recursos del medio ambiente. Al igual que en los otros impactos (económicos y socioculturales) existen impactos ambientales positivos y negativos que el autor los propone de la siguiente forma:

Entre los beneficios del turismo al ambiente están:

- Ayuda a justificar y financiar las inversiones que hacen para proteger y conservar las áreas naturales y la vida salvaje.
- Ayuda a justificar y financiar la preservación de sitios históricos y / o arqueológicos.
- Aumenta la conciencia ambiental local cuando los residentes, especialmente los jóvenes, observan el interés de los turistas en la conservación.
- Estimula la utilización productiva de los terrenos destinados a la agricultura

Los impactos ambientales negativos son:

- Erosión y compactación del suelo
- Polución atmosférica
- Contaminación acústica
- Remoción de vegetación y del bosque
- Incendios forestales
- Pérdida de hábitats
- Migración animal
- Cambio en el comportamiento de la vida silvestre
- Contaminación de las aguas
- Muerte de flora y fauna en rutas turísticas
- Congestión vehicular
- Acumulación de barreras

2.2 DEFINICIÓN DE POBREZA

Morley *et al.*, (1997), menciona en su documento que pobreza según la definición básica, es la falta de acceso o dominio de los requisitos básicos para mantener un nivel de vida aceptable.

2.2.1 La pobreza rural

De Janvry y Sadoulet (1999), explican que la pobreza a nivel de hogares y de comunidad se presenta por que los pobres rurales no tienen acceso a los activos (capital natural, humano y social), y el control que tienen sobre los mismos es muy heterogéneo, es decir aquellos hogares con un bajo perfil en estos tres activos se ven atrapados en la pobreza que les impide acumular activos para eventualmente, salir de la pobreza.

2.2.2 Pobreza rural en América Latina

Samuel Morley *et al.*, (1997), menciona que la “distribución del ingreso en América Latina ha sido siempre muy desigual, lo que implica que sus niveles de pobreza han superado holgadamente lo que podría esperarse en función de su ingreso per cápita. La crisis de los años ochenta agravó esta situación. Durante esa década, el ingreso cayó, se acentuó la desigualdad y el número de personas que viven en condiciones de pobreza aumentó por lo menos en 40 millones, o un 22%”.

Janvry y Sadoulet (1999), mencionan que la pobreza rural en América Latina, continúa siendo un gran desperdicio de recursos productivos, un problema no resuelto de bienestar social y una fuente de influencias negativas externas a través de procesos migratorios que desplazan la pobreza hacia los sectores urbanos, la desestabilización política en varias regiones del continente y, en no pocos casos, la destrucción del ambiente

2.3 ENFOQUE DE NUEVA RURALIDAD

La nueva ruralidad integra aspectos económicos, sociales, culturales y políticos que se enmarcan en un concepto general de participación para el desarrollo de la sociedad, Arrivillaga y Falck (1999), plantean lo siguiente:

2.3.1 Nueva ruralidad: desafíos y metas

La nueva ruralidad es una propuesta que incorpora el concepto de un desarrollo rural incluyente, que armoniza dos objetivos básicos: la equidad social y la eficiencia económica, aspectos a primera vista irreconciliables en el nivel rural, pero viables en la práctica. Un ejemplo de ello son proyectos nacionales cuyo retorno a los actores locales sobre la inversión del proyecto, a partir del tercer año, es del 60% anual. Otros ejemplos en Latinoamérica son transferencias preferenciales municipales, pago diferenciado por servicios de agua potable, fijación de CO₂, valor agregado local y otros.

Se plantean como propuestas básicas, la verdadera gestión local basada en el protagonismo de los actores locales y facilitada por agentes que compartan la visión de la eficiencia rural y la equidad social. Lo anterior demanda la necesidad de formar equipos humanos que acompañen el proceso y coordinen una visión armónica de las

intervenciones sin excluir actores y priorizando necesidades (por ejemplo, el enfoque de ordenamiento del territorio requiere de una negociación y armonización de diversos actores). En este sentido, hay que destacar el papel fundamental que juegan las ONG's como promotoras del desarrollo y la participación ciudadana.

También se requiere el papel de un Estado que armonice, coordine, descentralice y complete acciones con el sector privado con objetivos comunes y metas de largo plazo. El Estado debe respaldar con acciones estratégicas la viabilidad del sector. Esta alianza estratégica es clave para el desarrollo rural ante los desafíos que representa el mercado, la preservación del medio ambiente y la consolidación democrática de la sociedad.

El otro elemento central de la propuesta radica en la flexibilización de los mercados con base en la competitividad y la diversidad de la geografía humana con que cuenta el país; ello obedece a la necesidad de potenciar una verdadera reconversión productiva en fusión de la lógica de los mercados y no sólo de la productividad de la empresa o unidad productiva. Para ello se hace indispensable la organización de plazas intermedias, mercados alternos, como los centroamericanos, organizaciones de comercialización más solidarias y sistemas de información rural eficientes.

2.4 TURISMO RURAL COMO ALTERNATIVA DE COMBATE A LA POBREZA BAJO EL ENFOQUE DE NUEVA RURALIDAD

La vinculación de estos tres temas es lo que permitirá generar una herramienta de combate a la pobreza, utilizando el turismo, no con un enfoque de explotación, sino como una oportunidad de conservar y preservar en muchos casos, recursos valiosos, sean estos, naturales, culturales o sociales que nuestros pueblos poseen.

2.4.1 Actividades de turismo rural como alternativas en la generación de ingresos

Según Zamorano (s.f.), el aprovechamiento de los atractivos turísticos en el espacio rural, debe realizarse de manera conciente para poder garantizar la sostenibilidad de los mismos, tomando en cuenta la importancia de conservar el patrimonio heredado que se posee. Hay un sin número de actividades que pueden llevarse a cabo, entre las cuales se mencionan las siguientes:

En la parte sociocultural están:

- Visitas a artesanos y cursos de artesanía
- Visitas y rutas sobre el patrimonio artístico y arquitectónico rural
- Visitas a explotaciones o agroindustrias contemporáneas o tradicionales
- Promoción de la gastronomía local y cursos de cocina tradicional

En lo concerniente a la práctica de actividades recreativas y deportivas se puede mencionar que el espacio rural ofrece ante todo la realización de deportes en contacto con

la naturaleza y múltiples actividades de esparcimiento y ocio tales como: Rutas a caballo, senderismo, ciclismo de montaña, talleres artesanales, montaña, pesca fluvial entre otros.

2.4.2 Cómo el turismo rural dentro del enfoque de nueva ruralidad puede ayudar a combatir la pobreza

Este tema se plantea como una aplicación de conceptos en el desarrollo del tema, debido a la importancia de destacar la participación comunitaria en el desarrollo de actividades de turismo rural.

Es necesario reconocer que el turismo rural debe considerarse una alternativa social de desarrollo que permita a los pequeños y microempresarios crecer en el ámbito turístico sin perder su identidad cultural, económica y social, pues sólo de esta manera podrán generarse atractivos reales y únicos que puedan captar un mercado cautivo, gracias a la originalidad de cada sitio.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

En este capítulo se describe cómo se llevó a cabo el estudio definiendo los instrumentos que se utilizaron, con la finalidad de que sea replicable bajo circunstancias similares.

3.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO

La descripción técnica permitirá tener una idea general del estudio y conocer cuáles serán los lineamientos a seguir para lograr un buen desempeño al momento de implementar el Proyecto e incluirá los siguientes puntos:

- Descripción del área de estudio, en este caso la región del Yeguaré
- Definición de los municipios de trabajo y posibles integrantes de la red de turismo rural de la región del Yeguaré
- Diseño del proyecto de turismo rural siguiendo los lineamientos establecidos por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), para presentación de proyectos de turismo.

3.1.1 Descripción del área de estudio

La Región del Yeguaré está ubicada al sureste de Tegucigalpa, Honduras; a una distancia entre 30 km mínima y 66 km máxima, de Tegucigalpa. Comprende los municipios de Maraita, San Antonio de Oriente y Tatumbla en el departamento de Francisco Morazán; Güinope, Morocelí y Yuscarán en el departamento del El Paraíso, que forma parte de la cuenca del río Yeguaré, un importante tributario de la cuenca alta del río Choluteca.

Otras características generales son: que es una región montañosa de 1,384 km² con un 87% de área de laderas, que sufre de acelerado deterioro ambiental y en la que habitan unas 10,000 familias, distribuidas en las cabeceras municipales y en sus 72 aldeas con sus caseríos, dedicada mayoritariamente a actividades agropecuarias, y sufriendo condiciones de mucha pobreza.

3.1.2 Selección de los integrantes del proyecto

De los lugares antes mencionados el Programa de Turismo Rural de la Carrera de Desarrollo y Ambiente ha trabajado con los Municipios de San Antonio de Oriente, Güinope, Morocelí y Yuscarán; y las Reservas Biológicas: El Chile y Montserrat desde 1999, implementando actividades turísticas y de desarrollo en estos lugares, es por esto que fueron escogidos para iniciar el proyecto, ya que el propósito a largo plazo es involucrar de alguna manera a toda la región en actividades de turismo rural.

Una vez ubicados los posibles actores de la región se pensó en la cobertura que debía tener, por tanto se propone la participación de agencias de viaje, operadores turísticos y otros actores que quieran pertenecer a la red, además de los miembros de las comunidades, el cluster y las autoridades locales.

3.1.3 Diseño del proyecto

Ya definido el sitio de trabajo y los posibles integrantes de la red, se procedió al diseño del proyecto, siguiendo los parámetros establecidos por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE).

3.1.4 Socialización del proyecto

Al terminar el diseño del proyecto se convocó a una reunión en la que participaron: representantes del Instituto de Formación Profesional y de agencias de viaje en Tegucigalpa, el cluster de turismo de la región del Yeguaré e invitados interesados en formar parte de la red, con la finalidad de socializar el proyecto. De esta reunión se obtuvo una serie de ideas y propuestas que se indican en la sección de recomendaciones del documento final.

3.2 ANÁLISIS FINANCIERO DE LA OFICINA

El análisis financiero se realizó tomando como referencia estudios de factibilidad disponibles, información de los miembros del cluster de turismo de la región del Yeguaré, técnicos entendidos en cada una de las áreas y actualizando datos de acuerdo a los precios de mercado actuales para cada detalle que se menciona.

Para conocer el costo del proyecto se realizó un presupuesto que considera la compra de productos para la venta (camisetas, gorras, llaveros, calendarios / separadores, agendas y adhesivos), los materiales de oficina, la promoción, mantenimiento de un vehículo y de la oficina, el local y los servicios, el seguro del vehículo, los talleres a impartirse durante el primer año, el apoyo a estudiantes en la realización de tesis, la edición de reportes semestrales y las reuniones para presentación de resultados.

Se hizo un cuadro de contrapartida con la finalidad de conocer el aporte del donante, de Zamorano y de las comunidades, de acuerdo a eso se valoró la cantidad que se necesitaba como aporte del donante para ubicarla en el casillero correspondiente a donaciones y a partir de allí proceder a ubicar de manera ordenada los ingresos y egresos para poder realizar el flujo de caja, actualizando los valores obtenidos a la tasa pasiva promedio de 14.72%, dictaminada por el Banco Central de Honduras para septiembre 20 del año 2001, tasa que representa el costo de oportunidad del proyecto en lempiras.

3.3 SONDEO DE LA DEMANDA

Se realizó un sondeo de demanda en Zamorano a través de una encuesta (Anexo 1), debido a que este instrumento metodológico permite la recolección rápida de la información requerida, con la finalidad de fortalecer el estudio y tener bases concretas de lo que en realidad piensa la gente con relación a turismo rural y algunas otras variables que se describen con más detalle a continuación.

3.3.1 Población objeto de estudio y periodo de recolección de datos

La población que se decidió encuestar fue todos los visitantes jóvenes y adultos que visitaron Zamorano durante la celebración del Rodeo Zamorano 2000, considerándose personas a partir de los 20 años de edad.

3.3.2 Perfil de los encuestados

El perfil que se utilizó para encuestar fue de personas que se enmarcaran como turistas potenciales, juzgando por la apariencia.

3.3.3 Unidades de observación y análisis

En este caso las unidades de observación son las personas (hombre / mujer) encuestado.

3.3.4 Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra fue calculado basándose en el promedio de afluencia de personas que llegan al puesto de ventas, el mismo que se establece en 400 personas, tomando este dato como el N poblacional y definiendo una confiabilidad del 60 % y 5 % de error. La relación matemática aplicada fue la siguiente según Sampieri *et al* (1998).

$$n' = S^2 / V^2 \quad [1]$$

n' = Tamaño provisional de la muestra

S^2 = Varianza de la muestra

V^2 = Varianza de la población

$$S^2 = p(1 - p) \quad [2]$$

p = probabilidad

V^2 = cuadrado del error estándar (e^2)

Gracias a que se conocía el tamaño de la población se corrigió después con la siguiente expresión matemática:

$$n = n' / [1 + (n' / N)] \quad [3]$$

N = tamaño de la población

Una vez aplicada y corregida la fórmula se obtuvo como resultado que el número total de personas a encuestar era de 69. Con la finalidad de tener mayor confiabilidad en los datos obtenidos se encuestó a 77 personas en total.

3.3.5 Variables de la encuesta

Las variables de la encuesta se seleccionaron de manera tal que ayudaran a determinar aspectos como: conocer de dónde proviene la mayor afluencia de personas que visitan Zamorano, cuál es el motivo de su viaje y en compañía de quién vienen.

Otro punto importante era conocer cómo definen las personas el término de “Turismo Rural” y cuántas de ellas estarían dispuestas a participar en actividades de esta índole. Una vez con esta información quisimos conocer qué espera la gente de un hotel fuera de la ciudad en cuanto a dos aspectos específicos que son: habitaciones y comedor.

Posteriormente se ofrecen dos opciones de tours una por un día y otra por tres días y dos noches, permitiendo a quien sea partícipe de nuestros servicios, escoger entre algunas opciones tanto en la región del Yeguaré, como dentro del campus. En la última sección de la encuesta se evaluó lo que es disponibilidad de pago, edad promedio de los visitantes y el nivel de escolaridad de los mismos.

3.3.6 Análisis de la información

Obtenida la información, la encuesta se analizó ingresando los resultados a una base de datos en el programa SPSS y Excel.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados y discusión se presentan bajo tres aspectos básicos que son: la descripción técnica del proyecto, en la que se dan herramientas para la implementación y funcionamiento del proyecto, la segunda que es el análisis financiero del establecimiento de una oficina central y un tercer aspecto en donde se observan y discuten los resultados del sondeo de demanda.

4.1 DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO

En esta parte se detallan todos los aspectos técnicos que se deben tomar en cuenta para establecer la red de turismo en la región del Yeguaré, información contenida en el proyecto que se presenta a continuación.

The background image is a rural landscape at sunset. The sky is filled with soft, colorful clouds in shades of orange, pink, and purple. The sun is a bright, glowing orb just above the horizon. In the foreground, a dirt path or field is covered with dry, yellowish-brown sticks and twigs. Several chickens are scattered across this area, some standing and others pecking at the ground. In the middle ground, there is a small, simple house with a brown roof, partially obscured by trees and bushes. The background features rolling hills or mountains under the twilight sky. On the left side of the image, there is a vertical blue gradient bar.

Proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré

*Yeguaré - Zamorano
Honduras*

PROYECTO DE ESTABLECIMIENTO DE LA RED DE TURISMO RURAL EN LA REGIÓN DEL YEGUARE



YEGUARE - ZAMORANO

4.1.1 Antecedentes

El turismo rural, entendido también como turismo de pueblos, se refiere a aquellos turistas que residen en pueblos o cerca de ellos y se familiarizan con los modos de vida tradicional de la población. La región del Yeguaré ha trabajado en este tipo de turismo desde 1999 con el cluster de turismo de la región y lo que se pretende con esta propuesta es fortalecer la capacidad humana y técnica de este grupo y de las personas que se integren tanto durante, como después de la realización del proyecto.

4.1.1.1 La solicitud. Esta solicitud tiene la finalidad de apoyar a los habitantes dedicados a actividades de turismo rural a canalizar sus esfuerzos mediante la creación de la red de turismo rural de la región del Yeguaré, beneficiando a las municipalidades, comunidades y pobladores en sí, con una actividad alternativa que está presente, pero no tiene una coordinación que les permita mantener una organización que brinde beneficios a sus actores y clientes.

Los antecedentes que hay en trabajos de desarrollo en la región son: actividades de apoyo que se iniciaron en 1996, con la creación del Programa de Desarrollo Sostenible de la Región de Yeguaré, que consta de 72 aldeas de seis municipios (Tatumbala, Maraita y San Antonio de Oriente en el Departamento de Francisco Morazán; Yuscarán, Oropolí y Güinope en el Departamento del Paraíso). En este mismo año gracias a la ayuda de la Fundación W.K. Kellogg, se dio lugar a la implementación del proyecto UNIR – Zamorano, que realizó actividades de organización, motivación, capacitación y desarrollo durante tres años en la región, según lo mencionan Aguilar y Ramírez (1999).

También Aguilar y Ramírez (1999), aseguran que la presencia de UNIR, permitió la conformación de clusters de pequeños empresarios que se constituyeron de acuerdo a su actividad económica, y permitieron generar una nueva forma de conservación y utilización sostenible de los recursos naturales, y maximizar esfuerzos del recurso humano y cultural. Uno de los grupos dirigió sus intereses y esfuerzos al desarrollo turístico y es a ellos que se quiere fortalecer y apoyar con este proyecto, considerando también el amplio efecto multiplicador que se tendrá al trabajar con las municipalidades, comunidades, agencias de viaje y operadores turísticos.

Cabe destacar la participación de instituciones como: UNISA, PRONADERS, FAO, PMA, USAID – ZAMORANO, quienes han manejado un enfoque de participación comunitaria, beneficiando el desarrollo de cada municipio en la parte económica y social.

4.1.1.2. El solicitante: Zamorano De acuerdo a lo que se informa en la página Web de Zamorano (2001), se tiene la información general necesaria para ubicar quién será el solicitante de la propuesta:

Nombre, ubicación y estatus legal

La Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano, está ubicada a 30 km al sureste de Tegucigalpa, Honduras. Constituido en 1942 en el Estado de Delaware de los Estados Unidos, Zamorano es un centro de educación superior privado, sin fines de lucro y no sectario.

Misión institucional

Zamorano es una institución panamericana de educación superior cuya misión es preparar líderes para América en las áreas de agricultura sostenible, agronegocios, agroindustria, manejo de los recursos naturales y desarrollo rural.

Programas académicos y de intercambio

Zamorano ofrece un programa académico universitario de cuatro años y cuatro carreras: Ciencia y Producción Agropecuaria, Agronegocios, Agroindustria (con énfasis en Tecnología de Alimentos) y Desarrollo Socioeconómico y Ambiente. Los principios de este programa académico, conocido como el Programa 4 x 4, son: panamericanismo, excelencia académica, aprender haciendo y formación de carácter y liderazgo.

En conjunto con la Universidad de Cornell en los Estados Unidos, Zamorano ofrece un Programa de Maestría Profesional en Agricultura Tropical para profesionales que desean profundizar sus conocimientos.

En conjunto con la Universidad de Purdue, también en los Estados Unidos, Zamorano ofrece un programa de estudio en el exterior, para alumnos universitarios.

Actividades de Proyección

Como parte integral de sus programas de educación formal, Zamorano realiza extensas actividades de Proyección que incluyen: Educación y capacitación continua, extensión e investigación aplicada. Estas actividades, que se imparten tanto en el campus como en otros sitios a lo largo de América, benefician a decenas de miles de personas cada año.

Alumnos y Docentes

En 1999, hubo un total de 800 alumnos de 23 países y un amplio rango de niveles socioeconómicos que participaban en los programas académicos de Zamorano. Los alumnos son seleccionados cuidadosamente entre miles de aspirantes de toda América Latina y el Caribe. El estudiantado femenino representa aproximadamente el 25% de los alumnos. El cuerpo docente consiste en 67 profesionales experimentados de más de 20 países.

Infraestructura

La educación en Zamorano se lleva a cabo en 6,500 hectáreas que incluyen tierras de valle, cerros forestados y un bosque nublado. La elevación del campus va desde los 750 hasta los 2,000 metros sobre el nivel del mar.

La infraestructura única de Zamorano incluye: aulas, auditorios y laboratorios modernos; un centro de cómputo de punta con conexión a Internet; seis plantas procesadoras a escala comercial (frutas, vegetales, miel, café, granos, semillas, lácteos y cárnicos); la biblioteca “Wilson Popenoe”, cuya colección incluye más de 20,000 libros y 800 títulos activos de revistas; el herbario “Paul Standley”, con una colección de alrededor de 200,000 libros y 800 títulos activos de revistas; el centro estudiantil, donde están instaladas la librería, la farmacia, la cafetería, la cooperativa de ahorro de Zamorano y una tienda de artesanías; un bosque nublado que es manejado por los estudiantes y docentes de Zamorano; y el centro de capacitación “W.K. Kellogg”, que cuenta con aulas, auditorios, instalaciones para hospedaje y alimentación para 240 huéspedes.

4.1.1.3 El organismo ejecutor. El organismo ejecutor será la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente de Zamorano, considerada con una gran capacidad para la administración y ejecución de proyectos. Esta afirmación se hace con base en el documento de Proyectos elaborado por la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente (2001), en el que se mencionan los siguientes logros en términos de manejo de proyectos:

 El **Proyecto UNIR - ZAMORANO**, fue un proyecto de tres años financiado por la Fundación W.K. Kellogg, el monto de este fue de \$ 1,000,000 (dólares), que sirvieron para apoyar las iniciativas de desarrollo en seis municipalidades en el Región del Yeguaré. El proyecto en mención brindó capacitación y apoyo técnico a un grupo de actores locales dirigido a:

- ◆ Fortalecer los gobiernos municipales en pequeña y mediana escala en sus habilidades para gobernar efectivamente
- ◆ Desarrollar en las comunidades la capacidad de planificar y ejecutar proyectos en pequeña escala
- ◆ Convocar actores claves (ONGs, líderes comerciales, grupos comunitarios y otros), para facilitar el diálogo y acciones conjuntas. Un ejemplo concreto de este punto es la iniciativa que se tuvo en actividades de turismo rural, que permiten la protección de los recursos naturales, rescate y valoración de los recursos culturales y sociales de la región, además de ser una fuente alternativa de ingresos, sin sesgar las actividades propias de cada persona que participa en este grupo.
- ◆ Concientizar a las comunidades sobre problemas de deterioro ambiental y apoyar iniciativas locales para lograr un mejor manejo de los recursos naturales de cada lugar

La mayoría de las actividades del proyecto se han mantenido hasta enero del 2000 y todavía hay mucho trabajo por hacer. De cualquier manera Zamorano ha mantenido un grupo de actores claves, quienes participan activamente en actividades de desarrollo comunitario y no han perdido de vista los propósitos del proyecto, cumpliendo así con sus labores de seguimiento.

 El proyecto **PROCUENCAS**, fue un proyecto de \$ 500,000 (dólares); financiado por el Gobierno Canadiense, con una duración de tres años e influencia en diez comunidades de la Región del Yeguaré, cesó sus labores en septiembre del 2000. Su meta fue promover el manejo sostenible de las microcuencas de la región a través de la participación activa de las comunidades locales, con énfasis en la protección del recurso agua. De esta manera, el proyecto se ve involucrado en actividades que van desde la planificación participativa del manejo de cuencas hasta el establecimiento y manejo de viveros que se utilizarán en actividades de reforestación.

En respuesta a la demanda local el proyecto proporcionó apoyo para actividades de producción agrícola, sobre todo en lo que es asistencia técnica para proyectos de irrigación en laderas. El equipo del PROCUENCAS brindó también un aporte considerable a las Juntas de Agua de las comunidades y canalizó esfuerzos que permitieron el establecimiento de la Unidad Municipal Ambiental de Güinope. La parte crítica de estas experiencias fueron la asignación e implementación de las actividades de manejo en los proyectos propuestos.

✚ El **Proyecto de Rehabilitación de Cuencas CLUSA – ESTELÍ**, en Nicaragua, es una iniciativa de Zamorano, financiada por USAID por un monto aproximado de \$ 1,000,000 (dólares) y con una duración de dos años. Las actividades que realiza este proyecto son: reforestación, educación ambiental, conservación de suelos, protección y conservación de cuencas.

✚ El **Proyecto de Rehabilitación y Manejo de la Cuenca Alta del Río Choluteca**, financiado también por USAID por \$ 2,153,000 (dólares) y con una duración de 18 meses. Tiene influencia en nueve municipios de la región del Yeguaré y las actividades están distribuidas en cuatro componentes: Rehabilitación de Cuencas, Agricultura Sostenible, Fortalecimiento Municipal y Recursos Naturales. Tiene un enfoque de participación comunitaria como fundamento para el trabajo y desarrollo de las comunidades.

✚ Proyecto **PROMESA (Proyecto para el Mejoramiento de la Salud)**, que trabajará por dos años con un monto de \$ 327,000 (dólares) en actividades de capacitación en manejo y uso de agua, primeros auxilios, personal comunitario de salud; apoyo con medicamentos, materiales y equipo; y asistencia técnica para las zonas de influencia.

✚ Zamorano, a través de lo que hoy en día es la Zamoempresa de Cultivos Forestales, ha apoyado a la región del Yeguaré en el programa de control de incendios por más de una década. La estrategia ha madurado y el avance ha ido desde una participación liderada por Zamorano hasta una participación casi total de las comunidades locales.

4.1.2 Justificación del proyecto

Las razones que a continuación se describen, se consideran los puntos clave que nos impulsan a proponer este proyecto, considerándolo una manera de apoyar el desarrollo de nuestras comunidades, enfocadas desde la célula política, es decir el gobierno municipal con un planteamiento integrador y participativo que promueva el crecimiento socioeconómico de nuestros pueblos.

✚ Las comunidades han trabajado durante mucho tiempo en actividades turísticas, sin embargo se considera que la organización y coordinación de éstas, será una oportunidad en la cual se podrán ampliar las expectativas de los microempresarios dedicados a este rubro y de quienes estén incursionando en él.

✚ La situación de pobreza de Honduras se constituye en otra de las razones de la realización de este proyecto, presentándolo como una actividad social alternativa que beneficie a quienes trabajen en ella y a quienes reciban su servicio.

✚ Al momento de trabajar en las comunidades e involucrar al gobierno local como pieza clave en el desarrollo de las actividades de naturaleza turística se estará logrando la integración que se busca en el aspecto político, social y cultural de cada municipio.

El proyecto permitirá la aplicación del concepto de nueva ruralidad, resaltando dentro de éste lo que es participación comunitaria que desarrolla un sentimiento de apropiación y compromiso en quienes están involucrados.

La necesidad de atender a la micro y pequeña empresa con un enfoque integrador y regional de manera que se concentren y empleen los esfuerzos y recursos disponibles de manera sinérgica.

El acelerado crecimiento del sector de la micro y pequeña empresa, producto de la agudización de las crisis económicas nacionales.

Zamorano realiza dentro de su labor actividades de proyección y este proyecto será una manera de posicionar a la Institución en el ámbito turístico con un enfoque multiplicador en el área de desarrollo, en los municipios y comunidades; y en la parte educativa permitirá a los estudiantes ampliar su abanico de aprendizaje.

4.1.3 Descripción del Proyecto

4.1.3.1 Generalidades del proyecto. El proyecto consiste en establecer la red de turismo rural en la región del Yeguaré, para lo cual se propone montar una oficina de enlace con el objetivo de integrar y canalizar la información de los microempresarios dedicados a este rubro y facilitar el contacto con los otros grupos involucrados, en este caso, comunidades, agencias de viaje, operadores turísticos. Además de lo anterior, el proyecto cuenta con seis componentes que permitirán lograr los objetivos propuestos, estos se describirán más adelante.

4.1.4 Ámbito

La cobertura del proyecto será regional, localizado en los siguientes puntos específicos: Güinope, Yuscarán, Reserva Biológica Montserrat, San Antonio de Oriente, Morocelí, Reserva Biológica “El Chile”. Se pretende involucrar a los demás Municipios de la Región conforme se vayan ejecutando las actividades de proyección e integración.

4.1.5 Clientes

La determinación de quiénes serán los clientes de la oficina se hizo tomando en cuenta la naturaleza de la misma y la versatilidad del turismo. Entre los principales están:

- Microempresarios de los municipios
- Agencias de viajes
- Operadores turísticos
- Comunidades de los municipios
- Entidades de cooperación y apoyo

4.1.6 Beneficiarios

Tomando en cuenta que este proyecto se lo plantea como una herramienta alternativa de combate a la pobreza, uno de los puntos más importantes es determinar quiénes serán los beneficiarios. A continuación se dan conocer tanto beneficiarios directos como indirectos, parte de estos últimos reflejados en el Cuadro 1.

- Veinte microempresarios, serán beneficiarios directos que considerando que crearán cuatro fuentes de empleo promedio, dará un total de 80 empleos en cuatro comunidades, beneficiando indirectamente a 80 familias de un número promedio de seis miembros cada una, teniendo un total de 480 personas.
- En las capacitaciones directamente están involucradas un número promedio de 380 personas en todo el proceso.
- El trabajo conjunto con la municipalidad fortalecerá el vínculo entre personas involucradas en actividades turísticas globalizando el beneficio a cuatro municipios que de acuerdo a los acercamientos municipales realizados por el Proyecto de Rehabilitación de Cuencas ZAMORANO – USAID (2001), se tienen los siguientes datos:

Cuadro 1. Número de beneficiarios indirectos por municipio en el proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Departamento	Municipio	Extensión territorial en km²	Población (habitantes)
Francisco Morazán	San Antonio de Oriente	212.98	9,733
El Paraíso	Yuscarán	328.98	11,522
El Paraíso	Moroceli	361.53	10,332
El Paraíso	Güinope	199.77	6,632

- Dos estudiantes de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente de Zamorano, al contar con la factibilidad de poner en práctica sus conocimientos y técnicas como agentes de desarrollo, apoyando a las comunidades y microempresarios de la Región del Yeguaré, con los estudios y trabajos de investigación que realicen.

4.1.7 Descripción de los componentes del proyecto.

El proyecto tiene seis componentes y para describirlos se estableció un formato que consta de: generalidades, objetivo, actividades, modalidad de ejecución y los costos correspondientes descritos en los Cuadros 2,3,4,5 y 6 para los componentes I, II, III, IV y V, respectivamente. Los componentes son:

- Constitución de la oficina central de enlace turístico de la red regional de turismo rural de la región del Yeguaré.
- Caracterización turística de los municipios involucrados en el proyecto de la red regional de turismo rural de la región del Yeguaré.
- Capacitación y extensión turística
- Mercadeo y promoción de la red regional de turismo rural de la región del Yeguaré.
- Evaluación, seguimiento y control
- Sostenibilidad

4.1.7.1 Componente I: Constitución de la oficina central de enlace turístico de la red de turismo rural de la región del Yeguaré.

La constitución de la oficina es un componente que al consolidarse permitirá canalizar los esfuerzos de los actores y demás personas involucradas de una manera ágil y dinámica, construyendo un sello de identidad para el grupo que trabaje con turismo rural como miembro de la red, tanto en la región del Yeguaré, como fuera de ella.

Objetivo

Establecer una oficina de enlace que permita el establecimiento de una red integradora de oferta y demanda de servicios de turismo rural en la región del Yeguaré con proyección a otras regiones.

Actividades

- Dar seguimiento al Programa de Turismo Rural de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente de Zamorano.
- Incentivar la participación de las comunidades en actividades de turismo rural en la región del Yeguaré.
- Brindar a los habitantes de la región una actividad social alternativa, que permita reducir los índices de pobreza que se viven actualmente.
- Promover la descentralización del poder como un mecanismo de fortalecimiento a la gestión de los gobiernos locales.

- Propiciar el manejo sostenible de los recursos naturales a través de actividades de turismo rural, como una nueva forma de inversión en este sector, con la finalidad de promover el desarrollo nacional.
- Coordinar las actividades de turismo rural en la región de acuerdo a la disponibilidad de los microempresarios y personas involucradas en el proyecto diseñado.
- Canalizar la información recibida tanto del interior, como del exterior del proyecto en mención.
- Facilitar la gestión de procesos y trámites.
- Formar un banco de datos de información básica de la región mediante la recopilación de la misma con la ayuda de microempresarios.
- Dar servicios de asistencia técnica y consultoría.

Modalidad de ejecución

Caracterización de la oficina

Para conocer la modalidad de ejecución de la oficina se decidió establecer primero, cuál era el enfoque que debía tener, para asegurar que su funcionamiento sea exitoso. De acuerdo a lo antes mencionado se determinó que la oficina deberá ser:

- Un organismo de carácter regional
- Tenga cobertura regional con miras a ampliarse y orientada a la promoción de la actividad turística a nivel microempresarial y comunitario.
- Esté descentralizada y con la participación de entidades que apoyan a la microempresa y el desarrollo en Honduras.
- Autónomo, en la medida en que serán sus propios órganos de gobierno los que determinen sus atribuciones y formas de intervención y los que resuelvan los problemas que puedan surgir.
- Constituido por microempresarios, operadores turísticos, agencias, comunidades, entidades de cooperación por ejemplo la Fundación Yuscarán.

Estrategia general de la oficina de enlace

Una vez que se tiene claro qué tipo de oficina se pretende establecer, se describe la estrategia general que consiste en apoyar la identificación y organización de la demanda de servicios turísticos y fortalecer la oferta de estos servicios; por otro lado buscará mejorar calidad de empleo y la competitividad de la micro y pequeña empresa que está trabajando e incursionando en el ámbito turístico. En el primer caso se documentarán y entregarán lineamientos de acciones para mejorar la productividad en el sentido turístico, las condiciones de trabajo y los ingresos; y en el segundo caso, impulsará acciones orientadas a mejorar la inserción de esta actividad local en el mercado externo, principalmente mejorando su oferta en el entorno.

Esta estrategia se enmarca dentro de los parámetros de una intervención global de lucha contra la pobreza que considera que uno de los elementos centrales de ésta es la falta de empleo permanente y productivo y por tanto de ingresos mínimos necesarios para el desarrollo.

Se reconoce que las actividades turísticas serán vías alternativas que permitirán generar ingresos y ampliar el desarrollo de la región a través de los microempresarios encargados de ejecutar este tipo de actividades siendo beneficiarios de esto, las comunidades y en sí los municipios en los cuales se trabajará.

Para cumplir con la estrategia se debe entender el concepto de desarrollo de la microempresa en una doble dimensión que considere el proceso de crecimiento y modernización empresarial de las unidades económicas con potencial de desarrollo efectivo, y la prevención del deterioro de la calidad del empleo que la microempresa implica, entendiendo que aunque generan el mayor empleo de la subregión se trata de un empleo de la peor calidad en términos de ingresos, condiciones de trabajo y productividad.

En conclusión se pretende buscar y conseguir una integración regional en el accionar turístico sin perder de vista el enfoque social y de desarrollo que tiene este proyecto, incentivando a sus actores directos a mejorar cada vez en aspectos de oferta y demanda de servicios para un mercado potencial y el ya establecido, mejorando su capacidad de intervención en este rubro, ampliando su horizonte y su cobertura local, regional nacional e internacional interesado en participar en este tipo de actividades, elevando la calidad de los servicios prestados y depositando en ellos la confianza de que es posible alcanzar un mejor nivel de vida, utilizando fuentes alternativas de producción.

Funciones básicas de la oficina de enlace

 Las funciones con las que deberá cumplir la oficina de enlace para posicionarse y desempeñarse como tal en la región serán:

- Contribuir con el rescate de valores culturales, sociales y de patrimonio a través del componente de caracterización de la región.
- Servir de centro de enlace y gestión entre los miembros de la red con sus conexiones (agencias de viajes, operadores turísticos, visitantes, gobiernos locales y organizaciones de apoyo).
- Proveer información relacionada al desarrollo del turismo rural a quienes participen de estas actividades (miembros de la comunidad, microempresarios, gobierno local) a escala local, regional, nacional e internacional a través de la página en Internet.
- Brindar apoyo a las actividades afines que contribuyan con el desarrollo de las comunidades y el proyecto.
- Servir como unidad de educación para los estudiantes beneficiados, las personas de las comunidades que participen del programa y en general, a todos aquellos que reciban el material de promoción producido.
- Desarrollar estudios e investigaciones en el área de turismo rural y su aporte al desarrollo comunitario, regional y nacional; de nivel básico, aplicado y especializado.

Servicios de la oficina

Los servicios que la oficina de enlace brindará, permitirán fortalecer la participación e integración de los actores internos y externos de la red (microempresarios, personas de la comunidad, agencias de viaje, operadores turísticos), en el ámbito comunitario y de gobierno local. Estos son:

- Capacitación y formación a las personas que participen en los talleres.
- Asesoría, consultoría, asistencia técnica y apoyo
- Transferencia de productos y servicios
- Identificación de mercados y apoyo para la ampliación de los mismos.
- Difusión de información y apoyo a los sistemas de información de los sectores involucrados.
- Gestión de recursos técnicos y humano.

Programas y proyectos

 Los programas y proyectos están planteados con base en los componentes del proyecto, con la finalidad de cubrir las expectativas y necesidades de los beneficiarios y son:

- Proyecto de fortalecimiento empresarial de microempresarios de la Región del Yeguaré a través de capacitaciones y asistencia.
- Proyecto de coordinación, promoción y gestión por medio de la creación de la página interactiva en Internet.
- Programa de estudios e investigaciones

Aportes de la oficina a la región

- Mejora de la calidad de vida de un número importante de personas pobres que trabajan en la micro y pequeña empresa, autoempleados o que dependen de ellas.
- Mejora de la competitividad de un importante número importante de micro y pequeños empresarios en el ámbito turístico
- Integración de esfuerzos y recursos (de los municipios del proyecto de turismo rural de la región del Yeguaré)
- Mejora de la gestión y promoción de los recursos disponibles en el área de turismo rural en el ámbito local, regional y nacional.
- Soporte permanente en el aspecto técnico para la ejecución de proyectos

Organización de la oficina de enlace

La estructura organizativa que se propone para la oficina de enlace es la de tener un coordinador/ a general, un/ a secretario/ a, y un oficial de extensión, la representación gráfica de quienes ocuparán estos cargos y la interacción que habrá entre ellos y los actores del proyecto se refleja en la Figura 1.

Coordinador general

Deberá ser un profesional que conozca del tema y que presente habilidades de coordinar y administrar proyectos. Sus funciones serán velar por la gestión inicial del proyecto y tendrá la responsabilidad de coordinar y monitorear las actividades de cada componente

Secretario /a

Será el /la encargado /a de sistematizar toda la información que se obtenga, recibir y enviar notas y mensajes, coordinar actividades a escala central, mantener contacto con los miembros de la red y mantener al día todo tipo de información necesaria para lograr un buen funcionamiento de la oficina de enlace

Oficial de extensión

Estará coordinando los talleres de capacitación y los estudios a que se van a realizar, velando por el buen desempeño de las actividades en el campo con cada uno de los microempresarios, y proporcionando el apoyo logístico necesario para las personas encargadas de llevarlos a cabo, en sí toda las actividades técnicas y de campo.

Para facilitar la coordinación y monitoreo del programa se identificarán en Güinope, Morocelí, San Antonio de Oriente, Yuscarán y Zamorano centros de información y coordinación a escala local, para posteriormente enviar la información a la oficina central en Zamorano, donde será procesada para facilitar su disponibilidad a los beneficiarios y personas que estén interesadas en el tema.

Actores

Los actores son los clientes y beneficiarios del proyecto, quienes tendrán la oportunidad de coordinar sus actividades en la oficina de turismo rural, sin descuidar sus responsabilidades cotidianas.

Organigrama de la oficina

En la Figura 1 se observa la horizontalidad que se requiere en la organización del proyecto, respetando siempre las funciones de cada uno.

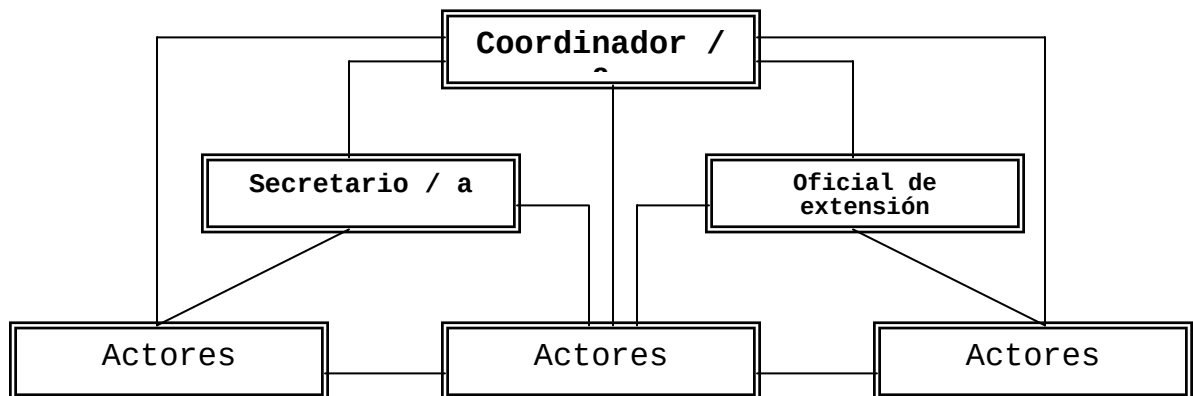


Figura 1. Organigrama de la oficina de enlace del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Montaje y financiamiento de la oficina

El proceso para la constitución de la oficina tomará entre tres a seis meses, considerando la ventaja de contar con los avances de turismo rural realizados en Zamorano. Esta red regional sería implementada por el BCIE y Zamorano; con base en el convenio marco de cooperación existente entre estas dos entidades, en coordinación con las Municipalidades.

Costos

La descripción de los gastos y costos necesarios para el primer año en la instalación de la oficina se detallan en el Cuadro 2. La procedencia de los números que se presentan se puede observar en el Anexo 5, específicamente en el cuadro de Proyección anual de gastos en personal.

Cuadro 2. Detalle de costos del componente (I) de constitución de la oficina de enlace turístico del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Descripción	Costos / Año en \$
Mano de obra	
Coordinador(a) general	20,020.00
Secretaria	6,370.00
Oficial de extensión	11,830.00
Muebles y equipo de oficina	905.65
Gastos operativos	
Uso de medios de comunicación	1,000.00
Material y equipo de oficina (Papelería)	1,186.03
Mantenimiento y limpieza	57.50
Vehículo (viajes y mantenimiento)	8,907.70
TOTAL	50,276.88

4.1.7.2 Componente II: Caracterización turística de los municipios involucrados en el proyecto de la red regional de turismo rural de la región del Yeguaré

En la región del Yeguaré, donde se ubicará el proyecto no se han desarrollado aún programas de investigación y experimentación en turismo rural, por tal razón se pretende que a través de este componente se genere un pilar sólido que respalde futuras actividades turísticas.

Objetivo

Caracterizar turísticamente los municipios involucrados en el proyecto diseñado.

Actividades

Se propone la elaboración de dos inventarios: Uno de requerimientos y el otro de ordenamiento, siguiendo los formatos que describe Zamorano (s.f.), en su libro de turismo alternativo (Anexo 2):

✚ El primero es un **inventario de requerimientos** que permite recopilar información de acuerdo las necesidades de ordenamiento y turísticas. Dentro de las **Necesidades de Ordenamiento** están:

- Elaboración de banco de datos
- Información descriptiva
 - Información ecológica
 - Información socioeconómica
 - Información agraria
 - Sistemas productivos
 - Políticas institucionales
 - Organización social
- Cartografía de procesos
- Mapa de población
- Caracterización económica
- Tipología de productores (por actividad)
- Identificación y descripción de los conflictos agrarios
- Análisis de la dinámica poblacional
- Caracterización de las condiciones sociales
- Tipología de los sistemas productivos
- Clasificación de la región acorde a sus niveles de sustentabilidad
- Organizaciones sociales
- Sociograma
- Análisis de procesos y tendencias
- Limitantes del desarrollo
- Elaboración de estrategias de desarrollo regional

Para la descripción de las **Necesidades Turísticas** se plantean los siguientes estudios:

- Elaboración de banco de datos
- Información descriptiva de infraestructura turística
- Información descriptiva de estructura turística
- Información descriptiva de instalaciones turísticas
- Organizaciones
- Cartografía temática

 El segundo es un **inventario de atractivos turísticos** que consiste en recopilar información que permitan realizar los siguientes trabajos:

- Elaboración de un banco de datos
- Identificación descriptiva de paisajes
- Identificación de biodiversidad
- Manifestaciones de patrimonio heredado
- Manifestaciones socioculturales
- Manifestaciones técnicas, científicas y /o artísticas contemporáneas
- Eventos y acontecimientos programados
- Cartografía temática
- Cartografía de procesos

Modalidad de ejecución

Para el desarrollo de la investigación se propone la posibilidad de trabajar con estudiantes de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente de Zamorano. El primer programa se llevará a cabo con la participación de: el o los estudiantes quienes se encargarán de recavar la información en los lugares de destino, luego se apoyará al(los) estudiante(s) para que coordine(n) con un centro gráfico y se elabore el diseño del (los) tríptico(s), que estará(n) disponible(s), como material de apoyo para la promoción turística. De esta manera se estará cumpliendo con la formación académica y se estará apoyando también al desarrollo comunitario de cada lugar.

En la parte de identificación de atractivos turísticos se propone también el trabajo con estudiantes, esta vez en una tesis colegiada, tomando en cuenta la cobertura y trabajo que implica el estudio, dividiéndolo de acuerdo a la complejidad y extensión de cada uno de los puntos planteados. En los temas de cartografía temática y de procesos se solicitará el apoyo del Sistema de Información Geográfica de Zamorano, quienes poseen el equipo tanto para el levantamiento de la información, como para el procesamiento de la misma.

La institución responsable de la investigación será Zamorano, a través de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente, en donde se estarán coordinando las actividades que se lleven a cabo en este componente. Los resultados de las investigaciones serán parte fundamental en el componente de caracterización turística, tomando en cuenta que los empresarios de cada municipio involucrado estarán incluidos.

Costos

La información de los costos de este componente se resume en el Cuadro 3. Para conocer la procedencia de cada una de las cifras de la información presentada se puede referir al Anexo 5.

Cuadro 3. Detalle de costos del componente (II) de caracterización turística del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Descripción	Costos / Año en \$
Material de oficina	100.00
Alimentación	480.00
Elaboración de documentos finales	3,000.00
Movilización	648.00
TOTAL	4,228.00

4.1.7.3 Componente III: Capacitación y extensión turística. La Región del Yeguaré ha recibido apoyo en capacitaciones en varios temas gracias a la participación de instituciones como UNISA, PRONADERS, FAO, PMA, ZAMORANO – USAID, sin embargo no se han tratado temas de turismo, por esta razón se considera de gran importancia este componente en el desarrollo de los actores involucrados.

Objetivo

Capacitar a microempresarios de la región, operadores turísticos, miembros de las comunidades y personas interesadas; en temas que les permitan desarrollarse en el ámbito del turismo rural, sin perder el enfoque de este como una actividad social alternativa .

Actividades

Se hará un programa de capacitación que permita a los participantes ampliar sus conocimientos en el tema de turismo rural y sentar bases sólidas que aseguren un buen desempeño en las actividades que se realicen:

En el Anexo 3 se describen los primeros ocho talleres y los temas son:

- Generalidades de turismo rural y nuestros municipios y comunidades
- Importancia de la administración y gerencia en actividades de turismo rural
- Calidad de servicio y atención al cliente
- Planificación turística
- Formulación y gestión de proyectos turísticos
- Ordenamiento territorial y la protección del ambiente
- Promoción turística y posibles actividades a nivel local
- Liderazgo y organización

Habrà una segunda fase en la que se tome en cuenta la parte práctica, para ello se han considerado los siguientes aspectos a tratar:

- Curso de primeros auxilios
- Curso de descenso de montaña
- Curso de rescate (tierra, agua)
- Taller de alfarería
- Taller de manualidades
- Taller de animación turística
- Curso de inicio en promoción y mercadeo del producto turístico
- Práctica integral de servicio y atención al cliente
- Fundamentos de historia de la región y su municipio
- Fundamentos de administración hotelera
- Conocimiento y práctica de gastronomía (local y algunos matices internacionales).

Modalidad de ejecución

Los primeros ocho talleres se llevarán a cabo en ocho semanas en fechas acordadas con los microempresarios de la región.

La segunda fase se desarrollará durante la duración del proyecto y para su ejecución se contratarán expertos en el tema. Los programas y recursos dependerán del expositor.

Costos

El Cuadro 4 da a conocer el costo total que se necesita invertir, para cumplir con los objetivos propuestos en lo referente a capacitaciones durante el primer año de funcionamiento del proyecto. El material de apoyo para conocer la procedencia de estas cifras se observa en el Anexo 5.

Cuadro 4. Detalle de costos del componente (III) de capacitación y extensión turística del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Descripción	Costos / Año en \$
Material para impartir los talleres	739.72
Material para entregar a los participantes	1,140.00
Transporte	1,500.00
Alimentación	1,900.00
Personal facilitador	4,500.00
TOTAL	9,779.72

4.1.7.4 Componente IV: Mercadeo y promoción. Ubicar el mercado y dirigir el producto correctamente es una de las mayores debilidades actuales y para solventar esta necesidad se propone este componente, que dará las pautas para iniciar actividades de mercadeo y promoción en la región del Yeguaré.

Objetivo

Elaborar e implementar algunas herramientas que permitirán dar a conocer el producto turístico que ofrecen las personas miembros de la red y la región del Yeguaré en sí.

Actividades

Se pretende elaborar un tríptico que permita rescatar el bagaje cultural de nuestros pueblos, tradiciones, costumbres y acontecimientos importantes que se están perdiendo por falta de información y documentación de lo que ha existido y existe, de esta manera, el turista podrá identificarse con la realidad vivida en el transcurso del tiempo y compararla con la que se vive actualmente. Esto dará la oportunidad de incurrir en un programa de educación indirecto para quienes visiten los lugares en mención, puesto que en este documento se incluirán los posibles destinos turísticos de cada lugar.

En lo que referente a mercadeo y promoción se pretende utilizar como medio Internet, para ello se creará una sitio en la red (Web site) para el proyecto, en donde se tenga la información de cada uno de los microempresarios que trabajan con la región. En este sitio se podrá encontrar la disponibilidad de uso de los lugares de destino y a la vez permitirá coordinar con sus respectivos dueños de una manera más ágil y eficaz.

Otro beneficio de esta herramienta será la integración de la región del Yeguaré en el aspecto turístico, social e inclusive permitirá a cada persona tener un control eficaz de sus ingresos por persona, considerando que estos datos estarán registrados en el espacio asignado para cada lugar. La información básica que se pretende proveer en el sitio es la siguiente:

- Promoción del lugar
- Nombre
- Ubicación (Gráfica y escrita)
- Distancia de Tegucigalpa al lugar en kilómetros
- Tiempo de llegada desde Tegucigalpa y desde Zamorano
- Atractivos y servicios que ofrece (Archivo de imágenes)
- Costo del servicio
- Horarios de atención y reglas del lugar
- Disponibilidad de utilización para los turistas (reservaciones)
- Experiencias y comentarios (Galería)
- Registro de visitantes

Se diseñará y producirá materiales de promoción (camisetas, llaveros, agendas, calendarios, gorras, adhesivos), con frases y diseños que decidan los miembros de la red, para identificarla y posicionarla tanto en la región del Yeguaré, como en el ámbito nacional e internacional; al trabajar con turistas de diferentes procedencias.

Metodología de implementación:

Para la ejecución de los trabajos de promoción se trabajará con estudiantes de la siguiente manera:

En el caso del trifoldio, los estudiantes se encargarán de recavar la información en los lugares de destino mediante comunicación personal, libros de historia, observación directa y fotografía. Después se procederá a la elaboración del diseño y producción del material final.

Para la creación del sitio en la red se trabajará con uno o dos estudiantes de la Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente de Zamorano, quienes se encargarán de la recopilación, organización e ingreso de la información al sistema. Con la finalidad de asegurar la calidad y éxito de este sitio se coordinarán actividades y se solicitará el apoyo técnico al Centro de Cómputo de Zamorano. El tiempo estimado de implementación y ejecución de este sitio es entre seis y ocho meses.

El material de promoción (camisetas, llaveros, agendas, calendarios, gorras, adhesivos), en un principio se financiará con los fondos destinados en la donación para este componente. Luego con la ganancia de las primeras ventas se seguirá produciendo, de tal manera que sea sostenible.

Costos

Los costos de mercadeo y promoción (Cuadro 5), se consideran muy importantes, debido a que de este componente depende el impacto que se genere en las personas que reciban la información transmitida. El apoyo de esta información se encuentra en el Anexo 5.

Cuadro 5. Detalle de costos del componente (IV) de mercadeo y promoción turística del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

Descripción	Costos / Año en \$
Construcción del sitio en la red (página Web)	300.00
Elaboración de trifoldios	1,000.00
Uso de medios de comunicación	600.00
Material de venta en la oficina	46,872.00
TOTAL	48,772.00

4.1.7.5 Componente V: Evaluación, seguimiento y control. Este componente es clave para asegurar el buen funcionamiento del proyecto durante y después de su implementación.

Objetivo

Verificar el cumplimiento de las actividades del Proyecto y de las personas involucradas

Actividades

- Encargarse del monitoreo de las actividades planteadas para realizarse dentro de los plazos establecidos.
- Verificar el cumplimiento de las funciones de las personas involucradas en el Proyecto
- Definir fechas de reunión constantes para comunicar los resultados de las evaluaciones
- Mantener contacto directo con las entidades que financien el Proyecto y apoyen sus actividades.

Metodología de implementación

El monitoreo de las actividades lo harán tanto el coordinador / a de la oficina central, como el donante. Este último será el encargado de velar por el cumplimiento de las funciones de las personas involucradas en el proyecto. Los resultados de las evaluaciones se presentarán en las reuniones destinadas para este fin y no se descuidará el nexo entre el donante y los actores directos.

Costos

En el Cuadro 6 se observa el detalle de los costos necesarios para lograr un funcionamiento favorable del componente de evaluación, seguimiento y control del proyecto. La información que respalda este cuadro se encuentra en el Anexo 5, en los cuadros correspondientes a cada rubro.

Cuadro 6. Detalle de costos del componente (V) de evaluación, seguimiento y control de las actividades del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural de la región del Yeguaré.

Descripción	Costos / Año en \$
Uso de medios de comunicación	150.00
Entrega de reportes	400.00
Reuniones de evaluación	450.00
TOTAL	1,000.00

4.1.7.6 Componente VI: Sostenibilidad. Una de las mayores preocupaciones en todos los proyectos es asegurar su sostenibilidad una vez que la participación de los patrocinadores y donantes termine, por eso se propone la creación de este componente.

Objetivo

Asegurar la sostenibilidad del proyecto diseñado.

Actividades

- Donaciones privadas, eventos para levantar fondos
- Soporte en especie (Ej. equipos, voluntarios)
- Soporte comunitario
- Venta de membresías
- Valores obtenidos de los negocios centrales
- Valores obtenidos de actividades auxiliares
- Servicios comerciales (procesador de palabras, preparación de presupuesto, impresiones, recepción de servicios)
- Servicios educacionales (cursos de entrenamiento en lugares fuera del perímetro de trabajo, escuelas, colegios de la Región y de fuera)
- Servicios comunitarios (eventos sociales, trabajo con emigrantes)
- Ventas (agendas, calendarios, camisetas, gorras, pañuelos, tarjetas, adhesivos, estampas, toallas)

Descripción del costo total del proyecto

Con la finalidad de conocer el aporte del donante, de Zamorano y de las comunidades se presenta en el Cuadro 7 y 8 la descripción de la contrapartida del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural de la región del Yeguaré (Anexo 4).

Cuadro 7. Contrapartida detallada del costo del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural de la región de Yeguaré.

BCIE	\$/Año	ZAMORANO	\$/Año	COMUNIDADES	\$/Año
Componente I	50,276.88	Local/instalaciones	8,923.35	Eventos	39,900.00
Componente II	4,228.00	Asistencia técnica	3,640.00	*P. permanente	4,200.00
Componente III	9,779.72	Conserje	91.00		
Componente IV	48,772.00	Transporte	17,505.90		
Componente V	1,000.00	Comunicación	820.00		
TOTAL	11,4056.60		30,980.25		44,100.00

Cuadro 8. Descripción del costo total del proyecto de establecimiento de la red de turismo rural en la región del Yeguaré.

CONTRAPARTE	Aporte en dólares
BCIE/DONANTE	11,4056.60
ZAMORANO	30,980.25
COMUNIDADES	44,100.00
TOTAL	189,136.85

4.2 ANÁLISIS FINANCIERO DE LA OFICINA

Para la realización del análisis financiero se utilizó el siguiente material: el estudio realizado por Alvarenga, (1999), para su proyecto especial de tesis en Zamorano, debido a que él propone también un donante para el financiamiento de su proyecto. Para referencia de conceptos se utilizó el libro de Marín & Ketelhöhn (1988), y la Guía del macromódulo de economía agrícola y agronegocios de Zamorano (1999).

Al hacer el análisis financiero del establecimiento de la oficina, en un principio, se observó que los gastos y costos, con relación a los ingresos, no eran eficientes, anotando en este último punto que no se tomaron en cuenta ingresos de otras ventas hechas por los beneficiarios, por ejemplo souvenirs que se produzcan en la región y se comercialicen a través de la oficina.

Estos ingresos se podrían incluir una vez que se profundice en un estudio de mercado, haciendo un monitoreo permanente de la afluencia de visitantes en la región y productos que los beneficiarios los destinen para la venta. Así se podrían definir variables como: puntos de equilibrio, monto de ingresos que percibiría la región y cuánto estaría destinado para cada beneficiario, además de las contribuciones no medibles con índices económicos como por ejemplo el intercambio cultural. De acuerdo a lo antes expuesto se planteó un segundo escenario, tratando con la reducción en gastos y costos no afectar la operatividad del proyecto.

* Participación permanente

El Cuadro 9 y el 10 describen los flujos netos del primero y segundo escenario y de los resultados se puede decir que se logró determinar que el establecimiento de la oficina con todos sus costos asociados a la generación de ingresos y egresos no es viable en el primer escenario al dar un VAN negativo, esto indica que no es rentable, y al observar el segundo escenario se pudo determinar que el establecimiento de la oficina sí es rentable pero a un nivel de costos e inversiones inferior o bien considerando otros ingresos.

Cuadro 9. Flujo neto del primer escenario.

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS						
a. Donación		114056.60	71576.65	27817.03		
b. Ventas de la oficina		46872.00	57496.32	86808.96	104,712.65	155623.10
c. Aporte por membresía		4800.00	6600.00	8640.00	10,920.00	13440.00
Total de ingresos		165728.60	135672.97	123265.99	115,632.65	169063.10
II. EGRESOS						
a. Donación						
Inversiones						
Costos de operación		71597.95	80189.70	89812.46	100,589.96	112660.76
b. Costo de compra de productos de venta		22554.00	27666.24	41899.20	50,734.25	75676.61
Total de egresos		94151.95	107855.94	131711.66	131,711.66	188337.36
Flujo del año		71576.65	27817.03	-8445.68	-16,079.01	-19274.26
TIR						

Cuadro 10. Flujo neto del segundo escenario.

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS						
a. Donación	70343.24					
b. Ventas de la oficina		46,872.00	57,496.32	86,808.96	104,712.65	155623.10
c. Aporte por membresía		4,800.00	6,600.00	8,640.00	10,920.00	13440.00
Total de ingresos		51,672.00	64,096.32	95,448.96	115,632.65	169063.10
II. EGRESOS						
a. Donación	-70343.24					
Inversiones						
Costos de operación		26,265.59	29,417.46	32,947.55	36,901.26	41329.41
b. Costo de compra de productos de venta		22,554.00	27,666.24	41,899.20	50,734.25	75676.61
Total de egresos		48,819.59	57,083.70	74,846.75	87,635.51	117006.02
III. FLUJO NETO	0.00	2,852.41	7,012.62	20,602.21	27,997.14	52057.09
TIR						
VAN	L. 55,634.48					

El Cuadro 11 y el 12 describen los flujos de caja de cada uno de los escenarios y se observa claramente que en el primer escenario el proyecto podría sostenerse con una donación hasta el segundo año, pero tendría que tratar de solventarse los siguientes años con montos bastante elevados. En el segundo, por el contrario se nota que el proyecto puede sostenerse durante los 5 años perfectamente, gracias a la eficiencia en el manejo de los gastos y costos.

Cuadro 11. Flujo de caja del primer escenario.

Concepto	0	1	2	3	4	5
Saldo inicial de caja		105312.95	62833.00	19073.38	-17,189.33	-52,880.89
I. INGRESOS						
b. Ventas de la oficina		46872.00	57,496.32	86,808.96	104,712.65	155,623.10
c. Aportaciones de los socios		4800.00	6,600.00	8,640.00	115,632.65	13,440.00
TOTAL DE INGRESOS		51672.00	64,096.32	95,448.96	115,632.65	169,063.10
II. EGRESOS						
Costos de operación		71597.95	80,189.70	89,812.46	100,589.96	112,660.76
b. Costo para productos vendidos en la oficina		22554.00	27,666.24	41,899.20	50,734.25	75,676.61
TOTAL DE EGRESOS		94151.95	107,855.94	131,711.66	151,324.21	188,337.36
Flujo del año		-42479.95	-43,759.62	-36,262.70	-35,691.56	-19,274.26
Saldo final de caja		62833.00	19,073.38	-17,189.33	18,502.23	-72,155.15
III. FLUJO NETO		62833.00	19,073.38	-17,189.33	-52,880.89	-72,155.15

Cuadro 12. Flujo de caja del segundo escenario.

Concepto	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
Saldo inicial de caja		66099.59	68952.00	75964.62	96,566.83	124,563.97
I. INGRESOS						
a. Donación						
b. Ventas de la oficina		46872.00	57,496.32	86,808.96	104,712.65	155,623.10
c. Aportaciones de los socios		4800.00	6,600.00	8,640.00	115,632.65	13,440.00
TOTAL DE INGRESOS		51672.00	64,096.32	95,448.96	115,632.65	169,063.10
II. EGRESOS						
a. Donación						
Inversiones						
Costos de operación		26265.59	29,417.46	32,947.55	36,901.26	41,329.41
b. Costo para productos vendidos en la oficina		22554.00	27,666.24	41,899.20	50,734.25	75,676.61
TOTAL DE EGRESOS		48819.59	57,083.70	74,846.75	87,635.51	117,006.02
Flujo del año		2852.41	7,012.62	20,602.21	27,997.14	52,057.09
Saldo final de caja		68952.00	75,964.62	96,566.83	68,569.69	176,621.06
III. FLUJO NETO		68952.00	75,964.62	96,566.83	124,563.97	176,621.06

Al comparar los estados de resultados del primero y segundo escenario, reflejados en los Cuadros 13 y 14, se observan la diferencia entre las pérdidas de todos los años del primer escenario, frente a la pérdida inicial del segundo. Este cambio se da gracias a un manejo eficiente de los gastos, que en este caso es un factor crítico de éxito.

Se debe destacar la importancia de implementar nuevas formas de ingresos a través del ingenio u otra actividad generada por las personas involucradas en la red, esto le daría un valor agregado proyecto, y a la vez podría estar ligado al nivel de visitantes y posibles turistas que lleguen a la región.

Cuadro 13. Estado de resultados del primer escenario.

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS						
b. Ventas de la oficina		46872.00	57496.32	86808.96	104,712.65	155623.10
c. Aporte por membresía		4800.00	6600.00	8640.00	10,920.00	13440.00
Total de ingresos		51672.00	64096.32	95448.96	115,632.65	169063.10
II. EGRESOS						
a. Donación						
Inversiones						
Costos de operación		77525.95	86829.06	97248.55	108,918.37	121988.58
b. Costo de compra de productos de venta		22554.00	27666.24	41899.20	50,734.25	75676.61
Total de egresos		100079.95	114495.30	139147.75	139,147.75	197665.19
Utilidad o pérdida del período		-48407.95	-50398.98	-43698.79	-23,515.10	-28602.08

Cuadro 14. Estado de resultados del segundo escenario.

	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
I. INGRESOS						
b. Ventas de la oficina		46872.00	57496.32	86808.96	104,712.65	155623.10
c. Aporte por membresía		4800.00	6600.00	8640.00	10,920.00	13440.00
Total de ingresos		51672.00	64096.32	95448.96	115,632.65	169063.10
II. EGRESOS						
Costos de operación		29689.03	33251.71	37241.92	41,710.95	46716.26
b. Costo de compra de productos de venta		22554.00	27666.24	41899.20	50,734.25	75676.61
Total de egresos		52243.03	60917.95	79141.12	92,445.20	122392.87
Utilidad o pérdida del período		-571.03	3178.37	16307.84	23,187.45	46670.24

Los Cuadros 15 y 16, tienen una relación directa, ya que las compras de productos están ligadas directamente con las ventas, y sirven para observar a simple vista el margen de rendimiento por línea de producto, y así saber hasta dónde se puede manipular el margen de ganancia, para poder determinar descuentos, aumento de precios, promociones, en fin.

Al ubicar los productos de mayor y menor margen, se pueden combinar las estrategias antes mencionadas, para tratar de vender los primeros (mayor margen), de manera individual y los segundos (menor margen), por volumen, al lograr una combinación adecuada se estará fortaleciendo la estabilidad de los ingresos.

Cuadro 15. Proyección de ventas totales y comisión sobre ventas.

Concepto	AÑO				
	1	2	3	4	5
Ventas					
a. Camisetas	12,600	15,456	22,579.20	27,216.00	39,513.6
b. Gorras	11,340	13,910.40	22,579.20	27,288.58	42,537.6
c. Llaveros	3,780	4,636.80	6,773.76	8,186.57	11,882.304
d. Calendarios / Separadores	7,056	8,655.36	11,793.60	14,206.75	19,555.2
e. Agendas	5,040	6,182.40	11,289.60	13,608	22,579.2
f. Adhesivos	7,056	8,655.36	11,793.60	14,206.75	19,555.2
TOTAL	46,872	57,496	86,808.96	104,713	155,623.1

Cuadro 16. Proyección de los costos por la compra de productos.

Concepto	AÑO				
	1	2	3	4	5
Costos de compra					
a. Camisetas	5,040	6,182.40	9,031.68	10,929.95	15,861.89
b. Gorras	6,048	7,418.88	12,042.24	14,515.20	22,579.20
c. Llaveros	1,890	2,318.40	3,386.88	4,093.29	5,955.26
d. Calendarios/separadores	2,016	2,472.96	3,326.40	4,082.40	5,644.80
e. Agendas	2,520	3,091.20	5,644.80	6,825.77	11,321.86
f. Adhesivos	5,040	6,182.40	8,467.20	10,287.65	14,313.60
TOTAL	22,554	27,666.24	41,899.20	50,734.25	75,676.61

A continuación en el Cuadro 17, se muestra de manera detallada, cuáles son los activos necesarios para la operación básica y debida del proyecto. Este nivel de detalle sirve para determinar lo que se requiere como inversión en activos, ya sea para desembolsos durante la vida del proyecto, o como inversión inicial para ayudar a determinar el VAN.

Cuadro 17. Proyección de inversiones en los activos necesarios para la operación básica de la oficina.

Descripción	Costo unitario	Cantidad a utilizar	Total
1. MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA			
Archivo	86.00	1.00	86.00
Computadora	1,500.00	1.00	1,500.00
Escritorio	160.00	1.00	160.00
Librero	115.00	1.00	115.00
Fotocopiadora	713.00	0.05	35.65
Cámara digital	800.00	1.00	800.00
Mesa para computadora	100.00	1.00	100.00
Papelera de tres depósitos	11.00	1.00	11.00
Pizarra de formica	50.00	1.00	50.00
Batería con regulador de voltaje	100.00	1.00	100.00
Silla de escritorio	130.00	1.00	130.00
Silla de espera	43.00	2.00	86.00
Impresora	150.00	1.00	200.00
Teléfono-fax	570.00	1.00	570.00
			3,943.65
2. VEHÍCULO			
Pick up	18,000.00	0.25	4,500.00
			0.00
3. OTROS			0.00
Construcción del sitio en la red (Web site)	300.00	1.00	300.00
4. TOTAL			8,743.65

En los cuadros 18 y 19 se refleja la reducción de costos del primero al segundo escenario. y las reducciones que se hicieron fueron: en gastos de personal, proponiendo la participación de las personas que integren la red, con un reconocimiento significativo del tiempo que inviertan en la coordinación de la oficina. En las capacitaciones también se redujo el costo, sin disminuir el número de capacitaciones, sino solicitando apoyo de otras instituciones para la realización de las mismas. En cuanto al apoyo a tesis se redujeron los costos, apoyando a un solo estudiante, en lugar de a dos. En los gastos de vehículo, se redujo el número de salidas.

Cuadro 18. Costos de operación y proyectados del primer escenario.

Concepto	Inflación	AÑO				
		1	2	3	4	5
1. PERSONAL						
a. Salarios	1.12	41951.00	46985.12	52623.33	58938.13	66010.71
b. Viáticos	1.12	3600.00	4032.00	4515.84	5057.74	5664.67
2. MATERIALES DE OFICINA	1.12	1186.03	1328.35	1487.75	1666.28	1866.24
3. PROMOCIONES	1.12	1100.00	1232.00	1379.84	1545.42	1730.87
4. CAPACITACIONES	1.12	9779.72	10953.29	12267.68	13739.80	15388.58
5. APOYO A TESIS	1.12	6916.00	7745.92	8675.43	9716.48	10882.46
6. EVALUACIONES	1.12	850.00	952.00	1066.24	1194.19	1337.49
7. MANTENIMIENTO						
a. Vehículo	1.12	4232.70	4740.62	5309.50	5946.64	6660.24
b. Mantenimiento y limpieza de oficina	1.12	57.50	64.40	72.13	80.78	90.48
8. LOCAL Y SERVICIOS	1.12	1750.00	1960.00	2195.20	2458.62	2753.66
9. SEGUROS	1.12	175.00	196.00	219.52	245.86	275.37
TOTAL ANUAL		71597.95	80189.70	89812.46	100589.96	112660.76

Cuadro 19 Costos de operación y proyectados del segundo escenario.

Concepto	Inflación	AÑO				
		1	2	3	4	5
1. PERSONAL						
a. Salarios	1.12	7644.00	8561.28	9588.63	10739.27	12027.98
b. Viáticos	1.12	3600.00	4032.00	4515.84	5057.74	5664.67
2. MATERIALES DE OFICINA	1.12	1186.03	1328.35	1487.75	1666.28	1866.24
3. PROMOCIONES	1.12	1100.00	1232.00	1379.84	1545.42	1730.87
4. CAPACITACIONES	1.12	4889.86	5476.64	6133.84	6869.90	7694.29
5. APOYO A TESIS	1.12	2114.00	2367.68	2651.80	2970.02	3326.42
6. EVALUACIONES	1.12	850.00	952.00	1066.24	1194.19	1337.49
7. MANTENIMIENTO						
a. Vehículo	1.12	2899.20	3247.10	3636.76	4073.17	4561.95
b. Mantenimiento y limpieza de oficina	1.12	57.50	64.40	72.13	80.78	90.48
8. LOCAL Y SERVICIOS	1.12	1750.00	1960.00	2195.20	2458.62	2753.66
9. SEGUROS	1.12	175.00	196.00	219.52	245.86	275.37
TOTAL ANUAL		26265.59	29417.46	32947.55	36901.26	41329.41

Para que un proyecto sea viable requiere de tres factores: VAN, igual a cero, flujos de caja favorables o positivos y rentabilidad contable de los estados de resultados. Estas tres condiciones se cumplen solo en el segundo escenario, con lo que se reafirma la necesidad de ser eficientes en el manejo de los costos y gastos, y también la importancia de incluir otros ingresos. Los detalles de cada cuadro se encuentran en el Anexo 5.

4.1 SONDEO DE DEMANDA EN ZAMORANO

Los resultados del sondeo de demanda se presentan a través de figuras destacando lo importante de cada una de ellas. La base de datos del análisis está disponible en el Anexo 6. De acuerdo a los datos obtenidos un 94% de la población confirmó su participación en actividades de turismo rural y de estas personas el 61% decidió tomar un tour por tres días y dos noches, los demás resultados con relación a estos porcentajes se presentan a continuación representados gráficamente desde la Figura 2 a la 15.

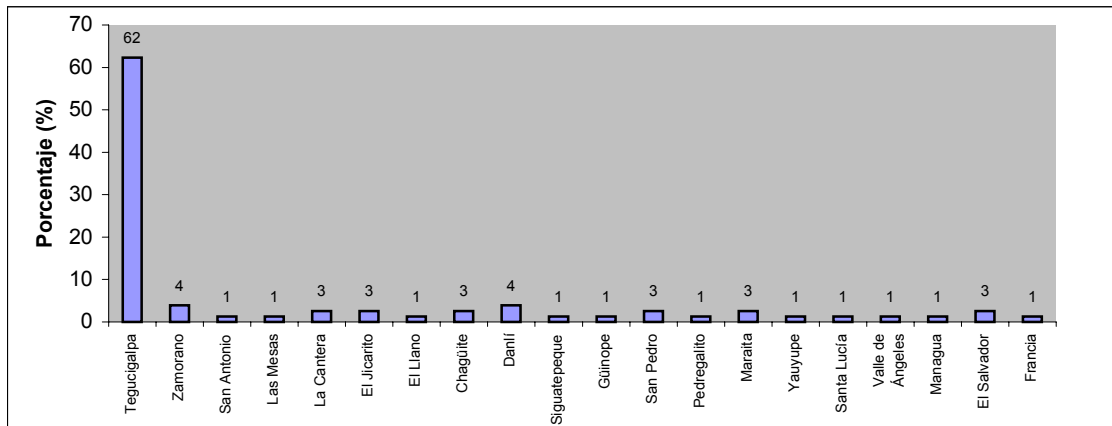


Figura 2. Lugares de procedencia de las personas encuestadas en Zamorano.

El 62 % de las personas que visitan Zamorano, son de Tegucigalpa, esto nos da una pauta a seguir para dirigir nuestros esfuerzos hacia un mercado potencial grande, como es el nacional, que generalmente no se lo toma en cuenta.

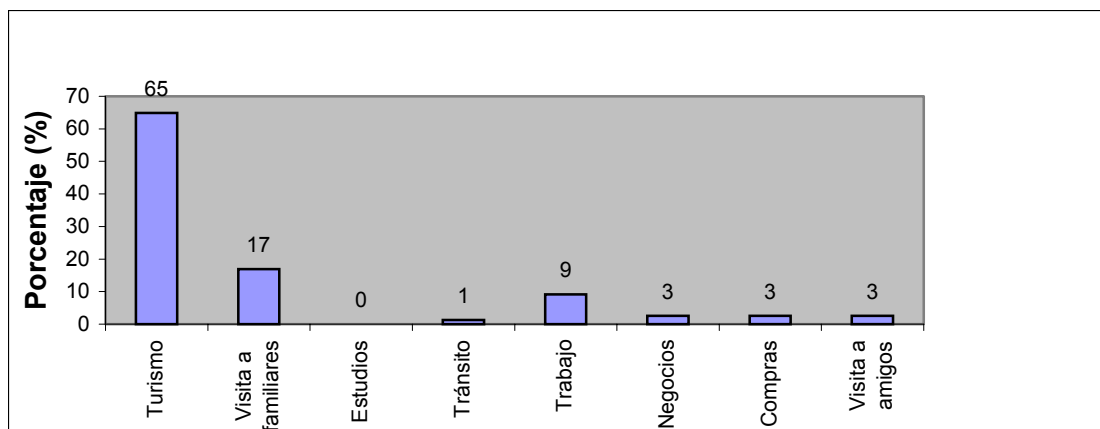


Figura 3. Motivación de las personas encuestadas para visitar Zamorano.

Durante mucho tiempo nos hemos preguntado si Zamorano podría incursionar en actividades turísticas, una posible respuesta a este cuestionamiento se refleja en que un 62% de la población encuestada tuvo como preferencia el turismo dentro de sus motivos de visita, de esta manera se observa la importancia de fortalecer las iniciativas turísticas que existen actualmente, para poder ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades de quienes llegan a Zamorano por turismo.

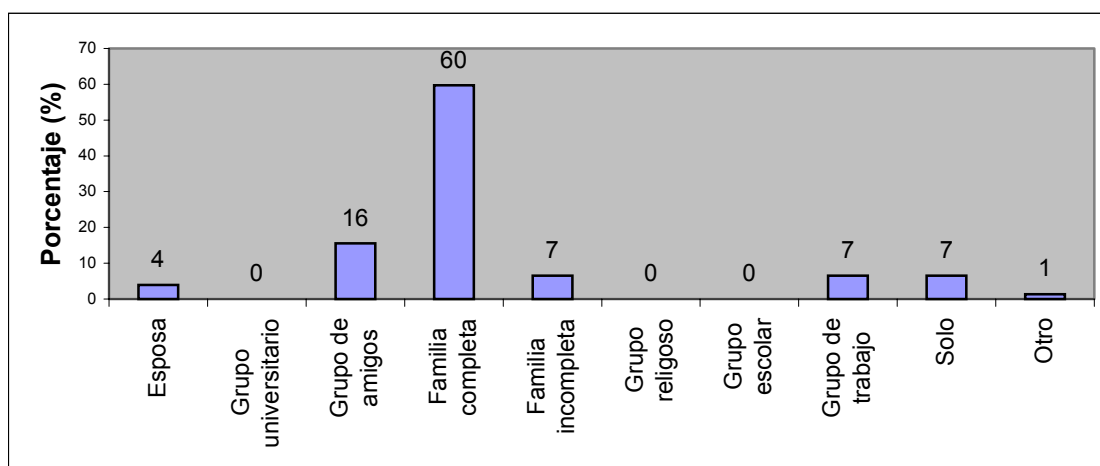


Figura 4. En compañía de quién hacen la visita las personas encuestadas en Zamorano.

La diversificación es una de las opciones que permite satisfacer los gustos de los clientes en cualquier ámbito, en este caso al tener que un 60% de la población encuestada llega a Zamorano en compañía de su familia completa, se vuelve un factor más crítico aún, sabiendo la importancia de satisfacer la demanda de un grupo tan variable, como es la atención a adultos, jóvenes y niños.

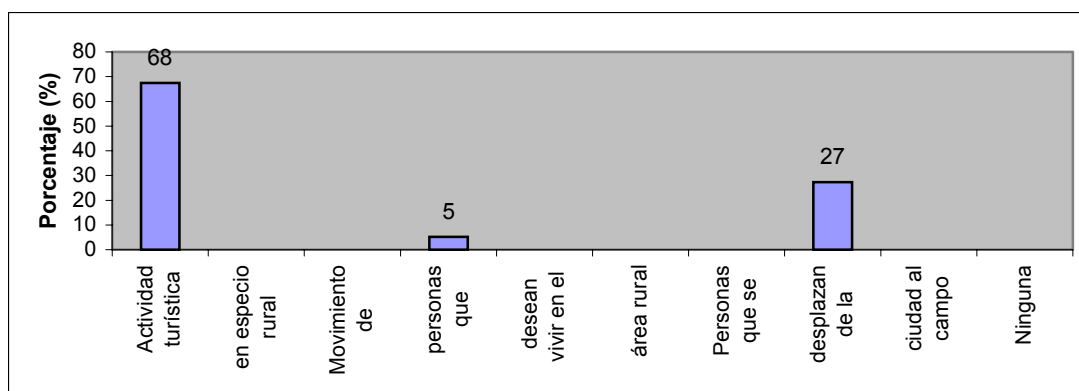


Figura 5. ¿Cómo definen turismo rural las personas encuestadas?

Para los turistas, turismo rural es una actividad turística en el espacio rural, de acuerdo a la encuesta realizada, ya que esta fue la respuesta de un 68% de las personas encuestadas (52 personas). Esto apoya aún más la teoría de que este rubro tiene un gran potencial que debe ser utilizado para beneficio de los habitantes de la región y con un horizonte más amplio para beneficio de Honduras.

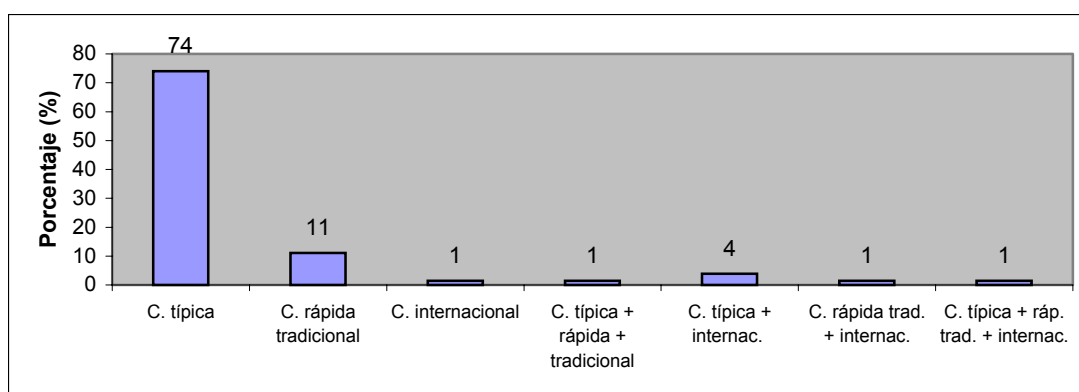


Figura 6. Preferencias gastronómicas de las personas encuestadas.

Al observar que un 74% de los visitantes prefieren comida típica, resalta dos condiciones básicas: la primera la importancia de mantener la gastronomía local en la región y otra la orientación que deben tener las personas que se dediquen a trabajar con restaurantes y lugares destinados para alimentación.

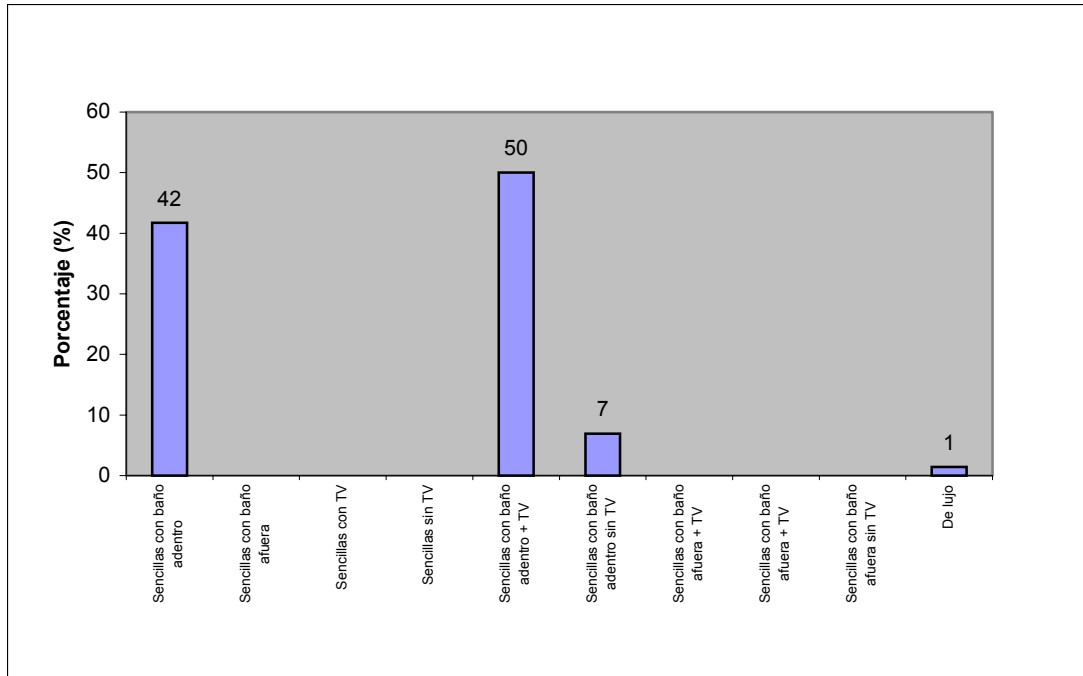


Figura 7. Preferencias de las personas encuestadas con relación al tipo de alojamiento.

Para las personas que se dediquen a atender la parte de alojamiento, deben fijarse en que la clave de su éxito estará en ofrecer habitaciones sencillas con baño adentro y televisión, que fue la opción que tuvo un 50% de preferencia y que como segunda opción, pueden ofrecer habitaciones sencillas con baño adentro que tuvo un 41.7% de aceptación.

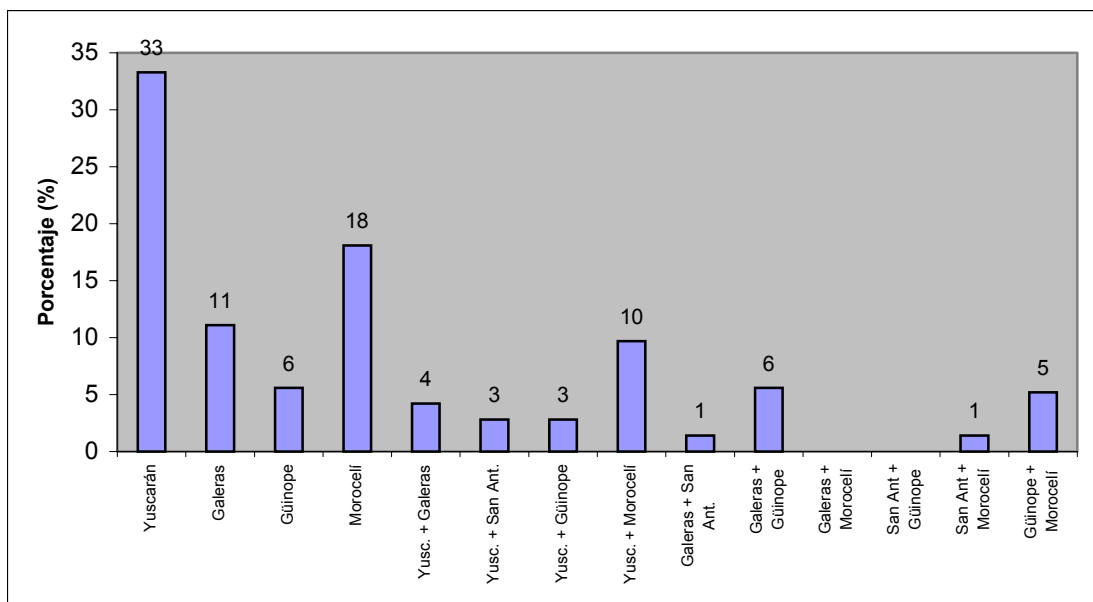


Figura 8. Comunidades preferidas para ser visitadas.

Zamorano tiene la ventaja de estar ubicado en el centro de la región del Yeguaré, lo cual le permite tener acceso relativamente rápido a la mayoría de las comunidades cercanas. Al realizar la encuesta se obtuvo que Yuscarán y Moroceli tienen una ventaja competitiva con relación a las otras comunidades de la región, puesto que tuvieron una aceptación de 33.3% y 18.1%, respectivamente. Esto indica que se debe de trabajar en la promoción y mercadeo de los otros destinos y fortalecer los potenciales turísticos que ofrecen Yuscarán y Moroceli.

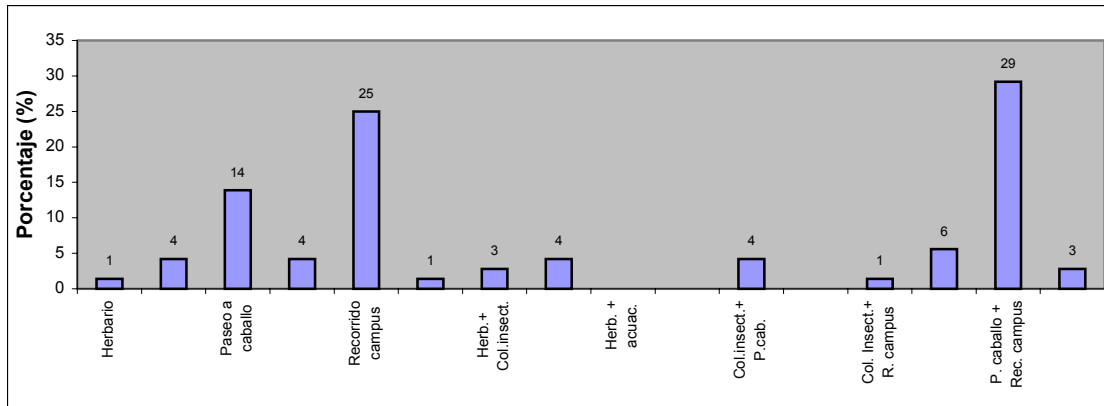


Figura 9. Lugares turísticos de preferencia para los turistas dentro del campus de Zamorano.

De acuerdo a los resultados de las encuestas los recorridos por el campus de Zamorano (25%) y esta opción más un paseo a caballo (29.2%), fueron las preferencias de los turistas. Con esta información se puede tener un punto de referencia para trabajar con turismo interno (en Zamorano) y ver la manera de despertar el atractivo de otros lugares dentro del campus que tal vez por falta de conocimiento de las personas y en parte falta de promoción, no son tan atractivos desde el punto de vista turístico. Otra posibilidad en este sentido es la promoción de otro tipo de turismo, como es el turismo dirigido a un mercado selecto dedicado a la investigación.

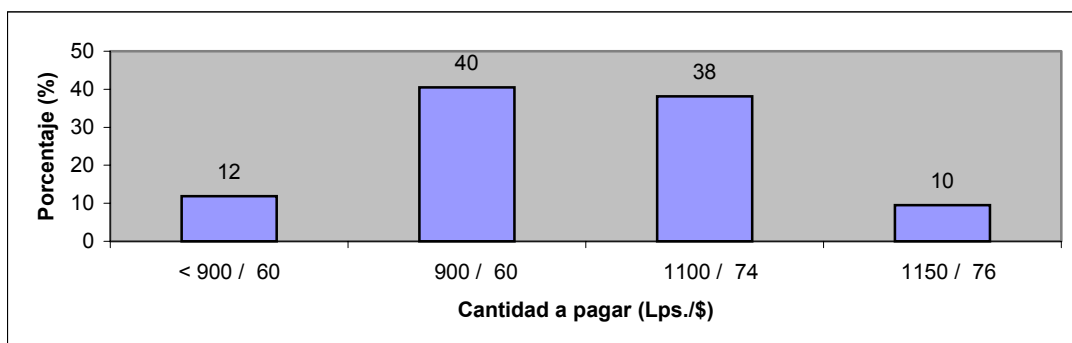


Figura 10. Disponibilidad de pago por tres días y dos noches por parte de las personas encuestadas.

La opción de permanecer tres días y dos noches en Zamorano la escogieron el 61% de las personas encuestadas, determinando que estarían dispuestos a pagar entre \$60 y \$74 durante este tiempo. Este rango permitirá a la Institución tener una referencia para ubicar las tarifas que se están utilizando, con relación a la disponibilidad de pago y exigencias de los turistas.

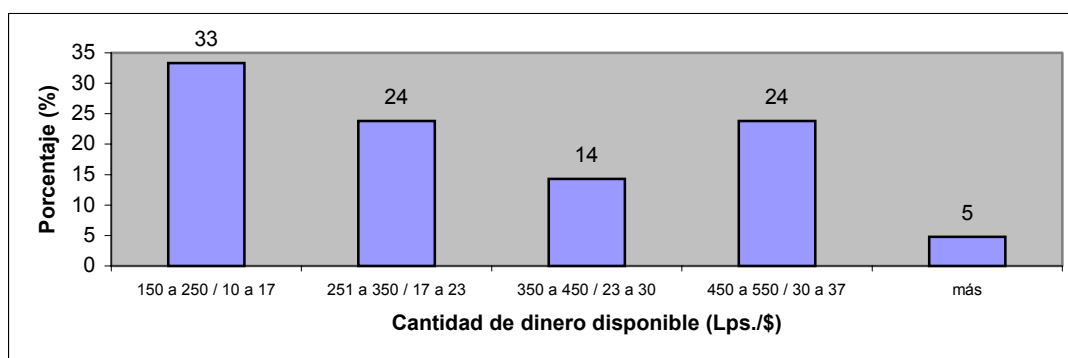


Figura 11. Disponibilidad de gasto extra durante tres días y dos noches por parte de las personas encuestadas.

Según el resultado de la encuesta, la disponibilidad de gasto extra en tres días y dos noches, se observa que es bastante variable. Sin embargo un 33% de los encuestados determinó que el monto de gastos extra era entre \$10.y \$17, valor que se considera como una oportunidad para captar ingresos por ventas en la región.

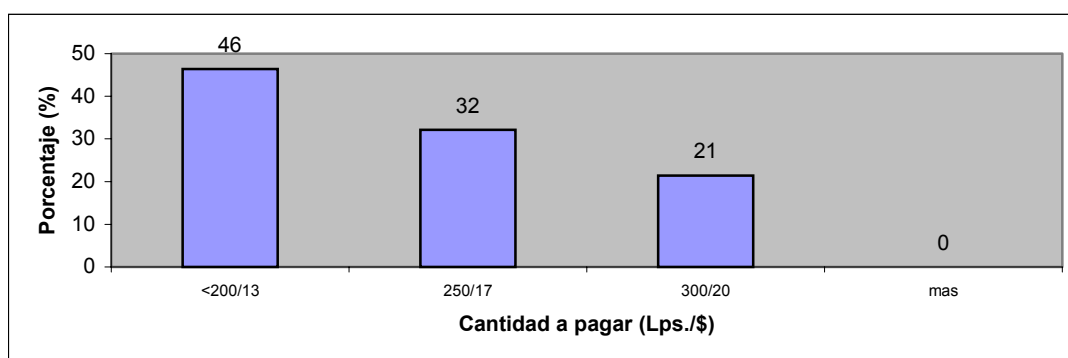


Figura 12. Disponibilidad de pago de las personas encuestadas por un día de recorrido en Zamorano y sus alrededores.

Esta segunda opción que se plantea tuvo un 39% de aceptación y dentro de este porcentaje la respuesta del 46% de las personas que escogieron esta opción fue de que estarían dispuestas a pagar < \$13, monto que se propone como referencia para la fijación de precios y que al realizar un análisis más profundo permitirá establecer si es rentable trabajar a este nivel de ingresos por persona.

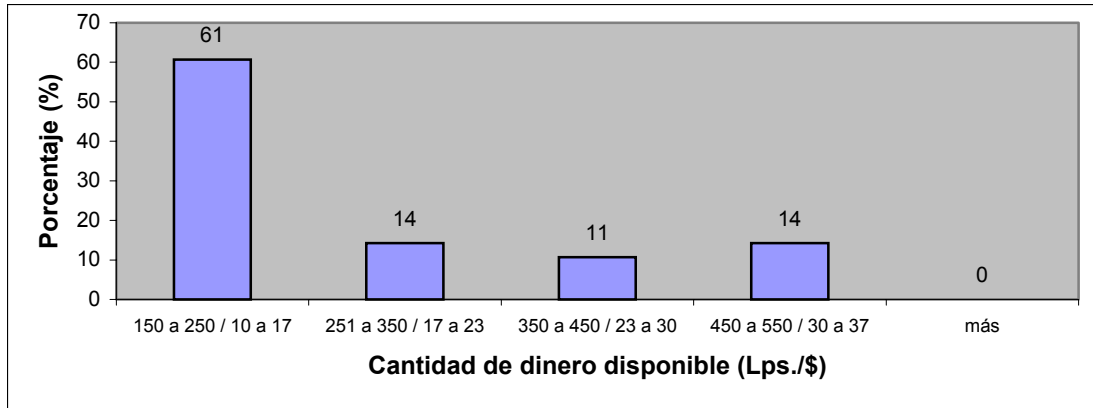


Figura 13. Disponibilidad de gasto extra durante un día de recorrido en Zamorano y sus alrededores por parte de las personas encuestadas.

A pesar de que la disponibilidad de gasto extra de mayor elección es la misma que en la opción de permanecer tres días y dos noches, se puede observar que en este caso hay menos disposición de las personas a gastar más de \$17 (61%). Esta variabilidad marca la diferencia con la otra opción, pero es necesario tomar en cuenta la importancia de la comercialización de productos ya que el en promedio podría ingresar un estimado \$13 por visitante, por día.

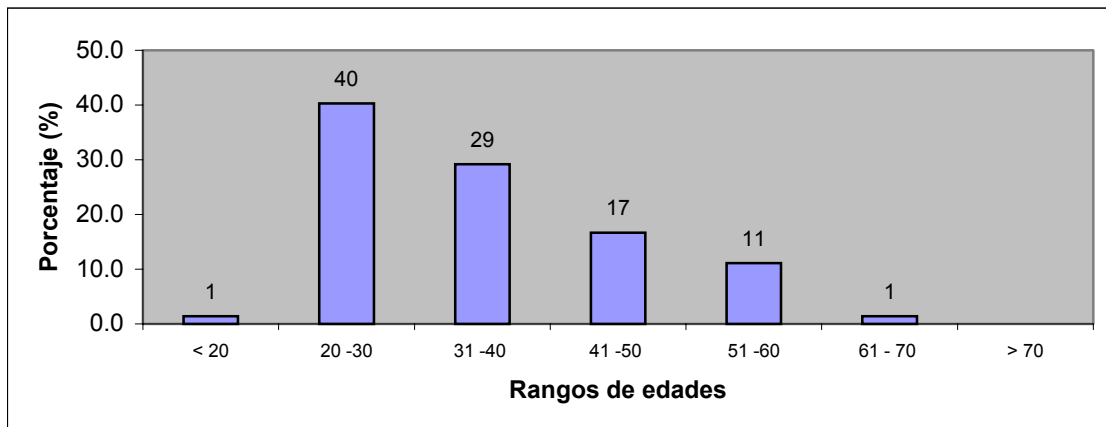


Figura 14. Rango de edad de los visitantes encuestados

Al observar el rango de edad promedio de los visitantes y obtener que el 40% de la población se ubica entre los 20 y 30 años de edad y un 29% están entre los 30 y 40 años, se puede decir hay un grupo relativamente homogéneo de adultos y adultos jóvenes que visitan Zamorano en compañía de sus familia, de aquí la importancia de ofrecer un servicio actual y dinámico que satisfaga las necesidades de estas personas, llenando sus expectativas desde el punto de vista turístico.

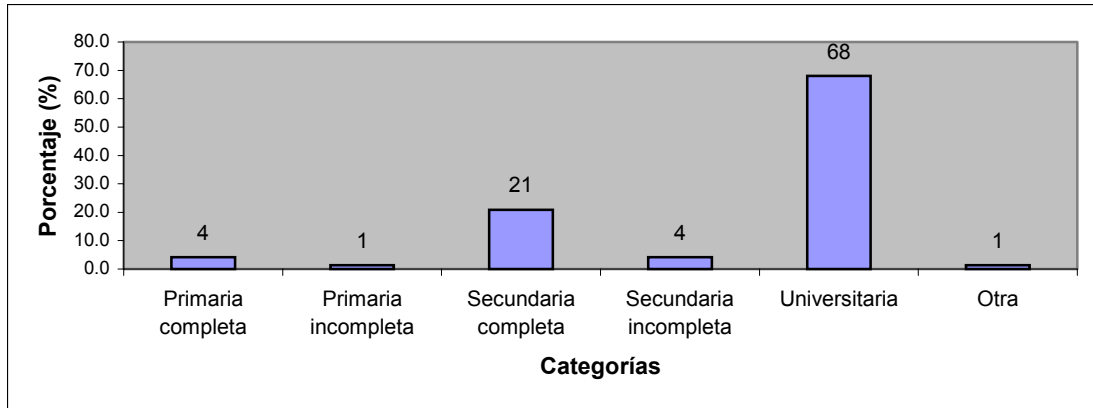


Figura 15. Nivel de educación de las personas encuestadas.

En promedio el grupo de personas encuestadas se considera con un nivel educativo alto, ya que un 68.8 % de los entrevistados poseen un título universitario. En este punto podría definirse este porcentaje como un indicador de intercambio cultural alto, puesto que el aporte que se da en la interacción de turistas y anfitriones es fundamental, para un desarrollo integral de las actividades turísticas y al tener un grupo mayoritario de nivel profesional en diferentes áreas, esta interacción se fortalece.

4.4 SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO

Lo que se obtuvo de la socialización del proyecto realizada con los miembros del cluster de turismo fueron básicamente recomendaciones con la finalidad de enriquecer no solo el turismo como un concepto aislado, sino como parte del proceso de desarrollo integral de los pueblos:

- Se debería mantener un fondo común para apoyar a personas que quieran iniciar con actividades de turismo rural y de esta manera se apoyaría a los microempresarios que no tienen suficientes recursos para iniciar sus negocios.
- Tomando en cuenta la riqueza que existe en la región en cuanto a producción podría crearse un Mercado Regional para vender los productos locales.
- Sería conveniente en los talleres incluir las experiencias de Santa Lucía y Valle de Ángeles.
- Con el pasar del tiempo podría constituirse una Cooperativa de Artesanías.
- Los actos culturales son de gran importancia para generar sobre todo la identidad única de nuestros pueblos, por tal razón se recomienda tener espacios culturales en medios de comunicación masiva y dentro de esto cabe mencionar que se dispone de la emisora de Yuscarán que puede crear un espacio que identifique a la región en su cultura y tradiciones.

- La gastronomía de cada lugar se considera especial por ser característica y propia del sitio; para fortalecerla se propone hacer una feria gastronómica con la participación de los municipios, de esta manera se promocionará cada lugar y se crearán nuevas expectativas para los turistas, además de que se marcará el sello que identifique a cada lugar con un plato o bocadillo típico de cada representante presente en la feria.
- La interacción con ONGs e instituciones de financiamiento que apoyen el desarrollo del pequeño y microempresario sería una alternativa importante para garantizar de alguna manera la sostenibilidad del Proyecto.

5. CONCLUSIONES

En la descripción técnica, se conocieron las herramientas y habilidades que se debían tener para asegurar el éxito de la propuesta. Se observó también la necesidad de mantener un enlace a nivel central a través de una oficina, que permita canalizar y coordinar la información de quienes formen parte del proyecto, siendo la participación local uno de los ejes centrales para garantizar la sostenibilidad del proyecto diseñado.

En el análisis financiero se determinó que el establecimiento de una oficina central para el proyecto con todos sus costos asociados a la generación de ingresos y egresos, no es viable al nivel en el que se propone en un principio, al dar un VAN negativo; sin embargo al plantear un segundo escenario se observa que a un nivel de costos e inversiones inferior el proyecto sí es rentable.

Del sondeo de demanda se tiene que existe un mercado potencial, en su mayoría nacional, dispuesto a participar en actividades de turismo rural. Esto nos lleva a sentar bases de la posibilidad de expandir este rubro a escala regional, con miras en un futuro de posicionarlo en el ámbito nacional.

De la socialización que se realizó, se observó que la aceptación del proyecto por parte de los invitados fue favorable y despertó grandes expectativas en cuanto a organización y formalización de la red de turismo rural en la región. Las personas que participaron establecieron una serie de recomendaciones que promueven la promoción y desarrollo económico de microempresarios locales a través de varias actividades turísticas, pero visualizándolas con un enfoque integral y de desarrollo.

Finalmente, conociendo la problemática y limitantes de la propuesta, se puede decir que este proyecto se presentó como una herramienta alternativa de combate a la pobreza, utilizando el enfoque de nueva ruralidad, y observando que creó grandes expectativas entre las personas que participaron en la socialización del mismo, lo cual permite observar que los aspectos técnicos, financieros y comerciales que engloba el proyecto permitirán a quién decida implementarlo tener una base sólida y flexible para ser presentada ante cualquier institución.

6. RECOMENDACIONES

Producto de la revisión total del proyecto se plantea algunos puntos que se consideran favorables a manera de recomendaciones y son:

La asignación de recursos escasos es importante, por tanto se recomienda hacer un ajuste de gastos en aquellos rubros que puedan reducirse sin perder de vista el objetivo del proyecto para de esta manera ser eficientes tanto técnica como financieramente en el establecimiento de la oficina.

Sería de gran utilidad hacer un estudio de mercado que determine precios y puntos de equilibrio estimados basándose en costos estimados, para el funcionamiento del proyecto, así se podría determinar cuál será el beneficio tangible, en términos monetarios y no tangible hablando de intercambio cultural, e interacción entre los turistas y pobladores locales, que se recibiría durante y después del proyecto.

La tendencia de los proyectos de desarrollo se ha basado en la búsqueda de donaciones, sin embargo se considera que el potencial turístico de la región da lugar a generar los ingresos suficientes para lograr la sostenibilidad del proyecto.

Se debería incentivar más la promoción de la región, tal vez de esta manera podrían generarse más recursos, tanto de logística, como económicos que apoyen la micro y pequeña empresa, sobre todo en el ámbito turístico que ofrece la oportunidad de generar ingresos sin descuidar las actividades cotidianas de quienes incursionen en este rubro.

7. BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, E.; RAMÍREZ, E. 1999. Programa de Desarrollo Sostenible de la Región del Yeguaré, Honduras, C.A., Ed. ZAMORANO. 34 p.

ALVARENGA TICAS, C.H. 1999. Plan estratégico para el establecimiento de una empresa comercializadora de productos agrícolas y agroindustriales de PROEMPRESAH. Tesis Ing. Agr. El Zamorano, Honduras, Escuela Agrícola Panamericana. 66 p.

ARRIVILLAGA DÍAZ, E.; FALCK, M. 1999. Nueva ruralidad: desafíos y metas. *In* Ruralidad Sostenible basada en la participación ciudadana; Cambiando la perspectiva del desarrollo. Ed. Ideas litográficas, S.A. p. 48-51.

BOTE GÓMEZ, V. 1988. Turismo en espacio rural; rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local. España, Ed. Popular, S.A. 134 p.

CALIX, M. 2001. Corredor de Turismo Rural; qué hacer y qué ver en la región del Yeguaré. Tegucigalpa, Honduras, Ed. IDEAS.

CARRERA DE DESARROLLO SOCIOECONOMICO Y AMBIENTE. 2001. Programa de Desarrollo y Ambiente (DSEA). Una mirada a nuestras actividades de Proyección. s.n.t. 3 p.

DE JANVRY, A.; SADOULET, E. 1999. Pobreza rural y el diseño de estrategias efectivas de desarrollo rural. *In* Cambios en el pensamiento y la práctica del desarrollo rural en Centroamérica. San José, Costa Rica, Ed. Por Centro de Estudios para el Desarrollo Rural – Universidad Libre de Amsterdam. p. 1–22.

ESCUELA AGRÍCOLA PANAMERICANA (HONDURAS). 1999. Guía técnica del micromódulo de economía aplicada y agronegocios; módulos de: mercadotecnia, manejo de personal, contabilidad de costos, control de calidad. Zamorano, Honduras. s.n.t. 210 p.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R; FERNANDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. 1998. Metodología de la investigación. Segunda edición. México, D.F., Ed. Mexicana. 501 p.

LEIVA R., V. 1997. Turismo y gestión municipal. Santiago, Chile, Ed. Asociación Chilena de Municipalidades. 197 p.

MARIN XIMENEZ, J.N.; KOTELHÖN ESCOBAR, W. 1988. Inversiones estratégicas; un enfoque multidimensional. Tercera edición. San José, Costa Rica, Ed. Libro Libre. 287 p.

MORLEY, S.; BEHARIE, N.; ROBINSON, W.; BERGER, M.; DEUTSCH, R.; MÁRQUEZ, G.; MEDUNA, P.; SAVEDOFF, W.; VALENCIA, C.; ÁLVAREZ, C. (1997). Estrategia para reducir la pobreza.
http://www.iadb.org/sds/POV/publication/publication_18_11_s.htm

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. 1994. National and Regional Tourism Planning; methodologies and case studies. Routledge. London, England. s.n.t. p. 35.

PROYECTO DE REHABILITACIÓN Y MANEJO DE LA PARTE ALTA DE LA CUENCA DEL RÍO CHOLUTeca ZAMORANO – USAID. 2001. Acercamientos municipales. Zamorano, Honduras.

ZAMORANO CASAL, F. s.f. Curso básico de turismo alternativo; cruzada por la calidad y la excelencia de los servicios turísticos. s.n.t. 138 p.

ZAMORANO. 2001. Información general.
http://www.zamorano.edu.hn/general/index_es.htm

8. ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA A VISITANTES

Nombre del encuestado _____

Nacionalidad _____

Dirección de correo electrónico _____

1) ¿De dónde viene? (En dónde vive) _____

2) La motivación principal de su viaje a la Región ha sido:

Turismo _____ Estudios _____ Trabajo _____ Compras _____

Visita a familiares _____ Tránsito _____ Negocios _____ Visita a amigos _____

3) Su viaje lo está haciendo en compañía de:

Esposa _____ Grupo universitario _____ Grupo de amigos _____

Familia completa _____ Grupo religioso _____ Grupo escolar _____

Grupo de trabajo _____ Otro _____

4) ¿Qué entiende por turismo rural?

____ Actividad turística en espacio rural

____ Movimiento de personas que desean vivir en el área rural

____ Personas que se desplazan desde la ciudad al campo

____ Ninguna

Otra _____

5) Participaría de actividades de turismo rural

Sí _____ No _____

6) ¿Qué esperaría de un hotel fuera de la ciudad?

Habitaciones

____ Sencillas con baño adentro

____ Sencillas con baño afuera (colectiva)

____ Sencillas con TV

____ Sencillas sin TV

____ De lujo

Comedor

____ Comida típica

____ Comida rápida tradicional

____ Comida internacional

7) De las siguientes opciones, ¿cuál escogería?**PRIMERA OPCIÓN**

Fin de semana prolongado (tres días, dos noches) con servicio de alojamiento, alimentación y actividades en el campus universitario de Zamorano y en fincas privadas:

➤ Visita a comunidades vecinas

Yuscarán___ Galeras___ San Antonio___ Güinope___ Morocelí___

➤ Dentro del campus

Herbario___ Colección de insectos___ Paseo a caballo___ Visita a acuacultura___
Recorrido por el campus___ Otra_____

➤ ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el fin de semana largo?

Lempiras/Dólares <900 ó 60___ 900 ó 60___ 1,100 ó 74___ 1,150 ó 76___

SEGUNDA OPCIÓN (un día)**➤ Visita a comunidades vecinas**

Yuscarán___ Galeras___ San Antonio___ Güinope___ Morocelí___

➤ Dentro del campus

Herbario___ Colección de insectos___ Paseo a caballo___ Visita a acuacultura___
Recorrido por el campus___ Otra_____

➤ ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el fin de semana largo?

Lempiras/Dólares <200 ó 13___ 250 ó 17___ 300 ó 20___

7) Adicionalmente cuánto estaría dispuesto a gastar en comparas o eventualidades

Lps.	150-250___	251-350___	350-450___	450-550___
\$	10- 17___	17- 23___	23- 30___	30- 37___

8) Su edad está comprendida entre:

< 20 ___ 20-30___ 31-40___ 41-50___ 51-60___ 61- 70___ >71___

9) Sus estudios realizados son:

Primaria	Completa___	Incompleta___
Secundaria	Completa___	Incompleta___
Universitaria___		
Otra_____		

ANEXO 2

ANEXO 3

TALLER #1

TEMA: GENERALIDADES DEL TURISMO RURAL Y SU IMPORTANCIA EN NUESTROS MUNICIPIOS Y COMUNIDADES

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Dinámica de presentación (Campo comunicacional)	Tarjetas	Facilitadores y Participantes
9:00 – 9:20	Trabajo en grupo para responder: ¿Cómo definen los términos Turismo, Turista y Turismo Rural?	Papel rotafolio Marcadores	Participantes Facilitadores
9:20 – 9:40	Exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes
9:40 – 10:15	Generalidades de Turismo: Conceptos fundamentales de Turismo, Turista y Turismo Rural (Apoyo a la dinámica de grupo)	Acetatos, Proyector de Acetatos	Facilitadores
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:15	Turismo Rural, Nuestro Municipio y Nosotros	Acetatos y Ayudas audiovisuales	Participantes y Facilitadores
11:15 – 12:15	Cómo hacer del Turismo Rural una alternativa en nuestras actividades cotidianas	Acetatos y Ayudas audiovisuales	Facilitadores y Participantes
12:15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 1:45	Impactos Positivos y Negativos del Turismo Rural	Ayudas Audiovisuales	Facilitadores
1:45 – 2:15	Trabajo en Grupo Proponer actividades de integración entre Municipios, sin dejar de lado la participación de los Gobiernos Locales	Papel rotafolio Marcadores	Facilitadores y Participantes
2:15 – 2:45	Exposición del trabajo en grupo	Material elaborado con papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #2**TEMA: IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA EN ACTIVIDADES DE TURISMO RURAL**

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	☐ Facilitadores y Participantes
9:00 – 9:20	Trabajo en grupo para responder: ¿Cómo definen los términos Administración y Gerencia?.	Papel rotafolio Marcadores	Participantes Facilitadores
9:20 – 9:45	Exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes
9:45 – 10:15	Definición de Administración y Gerencia (Apoyo del Trabajo en Grupo) Foro de preguntas y ejemplos	Acetatos, Proyector de Acetatos	Facilitadores
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 10:45	Identificar actividades de Turismo Rural Trabajo individual (Se entregará formato)	Hojas con Formato para identificación de Actividades de Turismo Rural	Participantes y Facilitadores
10:45 – 11:30	Elaboración de un cuadro de actividades por municipio con los aportes del trabajo individual	Papel rotafolio Marcadores	Participantes y Facilitadores
11:30 – 12:15	¿Somos gerentes y administradores de nuestras actividades y microempresas? ¿ Por qué? (Trabajo en grupo)	Papel rotafolio Marcadores	☐ facilitadotes y Participantes
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 1: 45	Plenaria del trabajo en grupo	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
1:45 – 2:15	Pautas para evaluar si somos administradores y gerentes de nuestras actividades de Turismo Rural y Microempresas	Acetatos y material audiovisual	☐ facilitadotes
2:15 – 2:45	Foro de evaluación entre lo expuesto y el trabajo en grupo.	Papel rotafolio Marcadores	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #3
TEMA: CALIDAD DE SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	Facilitadores y Participantes
9:00 – 9:30	Trabajo en grupo para responder: ¿Cómo definimos a un cliente y qué esperamos nosotros como clientes en cuanto a servicio y atención?	Papel rotafolio Marcadores	Participantes Facilitadores
9:30 – 9:45	Exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes
9:45 – 10:15	Definición de Cliente y Normas Básicas de Servicio y Atención al Cliente (Apoyo del Trabajo en Grupo)	Acetatos, Proyector de Acetatos	Facilitadores
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:00	Posibles estrategias de servicio y atención al cliente a nivel local. (Trabajo en grupo por municipios)	Papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
10:45 – 11:45	Elaboración de un cuadro general de estrategias con los aportes del trabajo en grupo para abrir un foro de discusión y compartir información	Papel rotafolio Marcadores	Participantes y Facilitadores
11:45 – 12:15	Cómo educar al cliente con una buena atención y servicio, concientizándolo en el uso racional y conservación de los recursos que se le brindan	Acetatos y ayudas audiovisuales	Facilitadores
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 1: 45	Actividades de animación turística		Participantes y Facilitadores
1:45 – 2:15	Programa integrador de Servicio y Atención al Cliente con actividades de Animación Turística (Por municipio)	Acetatos y material audiovisual, Papel rotafolio, Marcadores, Papel bond y lápices	Participantes y Facilitadores
2:15 – 2:45	Plenaria de exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #4

TEMA: PLANIFICACIÓN EN TURISMO RURAL

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	Facilitadores y Participantes
9:00 – 9:30	Trabajo en grupos ¿Qué es un plan, planificación y por qué planificamos?	Papel rotafolio Marcadores	Participantes Facilitadores
9:30 – 9:45	Exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes
9:45 – 10:15	¿Qué es un plan, planificación y por qué planificamos? (Apoyo a lo expuesto)	Acetatos, Proyector de Acetatos	Facilitadores
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:00	Tipos y Formas de Planificación	Acetatos y ayudas audiovisuales	Facilitadores
10:45 – 11:45	Pasos para la elaboración de un plan (Explicación de qué es un problema, causa, efecto)	Acetatos y ayudas audiovisuales	Facilitadores
11:45 – 12:15	Elaboración de un Plan de Turismo Rural bajo un formato que se entregará en la explicación.	Papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 2:00	Continuación del trabajo en el Plan	Papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
2:00 – 2:45	Plenaria de exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #5**TEMA: FORMULACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS DE TURISMO**

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	Facilitadores y Participantes
9:00 – 9:30	Trabajo en grupos ¿Qué es un proyecto, qué es formular un proyecto?	Papel rotafolio Marcadores	Participantes Facilitadores
9:30 – 9:45	Exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes
9:45 – 10:15	¿Qué es un Proyecto, Formular Proyectos? ¿Cómo Gestionar un Proyecto: Proceso y Errores más comunes) (Apoyo a lo expuesto)	Acetatos, Proyector de Acetatos y Ayudas audiovisuales	Facilitadores
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:30	Pasos para la elaboración de un proyecto	Acetatos y ayudas audiovisuales	Facilitadores
11:30 – 12:15	Elaboración de un Proyecto de Turismo Rural bajo un formato que se entregará en la explicación.	Papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 2:00	Continuación del trabajo en el Plan	Papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
2:00 – 2:45	Plenaria de exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #6**TEMA: ORDENAMIENTO TERRITORIAL Y LA PROTECCIÓN AL MEDIO AMBIENTE**

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	Facilitadores y Participantes
9:00 – 10:15	Instrumentos de ordenamiento turístico del territorio comunal (Identificación y delimitación de unidades territoriales, Instrumentos Normativos de Planificación Física)	Acetatos y Ayudas Audiovisuales	Facilitadores
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:00	Gestión del Municipio para la Protección del Ambiente (Relación entre Turismo y Medio Ambiente)	Acetatos y Ayudas audiovisuales, Proyector de Acetatos	Facilitadores
10:45 – 11:45	Medidas de Protección Ambiental y Ordenamiento Territorial de la Actividad Turística	Acetatos y ayudas audiovisuales	Facilitadores
11:45 – 12:15	Ubicar actividades de Turismo Rural en mapas de cada municipio	Papel rotafolio, mapas de cada municipio, símbolos para elaborar el mapa de ubicación de actividades, goma	Facilitadores y Participantes
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 1: 45	Continuación en el proceso de mapeo participativo que permitirá iniciar un proceso de ordenamiento en el aspecto de Turismo Rural en cada municipio	Papel rotafolio, mapas de cada municipio, símbolos para elaborar el mapa de ubicación de actividades, goma	Participantes y Facilitadores
1:45 – 2:45	Plenaria de exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #7**TEMA: PROMOCIÓN TURÍSTICA Y POSIBLES ACTIVIDADES A NIVEL LOCAL**

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	Facilitadores y Participantes
9:00 – 10:15	Cómo hacer un plan de marketing turístico, aplicado específicamente a actividades de Turismo Rural	Acetatos, Proyector de Acetatos y Ayudas audiovisuales	Facilitadores
9:45 – 10:15	Instalaciones de oficinas de información turística	Acetatos, Proyector de Acetatos y Ayudas audiovisuales	☐ facilitadores y Participantes
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:30	Coordinación con el sector privado y otros organismos públicos en materia de promoción turística	Acetatos, ayudas audiovisuales y proyector de acetatos	Participantes y Facilitadores
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 2:00	Presentar un programa piloto de Promoción Turística de acuerdo a la información recibida	Papel rotafolio y marcadores	Participantes y Facilitadores
2:00 – 2:30	Plenaria de exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y Facilitadores

TALLER #8**TEMA: LIDERAZGO Y ORGANIZACIÓN**

HORA	ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES
8:30 – 9:00	Presentación breve de la jornada anterior y dinámica de inicio	Material elaborado por participantes	Facilitadores y Participantes
9:00 – 10:15	¿Qué es liderazgo y qué es ser líder? Cómo llegar a ser un Jefe con Características de Líder. Tentaciones de un líder	Acetatos, proyector de acetatos, ayudas audiovisuales, papel rotafolio y marcadores.	Facilitadores y Participantes
10:15 – 10:30	RECESO		TODOS
10:30 – 11:45	¿Qué es organización y cuándo una organización logra sus metas?. Problemas más comunes de una organización	Acetatos, proyector de acetatos, ayudas audiovisuales, papel rotafolio y marcadores	Facilitadores y participantes
11:45 – 12:15	Proponer la red integradora de Turismo Rural en la Región del Yeguaré como organización. Trabajo en la estructuración de la misma.	Papel rotafolio, marcadores, papel bond, lápices	Facilitadores y participantes
12: 15 – 1:00	ALMUERZO		TODOS
1:00 – 1: 45	Continuación del trabajo	Papel rotafolio, marcadores, papel bond, lápices	Participantes y Facilitadores
1:45 – 2:45	Plenaria de exposición de los grupos	Material elaborado	Participantes y Facilitadores
2:45 – 3:00	Evaluación de la jornada y merienda		Participantes y facilitadores ☐

ANEXO 4**APOYO PARA LA CONTRAPARTIDA****Local / instalaciones**

Descripción	\$
Archivo	86.00
Escritorio	160.00
Librero	115.00
Mesa para computadora	100.00
Papelera de tres depósitos	11.00
Silla de escritorio	130.00
Silla de espera	86.00
Pizarra de formica	50.00
Computadora	1,500.00
Cámara digital	800.00
Fotocopiadora	677.35
Oficina	4,800.00
Agua	84.00
Electricidad	324.00
TOTAL	8,923.35

Transporte

Descripción	\$
Pick - up	13,500.00
Matrícula	112.50
Cambio de aceite	30.00
Revisión	50.40
Llantas	600.00
Seguro de vehículo	525.00
Movilización	2,688.00
TOTAL	17,505.90

Comunicación

Descripción	\$
Internet	720.00
Mantenimiento del sitio en la red	100.00
TOTAL	820.00

ANEXO 5

ANÁLISIS FINANCIERO

El cuadro que se presenta a continuación brinda una información detallada, no solo por línea de producto, sino que también por año, de las ventas por línea de producto, y cantidad de ventas por asociados, en otras palabras es una muestra detallada de las ventas estimadas del proyecto, también muestra el margen de ganancia por línea de producto en términos monetarios absolutos.

Descripción de la proyección de ventas

	Beneficiarios	Cantidad / beneficiario	Total entregado	Precio unitario	Inflación	Cos- to uni- tario ajus- tado	Precio actualizado	Precio de ven- ta	Total costos	Total ventas	Ingresos líqui- dos
AÑO 1											
Camisetas	21	60	1260	4	1	4	10	10	5,040	12,600	7,560
Gorras	21	36	756	8	1	8	15	15	6,048	11,340	5,292
Llaveros	21	60	1260	1.5	1	1.5	3	3	1,890	3,780	1,890
Calendarios o Separadores de libros con mensaje	21	480	10080	0.2	1	0.2	0.7	0.7	2,016	7,056	5,040
Agendas pequeñas	21	24	504	5	1	5	10	10	2,520	5,040	2,520
Adhesivos	21	480	10080	0.5	1	0.5	0.7	0.7	5,040	7,056	2,016
AÑO 2											
Camisetas	23	60	1380	4	1.12	4.48	10	11.2	6,182	15,456	9,274
Gorras	23	36	828	8	1.12	8.96	15	16.8	7,419	13,910	6,492
Llaveros	23	60	1380	1.5	1.12	1.68	3	3.36	2,318	4,636.8	2,318
Calendarios o Separadores de libros con mensaje	23	480	11040	0.2	1.12	0.22	0.7	0.78	2,473	8,655.4	6,182
Agendas pequeñas	23	24	552	5	1.12	5.6	10	11.2	3,091	6,182.4	3,091
Adhesivos	23	480	11040	0.5	1.12	0.56	0.7	0.78	6,182	8,655.4	2,473
AÑO 3											
Camisetas	25	72	1800	4.5	1.12	5.02	11.2	12.5	9,032	22,579	13,548
Gorras	25	48	1200	9	1.12	10	16.8	18.8	12,042	22,579	10,537

Llaveros	25	72	1800	1.7	1.12	1.88	3.36	3.76	3,387	6,773.8	3,387
Calendarios o Separadores de libros con mensaje	25	540	13500	0.2	1.12	0.25	0.78	0.87	3,326	11,794	8,467
Agendas pequeñas	25	36	900	5.6	1.12	6.27	11.2	12.5	5,645	11,290	5,645
Adhesivos	25	540	13500	0.6	1.12	0.63	0.78	0.87	8,467	11,794	3,326
AÑO 4											
Camisetas	27	72	1944	5	1.12	5.62	12.5	14	10,930	27,216	16,286
Gorras	27	48	1296	10	1.12	11.2	18.8	21.1	14,515	27,289	12,773
Llaveros	27	72	1944	1.9	1.12	2.11	3.76	4.21	4,093	8,186.6	4,093
Calendarios o Separadores de libros con mensaje	27	540	14580	0.3	1.12	0.28	0.87	0.97	4,082	14,207	10,124
Agendas pequeñas	27	36	972	6.3	1.12	7.02	12.5	14	6,826	13,608	6,782
Adhesivos	27	540	14580	0.6	1.12	0.71	0.87	0.97	10,288	14,207	3,919
AÑO 5											
Camisetas	30	84	2520	5.6	1.12	6.29	14	15.7	15,862	3,9514	23,652
Gorras	30	60	1800	11	1.12	12.5	21.1	23.6	22,579	42,538	19,958
Llaveros	30	84	2520	2.1	1.12	2.36	4.21	4.72	5,955	11,882	5,927
Calendarios o Separadores de libros con mensaje	30	600	18000	0.3	1.12	0.31	0.97	1.09	5,645	19,555	13,910
Agendas pequeñas	30	48	1440	7	1.12	7.86	14	15.7	11,322	22,579	11,257
Adhesivos	30	600	18000	0.7	1.12	0.8	0.97	1.09	14,314	19,555	5,242

Se tomó la tasa del 12% de inflación

El cuadro de gastos que se describe a continuación, nos revela el nivel de gasto que tendrán estos rubros en el cuadro de egresos del proyecto, es el detalle de cómo se utilizará y se distribuirá entre los diferentes medios de comunicación el dinero presupuestado para gastos de comunicación, que también puede ser manipulable para aumentar o disminuir el monto erogado en este rubro para los diferentes flujos y estados.

DESCRIPCIÓN DE COSTOS POR SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

Concepto	Componente I	Componente IV	Componente V	Sub-total
Teléfono	800	500	100	1,400
Fax	200	100	50	350
Internet^	500	200	20	720
	1500	800	170	
TOTAL				2,470

^Del 100% del internet el componente I va a utilizar el 69.44%, el componente III el 27.78% y el Componente V el 2.78%

Presupuesto anual para el periodo de enero a diciembre del año 2002.

CONCEPTO	Costo total		Costo unitario	Cantidad mensual	Me- ses	Cantidad anual	Total mensual en \$	Total anual en \$
1. MATERIALES Y EQUIPO								
Grapadoras			8.00	0.09	12	1	0.70	8.00
Perforadoras			8.00	0.09	12	1	0.70	8.00
Caja de grapas			1.00	2.00	12	24	2.00	24.00
Caja de clips #1			0.20	2.00	12	24	0.40	4.80
Caja de clips #2			0.50	2.00	12	24	1.00	12.00
Caja de fasteners			1.30	2.00	12	24	2.60	31.20
Caja de diskettes			4.50	4.00	12	48	18.00	216.00
Lápiz tinta			0.12	14.00	12	168	1.68	20.16
Lápiz grafito			0.08	14.00	12	168	1.12	13.44
Borrador			0.30	8.00	12	96	2.40	28.80
Líquido corrector			0.50	4.00	12	48	2.00	24.00
Marcador fosforescente			0.30	4.00	12	48	1.20	14.40
Marcador para pizarra de formica			0.90	4.00	12	48	3.60	43.20
Borrador para pizarra de formica			1.00	0.17	12	2	0.17	2.00
Sacapuntas			4.80	0.17	12	2	0.82	9.60
Sacagrapas			0.50	0.17	12	2	0.09	1.00
Cartucho de tinta para impresora			40.00	2.00	12	24	80.00	960.00
Cuaderno grande			0.80	2.00	12	24	1.60	19.20
Papel para fax			1.80	0.50	12	6	0.90	10.80
Resma de papel			3.20	8.00	12	96	25.60	307.20
Facturas			1.40	0.25	12	3	0.35	4.20
Folder manila tamaño carta			0.08	25.00	12	300	2.00	24.00
Cinta adhesiva			1.00	2.00	12	24	2.00	24.00
Dispensador para cinta adhesiva			0.08	0.09	12	1	0.01	0.08
Basurero			2.00	0.09	12	1	0.18	2.00
Tinta para fotocopidora			1.07	0.25	12	3	0.27	3.21
Sub-total							151.38	1,815.29
2. PROMOCIÓN								
Elaboración de trifolios			1.00			1,000		1,000.00

Mantenimiento del sitio en la red			100.00	0.08	1	1	8.33	100.00
Sub-total							8.33	1,100.00
3. MANTENIMIENTO								
Mantenimiento de vehículo 25%								
Matrícula	150.00	0.25	37.50					37.50
Diesel [^]			27.00	12.00	12	144	324.00	3,888.00
Cambio de aceite	40.00	0.25	10.00			4		40.00
Revisión	67.20	0.25	16.80			4		67.20
Llantas	100.00	0.25	25.00			8		200.00
Sub-total							32,4.00	4,232.70
Mantenimiento y limpieza de oficina:								
Desinfectante			1.00	1.00	12	12	1.00	12.00
Desodorante ambiental			2.00	1.00	12	12	2.00	24.00
Escoba			1.00			2	0.17	2.00
Trapeador			2.50			3	0.63	7.50
Xedex			1.00	1.00	12	12	1.00	12.00
Sub-total							4.80	57.50
4. LOCAL Y SERVICIOS								
Oficina			400.00	1.00		12	400.00	4,800.00
Agua			7.00	1.00		12	7.00	84.00
Electricidad			27.00	1.00		12	27.00	324.00
Teléfono			116.67	1.00		12	116.67	1,400.00
Internet			60.00	1.00		12	60.00	720.00
Fax			29.17	1.00		12	29.17	350.00
Sub-total							639.84	7,678.00
5. SEGUROS								
Seguro de vehículo	700.00	0.25	175.00	0.08	12	1	1,4.53	175.00
Sub - total							1,4.53	175.00
TOTAL								15,058.49

[^]Llenando 2 veces el tanque de combustible son 54 dólares semanales eso serían 216 dólares mensuales y 3,888 dólares anuales

[^]Se estima el seguro del vehículo en 11000 lempiras = 700 dólares de este el 25% que le corresponde al proyecto son 175 dólares

Proyección anual de gastos en personal

Concepto	Bf. De Zamorano	Salario	Salario con el Bf. De Zamorano	Cantidad mensual	Cantidad anual	No. de meses	Total mensual	Total anual
1. SALARIOS								
Coordinador general	1.3	1,100	1,430	1	1	14	1,430	20,020
Secretaria	1.3	350	455	1	1	14	455	6,370
Oficial de extensión	1.3	650	845	1	1	14	845	11,830

Asistencia técnica	1.3	200	260	1	1	14	260	3,640
Conserje	1.3	5	7	1	1	14	7	91
Sub - total								41,951
2. VIÁTICOS								
Coordinador			100	1	12		100	1,200
Oficiales de extensión			200	1	12		200	2,400
Sub - total								3600
3. TOTAL								45,551

Se consideran 14 meses porque está incluido el treceavo y fin de año.

Costo de las depreciaciones y valor residual a los cinco años

Descripción	Cantidad	Depreciación primer año	Depreciación anual	Total	Valor residual^	Valor residual a los cinco años	Valor residual para el primer año
1. VEHÍCULO							
Pick - up	0.25	891.00	3,564.00	891.00	180.00	180.00	45.00
2. EQUIPO ELÉCTRICO							
Computadora	1.00	297.00	297.00	297.00	15.00	15.00	15.00
Fotocopiadora	0.05	7.06	141.20	7.06	7.00	7.00	0.35
Batería con regulador de voltaje	1.00	19.80	19.80	19.80	1.00	1.00	1.00
Teléfono - fax	1.00	112.86	112.86	112.86	5.70	5.70	5.70
Cámara digital	1.00	158.40	158.40	158.40	8.00	8.00	8.00
3. MUEBLES							
Archivo	1.00		8.51	8.51	0.90		
Escritorio	1.00		15.84	15.84	1.60		
Librero	1.00		11.39	11.39	1.15		
Mesa para computadora	1.00		9.90	9.90	1.00		
Papelera de tres depósitos	1.00		1.09	1.09	0.11		
Pizarra de formica	1.00		4.95	4.95	0.50		
Silla de escritorio	1.00		12.87	12.87	1.30		
Silla de espera	2.00		4.26	8.52	0.43		
TOTAL				1,559.18	223.69		

^El valor residual es de 1% para todas las inversiones. El vehículo y los equipos eléctricos se deprecian a 5 años, muebles y otros a 10 años

Depreciaciones a cinco años para el vehículo y equipo eléctrico

Descripción	AÑO					Valor residual
	1	2	3	4	5	
1. VEHÍCULO						
Pick - up	3564.00	3564.00	3564.00	3564.00	3564.00	180.00
2. EQUIPO ELÉCTRICO						
Computadora	297.00	297.00	297.00	297.00	297.00	15.00
Fotocopiadora	141.20	141.20	141.20	141.20	141.20	7.00
Batería con regulador de voltaje	19.80	19.80	19.80	19.80	19.80	1.00
Cámara digital	158.40	158.40	158.40	158.40	158.40	8.00
Teléfono - fax	112.86	112.86	112.86	112.86	112.86	5.70

Depreciaciones a diez años para muebles

[illegible]

Gastos en la realización de talleres

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Materiales			
Marcadores	72.00	0.51	36.72
Papel rotafolio	1000.00	0.04	42.00
Masking	30.00	15.00	450.00
Tape	20.00	0.67	13.40
Libretas	380.00	0.32	121.60
Lápiz tinta	380.00	0.20	76.00
Material para entregar	380.00	3.00	1,140.00
Transporte (días)	30.00	50.00	1,500.00
Alimentación	380.00	7.00	2660.00
Personal (días)^	30.00	200.00	6,000.00
TOTAL			12,039.72

^Ver cuadro de cómo se calculo el costo del personal

19 eventos*50 pliegos de papel = 950 unidades se redondea a 1000 para tener un margen de riesgo de 5% (aprox.), exactamente 5.263%

Se calcula gastar aproximadamente en promedio \$50 / taller eso por 19 eventos = 950.

Calculo del número de días invertidos en capacitaciones

NOMBRE DEL TALLER	DURACIÓN EN DÍAS
I FASE	
Generalidades de turismo rural y nuestros municipios y comunidades	1
Importancia de la administración y gerencia en actividades de turismo rural	1
Calidad de servicio y atención al cliente	1
Planificación	1
Formulación y gestión de proyectos	1
Ordenamiento territorial y la protección del ambiente	1
Promoción turística y posibles actividades a nivel local	1
Liderazgo y organización	1
II FASE	
Curso de primeros auxilios	1
Curso de descenso de montaña	1
Curso de rescate (tierra, agua)	2
Taller de alfarería	3
Taller de manualidades	3
Taller de animación turística	3
Curso de inicio en promoción y mercadeo del producto turístico	3
Práctica integral de servicio y atención al cliente	1
Fundamentos de historia de la región y su municipio	1
Fundamentos de administración hotelera	2
Conocimiento y práctica de gastronomía local y algunos matices internacionales	2
TOTAL	30

Apoyo a trabajos de tesis

Concepto	Costo
Material de oficina	100
Alimentación	480
Elaboración de documentos finales	3000
Movilización	3336
TOTAL	6916

Material de oficina

Concepto	Cantidad/estudiante	No. de estudiantes	Costo unitario	Costo total
Diskettes (cajas)	1.00	2	4.50	9.00
Resmas de papel	2.00	2	3.20	12.80
Papel rotafolio	150.00	2	0.04	12.60
Marcadores	5.00	2	0.52	5.20
Fotocopias	1000.00	2	0.05	100.00

Alimentación

	No. de estudiantes	Costo diario	No. de días a la semana	No. de salidas mensuales	No. de salidas en el año	Costo semanal	Costo mensual	Costo anual
Alimentación	2	10	1	4	24	20	80	480

Movilización

Alquiler	2	56	1	4	24	112	448	2688
Combustible	1	27	2	8	24	54	216	648
TOTAL								3,336

Elaboración de documentos finales

Concepto	Costo por publicación 100 copias
Inventario de requerimientos	1,000
Inventario de atractivos turísticos	1,000
Inventario completo	1,000
TOTAL	3,000

Evaluación

Concepto	Cantidad	Costo unitario	TOTAL
Entrega de reportes	4	100	400
Reuniones de evaluación	2	225	450
TOTAL			850

Un almuerzo cuesta 60 lempiras, más el 12% del impuesto = 67.2 en dólares son \$5 (dólares), una merienda cuesta 20 lempiras más el impuesto = 22.4 , en dólares es 1.5

COSTO DE UNA REUNIÓN

Concepto	Cantidad	Precio unitario	Costo total
Local	1	20	20
Almuerzo	30	5	150
Merienda	30	1.5	45
Servicios	1	10	10
TOTAL			225

ANEXO 6

BASE DE DATOS PARA EL SONDEO DE DEMANDA

PREGUNTA	OPCIÓN	DESCRIPCIÓN	No. DE PERSONAS	%
1	Nacionalidad		60	77.90
			7	9.10
			3	3.90
			2	2.60
			2	2.60
			1	1.30
			1	1.30
			1	1.30
1	De dónde viene	Tegucigalpa	48	62.30
		Zamorano	3	3.90
		San Antonio	1	1.30
		Las Mesas	1	1.30
		La Cantera	2	2.60
		Jicarito	2	2.60
		El Llano	1	1.30
		Chagüite	2	2.60
		Danlí	3	3.90
		Siguatepeque	1	1.30
		Güinope	1	1.30
		San Pedro	2	2.60
		Pedregalito	1	1.30
		Maraita	2	2.60
		Yauyupe	1	1.30
		Santa Lucía	1	1.30
		Valle de Ángeles	1	1.30
		Managua	1	1.30
		El Salvador	2	2.60
		Francia	1	1.30
2	La motivación principal de su viaje a la Región ha sido	Tursimo	50	64.90
		Visita a familiares	13	16.90
		Estudios	0.0	0.00
		Tránsito	1	1.30
		Trabajo	7	9.10
		Negocios	2	2.60
		Compras	2	2.60
		Visita a amigos	2	2.60
3	Su viaje lo está haciendo en compañía de	Esposa	3	3.90
		Grupo universitario	0	0.00
		Grupo de amigos	12	15.60

		Familia completa	46	59.70
		Familia incompleta	5	6.50
		Grupo religioso	0	0.00
		Grupo escolar	0	0.00
		Grupo de trabajo	5	6.50
		Solo	5	6.50
		Otro	1	1.30
4	Qué entiende por turismo rural	Actividad turística en especio rural	52	67.50
		Movimiento de personas que desean vivir en el área rural	4	5.20
		Personas que se desplazan de la ciudad al campo	21	27.30
		Ninguna		
5	Participaría de actividades de turismo rural	Sí	72	93.50
		No	5	6.50
6	Qué esperaría de un hotel fuera de la ciudad (comedor)	Comida típica	57	74.00
		Comida rápida tradicional	8	11.10
		Comida internacional	1	1.40
		Comida típica + rápida tradicional	1	1.40
		Comida típica + internacional	3	3.90
		Comida rápida tradicional + internacional.	1	1.40
		Comida típica + C. rápida tradicional +	1	1.40
		Comida internacional perdidos	5	6.30
				6.30
	Qué esperaría de un hotel fuera de la ciudad (habitaciones)	Sencillas con baño adentro	30	41.70
		Sencillas con baño afuera		
		Sencillas con TV		
		Sencillas sin TV		
		Sencillas con baño adentro + TV	36	50.00
		Sencillas con baño adentro sin TV	5	6.90
		Sencillas con baño afuera + TV		

		Sencillas con baño afuera sin TV		
		De lujo	1	1.40
		Perdidos	5	
7	Qué opción escogería	Tres días, dos noches	44	61.10
		Un día	28	38.90
	Visita a comunidades vecinas	Yuscarán	24	33.30
		Galeras	8	11.10
		Güinope	4	5.60
		Morocelí	13	18.10
		Yuscarán + Galeras	3	4.20
		Yuscarán + San Ant.	2	2.80
		Yuscarán + Güinope	2	2.80
		Yuscarán + Morocelí	7	9.70
		Galeras + San Ant.	1	1.40
		Galeras + Güinope	4	5.60
		Galeras + Morocelí		
		San Ant + Güinope		
		San Ant + Morocelí	1	1.40
		Güinope + Morocelí	3	5.20
		Perdidos	5	
	Dentro del campus	Herbario	1	1.40
		Colección de insectos	3	4.20
		Paseo a Caballo	10	13.90
		Visita a acuacultura	3	4.20
		Recorrido por campus	18	25.00
		Otra	1	1.40
		Herb. + Col. Insectos	2	2.80
		Herb. + Paseo a caballo	3	4.20
		Herb. + Visita a acucult.		
		Herb. + Recor. Campus		
		Col. Insectos + P. cab.	3	4.20
		Col. Insectos + V. acuac.		
		Col. Insectos + R. campus	1	1.40
		P. caballo + V. acuacult.	4	5.60
		P. caballo + Rec. campus	21	29.20
		P. caballo + Rec. campus + V. acuacultura	2	2.80
		Perdidos	5	
	Cuánto estaría dispuesto a pagar por 3 d. y 2 Noches (Lps./\$)	< 900 / 60	5	11.90
		900 / 60	17	40.48
		1100 / 74	16	38.10
		1150 / 76	4	9.52
	Adicionalmente, cuánto estaría dispuesto a	150 -250 / 10 - 17	14	33.33
		251 - 350 / 17 - 23	10	23.81
		351 - 450 / 23 - 30	6	14.29

	gastar. (Lps./\$)	451 - 550 / 30 -37 más	10 2	23.81 4.76
	Cuánto estaría dispuesto a pagar por 1 d. (Lps./\$)	<200/13 250/17 300/20 más	13 9 6 20	46.43 32.14 21.43 0.00
	Adicionalmente, cuánto estaría dispuesto a gastar. (Lps./\$)	150 -250 / 10 - 17 251 - 350 / 17 - 23 351 - 450 / 23 - 30 451 - 550 / 30 -37	17 4 3 4 0	60.71 14.29 10.71 14.29 0.00
8	Su edad está comprendida entre	< 20 20 -30 31 -40 41 -50 51 -60 61 - 70 > 70	1 29 21 12 8 1	1.39 40.28 29.17 16.67 11.11 1.39
				100.00
9	Sus estudios realizados son:	Primaria completa Primaria incompleta Secundaria completa Secundaria incompleta Universitaria Otra Perdidos	3 1 15 3 49 1 5	4.17 1.39 20.83 4.17 68.06 1.39
				100.00